

A cultura do estupro nas revistas IstoÉ e SuperInteressante¹

Ana Clara de Souza GASPARETO²

Jeniffer Cristine Pimentel dos REIS³

Marcela Freitas PAES⁴

Natália Cristina Cordeiro do AMARAL⁵

Paulo Roberto BOTÃO⁶

Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

RESUMO

A cultura do estupro aborda as formas pelas quais a sociedade culpa as vítimas de assédio ou abuso sexual pelo ocorrido e normaliza o comportamento agressivo dos homens. Ela é alimentada pela sociedade machista e patriarcal, que inferioriza as mulheres para benefício masculino. O feminismo rechaça esse tipo de comportamento e tenta interromper a alimentação dessa cultura. O objetivo deste artigo é verificar se reportagens analisadas das revistas IstoÉ e Super Interessante, as publicações atribuem às vítimas algum tipo de culpa pelo crime e se tratam o tema de forma sensacionalista ou didática. Os resultados obtidos mostraram a isenção da culpa das vítimas e um tom sensacionalista na IstoÉ e mais didático na Super Interessante.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo impresso; feminismo; cultura do estupro; mulher; machismo.

INTRODUÇÃO

Feminismo, empoderamento feminino e luta pela igualdade de gênero têm sido assuntos muito debatidos atualmente – seja nas redes sociais, no cotidiano, ou nas mídias em geral. A partir da análise e debates sobre estes temas, surgiu a expressão “cultura do estupro”, na qual a violência sexual é normalizada e utilizada como ferramenta de culpabilização das vítimas.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIMEP, e-mail: anacgaspareto@gmail.com.

³ Graduanda do Curso de Jornalismo da UNIMEP, e-mail: jeniffer.reis@outlook.com.br

⁴ Graduanda do Curso de Jornalismo da UNIMEP, e-mail: marcelafpaes@gmail.com

⁵ Graduanda do Curso de Jornalismo da UNIMEP, e-mail: nataliacordeam@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIMEP, e-mail: prbotao@unimep.br

Esta é uma consequência da sociedade patriarcal e machista, na qual a mulher é inferiorizada perante o homem e vista apenas como um objeto, com o intuito de servir o sexo masculino, e que não tem o direito de ter desejos, ambições ou realizações próprias. Estas questões, apesar de mais amenas nos dias de hoje, ainda perduram na atualidade e ainda são reproduzidas em algumas situações, como nas questões profissionais, nas quais as mulheres, independente de já terem a possibilidade de ocupar cargos de direção superior dentro de empresas, por exemplo, antes restritos apenas aos homens, ainda recebem salários inferiores ao deles⁷.

São exemplos da cultura do estupro a prostituição, a pornografia, campanhas publicitárias que ainda apresentam as mulheres como objetos sexuais e até reforçam os estigmas colocados em mulheres que não se vestem ou agem de acordo com os padrões comportamentais da sociedade – que usam roupas mais curtas e decotadas, que não pretendem casar e ter filhos etc. Estes são utilizados como desculpa para que a mulher seja vista como inferior.

O objetivo deste artigo é discutir a presença da mulher na mídia brasileira e como o jornalismo trata a cultura do estupro. O objeto de estudo é a monografia “A cultura do estupro nas revistas IstoÉ e SuperInteressante”, das alunas de do curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep), que analisou como duas reportagens, de duas revistas brasileiras, Super Interessante e IstoÉ, abordaram o tema.

Este artigo está dividido em quatro partes: na primeira, a definição dos conceitos de cultura do estupro e feminismo, a segunda analisa a presença da mulher da mídia. Na terceira, é apresentada o objeto analisado, por fim, a última mostra as considerações finais.

Feminismo e cultura do estupro

Adichie (2014, p.58)) define feminista como “uma pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos”. Gurgel (2010) explica o conceito de feminismo ao abordar quais são as lutas das mulheres feministas, mostrando que o

⁷ Segundo estudo de 2009, intitulado "Novo Século, Velhas Disparidades", realizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, apesar das mulheres terem mais anos de estudos do que os homens, elas ainda recebem cerca de 30% a menos.

movimento visa – além da igualdade de sexos – o empoderamento feminino, dando visibilidade a temas como:

(...) o questionamento da sexualidade heteronormativa, a reivindicação do direito ao aborto, a defesa da maternidade como opção, a denúncia da jornada intensiva de trabalho das mulheres e da educação sexista como um dos estruturantes da violência contra a mulher. (GURGEL, 2010, p. 5)

Alves e Pitanguy (1981) complementam ao explicar onde o feminismo se revela e o que ele busca.

O feminismo não é apenas o movimento organizado, publicamente visível. Revela-se também na esfera doméstica, no trabalho, em todas as esferas em que mulheres busquem recriar as relações interpessoais sob um prisma onde o feminino não seja o menos, o desvalorizado. O feminismo busca repensar e recriar a identidade de sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados, e onde as qualidades “femininas” e “masculinas” sejam atributos do ser humano em sua globalidade. (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 9).

O movimento feminista teve sua primeira expressão na França, em 1789, no processo da Revolução Francesa (Gurgel, 2010, p.1). Nesse período, as mulheres assumiram a posição de sujeito político, reivindicando seus direitos e também ao direito ao alistamento militar, para ter acesso às armas e defender a revolução. Ao mesmo tempo em que lutavam pelo poder popular, elas também travavam uma batalha para consolidar o direito feminino na participação na vida pública, educação, trabalho e representatividade na política.

Vistos como uma ameaça pelo regime burguês, os clubes de mulheres tiveram suas reuniões proibidas em 1793. A ordem também reafirmou o homem como chefe de família, tendo como subordinados os outros membros da família, fazendo dessa hierarquia a “base para a organização social”. Pinto (2010) observa que as mulheres lutaram pela liberdade e se rebelaram contra sua própria condição ao longo da história ocidental. Muitas delas perderam suas vidas devido à resistência. A primeira onda do feminismo, segundo a autora, aconteceu no fim do século XIX, quando mulheres – primeiro na Inglaterra – se mobilizaram para lutar pelos seus direitos, sendo o primeiro

deles ao voto. Nas manifestações de Londres, várias mulheres foram presas ou fizeram greve de fome. No Reino Unido, o voto feminino foi conquistado em 1918.

No Brasil, a primeira onda feminista veio por meio das sufragetes, lideradas pela bióloga e uma das fundadoras da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, Bertha Lutz. O voto para as mulheres em solo brasileiro foi conquistado apenas em 1932 (Pinto, 2010).

As primeiras manifestações feministas brasileiras de fato ocorreram durante o regime militar, na década de 70. A ditadura as entendia como “política e moralmente perigosas” (Pinto, 2010, p. 17) essas manifestações. Uma nova fase do feminismo começa nos anos 80, com a redemocratização do País, com a intensificação na luta pelos direitos femininos. Um marco na história feminista brasileira aconteceu em 1984, quando o Conselho Nacional da Condição da Mulher (CNDM) foi criado. A autora observa que a constituição de 1988 é “uma das que mais garante direitos para a mulher no mundo” (p. 17). A maior conquista feminista brasileira, entretanto, foi a criação da Lei Maria da Penha⁸, que protege as mulheres de situação de violência – seja familiar, doméstica, etc. – utilizando mecanismos para coibir esse tipo de crime.

Cultura se caracteriza por todo o conjunto de comportamentos sociais que são reproduzidos dentro da comunidade que se está inserido, e que afeta o todo e a si mesmo, é considerado culturalmente parte dela.

Quando se fala de patrimônio cultural, remete-se o pensamento a algo positivo e legítimo de um determinado território, quase como uma “personalidade” que é dada ao local e/ou determinada civilização. Por isso o termo “cultura do estupro” causa certo desconforto ao ser mencionado, pois, nesse caso, não se refere a uma atividade positiva, mas que, apesar disso, está tão enraizada na sociedade que acaba sendo naturalizada.

Estupro é caracterizado como qualquer prática sexual sem o consentimento de uma das partes, envolvendo o coito propriamente dito, com penetração, ou não. Dito isso, “cultura do estupro”, segundo a ONU Mulheres (2016), pode ser definida como:

(...) termo usado para abordar as maneiras em que a sociedade culpa as vítimas de assédio sexual e normaliza o comportamento sexual violento dos homens. Ou seja: quando, em uma sociedade, a violência sexual é

⁸ Lei n. 11 340, de 7 de agosto de 2006

normalizada por meio da culpabilização da vítima, isso significa que existe uma cultura do estupro. (ONU MULHERES, 2016)

A maioria das pessoas tem a ideia formada de que o ato de estuprar uma pessoa envolve agressividade e, apesar de ser, de fato, um ato violento, ele não necessariamente envolve um comportamento agressivo.

Segundo os dados divulgados em 2016 pelo Fórum de Segurança Pública, em 2014, foram notificados 47.646 casos de estupro no Brasil, um caso a cada 11 minutos. Estima-se também que apenas 35% dos casos são registrados, mostrando que a violência sexual é uma realidade constante no país e que “precisa ser combatido socialmente, culturalmente e institucionalmente” (LEITE, 2016, n.p).

Esses comportamentos violentos para com as mulheres na sociedade se amparam pelo padrão machista e patriarcal em que ela se insere, onde a mulher é vista apenas como entretenimento e sua existência resumida a estar em benefício do homem, inferiorizada e objetificada.

Quando falamos de objetificação do corpo feminino estamos nos referindo à banalização da imagem da mulher, ou seja: a aparência das mulheres importa mais do que todos os outros aspectos que as definem enquanto indivíduos. (LIMA, 2016, n.p)

Algumas ferramentas são utilizadas para ajudar essa condição a se manter, como debates sobre crenças morais e religiosas que geram o questionamento acerca da sexualidade da mulher, que é colocada contra a mesma, possibilitando a sua culpabilização. Um exemplo disso é que, e uma situação na qual houve um crime sexual, as perguntas levantadas pela sociedade apenas abrangem a moral da mulher agredida, como: O que estava vestindo? O que estava fazendo nesse local, nesse horário? Estava bêbada? São questionamentos que tiram totalmente o foco do agressor impossibilitam uma melhor análise dos motivos que o levaram a praticar essa ação e acabam colocando a vítima numa posição de maior culpada pelo que lhe aconteceu.

Essa situação, inclusive, reflete no número de denúncias.

A banalização, a inversão de valores que leva a mulher a se sentir culpada pelo que ocorreu é o que gera a falta de denúncias no país. A falta de denúncias ajuda na diminuição das estatísticas sobre o crime, fazendo com que a conduta seja cada vez menos debatida, pois a sociedade não vê a necessidade. (NUNES; WILLRICH, 2016, n.p).

O movimento feminista tem sido um grande aliado das mulheres quando se fala de denúncias, pois é por meio deste que elas têm comunicado a outras mulheres a importância que esta traz na hora de dar visibilidade aos crimes de assédio, além de oferecer o apoio necessário.

Mulher na mídia

Apesar das mulheres estarem ganhando cada vez mais espaço em todos os aspectos da vida pessoal e profissional, ainda há muita coisa a evoluir. Uma delas é como a imagem feminina é retratada na mídia, não só brasileira, mas mundial. Apesar de vários telejornais e programas possuírem figuras femininas em suas bancadas ou cenários, a imagem da mulher mais constante estampada na mídia impressa, online ou televisiva é como objeto, seja de forma sensual, de desejo ou até mesmo sexual. Os principais aspectos dessa imagem estão presentes em propagandas publicitárias de vários produtos e objetos, como cerveja, roupas, carros, ou seja, de maior consumo masculino, constantemente presentes na mídia atual.

Ao consumir um produto com a imagem feminina como principal aspecto, o homem continua em seu lugar cultural de posse, ou seja, aquilo (a mulher) pertence exclusivamente a ele.

Destacamos que, nessa ótica, vê-se impresso nas revistas, jornais, em outdoors e na televisão, a imagem da mulher como objeto do espectador masculino. O apelo que os meios de comunicação divulgam é o arquétipo primitivo da posse. Ao adquirir ou ver uma imagem, tem-se a sensação de obtê-la de alguma forma como se aquilo que a imagem representasse, por algum momento lhe pertencesse (SILVEIRA; RABINOVICH, 2010, p. 2).

Não é de hoje que a mídia usa o corpo da mulher para vender algo. Esse fenômeno está enraizado na sociedade culturalmente, e em devido momento, acabou virando algo natural.

Outra vertente da mídia e publicidade são os produtos de beleza, que são sempre estampados por mulheres ricas, sejam atrizes ou cantoras, com um estereótipo que não se enquadra em todas as mulheres da sociedade atual. Com isso, a imagem da mulher perfeita é idealizada, tornando um objetivo de alcance entre as próprias mulheres que não se encaixam nesse padrão e também nos homens que passam a desejar uma imagem utópica.

Após as lutas feministas começarem a ganhar seu devido espaço na mídia, mesmo que timidamente, esse tipo de propaganda e uso indevido do corpo da mulher em diversas publicidades foi reduzido. As marcas passaram a entender que não é necessário usar a imagem da mulher para obter vendas, e sim possuir uma boa qualidade em seus produtos. Ainda que em passos pequenos, essa imagem feminina na mídia está começando a ser alterada.

Entretanto, ainda há muito que caminhar para que se chegue a uma igualdade entre homens e mulheres também no universo midiático. Apesar de estarem presentes em quase todos os canais televisivos e mídias impressas, é preciso modificar os contextos culturais referentes à imagem feminina. Moreno (s.d, p. 1) reforça que as mulheres ainda não ocupam seu devido lugar na mídia brasileira.

- Estamos ausentes nos espaços “sérios” (aparecemos só em 18% dos telejornais).
- Somos vítimas de uma invisibilidade seletiva – abusam do uso de nosso corpo para vender produtos, nos prometendo implicitamente como brinde, e aparecemos enquanto musas, enquanto vítimas, testemunhas, mas nunca como especialistas (afinal, estamos em todas as profissões e acumulamos 4 anos a mais de estudo que os homens em qualquer nível que se considere); nossas questões, problemas e demandas contemporâneas não são discutidos.
- Enquanto movimento social, somos ignoradas enquanto isso for possível, e criminalizadas ou ridicularizadas quando já não for possível nos ignora.

O papel da imprensa muitas vezes ajuda a definir uma sentença de prisão, por exemplo. A forma como a mídia aborda devido assunto pode mudar a forma como a sociedade pensará sobre o assunto em diante. No caso de alguma morte, principalmente se for uma pessoa famosa, a mídia muitas vezes ultrapassa o limite do apenas informar, e passa a retratar a reportagem de forma sensacionalista, muitas vezes desrespeitando a vítima e seus familiares.

Um crime que não é divulgado de forma correta na mídia é o estupro. Ainda que esse problema esteja presente na sociedade de modo cultural, o estupro é noticiado como caso isolado. Não se faz uma associação com o passado, com outros casos que acontecem diariamente não só no Brasil, mas ao redor do mundo. O papel da mídia não é apenas informar o ocorrido do momento, mas também informar e alertar a população sobre esse tipo de crime presente até hoje na sociedade e que com o passar os anos

continua perturbando a vida de todas as mulheres, de todas as faixas etárias, etnia, orientação sexual e classe social.

Um primeiro aspecto importante sobre a cobertura dos estupros é a individualização dos casos. As notícias não tratam o estupro como um problema estrutural da sociedade, e sim, como casos isolados de crimes. Porém, o estupro está muito longe de ser algo extraordinário. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), calcula-se que, em todo mundo, uma em cada cinco mulheres se tornará vítima de estupro ou tentativa de estupro no decorrer da vida. E ainda, segundo a Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM), a cada 12 segundos uma mulher é estuprada no Brasil. É raro vermos uma notícia que contextualize a violência noticiada. Nesses casos, não são mostradas ligações entre os casos de estupro, como ocorre com outros tipos de crime, passando a ideia, mais uma vez, de que esses delitos são pontuais. (PIMENTA, 2014, n.p)

Outro erro corriqueiro da mídia lembrado pela autora é o fato de retirar o conceito de que qualquer homem pode ser um, que pode estar presente na rua, no trabalho e até dentro de casa e torná-lo em um personagem fictício.

Um segundo fator que merece ser analisado é o modo como a mídia mistifica a figura do agressor. É corriqueiro vermos que são atribuídos apelidos aos estupradores, como no caso do Maníaco do Parque ou no do Maníaco da Moto, que tiram esses homens da posição de pessoas comuns e os levam ao patamar de aberrações. O problema dessa cobertura é criação de um distanciamento do agressor em relação à sociedade. Só que, na prática, esse distanciamento não existe. Estupradores não são figuras míticas e de fácil identificação como os jornais nos fazem pensar. Eles frequentam igrejas, eles são integrantes de bandas de música, jovens atletas, são nossos amigos, nossos professores e até nossos parentes. Segundo a Secretaria de Segurança Pública, mais de 80% das vítimas de estupro conheciam seus agressores. A mídia é responsável por essa falsa impressão de que estamos seguros em nossas residências, longe desses “monstros”. Os jornais só não dizem que esses estupradores podem estar dentro das nossas casas, das nossas famílias. (PIMENTA, 2014, n.p)

O caso que recebeu atenção nacional e causou grande comoção na mídia, que envolveu a adolescente de 16 anos que sofreu um estupro coletivo no Rio de Janeiro em maio de 2016 e o crime foi gravado e postado nas redes sociais, causou revolta e indignação. Mas a culpabilização da vítima esteve presente nas matérias, reportagens e veiculações da notícia. Boatos envolvendo o fato de ela ser mãe adolescente, ser viciada em drogas ilícitas e frequentar favelas acompanhou a notícia em vários veículos de

comunicação, a mídia como formadora de opinião faz com que a culpabilização da vítima seja propagada.

Refletir o papel das mídias é essencial para trazer à luz mecanismos que contribuem para a consolidação de uma cultura de dominação e violência silenciosa e discreta – por isso mais difícil de ser combatida, trata-se de dominação através da alienação. (MAVIGNIER; SILVA, N.; SILVA, R., 2016, p. 4).

A imagem distorcida da mulher, seja em forma de propaganda; sendo sexualizada ao extremo, ou de vítima de algum tipo de crime está presente quase que diariamente na mídia. Os números de casos de violência contra a mulher crescem constantemente, mostrando que igualdade de gênero está longe de ser algo real na sociedade, ainda mais se a mídia, que é uma formadora do senso comum, continuar propagando ideias machistas, culpabilizando a vítima e rebaixando a mulher a condição de um objeto sexual.

IstoÉ, Super Interessante e cultura do estupro

As revistas impressas, por possuírem um deadline mais extenso, têm a possibilidade de abordar os assuntos de diversos pontos de vista, dando oportunidade ao repórter de fazer matérias com uma pesquisa mais aprofundada, apurando os fatos com mais tranquilidade. Partindo dessa ideia, foram escolhidas estas duas revistas, a Isto É e a Super Interessante, que possuem linhas editoriais diferentes e são feitas para públicos também diferentes, mas que investiram e deram destaque ao tema cultura do estupro, uma vez que ele ocupou a capa das duas publicações.

Um primeiro aspecto averiguado a foi a forma de representação das vítimas – identificando se, em algum momento, houve uma culpabilização das mesmas – e de seus agressores – se foram tratadas de forma imparcial ou tendenciosa. Os recursos gráficos das matérias também foram analisados, procurando apontar com qual finalidade eles foram utilizados: para exemplificar e tornar a informação mais fácil de ser compreendida, ou apenas com o intuito de causar um “impacto visual” nos leitores, ser apenas elemento dramático na matéria.

Por se tratarem de publicações de datas diferentes – a Super Interessante é de 2015 e a IstoÉ de 2016 – outro ponto que foi explorado na análise partiu do fato de um

estupro coletivo no Rio de Janeiro, que causou comoção nacional, ter ocorrido entre as datas de publicação das duas revistas. A ideia foi observar quais foram as diferenças na abordagem antes (Super Interessante) e depois (IstoÉ) do episódio.

A metodologia usada foi a análise de conteúdo, baseada nos conceitos de Bardin. As alunas definiram dez critérios para fazer então uma análise comparativa entre as duas revistas, são eles: quadro geral, imagens, fontes, gênero das fontes, capas, texto, linha editorial, os termos utilizados para se referir às vítimas e aos agressores e, por fim, as autoras das reportagens.

Após a análise das duas reportagens, é possível dizer que a revista Super Interessante tratou o tema de forma mais didática, já que se preocupou em trazer várias histórias de diversas fontes para demonstrar ao seu público leitor que a cultura do estupro está enraizada na sociedade, e que pode ser observada em todas as classes e grupos sociais. Além disso, as produções fotográficas utilizadas mostram a preocupação em não apenas informar, mas alertar para a gravidade do crime de estupro, presente no mundo, e todos os seus tabus e preconceitos presentes no seu entorno, como tamanho da roupa e a cor do batom de uma mulher.

Os recursos gráficos utilizados pelas duas revistas são importantes para ambas as reportagens. O infográfico é um recurso visual amplamente usado pelas revistas para deixar a mensagem mais clara sobre determinado assunto. “Eles substituem longas explicações e ajudam o leitor a receber a mensagem rapidamente. Um assunto sem graça, ou difícil de expressar em palavras, pode se tornar mais claro com infográficos” (ALI, 2009, p.192). A Super Interessante traz infográficos, que são constituídos por imagens e dados que despertam a atenção dos leitores e auxiliam no entendimento sobre o assunto, de maneira clara e didática. A IstoÉ apresenta gráficos com menos destaque em tamanho e números e dados sobre o assunto.

Ambas as reportagens apresentam design diferenciado do resto do conteúdo, dando um destaque maior aos assuntos. A IstoÉ faz uso de design imitando sangue na reportagem e traz ilustrações degradantes para as mulheres, passando um visual apelativo e sensacionalista, e a escolha das cores também remete à violência. O design da Super Interessante é mais limpo e equilibrado.

As fotos usadas para ilustrar a Super Interessante são trabalhadas e feitas como complemento para a reportagem e são parte dela. Já a IstoÉ usa imagens apenas para ilustrar o texto, sem explorar ou exemplificar melhor o assunto. Sobre a importância da foto na reportagem.

Considerações finais

O papel da revista enquanto meio de comunicação é contribuir para a formação de opinião pública, informar e promover debates diante de temas atuais presentes na mídia. As duas publicações analisadas cumpriram com seu papel de formação de opinião e trouxeram as informações necessárias para maior e melhor entendimento de seu público leitor, com diferentes formas e aspectos, seja em um texto mais literário e fotos produzidas ou em texto informativo com dados em formas de ilustrações.

O assunto da cultura do estupro, tratado nas reportagens de capa de ambas as publicações, apesar de não ser algo novo na sociedade, precisa ser tratado publicamente e de forma mais constante, pois a violência contra as mulheres continua muito presente no dia-a-dia. Além disso, é um assunto complexo, com diversas possibilidades de ser abordado, uma vez que contém muitos seguimentos e aspectos a serem discutidos, como a pornografia, a pedofilia, os valores morais da própria sociedade patriarcal e o estupro em si. Por isso, deve ser discutido com cautela e didaticamente, para se entender e analisar corretamente suas causas e consequências.

Com a análise foi possível confirmar parcialmente a hipótese inicial do trabalho, uma vez que ela sugeria que a revista IstoÉ traria em seu texto um tom mais sensacionalista e culpabilizador no que diz respeito às vítimas. O sensacionalismo se mostrou presente visualmente na reportagem, pois a mesma mostra imagens agressivas, demonstrando violência, e faz uso de “prints” (censurados) do vídeo do caso de estupro coletivo no Rio de Janeiro como ilustração. A linguagem utilizada no texto, porém, é bem aplicada, fazendo com que a informação seja passada de maneira correta e respeitando a seriedade do assunto, sem, em nenhum momento, culpabilizar as vítimas.

No caso da Super Interessante, a hipótese confirmou-se, uma vez que a revista, por ser voltada para um público mais jovem, abordou o assunto de maneira mais didática, explicativa, fazendo uso de imagens produzidas e infográficos, com uma

linguagem narrativa mais dinâmica e, ao mesmo tempo, crítica, também sem atribuir culpa às vítimas.

A realização deste estudo permite também concluir que a pesquisa acadêmica possibilita construir uma visão mais crítica sobre o jornalismo, através da disponibilidade de dados concretos, que são cruciais para a formação de referências teóricas bem elaboradas. A utilização de referenciais teóricos e procedimentos metodológicos resultam em análises mais consistentes, que muitas vezes contrariam o senso comum, o que é positivo também para a evolução do próprio jornalismo.

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda N.; **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional. 2009.

ALVES, Bianca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

AMARAL, Ludmilla; BARBOZA, Mariana Q.; BORGES, Helena; BRANDALISE, Camila; PEREZ, Fabíola. *Um grito contra o estupro*. **IstoÉ**. São Paulo. Edição 2425, p. 52-57, jun. 2016.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. São Paulo: Nova Fronteira, 1980.

BELLINI, Priscilla; FOLGUEIRA, Laura; HUECK, Karin; QUEIROZ, Nana. *Como silenciamos o estupro*. **Superinteressante**. São Paulo. Edição 249, p. 32-41, jul. 2015

GURGEL, Telma. **Feminismo e luta de classe: História, movimento e desafios teórico-políticos do feminismo na contemporaneidade**. Disponível em <<http://www.mulheresprogressistas.org/AudioVideo/FEMINISMO%20E%20LUTA%20DE%20CLASSE.pdf>>. Acesso em 22 abr. 2017.

LEITE. Taís de Souza. **Cultura do estupro: A desconstrução das categorias sociais da mulher**. Disponível em: <<http://revistas.ufac.br:8081/revista/index.php/simposiufac/article/view/821/419>>. Acesso em 12 abr. 2017.

LIMA, Iana Alves de. **O que é objetificação da mulher?** Disponível em: <<http://www.politize.com.br/o-que-e-objetificacao-da-mulher/>>. Acesso em 08 abr. 2017.

MAVIGNIER, Tancy C.; SILVA, Nathália C. da; SILVA, Raija C. **Cultura do estupro e violência simbólica na Folha de S. Paulo.** Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1949-1.pdf>>. Acesso em 11 abr. 2017.

MORENO, Rachel. **As lutas feministas e a mídia.** Disponível em: <http://clam.org.br/uploads/arquivo/artigo_final_rachel%20moreno.pdf>. Acesso em 11 abr. 2017.

NUNES, Felipe D.; WILLRICH, Natalia V. **Inversão da culpa – A relativização a serviço da impunidade nos crimes contra as mulheres.** Disponível em: <<http://trabalhos.congrega.urcamp.edu.br/index.php/mic/article/view/50/904>>. Acesso em 11 abr. 2017.

PIMENTA, Juliana. **O estupro no discurso da mídia.** Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/clipping/o-estupro-no-discurso-da-midia-938720/>>. Acesso em 11 abr. 2017.

PINTO, Céli R. J. **Feminismo, história e poder.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>>. Acesso em 19 abr. 2017

RABINOVICH, Nora R.; SILVEIRA, Isabel O. **A imagem da mulher na mídia impressa brasileira e sua idealização na cultura.** Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1277471255_ARQUIVO_Aimagemdamlhernamidia-definitivo.pdf>.