

Ainda invisíveis? Panorama dos estudos sobre mulher e feminismo em congressos brasileiros de comunicação

Ruth de Cássia dos Reis

Universidade Federal do Espírito Santo, Departamento de Comunicação Social, Vitória, ES, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3571-3580>

Elen Cristina Geraldes

Universidade de Brasília, Departamento de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação, Brasília, DF, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0073-2001>

Daniela Zanetti

Universidade Federal do Espírito Santo, Departamento de Comunicação Social, Vitória, ES, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3252-2271>

Resumo

A partir da observação de que pesquisa em comunicação sobre a questão da mulher e do feminismo tem se ampliado nas últimas décadas, o objetivo deste estudo foi identificar as características dessa produção, suas temáticas, inscrições nos campos científicos, metodologias, autoras e autores de referência e a forma como dialogam com pressupostos do movimento feminista e da discussão de gênero. Um desafio que se coloca também é de ordem metodológica, que implica no recurso a métodos digitais para mapear e analisar grandes volumes de dados. Nesta pesquisa, são analisados 622 artigos apresentados nos dois principais congressos de Comunicação do Brasil, Intercom e Compós, entre 2000 e 2019. Conclui-se, entre outros pontos, que as pesquisas estão distribuídas por todo o Brasil, há predominância de mulheres pesquisadoras, hegemonia dos estudos de representação e discurso e recorrência de autores masculinos e europeus.

Palavras-chave

mulher; feminismo; gênero; pesquisa em comunicação; metodologia

1 Introdução

O objetivo deste artigo é mapear, descrever e analisar os artigos apresentados sobre mulher e feminismo em dois importantes congressos do campo da Comunicação, o Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e o da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), no período de 2000 a 2019, considerando-se, entre outras questões, as temáticas, os conceitos, as metodologias e os autores e autoras citados nas obras.

É notório o aumento de pesquisas, na última década, que se estruturam em torno dos conceitos de mulher, feminismo e seus correlatos no campo da Comunicação e que relacionam, portanto, estudos de mídia e questões de gênero. Há inúmeros estudos, com distintas abordagens, que se debruçam, entre outros tópicos, sobre estereótipos e formas de representação da mulher nas diferentes mídias, na propaganda, no jornalismo, no entretenimento, bem como sobre o lugar que as mulheres ocupam nas esferas da produção midiática e as relações de poder estabelecidas nesses contextos, problematizadas à luz do feminismo. A compreensão do que esses estudos têm em comum, o que destacam ou silenciam, o que valorizam ou ignoram, é importante para que possamos ter uma dimensão do olhar que tem sido lançado pela Comunicação a respeito de questões que envolvem os direitos e a redução das desigualdades sociais em decorrência das relações de gênero e de outros determinantes biológicos e culturais.

Dividimos este artigo em três momentos, além desta introdução e das considerações finais. No primeiro, há um breve histórico do encontro entre o campo midiático com as contribuições do feminismo. A seguir, apresentamos os procedimentos metodológicos utilizados para compor o *corpus* da pesquisa e descrevê-lo. No terceiro momento, realizamos a análise propriamente dita, constituída a partir dos resumos dos trabalhos e palavras-chave.

2 Um novo olhar

Na esteira do movimento feminista pós anos 2000, constituído como prática e como um campo de novas reflexões teóricas sobre a ideia de gênero, a esfera midiática foi absorvendo aos poucos as mudanças em curso e passou a incorporar pautas específicas relativas ao feminismo contemporâneo (aborto, igualdade de gênero, machismo, misoginia, violência contra a mulher, entre outras questões). Além disso, passou a atentar para

diferentes perspectivas sobre esses temas e adotar novas denominações para velhas práticas sociais, como o feminicídio, por exemplo.

Frente aos perfis editoriais já consolidados da chamada grande mídia, vimos também emergir veículos jornalísticos alternativos e colaborativos, principalmente em plataformas online, dedicados às questões específicas das mulheres e, em geral, feitos por mulheres¹. Na publicidade, a objetificação do corpo feminino e a exigência dos padrões tradicionais de beleza passaram a ser questionadas de forma mais crítica, exigindo engajamento e adesão das marcas às causas feministas. “Observatórios” e grupos de pesquisa passaram a denunciar a ausência de mulheres em posições de comando nas instâncias de produção e também as formas de representatividade dentro e fora das telas, no caso da TV e do cinema.²

A Marcha mundial das mulheres, as marchas das Margaridas e das Vadias, os movimentos *Me too*, Primeiro assédio e Ele não, entre outras iniciativas coletivas, marcaram a consolidação da “primavera feminista” neste início do século XXI. Ainda que de maneira tímida (ou mesmo a contragosto), a mídia – seja por meio do jornalismo, da publicidade ou do cinema – possibilitou uma maior visibilidade às demandas do feminismo na medida em que já não se podia mais ignorar a força dos diversos movimentos de mulheres, dentro e fora da internet.

É desse modo que as “ondas” do movimento feminista, ainda que conduzidas por demandas específicas, sempre demonstram o quanto é impossível “[...] descolar a esfera política da vida social, a vida pública da privada, quando se tem como objetivo a construção de uma sociedade democrática” (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 33). Para Marlise Matos (2010), o movimento feminista contemporâneo atua em “arenas paralelas”, tanto na sociedade civil como nas “fronteiras existentes entre esta e o Estado” (MATOS, 2010, p. 69), e também enfatiza a importância de se considerar “[...] as fronteiras interseccionais, transversais e transdisciplinares entre gênero, raça, sexualidade, classe e geração” (MATOS, 2010, p. 68-69).

Ana Carolina Escosteguy (2019) destaca que o movimento feminista, desde muito cedo, desenvolveu uma relação estratégica com os meios de comunicação, utilizando da mídia como instrumento de ação política, investindo, por um lado, na crítica e na reflexão acerca da “[...] atuação dos meios na construção simbólica de papéis e estereótipos de gênero – incluindo a representação política das mulheres” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 17), e, de outro, de

¹ A revista AzMina, Think Olga, Agência Patrícia Galvão, Nós Mulheres da Periferia são alguns exemplos dessas iniciativas.

² O site Mulher no Cinema, por exemplo, apresenta dados atuais sobre a participação das mulheres na indústria cinematográfica. Disponível em: <https://mulhernocinema.com/>.

seu “[...] uso alternativo no combate aos discursos dominantes e produção de discursos feministas” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 17).

No campo acadêmico, o gênero feminino, como marcador identitário e também como norteador reflexivo, tem sido apropriado não somente como objeto de estudo, mas, sobretudo, como eixo epistemológico e categoria analítica. Contribui, dessa forma, para dar visibilidade às desigualdades sociais compreendidas para além de marcadores teóricos consagrados como o de classe social (vinculados às correntes mais próximas do socialismo e do marxismo), e também possibilitar abordagens teóricas e metodológicas distintas para se pensar o lugar das mulheres em relação a questões como a representação política, justiça social, identidade, representatividade midiática, violência física e simbólica, divisão sexual do trabalho, entre outras. Para Miguel e Biroli (2014), a causa feminista foi e deve ser também uma luta “[...] por transformações que levem a sociedades mais justas do ponto de vista de suas estruturas econômicas, sem perder de vista as especificidades de gênero” (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 9).

É nesse sentido que os paradigmas de pesquisa mais contemporâneos, como o transformativo, surgem nos anos 1980 a partir da inquietação de pesquisadores que viam nas suposições pós-positivistas a imposição de leis estruturais e teorias que não se adaptavam à realidade de certos indivíduos, caracterizada pela marginalidade social, ou não abordavam questões de poder e justiça social, discriminação e opressão. Tal paradigma, portanto, agrega pesquisadoras e pesquisadores vinculados aos teóricos críticos, adeptos da ação participativa, marxistas, feministas, minorias raciais e étnicas, membros da comunidade LGBTQIA+, entre outros. Uma visão de mundo transformadora sustenta que a investigação precisa estar articulada à política e a uma agenda de mudanças para confrontar situações de opressão na sociedade (CRESWELL, 2014), como propõem os estudos feministas e de gênero.

Algumas pesquisadoras já se ocuparam em identificar como o campo da Comunicação tem comparecido ao debate sobre a questão da mulher e do feminismo, como Escosteguy (2019), que investigou a produção acadêmica brasileira sobre recepção (nos estudos de mídia) da década de 1990, constatando que o conceito de gênero não fazia parte do eixo estruturador das pesquisas, sendo tão somente usado como sinônimo de “mulher” e atravessado por essencialismos. Na mesma década, surge uma nova perspectiva em relação ao binômio sexo/gênero a partir da teoria *queer*, contribuindo para emergir um sujeito político “[...] vinculado aos feminismos, mais diversificado e multifacetado, incluindo a compreensão de identidades LGBTs” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 12). Escosteguy (2019)

identifica a ascensão do pós-feminismo na primeira década do século XXI, e o ano de 2015 como mais um divisor nesse campo de estudos, marcado por muitas mobilizações que: “[...] tiveram como elo, para além da defesa de reivindicações históricas do movimento feminista e LGBTQIA+, a utilização do espaço da internet como potencializador de inúmeras ações feministas” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 17-18). Em sua conclusão, a autora afirma que os estudos de mídia articulados às questões de gênero se expandiram.

Em trabalho recente com foco na economia política da comunicação brasileira, Bahia *et al.* (2020) revelam disparidades que promovem um apagamento das mulheres nesse campo de estudos. A pesquisa se dedicou à análise da visibilidade feminina das duas décadas de publicação da Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPTIC), levando em consideração espaços de destaque, distribuição autoral e referencial bibliográfico. Em relação ao conselho editorial do periódico, as autoras verificaram que 94,11% das pessoas que compõem o conselho editorial da EPTIC são homens e brancos. Nos artigos de autoria individual, 46,7% são de autores e 22,6% de autoras. Na sessão de entrevistas, homens brancos representam 81,8% dos entrevistados. Esses dados, portanto, revelam que a grande concentração de referências no campo da Economia Política da Comunicação (EPC) brasileira é masculina.

As marcas da dimensão identitária e, em particular, da presença da mulher e do feminismo no universo de estudos da Comunicação, já trabalhadas por outros pesquisadores, são um ponto de partida importante para o desenvolvimento das reflexões e análises que apresentamos neste artigo. O avanço da compreensão do que Dubet (2020) denomina de “sistema das desigualdades múltiplas” requer um exame de como essas diferenças se materializam, a fim de que possamos constituir de forma afirmativa os problemas a serem enfrentados e superados. O olhar alongado sobre estudos pontuais já realizados ao longo do tempo, particularmente no universo midiático, revelam como essas questões vêm sendo constituídas e debatidas.

3 Formas de olhar: os procedimentos metodológicos

A opção por mapear os artigos sobre mulher e feminismo na área de comunicação no período que vai de 2000 a 2019 se deveu a fatores materiais, como disponibilidade de base de

dados estruturada online por parte das sociedades científicas³ e à centralidade que os encontros nacionais das duas sociedades científicas escolhidas, Compós e Intercom, ocupam no campo da Comunicação. Além disso, é nos congressos que se pode acompanhar os primeiros movimentos dos pesquisadores no desenvolvimento dos seus trabalhos, que depois tendem a se consolidar nas publicações especializadas. Buscou-se também um arco temporal que permitisse visualizar os movimentos que marcam qualitativa e quantitativamente os estudos comunicacionais de caráter feminista.

Para o desenvolvimento do estudo foram adotadas diferentes etapas e procedimentos, iniciando-se com a seleção e o levantamento dos artigos que constituíram o *corpus* da pesquisa nos anais. O levantamento foi realizado por meio de um *script* em Python, desenvolvido para selecionar conteúdos que contivessem em seu título as palavras “mulher”, “feminismo” e “feminino”⁴, tendo sido identificados 622 *papers*. Em seguida, outro *script* foi desenvolvido para a extração dos seguintes itens de cada *paper*: título, autores, procedência do autor, palavras-chave, resumo e referências bibliográficas, que foram organizados e revisados manualmente para eliminação de eventuais inconsistências.

A interpretação do banco de dados foi realizada com auxílio de aplicativos de análise estatística, como o Microsoft Excel e o *Tableau Public*, de análise de textos reunidos no *Voyant Tools* e o *Gephi*, para análise da rede formada pelas referências. Esses *softwares* proporcionam recursos de visualização que permitem percorrer as etapas de organização dos registros e codificação dos conteúdos, facilitando a produção de inferências e interpretações dos dados. Uma primeira etapa compreendeu uma análise quantitativa do conjunto de trabalhos; a segunda se constituiu de análise textual, a partir da frequência de palavras e suas relações; e a terceira, uma análise de rede a partir das referências bibliográficas existentes nos artigos. Trata-se de uma investigação com perspectiva multimetodológica: estatística, lexicométrica e de rede. Os dados quantitativos são os primeiros a emergirem e oferecem, nessa aproximação, as indicações iniciais que permitirão remeter a uma visão qualitativa do conjunto de trabalhos. A quantidade de trabalhos apresentados por ano nos congressos, por exemplo, indica a ocorrência de maior interesse no tema e tem potencial de informar a procedência geográfica e institucional dos artigos, permitindo inferências sobre regiões ou

³ A Compós oferece a sua série de anais em banco de dados estruturado a partir do ano 2000 e a Intercom a partir de 2001. No sítio da Intercom na Internet é possível encontrar anais de anos anteriores em arquivos compactados, oriundos de versões em CD, e possíveis de ser abertos manualmente. Desta forma é que foram recuperados os dados do ano 2000.

⁴ O programa foi desenvolvido no âmbito do projeto de pesquisa Modelos metodológicos para estudo de discurso e narrativas em processos de comunicação contemporâneos no contexto da cibercultura, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes).

instituições hegemônicas. A recorrência de determinadas palavras também é quantificável e o arranjo delas nos textos são importantes marcadores, pois funcionam como pegadas para a compreensão dos valores investidos em sua textualização e, portanto, dos sentidos que produzem. “Quando uma palavra significa é porque ela tem textualidade, ou seja, porque sua interpretação deriva de um discurso que a sustenta, que a provê de realidade significativa” (ORLANDI, 1995, p. 111). Além disso, a análise de rede formada pelos autores citados, baseada em dados também quantificáveis oferece pistas importantes sobre os fundamentos teóricos e influências acadêmicas das pesquisas.

4 Em busca do olhar comunicacional

O número de trabalhos apresentados nos congressos da Intercom e da Compós sobre o tema pesquisado teve um crescimento de 296% da primeira para a segunda década deste século, passando de 157 entre 2000 e 2009 para 483 entre 2010 e 2019⁵. Uma ascensão significativa é observada a partir de 2015 (Figura 1), escalada que podemos atribuir a diversos fatores, em especial, ao incremento da mobilização das mulheres e dos movimentos feministas no Brasil, principalmente pós 2013; à intensificação das lutas feministas, em nível nacional e internacional; ao avanço na legislação que busca de deter a violência contra a mulher com a criação de redes de apoio e atitudes mais efetivas de denúncias de violência (HAWKESWORTH, 2006). Em 2016, foi aprovada no Brasil a Lei do Femicídio (BRASIL, 2015), que torna esse tipo de homicídio crime qualificado e de caráter hediondo.

⁵ Embora a década se inicie em 2001 e termine em 2010, criamos, para efeito de investigação, a divisão 2000 a 2009 e 2010 a 2019 para conseguirmos comparar e analisar duas décadas cheias, já que os dados de 2020 ainda não se encontram disponíveis.

Figura 1 - Evolução do número de trabalhos no Intercom e na Compós ao longo do tempo



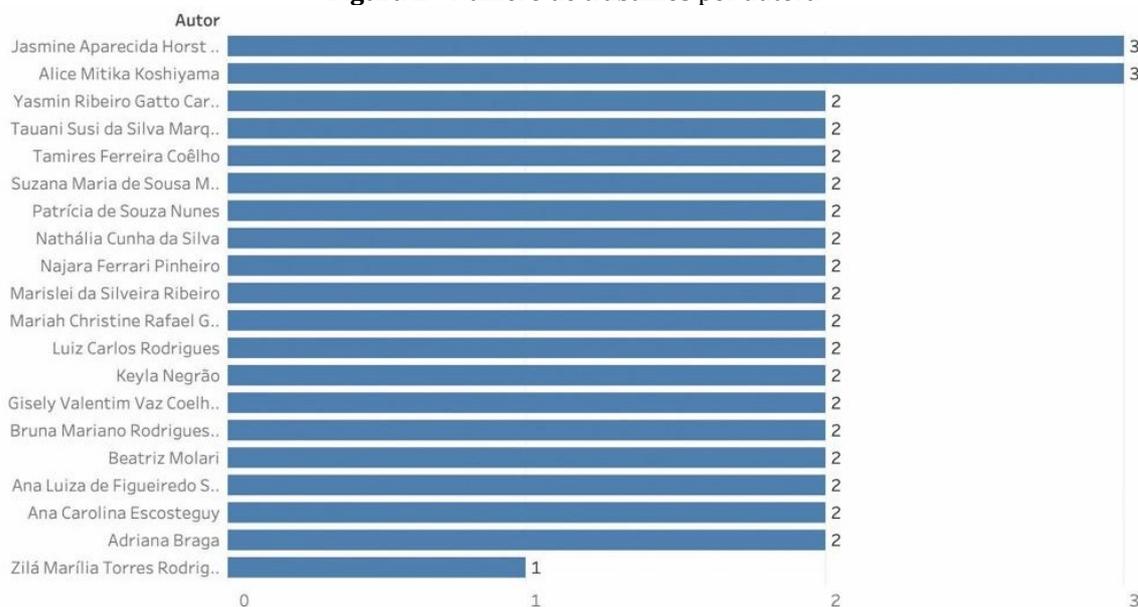
Fonte: Gerado em *Tableau Public* pelas autoras.

Observa-se também nesse período uma intensificação do ativismo digital feminista, com mobilizações em rede como #meuprimeiroassédio, #Meuamigosecreto, #metoo e uma divulgação mais alargada dessas mobilizações pela internet com a criação de novos espaços e perfis dedicados ao feminismo. Por outro lado, verifica-se o avanço de pautas de viés conservador, sustentadas por grupos políticos que se viram empoderados pela vitória de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos e pelo impeachment de Dilma Rousseff no Brasil, em 2016, seguidos da vitória de Jair Bolsonaro, assumidamente conservador, para a presidência, em 2018.

Os trabalhos apresentados nos dois congressos de comunicação reúnem em média dois autores, sendo 80% mulheres e 20% homens, considerando-se para esta análise apenas a primeira assinatura do artigo. Observa-se, também, que há uma renovação contínua de autoras⁶, a maioria apresentando apenas um trabalho sobre os temas durante os últimos 20 anos. Somente duas autoras – Jasmine Aparecida Horst e Alice Mitika Koshiyama – aparecem com três trabalhos, 17 com dois e as demais com apenas um trabalho (Figura 2).

⁶ Optamos por formar o plural de autor no feminino, considerando a predominância de mulheres.

Figura 2 - Número de trabalhos por autora



Fonte: Gerado em *Tableau Public* pelas autoras.

Considerada a procedência dessas autoras, constata-se que o maior número de contribuições provém de instituições com programas de pesquisa consolidados, como a Universidade de São Paulo (USP), com 5,14% dos trabalhos; a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com 4,18%; a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com 3,53%, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com 3,05%; e a Universidade de Brasília (UnB), com 2,89%. Apesar dessa prevalência, 157 instituições dos diferentes estados brasileiros aparecem na pesquisa, o que demonstra que o tema se encontra disseminado por todas as regiões.

Os trabalhos também aparecem em quase todas as divisões temáticas adotadas pelos dois congressos, demonstrando que os estudos sobre mulher e feminismo perpassaram todas as áreas de interesse do campo da Comunicação nos últimos 20 anos. Para melhor compreensão, agrupamos as diversas subdivisões e denominações de cada área, observando as mudanças ocorridas na configuração temática dos grupos de pesquisa nos eventos, e verificamos que a de Jornalismo é a que responde pelo maior número de pesquisas realizadas, com 105 trabalhos (16,88%); Publicidade e Propaganda soma 55 trabalhos (8,84%), Cinema e Audiovisual, 20 (3,22%) e Relações Públicas, 6 (0,96%).

Numa segunda fase da análise foram verificados os títulos, resumos e palavras-chave, para a qual recorreremos ao *software Voyant Tools*, prospectando principalmente a frequência

relativa de determinadas palavras nos conjuntos textuais. Os dados textuais foram divididos em quatro grandes blocos de cinco anos – 2000 a 2004; 2005 a 2009; 2010 a 2014 e 2015 a 2019 –, a fim de gerar comparações entre períodos de tempos para promover comparativos temporais. A frequência relativa expressa o número de repetições de uma palavra em relação à contagem total, permitindo assim uma comparação equânime entre os documentos agrupados por quinquênio. Para algumas buscas adotamos a redução das palavras à sua raiz (*stemming*) a fim de encontrar variações morfológicas ou sinônimas.

Buscamos nos títulos uma primeira aproximação aos artigos e seus sentidos. Considerados como a síntese mais precisa do trabalho, estes mostram um panorama das abordagens dos estudos sobre a mulher no campo da Comunicação. Por meio da frequência de palavras, visualizadas na forma de uma nuvem (Figura 3), confirma-se a predominância das áreas de Jornalismo e Publicidade e Propaganda no âmbito da comunicação. A multiplicidade de termos encontrados nos títulos demonstram tanto os múltiplos olhares e perspectivas, quanto a dificuldade de encontrar uma regularidade no tratamento e abordagem sobre o tema. No entanto, a partir da recorrência de palavras visualizamos algumas tendências ao longo dos anos.

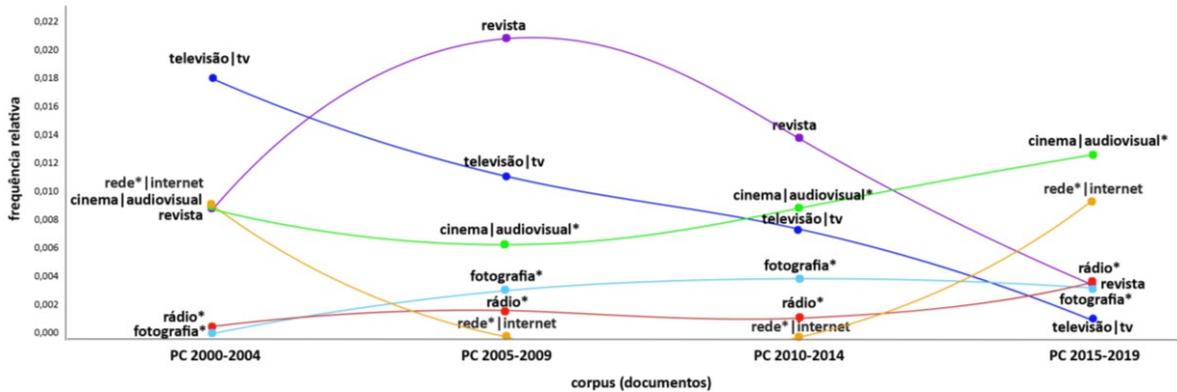
Observa-se que as cinco palavras mais presentes entre as 8.311 formas únicas de palavras encontradas nos títulos, são: análise, representação, representações, gênero e comunicação. Tais termos indicam uma opção hegemônica de abordagem do tema: analisar a representação da mulher. Também é possível verificar preferências por enquadramentos temáticos principais como gênero, violência, corpo, beleza, consumo, identidade, cultura e imagem. A palavra mídia aparece com frequência nos artigos examinados e as palavras revista, televisão, rádio, jornal e imprensa apontam para os meios de comunicação mais examinados nas pesquisas.

1970 e 1980, quando algumas autoras passam a transpor o determinismo biológico para defender um princípio culturalista, especialmente depois da publicação de *Sex and Gender* (STOLLER, 2020), além de autoras de referência como Simone de Beauvoir, Gayle Rubin, Judith Butler, Donna Haraway (GARCÍA, 2008). Por este caminho, passou-se a trabalhar a compreensão de gênero de forma não determinista e não binária, ressaltando-se as influências sociais, psicológicas e culturais na definição das formas de construção do feminino.

A opção pelas palavras Publicidade e Jornalismo pode ser tomada como uma preocupação de situar os trabalhos nas áreas de conhecimento a que pertencem os artigos, enquanto a ocorrência do termo feminista ou feminismo revela um empenho de nomeação e de inscrição do trabalho num discurso feminista. É possível observar na Figura 4 que as cinco palavras mais repetidas ocorreram em cada um dos intervalos de cinco anos, nos 20 últimos anos. Nesta visualização (Figura 4) é importante atentar para as colunas, que mostram a relação de proporção entre as palavras e suas flutuações ao longo dos anos. O dado mais significativo é a escalada do termo feminismo (e derivados), principalmente a partir de 2014, o que sugere uma retomada do discurso feminista de forma mais exuberante do que nos anos anteriores, quando permaneceu relativamente silenciado. Ao longo dos últimos anos, com a maior disseminação do movimento feminista e de canais de divulgação, especialmente em redes digitais, o feminismo tem sido ressignificado, o que favorece uma associação maior das diversas questões relacionadas à mulher ao feminismo.

Os meios de comunicação escolhidos pelas autoras para suas pesquisas se modificam na medida em que o ecossistema comunicacional se transforma (Figura 5). Há um aumento na frequência relativa dos termos internet/redes, cinema/audiovisual, no último quinquênio, e uma queda significativa na frequência dos termos televisão e revista, na segunda década deste século, enquanto fotografia oscila para cima entre 2010-2014 e declina no quinquênio seguinte. As barras verticais, ao longo dos anos, se tornam mais baixas e próximas, demonstrando mais equidade nos estudos das diferentes mídias e linguagens. Esse comportamento reflete o interesse de pesquisa da comunidade, as mudanças ocorridas na estrutura de comunicação com a digitalização, e o investimento em estudos sobre a questão da mulher nas diferentes especialidades.

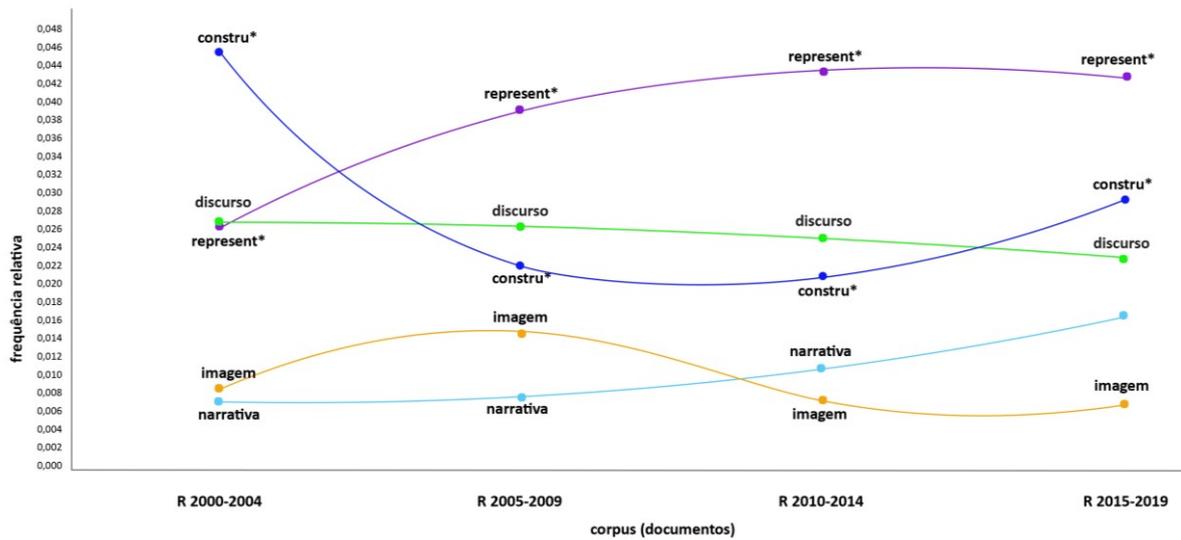
Figura 5 - Frequência relativa de palavras-chave que expressam tipos de conteúdos e mídias/linguagens pesquisados



Fonte: Gráfico gerado em *Voyant Tools* pelas autoras.

Outro segmento dos artigos analisados foi o dos resumos, nos quais buscamos os enquadramentos das pesquisas, entre suas 67.992 palavras únicas. Na Figura 6, mais uma vez é evidenciada a persistência dos termos representação/representações (184 ocorrências), o que indica predominância dos estudos sobre os conteúdos produzidos pela mídia e uma visão do universo midiático como espaço de produção de sentidos operando sobre uma determinada “realidade” pré-existente. Também se mostra preferencial o termo “discurso(s)” (177 menções, que, quando somado aos seus derivados sobe para 221). Apesar disso, não se observa uma preocupação com a demarcação desse conceito, visando inscrevê-lo numa perspectiva teórica específica deste universo teórico-metodológico (identificamos apenas 28 entre os 622 trabalhos), por meio de menção a autores ou métodos, o que poderia fornecer elementos para um enquadramento mais específico dessa abordagem. O mesmo se dá com os demais termos: construção (126), imagem (111) e narrativa (100). Registra-se com essas palavras a referência genérica ao trabalho linguístico e visual realizado pelos meios de comunicação sobre o feminino, a mulher e os movimentos feministas.

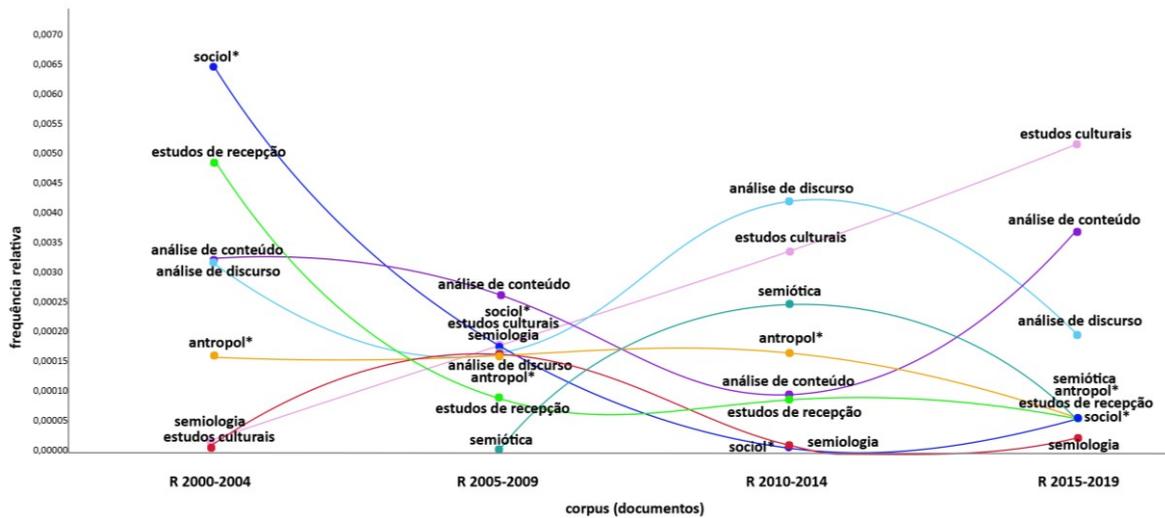
Figura 6 - Evolução dos enquadramentos dos estudos expressa nos resumos



Fonte: Gráfico gerado em *Voyant Tools* pelas autoras.

Quanto à dimensão teórico-metodológica (Figura 7), a baixa frequência de menções a este aspecto nos resumos dificulta a visualização do delineamento das pesquisas. Ainda assim é possível mapear, nos poucos que trazem essas informações, um crescimento constante de abordagens ancoradas nos estudos culturais ao longo dos 20 anos e uma redução das ligadas à sociologia e estudos de recepção, principalmente no primeiro quinquênio. A referência à antropologia também decai, mas apenas no último quinquênio. Não são frequentes as menções a estudos históricos ou sociológicos sobre a presença da mulher, seja nos estudos ditos de representação ou seja no contexto da produção e do trabalho dos meios de comunicação. Aportes oriundos da semiótica e semiologia também são reduzidos, enquanto os vinculados à análise do discurso e à análise de conteúdo demonstram se manterem constantes, mesmo que apresentem flutuações nos quatro quinquênios. No último quinquênio, observa-se uma retomada importante da análise de conteúdo.

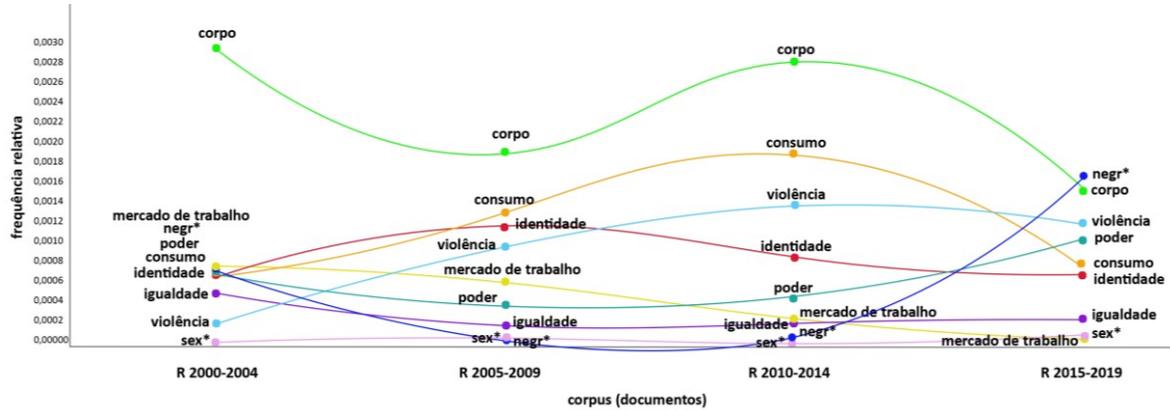
Figura 7 - Principais menções a perspectivas teórico-metodológicas nos resumos



Fonte: Gráfico gerado em *Voyant Tools* pelas autoras.

Uma prospecção sobre os termos mais mencionados como temas e/ou objetos (Figura 8) de pesquisa demonstra a preocupação com questões como corpo (127 ocorrências), consumo, (102) sexualidade e derivados (81), identidade (81), violência (76), participação da mulher (66), poder (48) e, em menor escala, mercado de trabalho (12). Outro dado a considerar é o fortalecimento da questão racial, com destaque para a mulher negra (74), destacadamente na última década. Os trabalhos versam principalmente sobre a mulher e o corpo feminino na mídia, abordando aspectos relacionados aos ideais da beleza, à exploração do corpo da mulher na promoção e venda de mercadorias e ao corpo feminino como mercadoria. A violência contra a mulher tem sido uma constante nos trabalhos apresentados, mostrando-se, na análise de recorrência de palavras, a questão da violência simbólica e doméstica. Uma leitura possível do gráfico na Figura 8 é a distribuição vertical dos termos, que apresentam uma tendência de equilíbrio na presença dos vários temas, principalmente no segundo e quarto quinquênios.

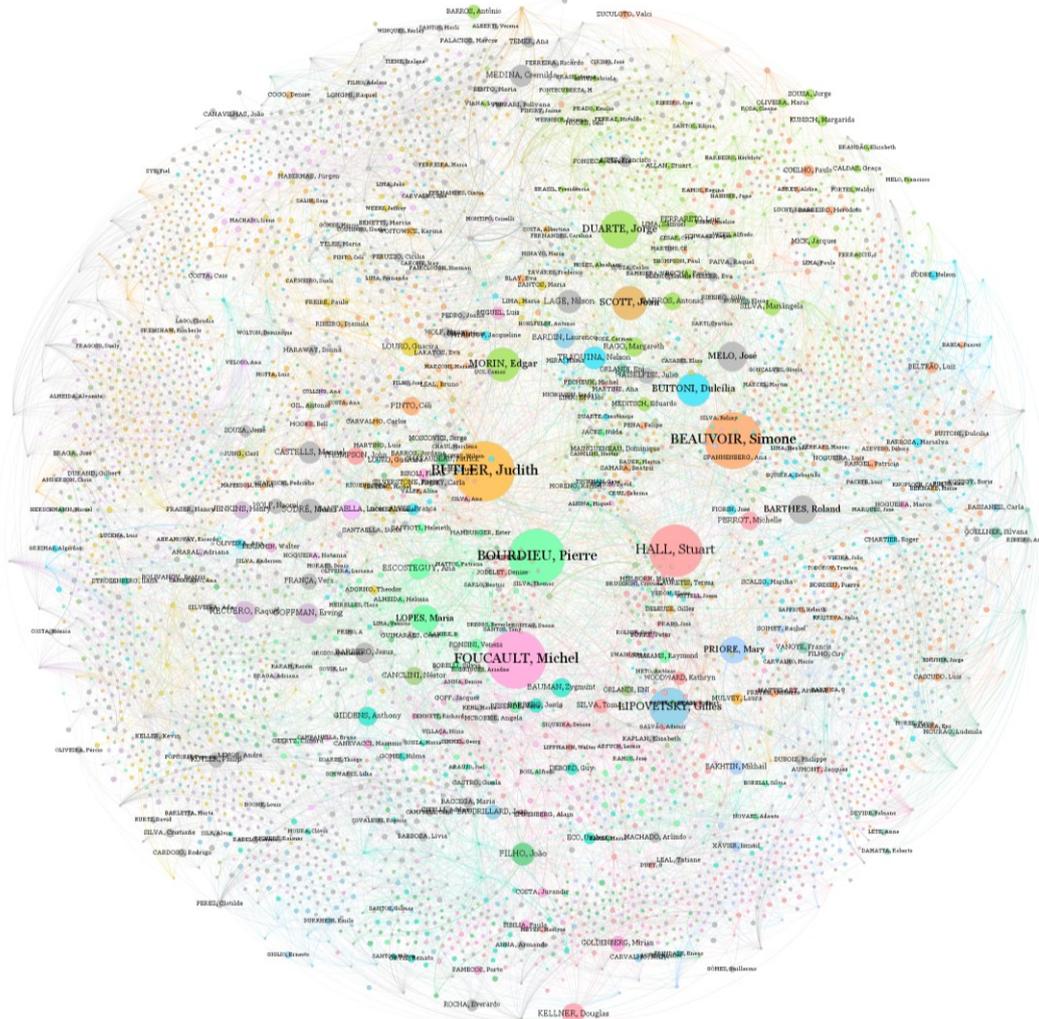
Figura 8 - Temas de pesquisa - Principais menções a perspectivas teórico-metodológicas



Fonte: Gerado em *Voyant Tools* pelas autoras.

Outro segmento dos artigos analisados foi o de referências, no qual temos a seleção de autores e autoras que nortearam os artigos. Nessa etapa, buscamos compreender alguns aspectos dessa seleção, como a dispersão/concentração e o lugar de fala, e os possíveis desdobramentos e impactos dessas leituras nas pesquisas. Para Eva Maria Lakatos e Marina de A. Marconi (2003) e José Carlos Marion, Reinaldo Dias e Maria Cristina Traldi (2002), o referencial teórico dá consistência a um estudo, pois mostra que o autor conhece pesquisas precedentes e conceitos fundadores sobre o tema abordado, bem como as tradições teóricas que o cerceiam. De fato, o referencial acompanha o pesquisador desde a escolha do tema, o recorte do objeto e sua inserção em um campo de conhecimento, validando algumas questões e invalidando outras. O referencial sustenta o trabalho para além do olhar, da leitura e da cosmovisão do pesquisador, ao conferir-lhe uma filiação e um pertencimento e, frequentemente, mostrar o paradigma que o move.

Figura 9 - Grafo de autores mais citados nas referências bibliográficas



Fonte: Gerado em Gephi pelas autoras.

A Figura 9 mostra um grafo das referências bibliográficas usadas pelos autores. Pode-se encontrar nele os principais autores escolhidos pelos pesquisadores por meio da recorrência de citações realizadas nos artigos e as comunidades que formam (por exemplo, os autores que citam Bourdieu são atraídos para uma comunidade representada por uma cor no grafo). Em um primeiro olhar para o grafo de referências observamos a grande proliferação de autores e autoras, o que denominamos aqui como dispersão da fundamentação teórica. Curiosamente, esse grande número sugere que cada artigo praticamente possui um referencial, com poucos pontos de convergência entre si. Essa dispersão parece corroborar o que Thomas Kuhn (2011) chama de ciência em fase pré-paradigmática, ou seja, aquela que ainda não definiu os fenômenos a serem estudados, sob quais critérios acadêmicos e éticos, e

por meio de quais teorias e métodos. Essa fase, para Kuhn, duraria até a estabilização da ciência em uma ciência normal, na qual alguns autores prevalentes seriam consensuais, tornando-se clássicos. Por sua juventude, as ciências da Comunicação podem ser identificadas como pré-paradigmáticas. Algumas escolas estão sendo formadas, mas ainda são incipientes, estão dispersas e não dialogam com frequência. Assim, os conceitos se tornam tênues e fluidos.

Os limites para a dispersão da pesquisa em Comunicação muitas vezes são dados pela carência do pesquisador em encontrar algum conceito – ou autor – que o tome pela mão, que o ampare em compreender e explicar o tema escolhido. Em temas contra-hegemônicos, com tradição de pesquisa recente, e intensa demanda social para a produção de estudos, essa carência costuma ser maior. As pesquisadoras que produziram os artigos selecionados sobre mulheres precisavam de suporte, de rumos, de referências que funcionassem como setas, apontando para onde ir e quais caminhos evitar.

Dessa forma, olhando para o centro do grafo, percebemos que alguns autores e autoras têm grande destaque e provavelmente cumprem a função de estabelecer rumos para um número considerável de artigos. Esses poucos autores e autoras são referências importantes e superam a tendência dispersiva apresentada no grafo como um todo. Os cinco mais centrais são duas mulheres – as filósofas Judith Butler (estadunidense) e Simone de Beauvoir (francesa) – e três homens – os franceses Pierre Bourdieu (sociólogo) e Michel Foucault (filósofo), e o britânico-jamaicano Stuart Hall (sociólogo). Esse pelotão de elite é seguido de perto pelo também filósofo francês Gilles Lipovetsky.

Ao aprofundarmos a análise dessas referências, percebemos o predomínio de homens sobre mulheres, de franceses sobre outras nacionalidades, de europeus sobre sul-americanos, asiáticos e africanos, de brancos sobre negros (com exceção de Hall) e a exclusividade de filósofos e sociólogos. Falta, sobretudo, diversidade. Há evidentes laços entre as autoras e os autores citados: Butler frequentemente cita em seus textos Beauvoir. Foucault influencia praticamente todas e todos, que, de forma geral, têm ligações teórico-conceituais e metodológicas entre si. Os autores e autoras que ocupam a posição central de referência para os artigos analisados abordaram, de alguma forma, a temática de gênero. Beauvoir é considerada uma autora de formação para a discussão feminista; Butler, uma referência incontornável para os estudos de gênero na contemporaneidade; e Hall, um marco para se discutir raça e gênero nas formas simbólicas. A escolha de Bourdieu provavelmente se deve a seus estudos sobre a dominação masculina, nos quais analisa temas como a Família, a Escola

e a Igreja, que ajudam a reproduzir valores e visões de mundo em que se legitima o poder do homem, naturalizando-o. Homens e mulheres, desde a infância, segundo Bourdieu (2002), são socializados segundo essa divisão de gênero, que será reproduzida no mercado de trabalho. O conceito de *habitus* e o de campo social são também possibilidades para compreender a presença de Bourdieu, um autor que tem sido recorrente na pesquisa de Comunicação, por oferecer um modelo teórico que contribui para problematizar a dominação simbólica.

Em artigo no qual fazem problematizações feministas à obra de Foucault, Martha Narvaz e Henrique Caetano Nardi (2007) começam por reforçar a possível contribuição dos estudos foucaultianos ao feminismo, já que por meio de seus conceitos é possível desconstruir a visão sobre sexos e gêneros. Destacam como principais alicerces dessa contribuição à compreensão de que o poder é exercido em diversas microrrelações cotidianas, não somente na estabelecida entre Estado e Sociedade; na leitura do discurso como espaço de dominação e na crítica à existência de um sujeito universal. De fato, quando o pensador francês argumenta que o sujeito universal, normalmente compreendido como homem, branco e heterossexual, é uma construção hegemônica, e defende uma ética/estética da existência que abarque outros sujeitos, abre as portas para um dos pressupostos dos feminismos: compreender a invisibilidade das mulheres na história. Para Narvaz e Nardi (2007), porém, a obra foucaultiana também opera seus silenciamentos e invisibilidades ao ignorar a dominação masculina e apenas tangenciar a especificidade da opressão sobre as mulheres. Outra hipótese para a centralidade de Foucault é o conceito de discurso, tendo em vista que a preferência nos enquadramentos de pesquisa é pela atividade discursiva da mídia, por meio dos textos e das imagens.

A presença de Lipovetsky entre os autores e autoras mais recorrentes é curiosa. O filósofo francês é uma referência para se estudar moda e consumo, e no livro *A terceira mulher*, de 1997, reflete sobre as rápidas transformações vivenciadas pelas mulheres nos últimos 50 anos. Para ele, o grande desafio da terceira mulher, aquela que reinventa sua vida a partir de suas demandas subjetivas, é a autonomia. O olhar feminino, segundo Lipovetsky (1997), costuma implicar certo ceticismo sobre o poder e o ter e, conseqüentemente, uma perspectiva mais crítica e filosófica da vida. Nesse aspecto, o autor faz duras críticas a algumas feministas que tornariam as aspirações masculinas de poder e de ter como aspirações universais as quais as mulheres deveriam buscar.

Entre as autoras brasileiras que se dedicam ao tema, apenas Dulcília Buitoni, da Universidade de São Paulo aparece com algum destaque. Outras, como Cremilda Medina, da Universidade de São Paulo; Vera França, da Universidade Federal de Minas Gerais, e; Raquel Recuero, da Universidade Federal de Pelotas, podem ser visualizadas, mas em *clusters* (aglomerações) correspondentes a seus principais nichos de pesquisa como jornalismo, comunicação e redes sociais/internet, respectivamente.

Os autores e autoras mais utilizados nos referenciais dos artigos que compõem nosso *corpus* têm obras robustas e pertinentes ao tema. Mas, ao considerarmos o lugar de fala do qual enunciam seus estudos, percebemos uma hierarquização e subordinação frequentemente criticada nas epistemologias feministas, que denunciam como alguns saberes e alguns sujeitos foram privilegiados na discussão científica, em detrimento de outros, ignorados e silenciados. Como ensina a filósofa Djamila Ribeiro (2017), o lugar de fala remete ao lugar social da produção do conhecimento, constituído por oportunidades ou constrangimentos, conforme a posição social ocupada por determinado grupo na hierarquia científica. Em nossa pesquisa, percebe-se um favorecimento de um saber central, branco, predominantemente masculino e oriundo da filosofia e da sociologia, em lugar de saberes produzidos na periferia, por mulheres frequentemente não brancas e da área comunicacional.

Um novo olhar para o grafo permite-nos concluir que os autores e, sobretudo, autoras brasileiras, do campo da Comunicação, que servem como referências, ocupam posição de menos destaque. São menos lidas, menos citadas e acabam por contribuir menos para a análise de fenômenos e objetos da sociedade a qual pertencem. Dessa forma, concordamos com Djamila Ribeiro (2017) quando elucida que são os outros que nos explicam, e não nós mesmas, que nos tornamos alienadas em nossa própria história.

5 Considerações finais

O feminismo tem sido reinventado como resistência ao fenômeno do crescimento do conservadorismo religioso e político, que ameaça grupos cujos direitos ainda estão em construção, como os das mulheres. Na ciência, o feminismo, além de propor e validar alguns temas de estudo, apresenta uma nova perspectiva teórico-metodológica, reivindica uma reflexão sobre o apagamento e o silenciamento das pesquisadoras e propõe um olhar mais complexo, que incorpore a questão racial, LGBTQIA+, etária e de classe social. E como a

comunicação tem incorporado a pauta feminista, suas reivindicações e lutas, mas também a sua transformadora concepção de saber científico?

Em um primeiro momento, comemoramos o fato de que as temáticas ligadas a mulher e a gênero passaram a ocupar uma posição importante na pesquisa em comunicação. No entanto, observamos que esse interesse ainda se dá na condição de um objeto a ser estudado, e não de uma perspectiva teórica que fundamente, module e aprofunde a análise. Observamos, também, a ocorrência de uma fluidez metodológica, ou seja, as pesquisas raramente expõem as técnicas, procedimentos e métodos adotados, dificultando a crítica desse quesito.

Por fim, verificamos a falta de diversidade e pluralidade das referências teóricas. Embora as temáticas tenham incorporado alguma interseccionalidade, sobretudo ao discutir a questão da mulher negra, os autores e autoras que fundamentam as discussões são pouco diversos. São homens brancos, europeus ou estadunidenses, sociólogos ou filósofos. Portanto, as diferentes linhas de pesquisa em Comunicação, mesmo as que contestam o machismo, o patriarcado, a discriminação e as desigualdades sociais precisam, de fato, olhar para as mulheres, que podem continuar invisíveis inclusive em temáticas feministas e em artigos escritos por mulheres.

Referências

- BAHIA, Sil; *et al.* Nós, as economistas políticas da comunicação: um conto de sub-representações e apagamentos em busca de um final feliz no reino encantado da EPC brasileira. **Revista Eptic**, São Cristóvão, v. 22, n. 3, p. 139-165, set./dez. 2020.
- BRASIL. Lei Nº 13.104, de 9 de março de 2015. Institui Código Penal. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, ano 152, n. 46, 10 mar. 2015.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- CHERVEN, Ken. **Network Graph Analysis and Visualization with Gephi**. Birmingham: Packt Publishing Ltd, 2013.
- CRESWELL, John W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.
- DUBET, François. **O tempo das paixões tristes**. São Paulo: Vestígio, 2020.
- ERCAN, Gonenc; CICEKLI, Ilyas. Using lexical chain for keyword extration. **Information processing and management**, Elsevier, v. 43, p. 1705-1714, 2007

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Mídia e questões de gênero no Brasil: pesquisa, categorias e feminismos. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação, Gêneros e Sexualidades. In: ENCONTRO ANUAL DA CAMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: PUC Rio Grande do Sul, 2019. p. 1-21.

GARCÍA, Teresa Aguilar. El sistema sexo-género en los movimientos feministas. **Amnis. Revue de civilisation contemporaine Europes/Amériques**, [S. l.], n. 8, p. 1-12, 2008.

HAWKESWORTH, Mary. A semiótica de um enterro prematuro: o feminismo em uma era pós-feminista. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 14, n. 3, p. 737, set. 2006.

KUHN, Thomas S. **A Estrutura das Revoluções científicas**. 11. ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2011.

LAKATOS, Eva Maria M.; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher** - permanência e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MARION, José Carlos; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria Cristina. Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, Marlise. Movimento e teoria feminista: é possível reconstruir a teoria feminista a partir do Sul global? **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 67-92, jun. 2010.

MIGUÉIS, Ana; NEVES, Bruno. Uma Abordagem à linguagem de Indexação dos Artigos Científicos Depositados no Repositório Científico da Universidade de Coimbra. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 7, n. 1, p. 116-131, maio. 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

NARVAZ, Martha; NARDI, Henrique Caetano. Problematizações feministas à obra de Michel Foucault. **Revista Subjetividades**, Fortaleza, v. 7, n. 1, p. 45-71, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Texto e discurso. **Organon**, Porto Alegre, v. 9, n. 23, p. 111-118, 1995.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.

STOLLER, Robert J. **Sex and Gender: The Development of Masculinity and Femininity**. Abingdon, Oxfordshire: Routledge, 2020.

Still invisible? Overview of studies on women and feminism in Brazilian communication congresses

Abstract

The research in communication on the issue of women and feminism has expanded in the last decade. We seek to identify the characteristics of this production, its themes, its inscriptions in the scientific fields, methodologies, the reference authors and the way they dialogue with assumptions of the feminist movement and the gender discussion, through mapping, description and analysis from 622 articles presented in the two main communication congresses in the Brazil, Intercom and Compós, between 2000 and 2019. We concluded, among other points, that the research is distributed throughout Brazil, there is a predominance of female researchers, hegemony representation and discourse studies and recurrence of male and European authors.

Keywords

woman; feminism; gender; communication research; methodology

Autoria para correspondência

Ruth de Cássia dos Reis
ruthdosreis@gmail.com

Elen Cristina Geraldles
elenger@unb.br

Daniela Zanetti
daniela.zanetti@ufes.br

Como citar

REIS, Ruth de Cássia dos; GERALDES, Elen Cristina; ZANETTI, Daniela. Ainda invisíveis? Panorama dos estudos sobre mulher e feminismo em congressos brasileiros de comunicação. *Intexto*, Porto Alegre, n. 53, e-112962, jan./dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583202253.112962>

Recebido: 11/04/2021

Aceito: 20/06/2022

