

# **IMPLICAÇÕES SOCIOLÓGICAS ENTRE CONSUMO CULTURAL JUVENIL E A PRESENÇA DE PAUTAS FEMINISTAS EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS CONTEMPORÂNEAS**

**XV Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação**

Evelane Mendonça Lima, Mariana Mont Alverne Barreto Lima

A indústria do entretenimento tem investido de forma crescente em filmes e séries de televisão que, em certa medida, se aproximam ou se apropriam das bandeiras da luta feminista. Se antes o campo audiovisual mainstream pautava-se na conformação de estereótipos de gênero marcados por um feminino invisibilizado, inferiorizado e objetificado, atualmente, muitos bens simbólicos adotam abordagens que reposicionam o papel da mulher na narrativa fílmica ou seriada. Esse tipo de produção tem sido culturalmente consumida por diversos agentes sociais, dentre eles, jovens periféricas, através, sobretudo, das plataformas de streaming. Assim, este trabalho objetiva investigar como produções audiovisuais que são atravessadas, direta ou indiretamente, pelas pautas feministas fazem parte do consumo cultural de jovens estudantes moradoras de bairros periféricos em Fortaleza e Maracanaú, no Ceará. Trata-se de uma pesquisa de campo que adota uma abordagem qualitativa. Em seu percurso metodológico, tem partido dos seguintes procedimentos: i) pesquisa bibliográfica no campo da sociologia da cultura e dos estudos feministas; ii) levantamento exploratório nos catálogos das plataformas de streaming e iii) diálogo com as interlocutoras a partir da aplicação de questionários e da realização de entrevistas semiestruturadas em três escolas públicas. Diante disso, tem-se constatado que as produções audiovisuais com “perspectivas feministas” precisam ser analisadas, de um lado, como produtos comerciais que atendem aos interesses mercadológicos das empresas de entretenimento e, por outro lado, como produtos simbólicos que mobilizam práticas, imagens, discursos e significações. Nesse sentido, tem-se observado que as jovens interlocutoras elaboram em seus consumos culturais sentidos e olhares que, geralmente, problematizam as relações de gênero que permeiam os meios midiáticos. Agradecimentos: à Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP) pelo fomento à pesquisa.

Palavras-chave: FEMINISMO. PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS. CONSUMO CULTURAL. JOVENS PERIFÉRICAS.