



## **A mulher como objeto de desejo, de consumo e de atração turística nas páginas do Jornal Diário do Amazonas na cobertura do centenário do Festival de Parintins<sup>1</sup>**

Yasmin Gatto CARDOSO<sup>2</sup>

Rafael Bellan Rodrigues de SOUZA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Amazonas/Campus Parintins

### **RESUMO**

Esse artigo tem como objetivo principal analisar como o caderno “Plus” do Jornal Diário do Amazonas, um dos principais impressos de Manaus, divulgou a mulher no período do Festival Folclórico de Parintins em 2013, ano em que a festa completou 100 anos. As análises foram feitas com base na teoria de enquadramento, a fim de identificar como determinadas escolhas dos jornalistas são capazes de criar uma representação acerca da figura feminina. Os resultados obtidos trazem a mulher enquanto um objeto seja ele de desejo, de consumo ou de atração turística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulher; Jornalismo; Enquadramento; Representação jornalística.

### **Introdução**

Na nossa cultura, a imagem do corpo feminino é mais frequentemente exposta que a do homem e isso é resultado de uma tradição masculina de transformar as imagens em objeto de desejo. É por meio da reificação que o corpo é tido como mercadoria ou algo negociável. A supervalorização do visual é percebida pelo uso excessivo das imagens de mulher na imprensa (MAZER, 2013).

Os estudos jornalísticos de Cerqueira (2008), Mazer (2013) e Santos (2002) apontam a mulher sendo publicada na imprensa nacional como um produto e percebem a tentativa de manutenção de um discurso patriarcal em torno desta figura. “No cotidiano brasileiro, o corpo feminino, (...) é exposto exaustivamente sempre no sentido decorativo, limitando as percepções sobre o indivíduo mulher” (MAZER, 2013).

Os estudos sobre a imagem da mulher na imprensa, neste caso, especificamente no jornalismo do Amazonas, têm se tornado cada vez mais necessários para a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 28 a 30 de maio de 2015.

<sup>2</sup> Recém-graduada do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (UFAM)/Campus Parintins, email: [yasmin\\_gatto\\_cardoso@hotmail.com](mailto:yasmin_gatto_cardoso@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor doutor da Universidade Federal do Amazonas (UFAM)/ Campus Parintins, email: [rafaelbellan@yahoo.com.br](mailto:rafaelbellan@yahoo.com.br)



compreensão de um processo de reprodução sobre o que é a mulher amazonense, visto que os jornais são transmissores ativos de discursos.

Parintins é uma cidade conhecida nacionalmente pela sua festa folclórica, deste modo, o principal destaque que ela tem tanto na mídia nacional quanto na mídia regional é sobre o evento. Portanto, investigar como a mulher parintinense é apresentada na divulgação do Festival possibilita entender se os meios de comunicação do estado também tratam as mulheres como objeto, partindo do princípio que o jornalismo tem um caráter mercantil, mas não se pode naturalizar o fato do corpo feminino ser publicado constantemente como mercadoria.

Será que a mulher parintinense é também colocada como mercadoria nas páginas dos jornais? Existe um uso excessivo de imagens delas quando se noticia sobre o Festival Folclórico? Os enquadramentos jornalísticos dão suporte para a manutenção de um discurso machista e fetichizado? Quais os aspectos que são enfatizados, selecionados e quais os aspectos excluídos ao noticiar sobre elas? Como as imagens divulgadas nas matérias, nas capas ou nas chamadas coloca a mulher para o leitor?

O artigo leva em consideração toda discussão existente em torno desta temática, considerando o sexismo, o machismo, a postura ideológica e hegemônica que é imposta à mulher e toda opressão que ela vive na sociedade.

### **Festival Folclórico de Parintins**

O Festival Folclórico de Boi-bumbá acontece oficialmente desde o ano de 1965 no Bumbódromo, tendo como itens de disputa principal os Bois-bumbá Garantido e Caprichoso. A festa acontece no último final de semana do mês de junho tendo duração de três dias. Uma grande discussão se dá em torno do surgimento dos bumbás, diversos autores Braga (2002), Monteiro (2004), Tenório (2006) e Valentin (2005) já escreveram sobre o início da festa, mas as ideias divergem quando se fala em quem foi o fundador dos bois e onde essa festa teve início. Mas de acordo com a história oficial foram Lindolfo Monteverde e Roque Cid que fundaram o Garantido e o Caprichoso, respectivamente.

Desde a década de 90 o formato do festival mudou, seja no modo de apresentação como também no modo de divulgação. Hoje participam da avaliação dos jurados 21 itens entre coreografia, alegoria, apresentador, organização e os chamados itens oficiais que é o próprio boi de pano, o pajé (chefe das tribos), a sinhazinha (moça que representa a matriz europeia no auto), a cunhã-poranga (moça mais bela da tribo,



filha do pajé), a porta-estandarte (que carrega o pavilhão do respectivo boi) e a rainha do folclore (moça que representa a união dos aspectos folclóricos da brincadeira).

É válido dizer que os itens femininos chamam mais atenção que o próprio boi e geralmente vem nas principais alegorias. Diz-se que é sonho de toda parintinense ser item de boi e essa é a ideia difundida na mídia local<sup>4</sup>.

### **Enquadramento e representação jornalística**

O conceito de enquadramento foi surgido na sociologia e foi trazido para os estudos da comunicação, sendo utilizado para se referir às propriedades das representações jornalísticas (SOARES, 2009, p.58).

Trazidos aos estudos de jornalismo, o enquadramento diz respeito à capacidade dos meios de produzirem e disseminarem implicitamente uma interpretação do mundo, por intermédio de uma retórica implícita, entranhada na própria estrutura das matérias jornalísticas, indicando o papel dos meios noticiosos na construção das representações públicas (SOARES, 2009, p.58).

O enquadramento permite ao pesquisador entender os meandros da produção jornalística e como as escolhas dos repórteres são preponderantes para a construção ou desconstrução de ideias acerca de determinado assunto. Possibilita ao pesquisador encontrar dentro dos textos o que foi selecionado e o que foi enfatizado.

(...) ao fornecerem, repetirem e, reforçarem palavras e imagens que referenciam algumas ideias, mas não outras, os enquadramentos tornam algumas ideias mais salientes no texto, outras menos e outras inteiramente invisíveis. As orientações dos enquadramentos são difíceis de detectar porque muitos artifícios podem parecer “naturais”, simples escolhas de palavras ou imagens (ENTMAN, 1993 apud SOARES, 2009).

É válido se pensar também como os operadores jornalísticos e os consumidores desses produtos interagem e dão suporte para o entendimento dos acontecimentos sociais entrando assim em uma reprodução de ideias, salientando aspectos que favorecem determinadas características sendo elas boas ou ruins para o gênero feminino. Tendo conhecimento dos recortes dados às mulheres é que se pode traçar a representação jornalística de mulher no Jornal Diário do Amazonas.

---

<sup>4</sup> Dados comprovados na pesquisa “O gênero feminino na imprensa parintinense: uma análise de enquadramento dos jornais Novo Horizonte e Repórter Parintins”, realizada no ano de 2014.



O enquadramento, forma de representação do próprio jornalismo, exerce forte influência nos leitores e isso é confirmado por meio de várias pesquisas empíricas (SOARES, 2009). A representação não é apenas uma informação pontual, ela traz consigo um tipo de simulação de objetos, eventos, manifestações, relações sociais com o objetivo de mostrá-los de alguma maneira.

(...) os meios de comunicação modernos são a concretização tecnológica máxima da “representação” naquele sentido de uma reapresentação, a partir da semelhança, da figurativividade da imagem, da simulação. Como aparentam ser ou mesmo se apresentam como um retrato do mundo, essas representações instauram ou sancionam, homologam, naturalizam certos vieses, os quais, no âmbito discursivo, sugerem que esse é o modo de ser da sociedade representada, podendo servir para fixar ou confirmar estereótipos étnicos, sociais, de gênero, profissionais. Trata-se ora da instauração de padrões “normais” ou “modelos”, ora de imagens pejorativas ou idealizadas de populações, categorias sociais, minorias etc. (...) (SOARES, 2009, p. 18-20).

Perceber de forma crítica a representação da mulher no jornalismo torna-se mais difícil quando se parte do princípio hipotético que as representações são precisas. É muito mais fácil aceitar representações tendenciosas em filmes ou em comerciais de televisão do que, por exemplo, em uma reportagem especial sobre o Festival Folclórico de Parintins por supor um compromisso ético e profissional por parte dos jornalistas que escrevem determinada matéria. É por isso que análises deste cunho se fazem importantes, visto que é deste modo, que se consegue perceber como a mulher tem sido colocada nos meios de comunicação.

### **Análise**

O Jornal Diário do Amazonas faz parte da Rede Diário de Comunicação que existe no mercado desde o ano de 1986 e atualmente é um dos maiores da Região Norte. Os principais produtos são o Jornal Diário do Amazonas e o Jornal Dez Minutos. Na internet eles atuam com o Portal D24AM.com e na televisão por meio da Record News. Semanalmente o Jornal Diário do Amazonas venda em média 12 mil exemplares.

No ano do centenário do Festival Folclórico, o evento aconteceu nos dias 28, 29 e 30 de junho. O Jornal Diário do Amazonas começou a fazer publicações diárias sobre a festa desde o dia 23 de junho, uma semana antes do último dia de festa. As edições

escolhidas para a análise são da semana onde há maior divulgação do evento por todos os meios de comunicação.

No Diário do Amazonas existe um caderno especial chamado “Plus” onde eles divulgam assuntos referentes à cultura, moda, eventos, etc. Desde o dia 23 de junho este caderno passou a tratar especificamente do festival, sendo intitulado “Plus – Parintins Festival Folclórico”. As análises se concentram em três edições do caderno especial. A primeira edição analisada é do dia 23 de junho e que traz como chamada principal “A Ilha das Cores”.

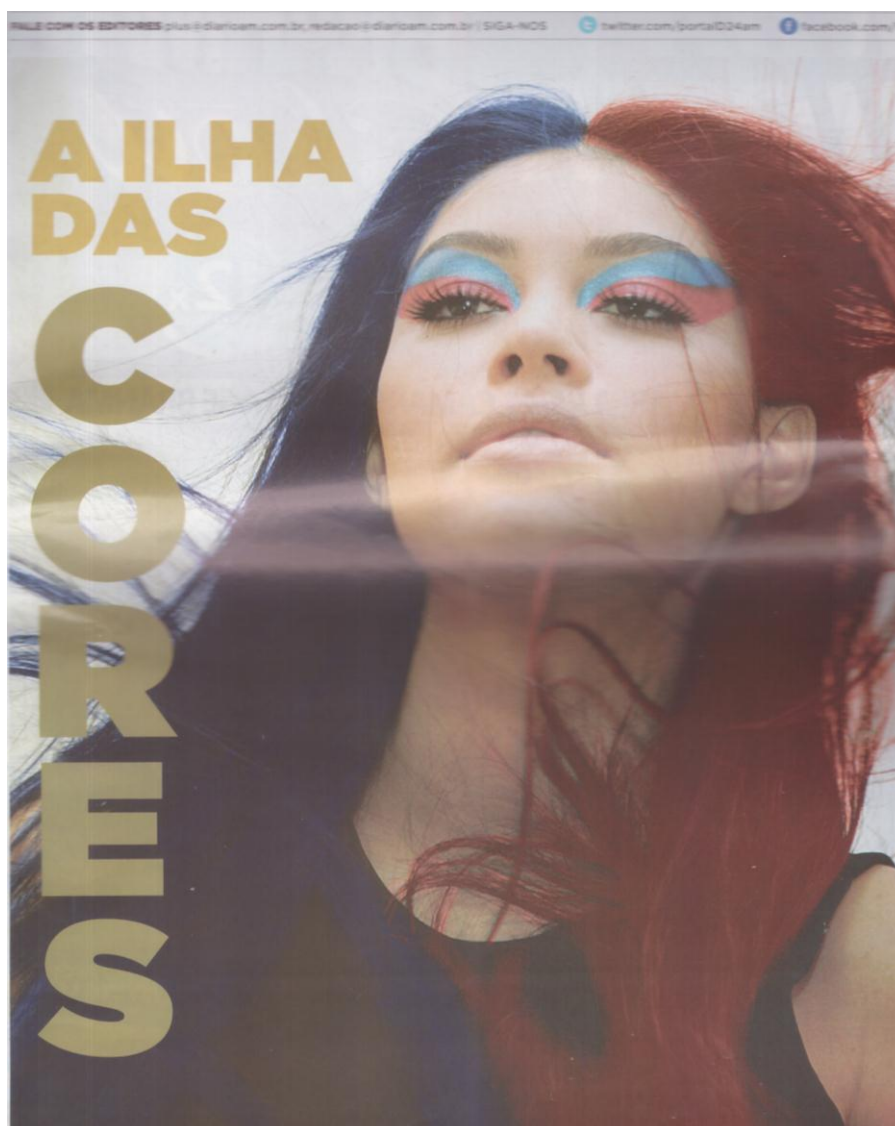


Imagem 1 – Diário do Amazonas (23 de junho)

O caderno traz conteúdos diversos como: os ensaios dos bois, o dia-a-dia de Parintins, a preparação da cidade para o evento, entrevistas com os presidentes das associações folclóricas, com os itens, a nova estrutura do Bumbódromo, como se cuidar nos dias da festa e onde se hospedar. A pergunta que fica em questão é: por que o



jornalista optou por colocar a foto de uma mulher na capa do caderno? A maquiagem dela faz referência a “Ilha das Cores”, pois ela usa nos olhos e no cabelo a “cor” da festa. Mas vale lembrar que o símbolo principal do Festival de Parintins são os bois Garantido e Caprichoso. Logo, não seria mais coerente usar a imagem dos bois para estampar a capa? Ou a imagem de uma mulher acaba representando a festa de Parintins?

Ao longo de todo caderno é perceptível que o jornal faz uma ampla abordagem sobre a festa, tratando de assuntos diversos, não se justificando assim, a escolha desta imagem para representar a “Ilha das Cores”. No primeiro dia de divulgação que o Diário do Amazonas faz sobre o evento, eles estampam a figura feminina. Mas com que objetivo? É vender a festa ou as mulheres da cidade? É chamar atenção para as “cores” do festival por meio da maquiagem dela?

São perguntas como essas que nos permitem fazer uma crítica em torno da imagem escolhida para representar a festa de Parintins. A mulher é colocada como objeto de atração tanto turística quanto comercial. Ao escolher esta imagem, os jornalistas dizem, mesmo que implicitamente, que a “Ilha das Cores” não é só boi-bumbá, mas existem mulheres que “representam” essas cores. “(...) uma forma de preservar valores e modelos em torno do ser mulher, é que a “mulher” é vista o tempo inteiro, até quando optamos por não vê-las, lá estão elas, agindo subliminarmente” (SANTOS, 2002, p.3).

Nesta mesma edição o jornal traz uma matéria principal intitulada “Guerreiras Amazonas” que traz a entrevista com a cunhã-poranga do Caprichoso. Nesta entrevista, Maria fala um pouco da trajetória dela no Caprichoso e como surgiu o convite.

Recebi o convite da diretoria em 2007. Na época, foi um sonho de criança realizado pra mim. Aliás, **é o sonho de toda menina de Parintins ser item do seu boi e comigo não foi diferente.** Me sinto realizada como cunhã-poranga e não vou medir esforços para ajudar a minha nação azul e branca a ganhar esse título do centenário (Diário do Amazonas, 23 de junho, 2013, grifos nossos).

Existe nos meios de comunicação de Parintins uma propagação da ideia “que toda parintinense sonha em ser item de boi” como se esse sonho fosse algo genérico . O jornal Diário também reproduz a fala de Maria como algo universal, confirmando assim que toda parintinense sonha em ser item de boi sem levar em consideração opiniões opostas.



Será mesmo que toda parintinense tem por objetivo de vida ser item de boi? Essa afirmação além de ser equivocada, limita muito as vontades e os desejos da mulher que vive na cidade. Então, há a reprodução de um discurso ideológico dominante. Dantas (2008, p.95) afirma

(...) a ideologia chega assim a exercer plenamente os seus efeitos, na medida em que já não é mais sequer percebida como ideologia; enraizada na produção desejante dos indivíduos socialmente determinados, nos processos produtivos e reprodutivos da sociedade (...), a ideologia reúne as condições necessárias para dominar a linguagem, o imaginário, o pensamento, a cultura e a comunicação social em toda a sua extensão.

A ideologia tem que ir contra a sua própria existência, fazendo com que não seja percebida entre a população como ideologia. Neste caso, tornou-se tão natural pensar que todas as meninas de Parintins querem ser item que esta afirmação não é contestada nem mesmo por aquelas que não têm a mínima condição de chegar até esse posto ou sequer desejam o mesmo.

Outra observação a se fazer é em relação ao enquadramento dado a essa notícia, o repórter evidencia a vontade de Maria em ser item desde criança e ressalta a realização de um sonho. O enquadramento permite que o jornalista selecione somente os fatos que ele quer destacar, mas também permite a ele ocultar diversas informações como, por exemplo, dizer que só quem consegue ser item feminino no boi são as mulheres de família rica da cidade.

O modo como o texto é montado também diz muito sobre os destaques que o repórter quer dar ao assunto. Na entrevista, o jornalista também opta por colocar uma foto da item que ocupa quase toda a página do jornal. Ou seja, a ênfase é muito mais para a imagem dela do que para a própria entrevista.

As “Guerreiras Amazonas” são representadas nas páginas do Diário do Amazonas por Maria Azedo, uma “índia” com cabelos longos, branca, com silicone, magra e maquiada. Nesta imagem além de ter “representação indígena” equivocada da realidade da maioria das mulheres da cidade, também se expõe e impõe um modelo de beleza a ser alcançado, já que “toda mulher de Parintins quer ser item de boi”.

As imagens da beleza são utilizadas contra as mulheres. Padrões de beleza e a busca pela aprovação da própria aparência orientam ao menos parcialmente a vida das mulheres. Colaboram para reproduzir as desigualdades de gênero, mas suas incitações não são,

necessariamente, percebidas como opressivas. (BIROLI apud MIGUEL, 2014, p.116).

Além de ditar um padrão de beleza a ser seguido, o jornal também coloca a mulher como um produto, pois está sendo vendida pela imagem e como objeto de atração da festa. “(...) o corpo exposto é transformado em um corpo padronizado, forjando também os estereótipos femininos a determinados papéis sociais” (MAZER, 2013, p.6).



Imagem 2 – Diário do Amazonas (23 de junho)





A outra edição analisada é referente ao dia 24 de junho. O caderno “Plus” traz na chamada “De olho em Parintins” e a imagem de uma menina vestida com trajes de item de boi. A matéria trata sobre os 100 anos do festival. Acompanhe um trecho:

São 100 anos de uma história que terá mais um capítulo escrito a partir do fim de semana. Caprichoso e Garantido comemoram o centenário de suas ricas trajetórias e, durante os próximos dias, os olhos do folclore brasileiro estão voltados para a Ilha Tupinambarana. A quatro dias do início do festival, os bumbás estão em ritmo intenso de preparação. Boa parte dos itens oficiais já está na ilha, e Batucada e Marujada acertaram, no fim de semana, os últimos detalhes do que vai ser apresentado no Bumbódromo (Diário do Amazonas, 24 de junho, 2013).

Em nenhum momento da matéria o jornalista sequer cita os brincantes mirins ou qualquer fato que possa justificar a imagem escolhida para ilustrar a capa. Novamente tem-se a figura feminina, mesmo que seja uma criança, exposta. A opção por colocar uma menina foi para afirmar mais uma vez que “toda parintinense sonha desde criança ser item de boi”? Ou a imagem da mulher é colocada para chamar atenção dos leitores?

Outro ponto que merece ser destacada são os trajes da menina, unha, a maquiagem. O jornal faz da criança uma “mini item de boi”.



Imagem 3 – Diário do Amazonas (24 de junho)

O último material analisado tem por título “Herdeiras do centenário” e como linha de apoio “Bisneta e tataraneta dos fundadores dos bumbás carregam a tradição familiar do boi-bumbá”. A matéria coloca nas duas meninas apresentadas a responsabilidade de carregar a tradição dos bois. O jornalista cita na matéria que essa tradição vem se mantendo por meio da inserção das meninas no boi, impondo assim, que a única maneira de preservar os costumes e tradições da festa é se envolver diretamente no espetáculo.



Imagem 4 – Diário do Amazonas (26 de junho)

O Diário do Amazonas traz duas meninas para representar a “tradição” dos bumbás. É proposital essa escolha, visto que na cidade também se pode encontrar vários homens que também “herdaram” a tradição. A imagem de duas jovens mulheres chama mais atenção do que, por exemplo, a imagem de duas mulheres idosas. O jornal fala de herança e opta por colocar as gerações mais jovens e não as mais antigas. Mas com qual objetivo? Será que a beleza da juventude feminina vende mais jornais que a imagem de duas senhoras? Os turistas se encantam mais por meninas ou por idosas?

A matéria também mostra que as herdeiras tendem a seguir os passos de ser item de boi. Não mencionando em nenhum momento que existe em Parintins, netas, sobrinhas, filhas dos fundadores dos bois que trabalham em outra coisa, até mesmo contribuindo para o Festival, mas coordenando atividades, gerenciando as escolas



mirins das associações folclóricas, escrevendo sobre a história dos bois de acordo com a família. O ponto principal é que os jornalistas limitam as funções da mulher parintinense, seja ela herdeira ou não de Lindolfo Monteverde e de Roque Cid. Acompanhe um trecho da matéria.

Daniele foi convidada para participar das lendas do Boi Garantido. “Estou muito feliz com o convite”, revela, acrescentando que já participou de shows do Garantido, como porta-estandarte, cunhã-poranga e rainha do folclore. Já a timidez da tataraneta de Roque Cid não atrapalha a adolescente parintinense no momento em que ela cita a paixão pela família e pelo Caprichoso. A mãe de Valentina, Karina Cid, foi sinhazinha do Caprichoso e influenciou a herdeira a seguir passos maternos. **A mãe e os amigos aconselham Valentina a se tornar uma sinhazinha, mas ela tem outro sonho. “A forma como as pessoas se dedicam ao item é algo muito bonito. Eu consegui me tornar rainha do folclore mirim e espero me tornar item oficial no futuro”**, revelou (Diário do Amazonas, 26 de junho, 2013).

Na fala de Valentina Cid, uma menina de 13 anos, o jornal coloca mais uma vez o sonho de ser item de boi como algo universal e inerente a toda parintinense. Neste caso, ela é influenciada pela mãe que já foi item também. Quando eles colocam: “A mãe e os amigos aconselham Valentina a se tornar uma sinhazinha, mas ela tem outro sonho” parece que vão falar sobre aspirações profissionais de Karina, diferente dos da mãe, mas não, eles colocam que o sonho dela não é ser sinhazinha, mas rainha do folclore.

Eles reafirmam e limitam as vontades das parintinenses, onde elas estão sempre restringidas aos cargos do boi-bumbá. Deve-se concordar que o jornalista está falando de tradição, mas a forma como isso é colocado espetaculariza o caso, pois se for analisar a maioria das itens que hoje ocupa cargo oficial no boi, não são herdeiras de Lindolfo Monteverde e Roque Cid.

Muito pelo contrário, existem cada vez menos pessoas ligadas aos fundadores dentro das associações folclóricas. Inclusive, há uma grande luta para que os herdeiros sejam reconhecidos de alguma forma dentro do espetáculo que se tornou o festival Folclórico de Parintins. Mas isso o jornalista não faz questão de colocar na matéria, ele consegue fazer um enquadramento que exclui o aspecto negativo e por fim, o aspecto verdadeiro sobre essas participações no boi. Os enquadramentos jornalísticos nos permitem fazer certas interpretações, ou seja,

(...) narrar um acontecimento transformado em notícia, dando-lhe um enquadramento, consiste na seleção de aspectos que deem à narrativa sobre ele inteligibilidade, a partir de estruturas cognitivas e quadros de referência que conduzirão a uma determinada visão (...) (CARVALHO, 2011, p.5).

Qual a visão que os leitores têm ao ler essa matéria? Que existe uma tradição de familiares dos fundadores dos bois entrarem diretamente nessa dinâmica, quando na verdade, não é assim que funciona. Só quem mora em Parintins e conhece como se estabelece as relações no boi é que é capaz de identificar isso. Mas os aspectos selecionados pelo jornalista fazem o leitor pensar o contrário, o jornalista consegue enquadrar a matéria ressaltando apenas os aspectos positivos.

### **Considerações Finais**

De acordo com as análises dessas três edições do caderno “Plus” do Jornal Diário do Amazonas, pode-se constatar que as mulheres de Parintins são divulgadas nas páginas deste jornal como um produto para vender jornal e atrair público para a festa. As imagens das mulheres são colocadas até quando elas não devem aparecer. Todas as capas deste caderno, não só essas que foram analisadas, mas ao longo desse processo de divulgação, trazem a imagem de uma mulher.

O objetivo do “Plus” é divulgar o Festival Folclórico, sendo que o principal ícone da festa são os bois Garantido e Caprichoso e eles aparecem sempre na segunda página, eles não são a “atração principal”, mas as mulheres da cidade são. Sejam elas parentes dos fundadores, as itens oficiais, as crianças ou até mesmo uma personagem não conhecida na cidade. Ou seja, é como se colocasse a figura feminina disponível para todos os gostos, tem mulher, tem criança, tem jovem e tem as itens oficiais, que são o maior alvo de desejo.

A representação jornalística das mulheres de Parintins é sempre referente a tudo que faz parte do espetáculo do boi, tornando-as assim, espetáculo a ser consumido também. Por que optar por uma imagem feminina repetidamente e não pela imagem dos dois bois, por exemplo? Existe também um padrão de beleza que essas mulheres ditam: cabelos longos e pretos, magras, maquiadas, com roupas e acessórios que fazem alusão ao boi.



A bundalização não é meramente uma ênfase na bunda das mulheres, apesar de todos os signos que lhes perseguem: do biótipo da “mulher brasileira”, como se houvesse um padrão de corpo, forma, da fascinação masculina que a persegue, em seus vários sentidos. A bundalização sinaliza uma fragmentação dos corpos em partes, pedaços do corpo em destaque: são peitos, coxas, rostos transformados em “mercadoria de aprimoramento”. Corpos em vias de aprimoramento, como os seios erguidos com silicone, como os quadris diminuídos com lipo-aspiração, corpos fabricados para a orgia do ver (SANTOS, 2002, p.9).

Esse padrão de beleza a ser seguido, limita a função social da mulher e a coloca como produto a ser trocado por público e por dinheiro. Não é a toa que a imagem feminina serve para divulgar esta festa. Há um uso excessivo das imagens delas, às vezes desnecessário, e sempre colocado como a ideia de espetáculo.

O Jornal Diário do Amazonas usa as mulheres com o objetivo de divulgar o Festival Folclórico, mas ele as vende quando as coloca nas capas, quando o corpo é retratado de forma completa, quando há uma expectativa excessiva gerada por essas imagens. São leitores comprando não só o evento, mas, sobretudo, as mulheres. É como se o jornal dissesse: “Olhe as mulheres que existem em Parintins. São todas herdeiras de uma tradição de boi-bumbá, com cabelos pretos, longos, magras, com silicone e maquiadas. E quando elas ainda não são esse padrão, elas vão se tornar, pois o sonho de toda parintinense desde criança é ser item de boi”. Biroli (2014, p.117) infere que

(...) a ideologia da beleza colabora para convencer as mulheres de que elas têm pouco controle sobre a própria vida e poucas opções, numa dinâmica em que os ambientes de trabalho “as recompensam indiretamente como se estivessem vendendo seus corpos” (...). A definição do feminino pelo olhar masculino, predominante nos meios de comunicação, é um dos dispositivos para a reprodução ampla desses padrões. Fortalecem-se, ideias e estereótipos que prescrevem comportamentos.

As mulheres de Parintins são recompensadas indiretamente por venderem seus corpos, quando existe uma grande movimentação turística na cidade. Esse padrão de beleza divulgado só mantém a dominação masculina sobre a mulher, é o olhar do homem ditando como a mulher deve agir, como deve ser e se comportar. Vale destacar que o jornalista tem grande responsabilidade ao enquadrar as matérias, pois ele consegue manter certos estereótipos, ou rompê-los. Mas não é o caso dos jornalistas do Diário, que dão amplo destaque para a mulher, mas sempre no sentido da beleza e sensualidade.



## REFERÊNCIAS

BRAGA, Sérgio Ivan Gil. **Os bois-bumbás de Parintins**- Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002.

CERQUEIRA, Carla Braga. **A Imprensa e a Perspectiva de Gênero: Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher**. Observatório. Portugal, 2008.

DANTAS, Rodrigo. **Ideologia, Hegemonia e Contra Hegemonia**\_ In: Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MAZER, Dulce Helena. **Impressões do Corpo Feminino: reificação e representação da mulher na imprensa**. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. S. Cruz do Sul – RS, 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política: uma introdução**/Luiz Felipe Miguel, Flávia Biroli. - 1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2014.

MONTEIRO, Mário Ipiranga. **Boi-Bumbá- História, análise fundamental e juízo crítico**- Manaus: Edição do autor, 2004. MORAES, Dênis de. **Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia: A contribuição Teórica de Gramsci**. Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p.54-77, jan.-jun. 2010.

SANTOS, Patrícia. **O corpo em pedaços: análise do discurso sobre mulher nos outdoors de Maringá**. Unimontes Científica. Montes Claros, 2002.

SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: cultura acadêmica, 2009.

TENÓRIO, Basílio. **A cultura do Boi-bumbá de Parintins**. Manaus, 2006.

VALENTIN, Andreas. **Contrários - A celebração da rivalidade dos Bois-Bumbás de Parintins**- Manaus: Editora Valer, 2005.