



## **As mulheres vítimas de violência sob o olhar do feminino no jornalismo<sup>1</sup>**

Fernanda Ribeiro<sup>2</sup>

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO

### **RESUMO:**

Este artigo é parte de uma dissertação que estuda a construção da identidade feminina pelo telejornalismo através da representação da mulher vítima de violência nos telejornais locais. Uma das variáveis que poderia ser determinante neste processo é a relação entre o número de mulheres nas redações, maior que o de homens, e suas consequências na abordagem dos problemas femininos. Para fazer esta constatação foram analisados: o quadro profissional jornalístico no Brasil, a posição da mulher em nossa sociedade, o papel do jornalismo e suas particularidades a partir do veículo (neste caso especificamente, a televisão) e as novas rotinas produtivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** telejornalismo; representação; mulher; violência;

### **Introdução:**

Este artigo é parte de uma discussão ampliada sobre a interseccionalidade entre o jornalismo, e a violência contra a mulher. Neste trabalho especificamente será enfocada a presença feminina nas redações e sua consequência na representação dessa mulher vítima de violência na programação local. Para isso serão usados referenciais teóricos com base nos autores que transitam entre a comunicação e a sociologia, como Luiz

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT1 – Jornalismo - Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Jornalista, aluna do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – FACOMB, da Universidade Federal de Goiás. Graduada em Rádio e TV pela Universidade Federal de Goiás, Pós-graduada em Assessoria em Comunicação também pela UFG e graduada em jornalismo pela Faculdade Sul-Americana. E-mail [fernandda.ribeiro35@gmail.com](mailto:fernandda.ribeiro35@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – FACOMB, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutoranda na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia e Bacharel em jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Diretora Regional da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC – Associação Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. Autora dos livros *Notícias e Serviços nos telejornais da Rede Globo*. Editora Sotese, Rio de Janeiro 2002; *Para Entender as Teorias da Comunicação*. EDUFU, 2009, e *A televisão em busca da interatividade*, Casa das Musas, 2009, *Mulheres do Sol e da Lua: Televisão Mulher e Trabalho*, PUC/GO, 2012. E-mail: [anacarolina.temer@gmail.com](mailto:anacarolina.temer@gmail.com)



Beltrão, Nelson Traquina, Otto Groth, Marcondes Filho e ainda Bell Hooks, Gayatri Spivak, Stuart Hall e Gaye Tuchman, além de dados empíricos sobre o quadro de jornalistas no Brasil e de uma das emissoras líderes de audiência em Goiás, a Televisão Anhanguera.

Justifica-se a relevância desta discussão porque antes do surgimento dos veículos de comunicação de massa, o indivíduo construía seu conhecimento e consequentemente sua opinião, através de experiências que vivenciava de forma real na sociedade, em instituições como a família, a igreja ou a escola. A rotina capitalista moderna impôs a homens e mulheres, de diferentes idades e classes socioeconômicas distintas, uma rotina pontuada por compromissos e prazos que diminuíram consideravelmente o contato social presencial. Ao mesmo tempo a mídia, impulsionada pela tecnologia, se faz onipresente. Assiste-se à televisão, lê-se o jornal ou ouve-se rádio, em qualquer ambiente: no quarto, na cozinha, no carro, na sala de espera do consultório médico. E dentro da mídia há um espaço precioso, o jornalismo, onde os acontecimentos mostrados ganham uma aura de verdade e de importância. “Considerado pelo senso comum como expressão de realidade” (TEMER; TONDATO, 2009), a importância do gênero é lembrada por vários teóricos da comunicação, inclusive ligados à publicidade. Kotler (2003) explica que o fato exibido dentro da programação jornalística de qualquer emissora é automaticamente aceito como verdadeiro.

### **A natureza do jornalismo**

A imprensa capitalista é um mecanismo de sistema social, que ao mesmo tempo em que expõe a pluralidade de opiniões, também controla a exposição dessas opiniões, proporcionando ao receptor uma falsa sensação de que desfruta de um amplo acesso a informação e dos benefícios resultantes da liberdade de expressão. O material jornalístico – o produto do jornalismo, a notícia, a reportagem, e mesmos os espaços para o jornalismo opinativo, é a informação transformada em mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais.

Sendo comunicação, o objeto do jornalismo perpassa pelos mesmos processos de definição do objeto da comunicação, mas possui também um recorte específico: o



vínculo com a informação verdadeira e de interesse público, com a prestação de um serviço visando o lucro (mesmo que, em alguns casos, não o lucro imediato ou mesmo o ganho financeiro).

Ainda que seja inegável que o jornalismo “... via de regra, atua junto com grandes forças econômicas e sociais: um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho.” (MARCONDES FILHO: 1986, p.11), também não é possível pensar nesta atividade sem ter como ponto de partida o seu compromisso com a informação verdadeira e atual.

O jornalismo é também um processo de comunicação que envolve mais de uma etapa, em uma relação híbrida de apreensão da realidade e representação dos acontecimentos atuais (os fatos) à sociedade. São ações, cuja simplicidade aparente escamoteia tramas complexa de atividades profissionais especializadas, e as quais somam-se a relação do próprio jornalismo como ator social que interage com vários outros setores da sociedade, em uma relação na qual estão envolvidos as relações de força (relações de poder) de diferentes grupos sociais com forças de representatividade e poder diferenciados, que buscam controlar a sua atuação do jornalismo em benefício próprio, não raro estabelecendo estratégias de visibilidade e representatividade no conjunto do material jornalístico.

As especificidades do jornalismo, sua evolução histórica anterior aos estudos formais sobre a comunicação, é uma das bases que sedimenta uma tendência entre os estudantes de jornalismo e os próprios jornalistas – e até mesmo alguns pesquisadores - para pensar na profissão de um modo eminentemente prático. Consequentemente, têm proliferado trabalhos que analisam as ações profissionais e o conteúdo do jornalismo, que em alguns casos deixam de lado a noção de que são as ideias, nem sempre verbalizadas, que orientam a prática.

De forma ampla, podemos dizer que o jornalismo é uma instituição social (WILLIAMS, 1997); e desempenha o papel de alimentador dos processos de interação social e agente ativo na vida da sociedade (MARQUES DE MELO, 1991). Mas ainda que reflitam a importância do jornalismo, estas definições não esgotam o seu significado. Neste sentido é importante destacar que a verdadeira importância do jornalismo não se resume em relatar fatos, mas antes está na sua ação de “organização da realidade social”, por meio da hierarquização, edição e classificação dos fatos e situações retratados pelo material jornalístico.



Ao lado do compromisso com a verdade ou com a representação da realidade, um dos principais valores do jornalismo é a noção de serviço público. O argumento é utilizado para legitimar a profissão e está de tal forma associado a essa atividade que direciona os aspectos deontológicos que regulam a prática profissional.

Particularmente no Brasil o jornalismo assumiu um papel importante nas relações sociais e políticas do país. Entre elas estaria a responsabilidade de apresentar as novidades consideradas essenciais na ciência e na vida social, mas também a posição de representante não eleito da população, tomando para si a defesa do interesse público, fiscalizando aqueles que exercem cargos políticos denunciando-os quando optam por caminhos pouco éticos ou mesmo ilegais.

Dessa forma, o jornalismo é um espaço público para onde afluem discursos e representações de diferentes grupos sociais e um ator social que, a partir das suas ações atua como elemento ativo na construção de uma realidade/representação que constitui o conteúdo do jornalismo.

É necessário lembrar que a construção do conteúdo do material jornalístico é o resultado de processos de construção e seleção de informações. A informação é “aproveitada” a partir da própria organização interna dos veículos, a partir de temas, assuntos, modelo discursivo, ou mesmo necessidades subjetivas da linha editorial ou dos interesses econômicos do veículo, em uma ação contínua tanto das práticas normativas da construção do texto jornalístico, quanto das práticas de rotinas produtivas, as quais se somam a própria rigidez do formato, em um processo de distorção cumulativa voluntária e involuntária que limitam a representação dos fatos.

Podemos dizer, portanto, que o jornalismo desempenha um papel fundamental na experiência que temos do mundo, mas ao organizar a “realidade/representação” que constitui o conteúdo do jornalismo, o jornalismo provoca distorções nesta realidade. Mais ainda, ao não expor essas limitações, o jornalismo traz para si a responsabilidade de organizar e orientar a percepção da realidade individual e social, dignificando, classificando e hierarquizando a informação, o conhecimento e a realidade absorvida pelo receptor.

### **Breve revisão dos estudos sobre jornalismo**

Em termos acadêmicos, o estudo do Jornalismo nasce bem antes das abordagens acadêmicas sobre comunicação. A primeira tese sobre o tema foi defendida em 1690,



pelo alemão Tobias Peucer, mas a questão ganha fôlego no Primeiro Congresso da Associação Alemã de Sociologia, em 1910, quando Max Weber coloca o jornalismo como “o primeiro tema adequado para um estudo genuinamente científico.” (WEBER, 2005, p.14). Essa tradição é continuada por Otto Groth, discípulo de Max Weber, que iniciou os estudos sobre as bases da “jornalística”. A particularidade desta proposta, no entanto, não se afastava da noção inicial de Weber, que entendia os jornais como algo mais do que “simplesmente empresas capitalistas com a ânsia do lucro, mas também organizações políticas que funcionam como clubes políticos” (WEBER, 1972, p.80-81). Falar de jornalismo é falar de política em meio à sociedade.

Otto Groth delimita os quatro conceitos fundantes (ou características definidoras) do jornalismo: Atualidade (o jornalismo diz respeito a fatos novos, que tenham como referência o dia-a-dia, o cotidiano das pessoas); Periodicidade, regularidade ou frequência (elemento que diz respeito ao -intervalo de tempo -, que separam as diferentes edições de um veículo, e que delimita a estrutura temporal do veículo, tornando-se algo mais do que o intervalo entre duas edições; é a imposição de um “ritmo de vida”); Publicidade ou Difusão Coletiva (o jornalismo trata do que é público, do que pode e deve ser conhecido por todos), universalidade ou variedade no conjunto de interesses (o jornalismo dialoga com todo o acervo de conhecimentos humano, entendendo o mundo não se restringe ao mundo físico reza, mas compreende também a sociedade e a cultura).

Os estudos sobre jornalismo de Groth não encontraram terreno fértil na Alemanha, que priorizou a pesquisa em Comunicação de Massa instrumentalizada pelo Nazismo, e que mais tarde deram base científica ao Ministério da Propaganda.

Fora da Alemanha, a segunda guerra abriu outros espaços para o desenvolvimento dos estudos sobre comunicação e sobre o jornalismo. Em 1922, o ex-jornalista e sociólogo norte-americano Robert Park, faz um trabalho sobre a natureza das notícias, no qual aponta que as notícias “têm como incumbência a construção da coesão social”, uma vez que permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum” (PARK: 1972, p.183). Para o autor, o jornalismo deve orientar o indivíduo e a sociedade para a vida diária no mundo real, preservando a sanidade do indivíduo e dando condições para a sua permanência da sociedade.



Nos anos 1940 o panorama político mundial marcado pela guerra fria não favorecia as preocupações dos estudiosos do jornalismo com a relação da profissão com os valores democráticos, mas ainda assim os estudos sobre o jornalismo atingiram uma considerável estabilidade nos Estados Unidos, com cursos de graduação e doutoramento. No entanto, em 1943, o pesquisador Wilbur Schramm assume o posto de Diretor da Escola de Jornalismo de Iowa trazendo consigo a proposta de mudança na concepção do curso tornando-o multidisciplinar e incluindo pesquisadores de outras áreas das ciências humanas. A partir daí desenvolve-se a noção de que as práticas profissionais constituem “um objeto menor, meramente técnico e irrelevante diante dos novos interesses trazidos por este aporte pluridisciplinar” ((MEDITSCH, AYRES & SANGALA, 2008)

Esta postura é revista anos mais tarde pelos pesquisadores da Escola de Jornalismo de Columbia, em New York, que reconhecem as deficiências na formação dos profissionais de imprensa e buscam rever “o que deu errado” na escola de comunicação na segunda metade do século XX. Estes estudos fundamentaram a noção de que “Mídias são organizações, burocracias, tecnologias em que o jornalismo tem lugar; comunicação é o processo generalizado de transferência de significado” e que, embora inserido em ambas, nenhuma delas é o jornalismo.

No final dos anos 1950 e uma boa parte dos anos 1960 volta a ter destaque em trabalhos científicos, em geral centrados na pesquisa quantitativa e dominados pelo paradigma do selecionador ou gatekeeper. No final da década, acompanhando o reconhecimento do crescente papel ocupado pelos meios de comunicação nas sociedades modernas, inicia-se uma fase de interesse pelos estudos do jornalismo. Uma nova fase de investigação do jornalismo se inicia com o surgimento do *new journalism*, destacando os significados ideológicos desta atividade, em análises influenciadas por autores marxistas e pelo foco na natureza problemática da linguagem.

Entre as novas contribuições para o estudo do jornalismo estão às abordagens etnosemióticas e os estudos sobre as rotinas de construção do material jornalístico como um produto da indústria informativa. A notícia passa a ser vista como “...uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. (ALSINA, 1996, p.185). Também ganham fôlego às abordagens interdisciplinares que combinam a análise linguística, o



discurso analítico, psicológico e sociológico do discurso informativo e dos processos jornalísticos.

No Brasil, a discussão sobre o jornalismo tem se concentrado na análise da notícia, considerada por diversos autores como a *alma* do jornalismo (MARCONDES FILHO, 1986). Segundo Sodré (1996, p.131): “A notícia - a americaníssima *news of the day* - constitui o ponto central da informação jornalística”. A partir desta perspectiva, numerosos autores, como Juarez Bahia, Marcondes Filho, Manuel Carlos Chaparro, Adelmo Genro, e muitos outros, trazem novos elementos para a construção teórica, com um enfoque à práxis, caracterizando o jornalismo como forma de conhecimento do mundo que surge no capitalismo, ao lado da ciência e da arte.

Os estudos mais atuais fogem da perspectiva ingênua de jornalismo é um espelho da realidade, e adotam a noção de que o jornalismo é o uma representação desta realidade. Mas ainda que o conteúdo do jornalismo não seja a realidade em si, ou a totalidade da realidade espelhada, os vínculos com a realidade – do “dizer a verdade” - são a base fundadora da atividade.

A verdade existe no jornalismo como meta a ser alcançada no texto, e o seu inverso – a mentira, a fantasia, a invenção – é a sua negação. Ainda que as representações jornalísticas – ou o material jornalístico - possam destacar um aspecto do outro, encaminhar o olhar, direcionar abordagens, não podem (ou não devem) fugir da realidade. Suprimir a informação – censurar, omitir, deturpar – são elementos que comprometeram a credibilidade dos veículos.

A credibilidade - qualidade atribuída aos veículos jornalísticos a partir do compromisso com a realidade/verdade – é o capital simbólico do jornalismo. A partir do compromisso com a verdade o jornalismo constrói seu espaço diferenciado (da publicidade, dos programas de entretenimento e de outros espaços mediáticos) com o receptor. E é também a partir desta relação que o jornalismo interfere na vida social de uma forma diferenciada dos demais espaços da comunicação.

### **Sobre a televisão e o telejornalismo**



O mais abrangente entre todos os meios de comunicação de massa, “forma específica da comunicação que ocorre por intermediação/mediação de um meio técnico, ou multiplicador, que permite a mensagem atingir um público anônimo, heterogêneo e fisicamente disperso” (TEMER; NERY, 2009), a televisão no Brasil é responsável pela difusão de informações e modismos além de ser formadora de opinião. Segundo dados do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 97% dos domicílios brasileiros tem um aparelho de televisão. Isso sem contar aqueles espalhados em espaços de grande circulação de pessoas como restaurantes e salas de espera. Por isso, vários são os exemplos da influência das coberturas jornalísticas televisivas na história do país, um dos mais célebres, a edição do debate<sup>4</sup> entre os candidatos à presidência em 1989, Fernando Collor de Mello e Luiz Inácio Lula da Silva, com notório favorecimento ao primeiro, vencedor das eleições. E entre os mais recentes a mobilização social para ajudar as vítimas das enchentes na região serrana do Rio de Janeiro. A veiculação de matérias por diversas emissoras em nível nacional sensibilizou brasileiros de vários estados e milhares de toneladas de doações foram enviados aos desabrigados.

Mas a relação entre televisão e jornalismo não é assim tão fácil de ser compreendida. No Brasil as notícias fazem parte da TV praticamente desde a sua implantação, afinal, o primeiro telejornal, Imagens do Dia, foi ao ar 24 horas depois da primeira transmissão. Temer (in Vizeu, Porcello, Coutinho, 2010) especifica que no caso da televisão há um investimento na espetacularização da notícia, mais que informar é preciso entreter para manter a audiência. Stephens (1993) vai dizer que o veículo vai manter o povo sob uma escravização dicotômica, “o excesso e a falta de informações”, ou seja, ao mesmo tempo em que a pessoa tem o mundo à sua frente este mundo é mundo rápido porque os fatos se sucedem a cada segundo. Voltando a Temer, a autora diz é esta característica de serviço que dá credibilidade ao gênero e faz com que, apesar dos custos, as emissoras invistam muito nos telejornais que junto com as telenovelas tem um grande papel na conscientização política e social da população, embora para os proprietários das emissoras sua função seja muito mais dominadora que cidadã.

### **Mulheres Brasileiras, Mulheres Jornalistas, Mulheres Vítimas de Violência**

---

<sup>4</sup> No último debate entre os dois presidenciais no segundo turno das eleições em 1989, a Globo fez duas versões editadas para exibição em seus telejornais, uma no Jornal Hoje das 13 horas, e outra polêmica no Jornal Nacional, telejornal de maior audiência no país. Nesta segunda versão a Globo é acusada de favorecer Collor por dar ao candidato um minuto e meio a mais que Lula e por, na hora da edição, escolher seus melhores momentos.





Em fevereiro de 1932 a mulher teve direito ao voto, mas só as casadas e que tinham o consentimento do marido podiam comparecer às urnas. Oitenta e um anos depois são várias as conquistas. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio<sup>5</sup> feita pelo Instituto Nacional de Geografia e Estatística divulgada em 2001 mostrou que o Brasil tem cento e noventa e cinco milhões e duzentos mil brasileiros, destes cem milhões e quinhentos mil são mulheres. Mas a superioridade número não implica em igualdade de direitos. Um relatório feito por economistas<sup>6</sup> do BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento – mostrou que no Brasil (segue-se uma tendência sul-americana) homens com a mesma idade e mesma instrução das mulheres ganham trinta por cento a mais. A participação da mulher no mercado de trabalho é mais expressiva no serviço público, restaurantes, atividades hospitalares, limpeza e comércio varejista.

Já em março de 2012, pouco mais de um ano atrás, a Secretaria de Gestão e Planejamento do governo do estado de Goiás divulgou a pesquisa “A ascensão da mulher na sociedade”. Os números, com alguma variação, repetem a tendência do país e do continente. O levantamento de dados mostrou que em Goiás as mulheres tem uma participação de 41,7% de participação no mercado de trabalho, mas elas ainda recebem 88% do que é pago a um homem com a mesma formação. Elas ainda são maioria entre os indivíduos com onze anos de estudo ou mais e 36.68% mantem sozinha a casa e os filhos.

Mesmo trabalhando e pagando suas contas, a mulher é discriminada. E como se isso não fosse problema suficiente a violência física contra o sexo feminino cresce assustadoramente. O Brasil é o sétimo país que mais mata mulheres no mundo. Nos últimos 30 anos foram assassinadas mais de noventa e duas mil mulheres, quarenta e três mil e setecentas só na última década, sendo que 68,8% dos homicídios ocorrem dentro de casa e são praticados pelos cônjuges. Os dados são do Mapa da Violência 2012, elaborado pelo Instituto Sangari e pelo Ministério da Justiça<sup>7</sup>.

Ainda de acordo com este levantamento, Goiás ocupa a nona posição entre os estados brasileiros com mais assassinatos de mulheres, com uma taxa de 5,7 para um grupo de 100 mil mulheres. O Espírito Santo aparece em primeiro lugar com 9,8,

---

<sup>5</sup> Disponível em:

<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=2222>

<sup>6</sup> Os responsável pela pesquisa disponível em

<http://www.observatoriodegenero.gov.br/menu/noticias/homens-recebem-salarios-30-maiores-que-as-mulheres-no-brasil> : são: Hugo Ñopo, Juan Pablo Atal e Natália Lima

<sup>7</sup> A pesquisa na íntegra pode ser acessada em: [www.mapadaviolencia.org.br](http://www.mapadaviolencia.org.br)



Alagoas em segundo com 8,3 e o Paraná está em terceiro lugar com 6,4. Goiânia ocupa a nona posição entre as capitais brasileiras em homicídios de mulheres com 6,8 assassinatos para grupo de 100 mil mulheres.

Segundo informações da pesquisa “Perfil Profissional do Jornalista Brasileiro”<sup>8</sup> divulgada no dia 04 de abril deste ano, o Brasil tem hoje cento e quarenta e cinco mil profissionais em atuação, a maioria, 64%, mulheres. Dentro deste grupo a maioria é branca, solteira e tem até trinta anos. Mas antes de se falar em dominação feminina é preciso dizer que os homens ainda são maioria nos cargos de chefia e também ganham mais. “Eles” são maioria no grupo ganhador de mais de cinco salários mínimos, “elas” são em maior número no grupo com salário de até cinco mínimos. Números que repetem padrões presentes também em outras profissões.

Sem uma análise mais profunda, é possível pensar que a presença feminina nas redações garante um espaço privilegiado no jornalismo aos problemas da mulher, porque as próprias tem o poder de mostrar, discutir e cobrar soluções para seus problemas, como por exemplo, a inclusão no mercado de trabalho e a violência, mas não é isso que acontece. Em uma breve análise do conteúdo exibido pelo telejornal matinal Bom Dia Goiás, veiculado pela TV Anhanguera de segunda a sexta das 06h30 as 07h30 entre 25 de junho e 06 de julho de 2012, foi possível encontrar nove matérias sobre o tema: violência contra a mulher. Em quase todas as matérias analisadas o destaque é para o fato em si, a situação que gerou o ato de violência não é questionada, nem sua solução, muito menos é oferecido ao telespectador informações sobre o que fazer em caso de um problema semelhante. Mesmo assim, o tempo das matérias é generoso, de nove matérias analisadas, todas tinham mais de um minuto e meio, sendo que cinco tinham mais de dois minutos e duas tinham duração superior a três minutos. Se for levado em consideração o tempo em geral utilizado pelas emissoras por matéria (entre um minuto e trinta segundos e um minuto e quarenta e cinco segundos), podemos afirmar que o assunto violência tem grande destaque no telejornal, mas sempre de forma superficial ou sensacionalista. TV Anhanguera que tem a sua redação formada por trinta e nove jornalistas, sendo vinte e três mulheres e dezesseis homens.

---

<sup>8</sup> A pesquisa é um projeto do Núcleo de Estudos Sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina, em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ –, apoio do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ – e Associação Brasileira de Pesquisadores do Jornalismo (SBPJor)



Segundo dados divulgados pela Secretaria de Segurança Pública do Estado de Goiás, em 2011 foram registradas nas delegacias especializadas no atendimento à mulher na capital, seiscentas e vinte e quatro ocorrências que se enquadravam na Lei Maria da Penha. Ano passado esse número caiu para quinhentas e cinquenta e quatro. É consenso entre as autoridades da área de segurança pública e das entidades de apoio à mulher vítima de violência que as agressões não diminuíram, mas sim que deixaram de ser registradas. Entre os motivos para essa diminuição, o desconhecimento da lei que saiu da pauta do telejornalismo e dos programas de entretenimento (as novelas tem um papel importante mesmo que momentâneos nestas discussões) e retorna apenas em ocasiões específicas como os balanços de final de ano.

### **A representação de identidades na mídia**

Pode-se discutir a construção e reconstrução da identidade de minorias na mídia usando como referencial a pesquisa de Jose Zito Araújo sobre o negro estereotipado nos diversos produtos da mídia de massa brasileira com destaque para as telenovelas. Zito observa que essa representação vai influenciar o pensamento não só dos grupos dominantes (homens, brancos, heterossexuais e ricos), mas também dos próprios dominados. Na tese de doutorado que virou livro em 2000 reeditado em 2004, o pesquisador afirma que a representação romantizada desses grupos esmaece problemas e peculiaridades características de cada grupo, contribuindo ainda mais para a perda da identidade, isso quando os papéis não reforçam comportamentos econômicos e culturais de interesse dos grupos dominantes, como por exemplo, a servidão do negro ou a fragilidade feminina. Logo não basta ao negro ou à mulher ou qualquer outra categoria minoritária estar na mídia, é necessário ter seus traços respeitados, sua história lembrada e seus problemas discutidos para que esta exposição contribua para o reconhecimento e reposicionamento do grupo em sociedade, ao contrário de continuar a alimentar a falsa ideia de que o Brasil é um país sem preconceitos. Zito vai levantar ainda a questão de que a visão romantizada para não dizer distorcida está ainda relacionada ao fato de que as participações dos grupos minoritários na mídia são sempre escritas por terceiros.

Abordagem feita também pela autora indiana Gayatri Spivak (2010), para quem subalterno, é aquele sujeito que não tem voz, ou seja, não tem representação social, ou, cuja representação se faça por um outro sujeito, alheio á sua realidade. Mas a discussão não é sobre mulheres falando sobre mulheres? Bell Hooks (2000) vai questionar dentro



do movimento feminista americano a existência de dois mundos e suas diferentes necessidades, o das mulheres brancas, de classe média e ensino superior e das negras pobres com pouco estudo. Um questionamento que sempre acompanhou a autora americana, afinal, anos antes (1992) Hooks já questionava a importância do lugar da fala ao criticar o documentário *Paris is Burning* de Jennie Livingston. Que propriedade teria uma mulher branca e com ensino superior para falar sobre o submundo gay negro e latino de Nova Iorque?

Seguindo o raciocínio de Hooks, não temos no telejornalismo uma representação real da violência contra as mulheres, apesar do problema ser mostrado quase diariamente na programação jornalística das emissoras de televisão. Isso porque o discurso é construído por mulheres, mas com um nível de subalternização menor e que não entendem o grau de exclusão social dessas vítimas. A editora não coloca o endereço da Delegacia da Mulher porque imagina que essa é uma informação tão básica que todos a tem, as chefias não pautam a discussão da lei Maria da Penha porque julga ser a mesma, do conhecimento de todos.

Outro fator de reflexão a partir das colocações de Boaventura de Souza Santos (2004) é o efeito do capitalismo global neoliberal sobre os movimentos que lutam contra a exclusão de minorias em diferentes segmentos sociais. Sempre foi característica do capitalismo não lutar contra as novidades, mas abarcar, industrializar e em seguida revender. Mas neste processo a identidade se perde, surge um híbrido, assim como acontece com o imigrante que precisa se adaptar à nova casa (Hall). No jornalismo as distorções naturais (delimitação de tempo, adaptação ao veículo, a posição cultural do jornalista ao interpretar o acontecido) na transformação do fato em notícia comprometem sua verdadeira representação e conseqüente reflexão, no telejornalismo ainda mais, pois nenhum outro veículo é tão escravo do fato tempo e necessita de tantos profissionais para elaborar uma única matéria (no mínimo um repórter, um cinegrafista, um editor de texto e outro de imagem).

## **Conclusão**

É preciso deixar claro que este texto está longe de ser classificado como uma pesquisa. O confronto entre teoria e dados empíricos permitiu identificar uma situação restrita e, suscitar um questionamento, que pela importância, merece ser levado a novos horizontes. A discussão sobre a posição da mulher na sociedade moderna não pode



ignorar a força da mídia, especificamente do telejornalismo, na construção de imagens e conceitos. Uma pequena parcela de mulheres conquistou novos espaços e direito a voz, mas não foi suficiente para garantir a representação dos problemas femininos, muito menos a abertura deste espaço a outras mulheres. Especificamente no recorte proposto por este artigo, foi possível observar que a violência de gênero ainda é mostrada de forma superficial, muitas vezes sensacionalista, em busca de audiência e não do resgate da cidadania das mulheres marginalizadas. A solução para o uso do telejornalismo enquanto ferramenta para emancipação de grupos excluídos não está no veículo, mas na forma de condução do mesmo, e fundamentalmente na sua abertura para que estes indivíduos exponham seus reais problemas, evitando o desenvolvimento de políticas que legislem em favor de um sujeito simulado, como colocado por Canclini (2009).

### **Bibliografia:**

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1996.

ARAÚJO, José Zito de Almeida. **A Negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Interpretativo: Filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

CANCLINI, Néstor Carcía. **Quem fala e em qual lugar: sujeitos simulados e pós-constitutivismo**. In: CANCLINI, Néstor Carcía. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 2009.

HALL, Stuart. **A formação de um intelectual diaspórico**. Uma entrevista com Stuart Hall, de Kuan-Hsing Chen. *Da Diáspora. Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

HOOKS, bell. **Black Woman: shaping feminist theory**. In HOOKS, bell. *Feminist theory: from margin to center*. Cambridge: south End Press Classics, 2000, p. 1-18.

HOOKS, bell. **Is Paris burning?** In: \_\_\_\_\_. *Black looks: race and representation*. Boston: South and Press, 1992, p. 145-156



KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos Cães Perdidos**. Comunicação e Jornalismo. São Paulo: Hacker, 2000.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências**. In: SANTOS, Boaventura de Souza (org). *Conhecimento Prudente para uma vida decente*. São Paulo: Cortez Editora, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

SPIVAK, Gayatri. **Pode o subalterno falar? Belo Horizonte: UFMG, 2010**.

STEPHENS, Mitchel. **História das Comunicações: do tantã ao satélite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

TEMER, Ana e NERY, Vanda. **Para Entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: Edu Fu, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – volume II**. Florianópolis: Insular, 2008.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.