

Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil

Ana Carolina D. Escosteguy¹

Márcia Rejane Messa²

O presente trabalho documenta a presença da temática das relações de gênero na pesquisa em comunicação, no período de 1992 a 2002, através de um levantamento de dissertações e teses, apresentadas nos programas de pós-graduação no país. Tal inventário destaca, também, os meios de comunicação privilegiados no conjunto de 65 pesquisas que trataram o tema.

estudos de gênero, pesquisa em comunicação, Brasil, meios de comunicação.

This paper aims to describe the relations between gender and media studies, through an inventory of Brazilian graduate research developed from 1992 to 2002. This analysis also emphasizes the different media focused in each research.

gender studies, media studies, Brasil.

Este trabajo documenta las relaciones entre el tema del género y los estudios de comunicación, en el período de 1992-2002, através de un inventario de la producción académica brasileña. Para tal, toma como objeto los trabajos de maestría y doctorado, destacando en la analisis los medios de comunicación privilegiados en dichas investigaciones.

Estudios de género, estudios de comunicación, Brasil.

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS e pesquisadora do CNPQ. Email: carolad@puhrs.br

² Mestranda e bolsista do CNPq no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Email: msmessa@terra.com.br

Ce text décrit la présence de la thématique des rapports de genre dans la recherche em communication pendant la periode 1992-2003 à travens de la documentations des mémoires et thèses soutenu dans les masters du pays. Cet analyse remarque aussi les médias recherché pour ce text.

Études de genre; recherche em communication; Brésil; médias.

Dentro das universidades brasileiras, os vínculos entre a pesquisa de comunicação e os estudos de gênero são ainda pouco explorados¹. Cientes da inexistência de um levantamento completo da produção científica sobre gênero e comunicação no Brasil, propomos, no presente artigo, preencher parcialmente esta lacuna. Trata-se de apresentar uma descrição do desenvolvimento desse tipo de estudo no campo acadêmico da comunicação, através da realização de um inventário das teses e dissertações apresentadas nos programas de pós-graduação no país, entre 1992-2002.

Apesar de ainda tímida, a presença dessa temática vem ganhando força no campo. Este é um dos pontos revelados pelo presente trabalho, realizado através de pesquisa documental². O conjunto total de investigações inventariadas que trata das relações de gênero como foco central no decênio estudado perfaz 65 trabalhos. A seguir, fazemos uma descrição das linhas de força observadas no mapeamento, destacando seus vínculos com os meios de comunicação: mídia impressa e audiovisual³.

Salientamos que não temos aqui a intenção de esgotar o tema. Queremos, sim, despertar o interesse pela problemática, contribuir para sua visibilidade, difusão e, quem sabe, servir de alicerce para futuras pesquisas ainda mais abrangentes sobre os estudos de gênero na comunicação.

De 1992 a 1996: Luzes, câmera: mensagem!

Dentro da pesquisa em comunicação, uma das linhas de trabalho é a que tem como foco a mensagem. A investigação centrada na mensagem objetiva compreender e analisar o universo feminino baseado nos conteúdos veiculados pelas distintas mídias, incluindo um olhar sobre a ideologia aí implicada. Na América Latina, nos anos 70, esse tipo de pesquisa alcançou seu auge. De acordo com Mercedes Charles (1996), as fotonovelas foram os primeiros objetos de estudo dessa perspectiva⁴. A temática era abordada buscando demonstrar que os assuntos e os valores dominantes nesse tipo de

literatura feminina atuavam como reforçadores de um protótipo de feminilidade baseado no cumprimento de papéis tradicionais: mãe, esposa e dona-de-casa (CHARLES, 1996).

No Brasil, esse tipo de pesquisa, concentrada na mensagem, é também realizada, como podemos verificar no mapeamento que fizemos das teses e dissertações produzidas entre 1992-1996, embora não alcance nenhuma relevância na produção do período. Das 754 teses e dissertações produzidas, apenas doze foram classificadas como estudos de gênero e comunicação. Cinco priorizaram tal temática na mídia impressa e quatro na mídia audiovisual, sendo que as outras três, por não terem nenhum meio de comunicação como base, foram classificadas como outros⁵.

O foco predominante do período (1992-1996) é a mensagem, seja no que diz respeito à mídia impressa ou audiovisual. No entanto, observamos dois vieses: um primeiro relacionado ao âmbito da produção, ou seja, na singularidade da produção feminina e um segundo na produção para o público feminino. Um exemplo da primeira situação é *Rainhas do Crime: ótica feminina no romance policial*, de Sônia Walkíria de Souza Coutinho (UFRJ, 1994), que faz uma análise da especificidade da autoria feminina através da leitura de romances policiais por elas escritos. A autora tenta mostrar como foram abandonados os modelos masculinos hegemônicos e como as mulheres saíram da condição de excluídas. Portanto, o destaque é a produção feminina do gênero narrativo que se expressa na mensagem.

Pelo segundo viés – produção para as mulheres –, podemos destacar a pesquisa de Jacqueline Rios dos Santos (UMESP, 1996), *Minha Amiga Cláudia*. Nesse caso, a autora faz uma decomposição da revista feminina em quatro categorias de mensagens: jornalismo, instrução, entretenimento e propaganda. A autora contesta as análises predominantes sobre as formas de discurso que o jornalismo feminino assume, mostrando que a revista *Cláudia* realiza práticas jornalísticas dinâmicas e atuais, como as da grande imprensa.

Nesta mesma linha, encontramos a pesquisa de Kátia Carvalho (UFRJ, 1995), *A Cidade das Revistas: imprensa feminina no Rio de Janeiro, anos 20*. A autora propõe que a implantação da imprensa

periódica brasileira no século XIX influenciou as origens da imprensa feminina na década de 20, quando as questões relativas à emancipação da mulher começavam a surgir na imprensa.

Ainda concentrada nos meios impressos temos *A Estética do amor e da morte em Poe: uma leitura possível da dualidade/conjunção do masculino/feminino*, de Soraya Ferreira Alves (PUCSP, 1996), e *Amazona, Valquíria e Vitória-Régia* (UFRJ, 1995), de Ana Arruda Callado. A primeira analisa seis contos de Edgar Allan Poe e observa nestes alguns pontos em particular que apresentam grande semelhança entre si, como o personagem feminino, o narrador e à constatação de que os contos são iguais no que diz respeito ao seu planejamento, construção das personagens e efeito alcançado. A segunda registra a ausência da revista *Walkírias* (1934/1960) e de sua fundadora e diretora, Jenny Pimentel de Borba, na bibliografia sobre imprensa, literatura e feminismo no Brasil.

A mídia audiovisual aparece pela primeira vez como objeto de estudo nesse período na dissertação de Flailda Brito Garboggini, *A Mulher Margarina: uma representação dominante em comerciais de TV nos anos 70 e 80* (UNICAMP, 1995). A autora faz um estudo da representação feminina nos comerciais da margarina Doriana, ratificando que este tipo de propaganda é um reforçador do protótipo da feminilidade baseado no cumprimento de papéis tradicionais. No caso de *Doriana*, aquele papel de mãe, esposa e dona da casa.

O movimento feminista no Brasil, no período de uma década, na cidade de São Paulo, é retratado por Telma Elita Juliano, a partir das produções videográficas de dois grupos principais em *Olhar Feminino: uma década de produção videográfica feminista no Brasil – 1983/1993* (UNICAMP, 1995).

Já *Mulher Solta, Mulher Louca: Maria Venuto – das horas de seus dias à tela de cinema*, de Aline Cristina Sasahara de Oliveira (UNICAMP, 1996), reflete sobre a construção do filme histórico através da elaboração de um argumento cinematográfico baseado na pesquisa e reconstituição histórica de Maria Venuto: imigrante italiana, mãe, esposa, amante e assassina.

Ainda sobre a mídia audiovisual temos a pesquisa de Jacira Vieira de Melo, *Trabalho de formiga em terra de tamanduá: a experiência feminista com vídeo* (USP, 1993). O propósito deste é observar o uso do vídeo por grupos femininos como apoio a suas ações na realidade social.

É interessante apontar que o subconjunto (1992-1996) de estudos sobre gênero e comunicação comentado acima, foi produzido, em sua totalidade, na região Sudeste, principalmente no eixo Rio-São Paulo, sendo a UFRJ a universidade de maior reincidência na temática - cinco trabalhos. Do ponto de vista da abordagem, como já foi dito anteriormente, a mensagem - em especial estereótipos da mulher nos meios - está em evidência, embora matizada por um olhar sobre a produção.

De 1997 a 1999: A hora e a vez do receptor

Na América Latina, em meados dos anos 80, teve início uma corrente de pesquisa que objetivava conhecer o receptor, aquele sujeito que todos julgavam passivo e vítima dos meios, principalmente o público infantil e feminino (CHARLES, 1996). Era o momento de entender a comunicação como um processo de interação, em que o receptor não só aceitava o que lhe era imposto, mas também o modificava quando dava ao produto midiático novos sentidos, de acordo com seu universo cultural. Esse tipo de estudo buscava saber como o público feminino era afetado pelos meios e, também, como se dava essa co-produção de sentido.

Estudar a recepção a partir de uma perspectiva de gênero implica conhecer como e por que a mulher se aproxima de diferentes meios de comunicação, em que contexto recebe suas mensagens e que uso faz delas em sua vida. Isto permite acentuar a interação dos meios com a realidade social e cultural das receptoras, conhecer seus gestos e preferências, assim como as razões que fazem com que elas se apropriem dos meios (CHARLES, 1996, p.43).

No Brasil, segundo nossa pesquisa, esta temática, vinculada às relações de gênero, só surge em 1998, em dois trabalhos. O primeiro, uma dissertação de Ligia Maria Moreira Dumont (UFRJ, 1998): *O Imaginário feminino e a opção pela leitura de romances*

de série. A autora faz um estudo da leitura dos romances seriados e seus possíveis efeitos em suas leitoras. Utilizando como amostra leitoras da Biblioteca da Escola de Biblioteconomia da UFMG, a autora desenvolveu uma pesquisa utilizando a etnometodologia e a técnica de história de vida para observar se os efeitos preconizados por tal literatura estariam se processando.

O segundo trabalho, de Helena Corazza, estuda como se dá as relações de gênero a partir de emissoras de rádio católicas do Brasil em *Comunicação e relações de gênero em práticas rádiofônicas da Igreja Católica no Brasil* (USP, 1998). A pesquisa empírica dá-se em duas emissoras e levanta indicativos de como, pelas práticas da recepção, os ouvintes se posicionam frente aos programas e identificam possíveis mudanças na liderança da mulher, tanto na emissora católica quanto na sociedade.

Apesar de serem as únicas dissertações sobre recepção no período (1997-1999), temos o lançamento do tema na pesquisa brasileira e o crescimento do número de trabalhos sobre gênero e comunicação. Das 835 teses e dissertações defendidas nos três anos especificados, 17 enfocam a temática de gênero - cinco a mais que no período anterior - 1992 à 1996. No que diz respeito aos meios, seis atentam para a mídia impressa e quatro para a mídia audiovisual. As sete restantes foram classificadas como outros⁶.

Sabendo que o gênero é uma construção social e cultural e está relacionado não só a mulher, mas também ao homem, temos duas produções que fazem, pela primeira vez, do masculino seu objeto de estudo. O primeiro, de Dario Girdano Caldas (USP, 1998), é intitulado *O velho e o novo na moda masculina: o processo de difusão da inovação no segmento clássico*. O autor parte do pressuposto que o "masculino clássico" é o segmento que incorpora mais lentamente a inovação e faz um estudo que se propõe a reconstruir a genealogia dessa tendência, chamada de "novo costume"⁷. O segundo, de Flailda Brito Garboggini Siqueira (USP, 1999), é um estudo sobre a representação masculina na publicidade televisiva dos anos 90, chamando-se *O homem no espelho da publicidade: reflexão e refração da imagem masculina em comerciais de TV*

nos anos 90. Trata-se de uma análise dos elementos do discurso publicitário, à luz da teoria semiótica. Retomando a metodologia greimasiana, a autora procura identificar uma tipologia de estereótipos de gênero utilizados nos comerciais mais representativos da década.

Outra temática que merece atenção é a do corpo na mídia, que aparece em dois dos trabalhos do período⁸. A idéia que atravessa essas pesquisas é que a mídia torna-se decisiva na responsabilização do indivíduo pelo seu corpo e pela transformação deste em objeto de consumo, associando-o, por sua vez, a um estilo de vida. Assim, o corpo é tanto produtor de sentido como produzido pelos sentidos em circulação pela mídia. São eles: *As construções estéticas de Cindy Sherman em Untitled Film Stills*, de Celso Martins Rosa (PUC/SP, 1997), que desmembra a primeira série de auto-retratos da artista (*Untitled Film Stills - black and white -1975-1980*), procurando identificar uma linha de construção estética da identidade explicitada nas formas e nos conteúdos que o corpo de Sherman pode desenvolver para contar sua história, seu próprio *film still*; *Configurações de uma plástica: do corpo à moda*, de Kathia Castilho Cunha (PUC/SP, 1998), que analisa a relação que se estabelece entre a plástica do corpo e a moda. Através da semiótica, a autora faz um estudo do quanto o corpo e a moda produzem uma identidade pessoal.

Um diferencial do período, independentemente da abordagem, ou da metodologia utilizada, é o aparecimento do Rio Grande do Sul no cenário acadêmico da pesquisa de gênero⁹. Isso foi verificado com as produções de Merli Leal Silva (PUCRS, 1997), e de Beatriz Koppe (UNISINOS, 1999), ambas sobre a mídia impressa. A primeira, *Publicidade e Ideologia: um estudo dos anúncios de produtos de beleza em NOVA*, optou por analisar os estereótipos da figura feminina nos anúncios da Avon, Natura e Helena Rubinstein, veiculados na Revista Nova. Já Beatriz Koppe, em *Mulheres de papel: histórias em dialeto no anuário rio-grandense - 1947/1960*, busca compreender como era apresentada a identidade feminina nas histórias dos anuários rio-grandenses.

Entre as demais pesquisas deste subconjunto (1997-1999), *Christine de Pisan: uma visão da mulher medieval*, de Lucimara Leite (PUC/SP, 1999), aborda a figura da mulher medieval, sobretudo pela ótica de escritora e mulher de Pisan, inferiorizada pelo não acesso à educação. Através do resgate da obra de Pisan, Leite tenta reconstituir o cotidiano das mulheres do fim da Idade Média. De uma outra perspectiva, Cláudia Regina Lahni, em *A presença das mulheres na imprensa sindical: um estudo da imprensa do Sindicato dos professores de Campinas e região* (USP, 1998), assinala a presença das mulheres em uma parcela da imprensa sindical.

Ainda focada na mídia impressa, a dissertação de Nádia da Cruz Senna (UNICAMP, 1999), *Deusas de papel: a trajetória feminina no HQ do ocidente*, discute a representação da imagem feminina no século XX, utilizando as personagens das histórias em quadrinhos como objeto central da pesquisa.

As outras teses e dissertações, desta vez sobre a mídia audiovisual, trazem temáticas variadas. Lindinalva Silva Oliveira Rubim, com *O feminino no cinema de Glauber Rocha* (UFRJ, 1999), faz uma análise das figuras femininas nos quatro primeiros longa-metragens do cineasta, compreendendo o feminino nos anos 60. *Mulheres e AIDS: as representações de uma epidemia fora de controle*, de Silvana Issa Afraim (USP, 1998), analisa os conceitos e valores veiculados nas campanhas de prevenção da doença dirigida às mulheres, de 1994 a 1996. A autora mostra que o discurso das campanhas tem uma relação com a cultura sexual machista, aquela mesma que fundamenta as desigualdades nas relações de gênero, uma das causas da "feminização" das epidemias em nosso país.

O trabalho de Ademir dos Santos Galvão, *Mulher, margarina, clichês e outros ingredientes: um estudo sobre mudanças conceituais na criação da propaganda de margarina* (UMESP, 1997), aborda as mudanças ocorridas na estrutura das mensagens publicitárias do produto margarina, tendo como referência os parâmetros criativos observados a partir de 1993, oportunidade em que se constatou uma nova forma de representar na propaganda as personagens femininas que caracterizam a dona de casa. O autor analisou a publicidade

tanto da mídia impressa quanto da audiovisual ¹⁰.

Como podemos verificar, o subconjunto do período (1997-1999) ratifica a importância da região Sudeste no desenvolvimento dos estudos de gênero dentro da comunicação, mantendo-se a tendência do período anterior (1992-1996). No entanto, desta vez destacam-se a PUC/SP e a USP, totalizando dez trabalhos (cinco em cada). Dos sete restantes, apenas dois de fora desta região, oriundos do Rio Grande do Sul.

De 2000 a 2002: As muitas representações do feminino

Quando falamos em representação, estamos lidando com algo intangível. As representações são sentidos que damos às coisas, posições muito fortes que compartilhamos no coletivo e que nos afetam reciprocamente (FRANÇA, 2004). Neste caso, restringimos àquelas que circulam pela mídia. Sendo assim, não é surpreendente que as representações midiáticas tornem-se foco de pesquisa no universo acadêmico da Comunicação, constituindo-se a linha de força do período.

Dos 1665 trabalhos (2000-2002)¹¹, 36 vinculam-se à temática de gênero. Nestas produções científicas, temos um destaque para a mídia impressa, com treze trabalhos. A mídia audiovisual perfaz nove. Os outros quatorze trabalhos não foram enquadrados em nenhum tipo de mídia específico já que não centraram sua atenção em nenhum meio de comunicação¹². No entanto, do subconjunto de 22 que focaram a mídia audiovisual e impressa, destaca-se a temática das representações do feminino em diferentes esferas na mídia que a seguir comentamos sucintamente.

Iniciamos com o trabalho de Cláudia Rejane do Carmo (UFRGS, 2001), que partiu da premissa que a telenovela age como instrumento de construção da realidade e manutenção da ordem social. Sua dissertação *A Mulher no horário nobre da TV: estudo sobre as representações do feminino da telenovela brasileira* teve como foco a identificação de regras que estruturam a (re)construção do

habitus de gênero na telenovela, o processo de transfiguração que faz ignorar ou reconhecer a violência de gênero nela encerrada. *Na telinha da TV: a mulher no exército*, de Cristiane Rosas Villardo (UFRJ, 2001) analisa o perfil da mulher no exército brasileiro e como sua imagem vem sendo veiculada pela mídia televisiva. Ainda dentro da mídia audiovisual, Gisele Paulucci discorre sobre a problemática em *A Representação do Feminino no Seriado Mulher: análise do discurso* (USP, 2002). Este trabalho consiste na análise do discurso do produto ficcional televisivo, *Mulher*, um seriado produzido pela Rede Globo e exibido semanalmente durante os anos de 1998 e 1999. Um dos seus objetivos é avaliar os modelos propostos de atuação feminina na sociedade brasileira no final da década de 90. Sylvania de Fátima Nagem Frota (UFRJ, 2001) também faz uma reflexão sobre a representação de gênero, mas muda o enfoque. Trabalha o discurso publicitário em revistas femininas e masculinas do Brasil e Estados Unidos em *Da Mulher-Objeto ao Objeto Mulher, o novo no mesmo: as representações de gênero e suas máscaras no discurso publicitário*. Na pesquisa *Identidade e Atualidade: a figura feminina nas revistas ilustradas japonesas nas eras Meiji, Taishô e Shôwa* (USP, 2002), Yoko Fushimo analisa, através das ilustrações das revistas para garotas, do início do século XX até meados da década de 50, a evolução da representação figurativa da adolescente, na qual autoras da década de 70 em diante se basearam para criar o protótipo da personagem de shôjo-manga - quadrinhos japoneses para garotas.

Ainda na mídia impressa, a representação é abordada em *Vozes do Silêncio: uma análise do discurso sobre a mulher na mídia impressa: tradição e transgressão, ficção e realidade* (USP, 2001), de Cláudia Lukianchuki. A investigação versa sobre a problemática do feminino veiculada na mídia impressa, buscando-se apreender a voz da mulher nos modos de dizer dos jornais Folha de S. Paulo e Diário Popular. *Repórter Eros. O sexo no jornalismo de revistas masculinas, femininas e gays* (USP, 2001), de Valmir José da Costa, mostra como o sexo começou a se insinuar na imprensa, relacionando-o com os públicos masculino, feminino e homossexual. Para exemplificar

esta distinção são analisadas as revistas "Nova", "Íntima", "Sexy", "Playboy", "Sui Generis" e "G Magazine" como representantes dos públicos heterossexual e homossexual. A análise mostra a forma, os conceitos, os valores e os tipos de comportamento que as revistas retratam ou transmitem para cada público.

O Rio Grande do Sul, no período de 2000-2002, aparece com quatro produções científicas sobre o tema gênero, sendo uma delas sobre recepção. Denise Teresinha da Silva em *Mulher e publicidade: um estudo da produção e da recepção da identidade da mulher-mãe na mídia televisiva* (UNISINOS, 2002) faz uma análise das diferentes lógicas de construção e apropriação de sentido na relação produção-produto e recepção-produto, envolvendo a imagem da mulher-mãe na propaganda televisiva. Esta dissertação teve como objeto as campanhas de Dia das Mães das Lojas Colombo, Renner e Claro Digital.

A temática da recepção, entretanto, não teve apenas no Sul do Brasil representantes. Exemplo disso é *O Corpo da Mulher - verdades e mitos sobre o ato fotográfico na Revista Playboy* (USP, 2002), de Eunice Tomé. A autora investiga os motivos da atração da imagem do corpo da mulher no universo masculino. Seu trabalho faz uma análise junto aos produtores editoriais, fotógrafos, modelos e aos leitores da revista Playboy, uma das mais antigas publicações no segmento. Outro destaque neste subconjunto é *A Saúde da Mulher na Imprensa Feminina* (USP, 2001), de Maria Fernanda Domingos de Britto. Partindo da premissa que a saúde da mulher é uma questão de direitos humanos, a pesquisadora analisa a cobertura de temas de saúde da mulher em três revistas femininas, procurando confrontar a produção jornalística com a percepção das leitoras, identificando concordâncias, críticas, lacunas e expectativas.

No segmento mídia audiovisual apontamos *A temática do feminino em Laços de família: processando alternativas de compreensão do feminino como oposição e complementaridade* (UNISINOS, 2002), de Fabiane Rosana da Silva. Um estudo sobre a temática do universo feminino na novela citada, principalmente sobre os tipos e alternativas de construção do feminino nela propostos.

Cinema e sentido: a mulher, o olhar e a janela (UFF, 2002), de Geisa Rodrigues, faz uma análise de três filmes de períodos e estilos diferentes – *Dona Flor e seus dois maridos* (1976), *Um céu de estrelas* (1996) e *Central do Brasil* (1998). Nestas três obras são investigadas diferentes possibilidades de construção do feminino. A autora busca uma nova proposta de entendimento de como o cinema influencia o processo de produção de sentidos sobre o feminino.

Beleza à venda na TV – O merchandising de produtos de emagrecimento e estética no programa Note e Anote da TV Record (UMESP, 2002), de Margarete Vieira Pedro, analisa como é construído o merchandising de produtos de beleza e emagrecimento veiculado nos programas femininos de televisão.

Ainda concentrada na mídia audiovisual, temos o trabalho de Celsi Brönstrup, *Gênero, Política e Eleições* (USP, 2000). A pesquisa traz um panorama sobre a trajetória política da mulher no Brasil, destacando a conquista do direito ao voto e a recente inclusão do sistema de cotas; examina a influência da mídia no trato das questões de gênero, e por último, analisa dois roteiros de programas de campanhas eleitorais com o propósito de destacar nas duas situações discursivas a articulação das questões de gênero. *Os Sonhos Podem Acontecer, Teorias e Práticas à Ampliação do Discurso Preventivo ao Abuso de Drogas com a Inclusão de Jovens Negros e Mulheres* (USP, 2002), de Rosângela Malachias, busca a percepção discursiva e imagética apresentada nas propagandas preventivas ao uso de drogas direcionadas ao público jovem, em particular aquelas produzidas no Brasil pela Associação Parceria contra as Drogas e a influência do discurso da “guerra contra as drogas” emanado pelo *Office of National Drug Control Policy* dos Estados Unidos. Dentro do mesmo propósito, são ainda analisados o filme americano *Traffic* e o documentário nacional *Notícias de uma guerra particular*. Estes foram escolhidos por darem visibilidade às questões levantadas na pesquisa.

Já os trabalhos que tomam a mídia impressa como base para seu estudo são, na sua maioria, sobre jornais. Este é o caso de A (Re)Construção da mulher através dos jornais A “Mãe de família”

e a "Família" – Rio de Janeiro – final do século XIX, de Cíntia Maria Machado Carvalho de Assis (UFRJ, 2002). Constitui-se em um estudo de representações veiculadas na mídia e tem, sobretudo, uma natureza reflexiva que objetiva entender a importância da mídia no processo de implementação de normas e códigos sócio-culturais dentro da sociedade carioca do final do século XIX.

Outro é *Brasil Mulher: Joana Lopes e a imprensa alternativa feminista*, de Karen Sílvia Debértolis (UFRGS, 2002), que resgata a trajetória do tablóide a partir da ótica de sua fundadora, Joana Lopes, e apresenta uma análise descritiva das vinte edições publicadas entre 1975 e 1980. A autora analisa como o jornal contribuiu para a constituição da imprensa alternativa feminista, bem como para a luta das mulheres pelas causas feministas e contra a ditadura militar.

Os discursos da imprensa sobre a mulher, especificamente sobre a cobertura do caso Daniella Perez, nos jornais *O Globo* e *O Dia*, é o objeto de pesquisa de Maria Celina Naves Machado Borges em *Nem Amélia nem Geni: um estudo comparativo dos discursos sobre a mulher no jornalismo impresso – o caso Daniella Perez* (UFRJ, 2000). O trabalho concentra-se no material publicado em 1996, priorizando a análise dos seus títulos. Esta conclui que as mulheres continuam enquadradas na velha e secular tríade – virgens/santas, mães/prostitutas ou na *good-bad girl*, versão mais moderna do velho aprisionamento.

As Cores da Mulher Negra no Jornalismo: o discurso nos jornais e revista (USP, 2002), de Edna de Mello Silva, quantifica e analisa os textos e as imagens sobre a mulher negra, publicados nos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo e nas revistas Cláudia e Marie Claire, no período de 1995 a 1997. O objetivo deste estudo é levantar as construções discursivas sobre a mulher negra que estejam presentes nas matérias jornalísticas.

Ruth Joffily Orbaw opta por fazer um histórico do jornalismo feminino em *Jornalismo de Moda, Jornalismo feminino e a obra de Alceu Penna* (UFRJ, 2002). A autora faz um resumo do jornalismo de massa, seus caminhos desde o Brasil-Colônia, passando pelo Brasil-Império, o início do Brasil-República até chegar aos dias atuais.

Em *Página Feminina: o ponto de encontro da mulher moderna. Estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano "A Gazeta" (1929-1943)*, Gisely Valentim Vaz Coelho Hime (USP, 2002) pretende analisar apenas a seção feminina do vespertino paulistano *A Gazeta*, observando o período de 1929 - quando foi criada - até 1943, quando se encerrou a administração do seu diretor-proprietário Cásper Líbero.

Saindo do ambiente imprensa como referência, Betania Maciel de Araújo faz um estudo para analisar os temas selecionados e publicados em dois periódicos científicos internacionais, *Science* e *Nature*, durante a década de 1990 em *Mulher e Ciência: questões e problemas da inserção feminina na pesquisa científica identificados pela agenda setting de dois periódicos científicos internacionais* (UMESP, 2002). A autora busca descobrir como tais publicações problematizam o papel da mulher na ciência, nos países considerados.

Observa-se que é neste período que surge o primeiro trabalho sobre Internet, de Lara Podestá Haje (UNB, 2002)¹³. Intitulado *Esferas Públicas Feministas na Internet*, a proposta da dissertação é fazer uma discussão das potencialidades da rede para a formação de esferas públicas e também uma análise de como o movimento feminista vem se apropriando - e/ou pode se apropriar - deste espaço.

Mais uma vez verificamos que a região Sudeste é destaque na pesquisa sobre gênero e comunicação, sendo neste período a USP sua maior representante, com dez pesquisas. Em comparação com o período anterior (1997-1999), agora o Rio Grande do Sul despenca com o dobro de trabalhos sobre a problemática. A UNB, por sua vez, surge com uma pesquisa, sendo que os demais permanecem distribuídos pelas instituições da região sudeste.

Apontamentos finais

A documentação inventariada, no que diz respeito aos meios privilegiados, destaca no decênio estudado a mídia impressa, com 24 pesquisas. A mídia audiovisual contabiliza 17, sendo que as demais

do conjunto de 65 variaram seu foco ou até mesmo não destacaram nenhum meio no estudo realizado¹⁴. No que diz respeito à construção do objeto de estudo, observamos uma concentração na mensagem, embora sob uma diversidade de enfoques, em especial destacados nos períodos 1992-1996 e 2000-2002.

O campo de investigação para aqueles que se interessam em estudar a comunicação sob uma perspectiva de gênero é, sem dúvida, um grande desafio. O tema permite inúmeras possibilidades e variações acerca das interações dos meios com seu público – na maioria das vezes – genericamente diferenciado. Parece-nos claro que os estudos de recepção merecem maior atenção, bem como o universo masculino e a problemática da raça.

Referências bibliográficas

CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicacion. In: Signo y Pensamiento, n.28, 1996, p.37-50.

FISCHER, Izaura Rufino; MARQUES, Fernanda. Gênero e exclusão social. In Trabalhos para Discussão. Agosto de 2001 (<http://www.fundaj.gov.br/tpd/>).

FRANÇA, Vera Regina Veiga. *Representações, mediações e práticas comunicativas*. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (orgs). Comunicação, representação e práticas sociais. Rio de Janeiro: Idéias & Letras, 2004, p. 13-26.

HEILBORN, Maria Luiza. Usos e abusos da categoria de gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque (org.), *Estudos sobre gênero e raça*. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1992, p. 39-44.

LEAL, Bruno de Souza, da UFMG. *Do Cultivo do Corpo: na mídia, na rua*. XIV Encontro da Compos. Junho 2005.

NASSIF, Bárbara; VANUZZI, Cristina; PIRES, Mariana; REIS, Pedro Henrique. A temática das relações de gênero nos estudos de comunicação. In: ESCOSTEGUY (org.), *Cultura Midiática e tecnologias do imaginário: metodologias e pesquisas*. EDIPUCRS, 2005, p. 197-214.

PEREIRA, Verbena Laranjeira. Gênero: dilemas de um conceito. In: STREY, M. N.; CABEDA, S. T. L.; PREHN, D. R. (org.) *Gênero e Cultura: questões contemporâneas*. EDIPUCRS, 2004, p. 173-198.

RAMOS, Ricardo; MARCONDES, Pyr. *200 Anos de Propaganda no Brasil: do reclame ao cyber-anúncio*. São Paulo: Meio & Mensagem, 1995.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: *Educação & Realidade*, n.20, 1995, p. 71-99.

STUMPF, Ida Regina; CAPPARELLI, *Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1992-1996)*: resumos. Porto Alegre: PPGCom/UFRGS, 1998.

STUMPF, Ida Regina; CAPPARELLI, *Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1997-1999)*: resumos. Porto Alegre: PPGCom/UFRGS, 2001.

TURNER, Lynn H; PEARSON, Judy C.; TODD-MANCILLAS, W. *Comunicación y género*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.

Notas

¹ Ver, por exemplo, Nassif, Vanuzzi et al. (2005) onde se apresenta um inventário da produção acadêmica sobre a temática de gênero, publicada nas revistas *Intercom, Comunicação & Sociedade* e *Dia-logos de la Comunicación*, no período de 1990 a 1999.

² O inventário das pesquisas foi elaborado através da consulta aos dois volumes de *Resumos de Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1992-1996) e (1997-1999)*, organizados por Ida Regina Stumpf e Sérgio Capparelli. Os resumos do período de 2000 à 2002 foram obtidos através de contato direto via e-mail com Ida Stumpf e consulta online ao banco de dados da UFRGS, no endereço <http://www6.ufrgs.br/infotec/teses00-02/tes2000.html>. Foram analisados os resumos que tinham como palavra-chave "gênero" e enfocavam prioritariamente esta problemática. Optamos por não incluir a listagem das teses e dissertações nas referências do presente artigo o que ampliaria demasiadamente sua extensão, no entanto, todas as informações necessárias para localizá-las estão no corpo do mesmo.

³ Como *Mídia Impressa* classificamos livros, revistas, jornais e HQs; *Mídia Audiovisual*: cinema, vídeo, e televisão. As investigações que não se enquadravam nessa classificação, foram catalogadas na categoria *Outros*. Nesta foram classificados fotografia, rádio, internet e pesquisas onde não há destaque para nenhum meio de comunicação.

⁴ No Brasil, Ecléa Bosi, pelo viés da psicologia, em 1973, defendeu a tese *Cultura de Massa e Cultura Popular: Leitura de Operárias* onde problematizou os vínculos entre um contingente de operárias de uma fábrica da periferia de São Paulo e a preferência pela fotonovela.

⁵ LERNER, Kátia. *Fragmentos do passado: história da vida de mulheres imigrantes judias*. UFRJ, 1996; MARQUES, Maria Fernanda Cabral. *Esterilização feminina e informação*. UFRJ, 1996; VIDAL, Maria Regina Aparecida. *Atuação da mulher na preservação/resistência da hereança cultural africana: o caso do Ile Leuiwyato*. UESP, 1994.

⁶ CALDAS, Dario Giordano. *O velho e o novo na moda masculina: o processo de difusão da inovação no segmento clássico*. USP, 1998. PATASSINI, Paola. *As filhas de Deméter: o cordão umbilical da cosmogonia feminina*. PUC/SP, 1997; CUNHA, Kathia Castilho. *Configurações de uma plástica: do corpo à moda*. PUC/SP, 1998. ROSA, Celso Martins. *As construções estéticas de Cindy Sherman em Untitled Film*

Stills. PUC/SP, 1997. ZAMBONI, Milton José. *O Fuero de Cuenca: uma interpretação das relações de gênero em fins do século XII*. PUC/SP, 1998; CORAZZA, Helena. *Comunicação e relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil*. USP, 1998. SILVA, Eliane Borges da. *Para além do próprio umbigo: as mulheres negras militantes de Salvador e a construção do imaginário feminino*. UFBA, 1998.

⁷ Apesar deste trabalho não estar incluído em nenhuma das mídias e ser classificado como outros, optamos por citá-lo uma vez que serve ao propósito de mostrar uma temática diferenciada do período: o masculino.

⁸ Os dois trabalhos não estão incluídos em nenhuma das mídias e foram classificados como outros. A opção por citá-los é mais uma vez mostrar uma temática diferenciada do período: neste caso, o corpo na mídia.

⁹ Apontamos que o surgimento dos programas de pós-graduação em comunicação no Sul do Brasil se dá a partir de 1994, ano de implantação dos cursos de Mestrado na PUCRS e UNISINOS. Em 1995, a UFRGS dá início ao seu programa.

¹⁰ Apesar de utilizar as duas mídias, para fins deste trabalho, este foi classificado como mídia audiovisual.

¹¹ Dados coletados online em 06/09/05, no endereço: <http://www6.ufrgs.br/infotec/teses00-02/tes2000.html>

⁹ CRIADO, Alex. Repórteres Pioneiras – resgate da trajetória de três jornalistas através da história oral. USP, 2001; DIAS, Iara de Jesus. *Mulheres Jornalistas*. USP, 2001; FISCHER, Luciana. *A publicitária em São Paulo no período de 1930 a 2000 – do pioneirismo ao posicionamento no setor*. UESP, 2002; FABBRINI, Regina. *Fiar e Destecer – os processos femininos de criação na comunicação*. PUC/SP, 2002; HAJE, Lara Podestá. *Esféricas Públicas feministas na Internet*. UNB, 2002. LUCA, Diva Luisa de. *Retrato da Mulher camponesa de Moçambique no século XX: um estudo de caso sob a ótica ocidental*. USP, 2001; PFAEFFLE, Amália Eugênia Fischer. *Mídia e cartografias feministas: estratégias comunicativas e micropolíticas*. UFRJ, 2001; PROCOPIAK, Ana Lúcia Jorge. *Três Autovisões Femininas*. UTP, 2002; LOPES, Maria Madalena de Freitas. *Como as mulheres amam: uma leitura semiótica-psicanalítica do amor feminino*. PUC/SP, 2002; CARVALHO, Sílvia Ferrara. *Encontros com o enigma de feminilidade: do universal ao particular*. PUC/SP, 2001; SOUZA, Carlos Antônio Braga de. *A Virgem Maria na pintura renascentista como significação da grande mãe paleolítica*. UNESP, 2002; RIBEIRO, José Luiz. *Da taquicardia à poesia*. UFRJ, 2001; RAVAZZOLLI, Simone. *A construção da identidade feminina e o discurso religioso católico*. UNB, 2000; VIEIRA, Vera de Fátima. *Gênero e Educação para Intervenção na Mídia*. USP, 2002.

¹³ Trabalho classificado na categoria outros.

¹⁴ Destas 24 que restam, classificadas como outros, leve-se em consideração que, na categorização adotada, também estão incluídos a rádio, fotografia e internet. Os trabalhos com foco nestes, na categoria outros, totalizam três.