

## **Dinâmicas e impasses da midiaticização das bandeiras feministas: o que nos diz o consumo cultural juvenil?**

Grupo de Trabalho 8:  
**Sociologia das produções da cultura**

Evelane Mendonça Lima <sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Mestranda em Sociologia, Universidade Federal do Ceará,  
evelane.mendonca1@gmail.com

### **RESUMO**

Tornou-se cada vez mais recorrente o lançamento de filmes e seriados televisivos que apresentam um “feminino” mais “empoderado” que, em grande parte, encontra inspiração nas proposições feministas. Este trabalho busca investigar como produções audiovisuais que são atravessadas, direta ou indiretamente, pelas bandeiras feministas fazem parte do consumo cultural de jovens estudantes moradoras de bairros periféricos em Fortaleza e Maracanaú, no Ceará. O trabalho adota uma abordagem qualitativa, partindo dos seguintes procedimentos e técnicas: a) estudo bibliográfico em torno dos temas do consumo cultural juvenil e das relações de gênero no cinema; b) levantamento exploratório nos catálogos das plataformas de streaming e c) pesquisa de campo com a aplicação de questionários e a realização de entrevistas semiestruturadas e de história de vida com as estudantes de três escolas públicas. Os resultados parciais da pesquisa têm mostrado que esse tipo de produto cultural tem sido consumido expressivamente pelas interlocutoras a partir, principalmente, dos serviços de streaming e da internet. Do ponto de vista sociológico, entende-se que a apropriação das pautas feministas pela indústria do entretenimento

154



deriva, sobretudo, de seus interesses comerciais. Todavia, também se compreende que as jovens em seus consumos culturais mobilizam uma cadeia simbólica mais complexa de disposições, práticas e leituras.

**Palavras-chave:** produções audiovisuais; feminismo; consumo cultural juvenil.

**Financiamento:** Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP).