



MULHERES PARA CONSUMO: DISCURSOS DA CULTURA DO ESTUPRO NA PUBLICIDADE BRASILEIRA

Leonísia Moura Fernandes

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA, leonisia.mouraf@gmail.com

RESUMO: As sociedades contemporâneas ainda comportam relações de gênero patriarcalmente organizadas, as quais estão enraizadas em todas as searas sociais, inclusive nos meios de comunicação de massa. A violência sexual constitui uma de suas consequências mais desastrosas e alarmantes, pois está inserida em uma dinâmica complexa de aceitabilidade social. Os movimentos feministas e de mulheres cunharam o termo “cultura do estupro” para se referirem a tal lógica. Argumenta-se que a representação estereotipada das relações de gênero na mídia brasileira contribui diretamente para a naturalização da violência sexual contra mulheres, posicionando-as como acessíveis aos homens. Com base na Análise Crítica do Discurso (ACD), da revisão bibliográfica de estudos de gênero e das teorias críticas dos direitos humanos sobre direito à comunicação, este trabalho visa demonstrar que a mídia brasileira – especificamente os anúncios publicitários – ao refletir discursos da cultura do estupro está ao mesmo tempo reforçando-a e, nesse sentido, contribuindo para a ideologia patriarcal binária. Uma vez que o discurso da cultura do estupro é socialmente hegemônico e estruturalmente enraizado, o Sistema de Justiça Criminal demonstra-se ineficaz para lidar com a problemática, sendo a democratização da mídia e a pluralidade de discursos de gênero um instrumento de prevenção e superação da violência contra mulheres.

Palavras-chave: violência sexual; cultura do estupro; mulher e mídia; direitos humanos.

INTRODUÇÃO: O sistema patriarcal binário – como expressão específica das relações de gênero – revela-se como uma das formas mais antigas e socialmente enraizadas de organizar a vida. (SAFFIOTI, 2004). Caracteriza-se pela tentativa de definir a submissão feminina como natural, além de científica e moralmente legitimada. Institui divisão entre esfera privada e pública, estabelecendo posições e espaços diferenciados para os gêneros que reconhece, quais sejam o masculino e o feminino, resguardando a opressão daquele sobre esse e excluindo todas as outras

identidades que não se encaixam nesse padrão.

Não obstante o aparato jurídico ocidental ter historicamente endossado tal sistema, os movimentos feministas e de mulheres – e mais recentemente o movimento de Lésbicas, Gays, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Intersexo (LGBTI) – conquistaram várias mudanças nos ordenamentos legais, provocando condições mais dignas de existência. No entanto, no plano material, as desigualdades e opressões persistem, ocasionando as mais variadas violências de



gênero de ordem física, psicológica e simbólica.

A violência sexual constitui um dos exemplos mais cotidiano na vida das mulheres. Tal expressão de violência de gênero está inserida em uma dinâmica complexa de aceitabilidade social e culpabilização da vítima, consistindo no que as feministas norte-americanas cunharam de *rape culture* – cultura do estupro. (WHISNANT, 2009). A cultura do estupro, como as demais violências acometidas às mulheres em razão do gênero, transcendem os crimes e práticas individuais e afetam as mulheres enquanto grupo. Está imiscuída em todas as searas da vida social, inclusive nas instituições incumbidas em puni-las e preveni-las, como os órgãos forenses e de polícia.

Nesse diapasão, destacam-se as práticas dos meios de comunicação de massa em razão do seu poder de alcance e influência na contemporaneidade. (THOMPSON, 2007). Entende-se que a comunicação midiaticizada funciona como tecnologia de gênero, ou seja, ao mesmo tempo em que representa o gênero, o está construindo e, portanto, normatizando-o. (DE LAURETIS, 1987). Para Biroli e Miguel (2011) a mídia em geral relaciona-se diretamente com o exercício da dominação de certos grupos sociais sobre outros. Isso se dá pelo acesso

restrito aos grupos dominantes, em detrimento dos dominados e da representação acrítica e estereotipada da realidade do ponto de vista hegemônico das lutas sociais. Segundo Fairclough (2001) – assim como De Lauretis (1987) – essa representação da realidade é, ao mesmo tempo, produção da mesma, na medida em que o discurso midiático atua posicionando objetos e sujeitos nas relações sociais.

Assim, o objetivo do presente trabalho consiste na realização de uma investigação acerca do que constitui e como está organizada a cultura do estupro, considerando que a mesma está inserida em uma ordem maior de dominação e exploração feminina, atravessada por outras formas de opressões, como as de raça e etnia, classe e orientação sexual. (SAFFIOTI, 2013).

Tendo em vista que o discurso midiático pode construir a realidade, depreende-se que pode também transformá-la, pois os sujeitos sociais não se relacionam de maneira passiva com os discursos. (FAIRCLOUGH, 2001). Uma vez que a violência sexual contra mulheres está inserida numa dinâmica social enraizada culturalmente, a superação da mesma está imbricada aos principais espaços de sociabilidade contemporânea,



quais sejam, os aparelhos midiáticos.

METODOLOGIA: A pesquisa é realizada com abordagem das construções teóricas que utilizam o gênero como categoria de análise social, relacionando-o com o modo capitalista de produção da vida, bem como opressões de raça e orientação sexual, numa perspectiva teórica interseccional, considerando a pluralidade de formas de vivenciar a existência feminina e a impossibilidade de abarcá-las em uma categoria pretensamente universal de “mulher”. A partir dessa base teórica, visa desvelar a essência da cultura do estupro, ou seja, sua estrutura e dinâmica. (PAULO NETTO, 2011). Consistindo numa pesquisa descritiva e exploratória.

Expõem-se as construções sociais que organizam a cultura do estupro e a objetificação das mulheres na publicidade brasileira como tática de mercado, naturalizando-se a violência sexual.

Considerando que a publicidade é um gênero específico do uso da linguagem, entende-se que a Análise Crítica do Discurso (ACD) apresenta-se como o referencial teórico-metodológico mais adequado para os objetivos desta pesquisa, uma vez que toma o discurso como uso da linguagem concebido por práticas sociais

historicamente situadas. (FAIRCLOUGH, 2001a).

A ACD é marcada pelo enfoque tridimensional de análise proposto por Fairclough (2001): análise do texto, da prática discursiva e da prática social. Nesse viés, deve ser realizada tanto a análise dos elementos textuais, quanto a análise social do contexto e estrutura em que o evento discursivo é produzido, transmitido e recebido.

A análise social do evento discursivo será realizada com base nas construções teóricas apontadas acima e também nos aportes teórico-metodológicos apresentados por Thompson (2007) acerca do papel dos meios de comunicação de massa para articular sentido e poder nas representações da realidade. Ademais, são considerados documentos oficiais que exploram dados e estatísticas sobre violência sexual contra mulheres, caracterizando uma pesquisa bibliográfica e documental com abordagem qualitativa.

Resultados e Discussão: O atual cenário das implicações da cultura do estupro é alarmante. Estatísticas do anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2014) apontam que o número estimado de mulheres que sofreram estupro, ou tentativas de estupro, foi em torno de 50 mil no ano de 2013, tendo o próprio



anuário admitido que esse número possivelmente dobraria caso fosse somado aos casos não notificados. O anuário subsequente registrou uma queda de mais de 5% nas notificações de violência sexual em 2014, contudo, o documento chama a atenção para a elevada taxa de subnotificação que ainda acomete crimes dessa natureza.

Estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2014) estima que as vítimas de estupro sejam 88,5% mulheres e os agressores, independentemente da faixa etária e gênero da vítima, sejam homens em mais de 90% dos casos. Uma das razões pelas quais esse crime deve ser entendido como violência de gênero. A cultura do estupro desdobra-se para além da violência física e psicológica que atinge diretamente as sobreviventes, funcionando como prática política de controle das mulheres enquanto grupo social. Como revelam as estatísticas, saber-se mulher é se reconhecer como potencial vítima de estupro e, nesse sentido, opera-se uma série de atos de controle do corpo feminino, que vão desde a forma de se vestir até a escolha de caminhos e horários para deslocar-se, embarçando o direito de ir e vir das mulheres, relegando o incentivo da prática do crime às vítimas. (WHISNANT, 2009).

Essa política de controle apresenta-se dissimulada na ideologia patriarcal binária. Segundo a concepção crítica de Thompson (2007, p.140), ideologia se define “*em função das maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação*”. A ideologia pode mascarar, justificar ou legitimar opressões. Assim, a cultura do estupro justifica as violações por meio do discurso da dupla moral sexual que posiciona papéis diferentes para homens e mulheres no exercício da sexualidade, devendo a mulher comportar-se de forma passiva e pudica, já o homem de forma ativa e dominadora (SAFFIOTI, 2004). Nesse sentido, os crimes contra a dignidade sexual se distinguem em linhas tênues da conduta sexual dos padrões patriarcais. (PATEMAN, 1993).

Ao referir-se à cultura do estupro, este trabalho busca compreender o termo cultura a partir da concepção estrutural de Thompson (2007). Pensada sob esse enfoque, cultura articula expressões humanas significadas aos contextos históricos socialmente estruturados em que essas expressões são produzidas, transmitidas e recebidas.

Entendidos desta maneira, os fenômenos culturais podem ser vistos como expressão das relações de poder, servindo, em circunstâncias



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

específicas, para manter ou romper relações de poder e estando sujeitos a múltiplas, talvez divergentes e conflitivas, interpretações pelos indivíduos que os recebem e os percebem no curso de suas vidas cotidianas. (THOMPSON, 2005, p.180).

No que tange às expressões da cultura do estupro, este projeto compreende não apenas os delitos tipificados no Título VI do CPB, mas também as diversas manifestações que revelam o entendimento de que o corpo das mulheres é disponível aos homens a despeito do desejo feminino. Pateman (1993) afirma que para compreender a faces da violência sexual deve-se apreender como a sexualidade é operada dentro dos padrões heteronormativos de feminilidade e masculinidade. Whisnant (2009, p. 18, tradução livre) descreve tal padrão como sendo aquele em que:

[...] o macho será persistente e agressivo, a fêmea frequentemente será relutante e passiva, que o homem é invulnerável, poderoso, rígido e dominante, e que as mulheres desejam tal comportamento nos homens; que "homens de verdade" são capazes de ter acesso sexual a mulheres quando, onde e como eles quiserem;

que relações sexuais são atos de conquista masculina; que mulheres são objetos ou bens sexuais dos homens; e que homens "precisam" e têm direito a sexo¹.

De Lauretis (1987, p. 223) simplifica: "*a sexualidade feminina tem sido invariavelmente definida tanto em oposição quanto em relação à masculina*". Frise-se que categorias raciais e de orientação sexual se relacionam de modo específico com a cultura do estupro, ocasionando maior objetificação e sexualização das mulheres negras e os chamados "estupros corretivos" de mulheres lésbicas e bissexuais. (CRENSHAW, 2002); (GONZALES, 1983); (VENTAS, 2015).

A violência de gênero é estrutural, incluindo-se aí a cultura do estupro. Para Thompson (2007, p. 198) isso significa que as ações e interações entre grupos e/ou indivíduos são perpassadas por "*[...] assimetrias e diferenças relativamente estáveis – isto é, sistemáticas e com probabilidade de perdurar [...]*", as quais estão presentes, inclusive, nas instituições

1 [...] the male will be persistent and aggressive, the female often reluctant and passive; that the male is invulnerable, powerful, hard, and commanding, and that women desire such behavior from men; that "real men" are able to get sexual access to women when, where, and how they want it; that sexual intercourse is an act of male conquest; that women are men's sexual objects or possessions; and that men "need" and are entitled to sex. (WHISNANT, 2009, p. 18).



sociais e nos discursos por elas difundidos. Assim, os discursos dos meios de comunicação de massa são produzidos, transmitidos e recebidos em certos contextos e processos históricos socialmente estruturados por relações de gênero assimétricas, dentre outras formas de relações de poder.

Para Fairclough (2001), o discurso deve ser entendido como prática social na medida em que, ao representar a realidade, está dotando-a de significados, os quais são determinados até certo ponto pelas estruturas sociais, e, assim, construindo-a. Fairclough (2001, p. 91) aponta três aspectos dos efeitos construtivos do discurso, os quais se relacionam diretamente o discurso da cultura do estupro e a ideologia patriarcal binária:

Esses três efeitos correspondem respectivamente a três funções da linguagem e a dimensões de sentido que coexistem e interagem em todo discurso — o que denominarei as funções de linguagem ‘identitária’, ‘relacional’ e ‘ideacional’. A função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso, a função relacional a como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas, a função

ideacional aos modos pelos quais os textos significam o mundo e seus processos, entidades e relações.

Nesse sentido, o discurso da cultura do estupro fabricada nos anúncios comerciais representa construções binárias e opostas de identidades femininas passivas (objetificadas) e masculinas dominadoras (agentes ativos). A relação entre as duas identidades é marcada por complementaridade, mas também por hierarquia e, sobretudo, por posse. No campo ideacional, as estruturas sociais são significadas de forma naturalizada, a violência é representada como mera sedução entre os sexos. O discurso midiático atua como uma tecnologia de gênero, representando-o e construindo-o mutuamente. (De Lauretis, 1987).

O aspecto definidor para o sucesso desta tecnologia é a função relacional existente entre mídia e população em geral. Os meios de comunicação de massa exercem papel crucial no modo de vida das sociedades contemporâneas, destacando-se a televisão e o rádio desde o século XX e, mais recentemente, a Internet. Em grande parte, o impacto dos mesmos se dá em razão de sua tecnologia de transmissão que proporciona um alcance relativamente irrestrito, quebrando barreiras espaço-temporais à sua recepção, influenciando o



comportamento humano desde gostos pessoais a intenção de votos. Todavia, o mesmo não se dá quanto à sua produção. A propriedade dos meios de comunicação também está concentrada no poder de poucos grupos, famílias e empresas. No Brasil, é usado o termo “coronelismo eletrônico” para se referir a tal fenômeno, remontando aos grandes coronéis latifundiários que outrora exerciam influência política e econômica de acordo com seus interesses particulares. (VALENTE, 2013). Nesse sentido, os discursos dissonantes aos discursos hegemônicos que se apresentam no meio midiático têm alcance e impacto bem menor sobre a população em geral. (BIROLI; MIGUEL, 2011); (FLAIRCLOUGH, 2001).

Para Thompson (2007), a mídia é responsável pelo conhecimento que a maioria das pessoas tem dos fatos que ocorrem para além do meio social imediato. E atua não somente informando, mas, através do entretenimento mercadologicamente pensado, constrói e modifica padrões culturais.

Os personagens que se apresentam nos filmes e nos programas de televisão se tornam pontos de referência comuns para milhões de indivíduos que podem nunca interagir um com o outro, mas que partilham,

em virtude de sua participação numa cultura mediada, de uma experiência comum e de uma memória coletiva. (THOMPSON, 2007, p.219).

De maneira repetitiva, a publicidade comercial se faz presente no íterim da programação radiofônica e em toda a Internet. Cumpre o papel de provocar no público alvo desejos que só podem ser satisfeitos pelo consumo, elemento essencial ao modo de produção capitalista, utilizando inúmeras técnicas para atingir tal objetivo. O discurso da cultura do estupro é uma das táticas mais utilizadas pela publicidade brasileira, o que impacta diretamente em como as relações de gênero e as mulheres são percebidas pelo grande volume de receptores. Ainda que essa recepção não se dê de forma passiva, a estrutura social em que essas mensagens são emitidas contribui para que a ideologia patriarcal binária seja reiterada e reconstruída por esses mecanismos. (FAIRCLOUGH, 2001); (THOMPSON, 2007).

Por essas razões é que os debates acerca do direito à comunicação merecem destaque para a consolidação dos direitos humanos, tendo em vista seu caráter indivisível e interdependente. Ou seja, para o exercício pleno de um direito, todos os



demais devem estar assegurados, de modo que nenhum direito, ou grupo de direitos, é mais importante que outro, pois cada um é condição dos demais. (PIOVESAN, 2003).

Nesse sentido é que FERREIRA (1997) propõe um amplo conceito de direito à comunicação, abarcando o direito à informação, mas também o direito a compartilhar informações de modo compatível com o atual estágio de desenvolvimento da comunicação social e com a pluralidade de formas de existência, sem o quê o direito individual à liberdade de expressão torna-se uma norma vazia.

A ordem jurídica deve prever e as instâncias governamentais prover a satisfação das necessidades de informação e comunicação não só no que concerne às relações dos indivíduos com o Estado, mas igualmente no que se refere à produção e circulação massiva de mensagens, vale dizer, no que tange aos meios de comunicação social ou de massa.

Comparato (2008, p. 544) segue na mesma linha:

Sucedem que, em nossos dias, o espaço público de comunicação já não é a *ágora* ateniense nem mesmo o Parlamento, como imaginou o constitucionalismo clássico, mas sim a imprensa, o rádio, a televisão, a *Internet*. Ora, salvo esta última os

demais grandes veículos de comunicação, quando não monopolizados pelo Estado autocrático, acabaram sendo apropriados pela classe empresarial, para serviços de seus interesses de classe. A democratização dos meios de comunicação de massa representa, pois, a condição *sine qua non* do efetivo exercício da soberania popular nos dias que correm.

De acordo com Moreno (2012), reformular a imagem das mulheres na mídia apresenta-se como necessária à concretização da igualdade de gênero, prevista do art.5º, inciso I, da Constituição Federal, bem como ao exercício da dignidade pelas mulheres, que são constantemente objetificadas e, portanto, desumanizadas nos comerciais. Para tais fins, refletir e formular sobre a regulação da publicidade brasileira, e do direito à comunicação como um todo, faz-se uma necessidade incontornável.

Durante muitas décadas, a legislação brasileira reproduziu discursos da cultura do estupro justamente no âmbito em que deveria puni-la. Apenas com a Lei 12.015/2009 a violência sexual passa a ser tipificada no Código Penal Brasileiro (CPB) como crime contra a dignidade sexual e não mais como crime contra os



costumes, deslocando o bem jurídico a ser tutelado, passando da proteção à conduta sexual patriarcal à liberdade sexual das pessoas. Outra figura legal que demonstrava que o corpo feminino consistia em mero objeto para consumação do tipo penal – e não o próprio bem jurídico a ser tutelado – era a possibilidade de extinção da punibilidade do agressor em caso de casamento com a vítima, revogada pela Lei 11.106/2005. Essa lei também retirou os requisitos de “mulher honesta” e “mulher virgem” para a configuração de alguns delitos sexuais. No entanto, ainda perdura na doutrina penalista a figura da síndrome da mulher de Potifar. De inspiração bíblica, essa construção doutrinária² visa demarcar que muitas denúncias de estupro são na verdade inventadas por mulheres que almejam se vingar de um homem que não as desejou. (NUCCI, 2012).

No plano político institucional, em 2014, um deputado federal afirmou em veículo midiático de larga circulação que não estupraria sua colega deputada por ela não merecer, ser feia e não fazer seu gênero, como se se referisse a relação sexual e não à violência sexual. Em 2015, circularam na Internet fotos de carros que estampavam adesivos retratando a

² O trabalho de dissertação de mestrado de Colouris (2004) expõe sentenças do poder judiciário que julgaram crimes sexuais e sua reprodução da cultura do estupro. Vide referências.

Presidenta da República de pernas abertas, fazendo apologia à penetração e estupro da mesma. Segundo os donos dos veículos, seria uma forma de protestar contra o aumento da gasolina. (ARRAES, 2015); (DIARIO DE PERNAMBUCO, 2015).

Observa-se, portanto, que a cultura do estupro ainda está presente em diversos âmbitos da vida social. Os meios de comunicação de massa eletrônicos exercem papel central na sua reprodução e conservação enquanto discurso hegemônico, tendo em vista o grande alcance de pessoas que se relacionam cotidianamente com os mesmos. A Declaração e Plataforma de Ação de Beijing (1995, p. 232), produto da IV Conferência Mundial sobre a Mulher, da qual o Brasil participou, considera que:

234. Na última década, os avanços na tecnologia da informação facilitaram o desenvolvimento de um sistema mundial de comunicações que transcende as fronteiras nacionais e tem impacto sobre as políticas governamentais, as atitudes e o comportamento das pessoas, sobretudo das crianças e adultos jovens. Em toda parte haveria a possibilidade de os meios de comunicação prestarem uma contribuição muito mais efetiva para o



avanço das mulheres.

No mesmo viés, a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher (Convenção Belém do Pará, 1994) assevera:

Artigo 8 - Os Estados Partes concordam em adotar, em forma progressiva, medidas específicas, inclusive programas para:

g. estimular os meios de comunicação a elaborar diretrizes adequadas de difusão que contribuam para a erradicação da violência contra a mulher em todas suas formas e a realçar o respeito à dignidade da mulher;

Ainda sobre a imagem das mulheres nos meios de difusão, a Plataforma traz como um dos objetivos estratégicos o dever de governos e organizações internacionais de

promover a pesquisa e a aplicação de uma estratégia de informação, educação e comunicação orientada a estimular a apresentação de uma imagem equilibrada das mulheres e meninas e dos seus múltiplos papéis. (BEIJING, 1995, p.234).

Nesse sentido, modificar o tratamento dado pela mídia às relações de gênero constitui ferramenta de prevenção aos crimes sexuais. Para Moreno (2012), a Lei Maria da Penha

inova a legislação brasileira justamente por situar a prevenção da violência contra a mulher tão importante quanto a punição dos agressores.

[...] é condição fundamental atuar para a transformação dos valores discriminatórios ainda praticados pela sociedade brasileira, especialmente no que se refere aos estereótipos dos papéis masculinos e femininos. Os preconceitos ainda existentes contras as mulheres estão enraizados na mente e nos espírito da maioria da população e, assim, presentes nas práticas das instituições, demonstrando a absoluta necessidade de mudanças de paradigmas e, por conseguinte, um trabalho de renovação das práticas sociais. (MORENO, 2012, p.48).

Entende-se que o Direito Penal é apenas uma esfera da luta pelo fim da violência contra as mulheres, devendo ser, na verdade, *ultima ratio* para os problemas sociais. A superação das opressões de gênero, incluindo-se aí a cultura do estupro, constitui uma questão complexa que demanda profundas transformações nas estruturas culturais.

Conclusões: O sistema patriarcal binário está profundamente imbricado ao sistema



capitalista, o qual se apropria daquele a fim de garantir sua ordem e relativa estabilidade. A objetificação e sexualização do corpo das mulheres seria uma das principais táticas comerciais adotadas pela publicidade, a qual as posiciona tais quais os produtos a serem consumidos pelo público masculino, chegando a ocupar mais destaque no anúncio publicitário do que o próprio produto. Essa prática tem implicações materiais na medida em que os meios de comunicação de massa atuam como tecnologia de gênero, reafirmando ideais opostos e hierárquicos de virilidade e feminilidade, posicionando os sujeitos e naturalizando expressões de violência sexual sob a pretensa forma de humor e irreverência.

Considerando que o amplo alcance da publicidade comercial está atrelado à sua difusão repetitiva nos meios de comunicação de massa, e que esses estão concentrados no poder de poucos grupos e empresas, as vozes dissonantes da sociedade civil organizada, como os movimentos feministas e de mulheres, não têm tamanha inserção social, não conseguindo fazer real contraponto às representações radiofônicas e outras formas de publicidade.

Assim, o discurso da cultura do estupro tem sua hegemonia

articulada e garantida pelos meios de comunicação de massa, os quais estão cotidianamente presentes na vida de homens e mulheres, inclusive de trabalhadores do Sistema de Justiça Criminal que têm de lidar diretamente com tais crimes. É nesse sentido que documentos internacionais de direitos humanos e movimentos feministas e de mulheres apontam para a democratização da mídia como demanda urgente para a igualdade de gênero e dignidade humana.

REFERÊNCIAS: ARRAES, Jarid. **Adesivos misóginos são a nova moda contra Dilma.** 2015. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/questao-de-genero/2015/07/01/adesivos-misoginos-sao-nova-moda-contra-dilma/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia.** São Paulo: Unesp, 2011.

CRENSHAW, Kimberle. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Estudos Feministas.** Florianópolis, 2002. P. 171-188.

COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos.** São Paulo: Saraiva, 2008.

COULOURIS, Daniella Georges. **Violência, gênero e impunidade: a construção da verdade nos casos de estupro.** 2004. 237f. Dissertação (Mestrado) – Ciências Sociais, Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista, Marília, 2004.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Bolsonaro é condenado por dizer que Maria do Rosário "não merece" estupro.** 2015.



Disponível em:
<http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/politica/2015/09/17/interna_politica,598504/bolsonaro-e-condenado-por-dizer-que-maria-do-rosario-nao-merece-estupro.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2016.

FAIRCLOUGH, **Discurso e mudança social**. Brasília: UNB, 2001.

FERREIRA, Aluizio. **Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição Brasileira**. São Paulo: Celso Bastos, 1997.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2014**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2014. Disponível em: <http://www.forumseguranca.org.br/storage/download//8o_anuario_brasileiro_de_seguranca_publica.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2014.

_____. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2013**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2013. Disponível em: <http://www.forumseguranca.org.br/storage/download//anuario_2013-corrigido.pdf>. Acesso em: 10 set. 2014.

GONZALES, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. In: SILVA, Luiz Antônio Machado et alii. **Movimentos sociais urbanos, minorias étnicas e outros estudos**. Brasília, ANPOCS, 1983. 303p. p. 223-44.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **11: Estupro no Brasil: uma radiografia segundo os dados da Saúde (versão preliminar)**. Brasília: Ipea, 2014. 30 p.

LAURETIS, Teresa de. **Technologies of gender: essays on theory, film and fiction**. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1987.

MARCHA NACIONAL CONTRA A MÍDIA MACHISTA. **Manifesto**. 2012. Disponível em: <<https://marchanacionalcontramidi>

amachista.wordpress.com/manifesto/>. Acesso em: 10 mar. 2016.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado**. São Paulo: Publisher, 2012.

PAULO NETTO, José. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

NUCCI, Guilherme de Souza. **Crimes contra a dignidade sexual**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **Publicidade comercial: proteção e limites na Constituição de 1988**. São Paulo: Verbatim, 2015.

PATEMAN, Carole. **O contrato sexual**. São Paulo: Paz e Terra, 1993.

PIOVESAN, Flávia. **Temas de Direitos Humanos**. São Paulo: Max Limonad, 2003.

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

_____. **Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo: Perseu Abramo, 2013.

VENTAS, Leire. **No Peru, lésbicas sofrem com estupro 'corretivos'**. BBC Brasil. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150821_violencia_lesbicas_peru_rb>. Acesso em: 05 mar. 2016.

WHISNANT, Rebecca. **Feminist Perspectives on Rape**. **The Stanford Encyclopedia of Philosophy**. Stanford, 2009. Disponível em: <



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

<http://plato.stanford.edu/entries/feminism-rape/>. Acesso em: 25 mar. 2015.



www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br