

A revista *Entre.Meios*, publicação online mantida por estudantes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, ciente da dificuldade dos discentes para publicar em revistas científicas, tem como objetivo promover a circulação de produção acadêmica relevante feita por pesquisadores em Comunicação em formação (mestrandos e doutorandos).

Considerando que o comitê editorial da revista neste momento é composto integralmente por mulheres, sentimo-nos orgulhosas de elaborar para esta edição um dossiê temático sobre “Narrativas femininas e feministas: (in)visibilidade, discursos e representações”. Para tanto, convidamos apenas autoras (alguns artigos contam com homens em coautoria) com artigos alinhados à temática proposta, no que entendemos ser nossa contribuição para a amplificação da voz feminina nas discussões acadêmicas.

Compreendemos a interseccionalidade como imprescindível no debate feminista. Assim, a mulher negra é tema de três artigos desta edição. Em “Marielle, presente! Lugar de fala, luta e resistência”, Déborah Veviani da Silva (UFRJ) analisa notícias falsas para pensar a construção de narrativas sobre a vereadora assassinada no Rio de Janeiro e sua trajetória. A autora observa de que modo os discursos se apropriam de ideias presentes no imaginário coletivo para elaborar uma retórica colonialista, já que ainda que falsas, tais notícias trafegam em espaços midiáticos potentes e servem como território narrativo de construção de discurso de ódio, misoginia e ataques às minorias.

O grupo do Facebook “Feminismo Negro: Mulherismo” é objeto do artigo “Debates Feministas: a presença de mulheres brancas em espaços ao feminismo negro”. Aline Santos Guimarães (UFF) propõe uma análise de postagens no grupo, com a finalidade de observar possíveis disputas resultantes da presença de mulheres brancas em um espaço dedicado ao debate do movimento feminista negro, dialogando sobre a importância dos movimentos feministas nos ambientes virtuais.

Assumindo que os produtos televisivos, principalmente a telenovela, possuem um importante papel no processo de construção de imagens e identidades que circulam em nossa sociedade, bem como no estabelecimento de debates de questões políticosociais, em “Preta, Pobre e Nordestina: representações e repercussões da primeira protagonista negra da telenovela *Malhação*”, Gêsa Cavalcanti (UFPE) se propõe a analisar a representação e recepção da primeira protagonista negra da telenovela *Malhação*, procurando entender o uso de determinados estereótipos que dizem respeito à construção da imagem da mulher negra.

O ódio à mulher e a misoginia também são tema de “Nem Atena, nem Medusa: corpo, gênero e monstrosidade”, onde Júlia dos Anjos (UFRJ) trata da interseção entre

corpo e gênero, avaliando de que modo o discurso antifeminista divulgado no Facebook mobiliza concepções e tabus acerca do corpo feminino a fim de deslegitimar o feminismo como movimento político. A autora observa que as feministas são percebidas por determinado grupo como figuras monstruosas, no sentido de que seus corpos pautados pelo excesso representam um dilema em relação à feminilidade, cuja construção subjetiva se alinha a um corpo que deve ser constantemente cuidado, aperfeiçoado e gerenciado.

Já em “Corpos femininos despertam o ódio: análise de comentários de haters e trolls em notícias compartilhadas pelo G1”, Valquíria Michela John (UFPR), Felipe da Costa (UFSC) e Thiago Amorim Caminada (UFSC) analisam comentários publicados na fan page do portal de notícias G1 no Facebook. O resultado da análise de mais de onze mil comentários apresenta a expressão de diversas formas de violência e preconceito nos espaços públicos digitais, com destaque para o machismo e reforço à violência de gênero. De acordo com a autora e os autores, mesmo quando as notícias não se referem às mulheres, o corpo feminino e a violência de gênero são os instrumentos principais para a manifestação de ódio.

A objetificação da mulher na publicidade é tema de “Uma andorinha não faz verão: CONAR, Performatividade Feminina e a Personagem da Cerveja Itaipava”. Irina Didier (ESPM-SP) analisa o desenvolvimento da personagem Verão, da cerveja Itaipava, à luz dos embates entre a narrativa das campanhas veiculadas e as denúncias apresentadas ao CONAR, órgão que regula os anúncios publicitários. Ao longo do artigo, segundo a autora, observa-se que conforme a personagem se torna mais complexa e mais versátil, vai sendo apagada pelo anunciante.

Este apagamento da mulher também é tema de “Mulheres Chefs: A Luta por Espaço no Mercado da Gastronomia”. Claudia Domingues (UERJ) e João Maia (in memoriam) analisam as relações de gênero estabelecidas dentro do ramo da gastronomia na contemporaneidade. Historicamente oprimida e confinada no espaço doméstico, principalmente na cozinha, a mulher é relegada a tarefas consideradas menos nobres na medida em que a culinária se torna objeto de consumo e o espaço da cozinha profissional se torna cada vez mais um domínio masculino. Entrevistas e histórias de vida de mulheres que buscam autonomia e realização social por meio da culinária servem como base metodológica para o artigo.

Com o objetivo de identificar como o agenciamento feminino pode ser compreendido em tradições monoteístas a partir da cultura da inspiração e da produção de exemplos, Carolina Cavalcanti Falcão (UFPE) busca, em seu artigo “Fé, Superação e Inspiração: narrativas de agência feminina e a produção de mulheres religiosas

exemplares”, compreender como se dá a produção e viabilidade de narrativas de agência religiosa feminina, a partir da análise das três palestras TED mais populares produzidas por mulheres religiosas. A autora observa como a atuação dessas mulheres não aponta necessariamente para o rompimento com tradições religiosas, e sim para um trabalho de releitura baseado na ideia de superação dos modelos patriarcais religiosos e na produção de espaços viáveis de agência.

Moda e música são temas dos artigos do último bloco deste dossiê. Em “Jornalismo de moda e consumo feminino no Brasil: aspectos histórico-culturais a partir do século XIX”, Carina Borges Rufino (ESPM-SP) busca compreender o processo de surgimento do jornalismo de moda no Brasil e a representação, por meio dele, dos modelos de consumo e sociabilidade femininos no país. Seu estudo tem como ponto de partida o início do século XIX, período em que se verifica uma mudança no modelo de sociabilidade feminina e jornalismo no país, e segue uma trajetória históricocultural que culmina nos modelos contemporâneos do jornalismo de moda. Já em “WME & MIM: A Criação de Catálogos Online Como Forma de Veicular o Trabalho de Mulheres na Indústria da Música”, Beatriz Medeiros (UFF) analisa dois sites relacionados a mulheres que trabalham na indústria da música a fim de compreender a materialidade dos mesmos e sua importância para as mulheres catalogadas. A partir desta análise e de entrevistas, busca discutir a inserção no campo etnográfico digital, bem como a capacidade destes sites de se tornarem potenciais criadores de redes entre as mulheres que os utilizam.

Para encerrar este dossiê que tem como tema as narrativas feitas por mulheres sobre mulheres, entrevistamos a pesquisadora e professora Dra. Beatriz Beraldo (egressa PUC-Rio e professora do IBMR), que desde 2012 dedica-se ao estudo do movimento feminista e sua relação com a comunicação e o consumo. O assunto norteou sua tese de doutorado, na qual ela apresenta de que modo a participação das mulheres na cultura do consumo ajudou as sufragistas da primeira onda do feminismo a se organizarem politicamente e reivindicarem os seus direitos civis. No trabalho, Beatriz debruçou-se sobre o uso de um bem específico: a bicicleta. Na entrevista concedida à Entre.Meios, ela explica como o consumo ajuda a pensar a sociedade e, no caso das mulheres, a refletir sobre a desigualdade que se apresenta desde o design dos produtos – como as primeiras bicicletas femininas mais pesadas para impedir que elas fossem tão ou mais rápidas do que os homens – até o modo como ainda hoje eles são apresentados através da publicidade. Desejamos a todos uma boa leitura e sigamos na luta!

Comitê Editorial da Entre.Meios

Alessandra Cruz, Livia Boeschenstein, Maria Carolina Medeiros e Olga Bon