

## **Participação do Piauí nas plataformas digitais do *The Intercept* e *Mídia Ninja*:**

Análise sobre casos vinculados sobre violência contra mulher<sup>1</sup>.

Camila Santos<sup>2</sup>

Isis Fernanda Macedo<sup>3</sup>

João Victor Carvalho<sup>4</sup>

Juliana Fernandes Teixeira<sup>5</sup>

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo analisar o material disponível nas plataformas do *Intercept Brasil* e *Mídia Ninja* e localizar traços identitários sobre o Piauí no cenário jornalístico brasileiro. Para isso, vamos observar matérias veiculadas nesses meios em 2018 que abordem a violência contra a mulher e que façam referência ao estado piauiense. Dessa forma, levantaremos os conceitos sobre ciberativismo, identidade cultural e regionalização desenvolvendo hipóteses com embasamento histórico buscando amparo no material analisado por meio da análise de conteúdo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Identidade Cultural; Jornalismo Alternativo; Violência contra Mulher.

### **1. INTRODUÇÃO**

Sob o princípio de propagar informações pouco divulgadas nos meios tradicionais e com posicionamento crítico-social, o jornalismo alternativo e colaborativo está inserido nas novas produções de informação. A apropriação tecnológica digital pelo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ-DT7 – Comunicação, Espaço e Cidadania– XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social com Hab. em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí. E-mail: camilasantos.jornalismo@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social com Hab. em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí. E-mail: isisfefe@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social com Hab. em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí. E-mail: jvictoroc98@gmail.com.

<sup>5</sup> Professora orientadora deste trabalho. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (Covilhã/Portugal), por meio do regime de co-tutela entre as duas instituições. Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI). Também integra, como pesquisadora colaboradora externa, o Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL-UFBA) e o Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE-UFRJ). Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

---

indivíduo, as relações de consumo, produção e percepção da comunicação foram afetadas e a informação não está disponível apenas a poucos. Hoje, todos podem produzir conteúdos.

Esse novo modelo jornalístico tem uma lógica descentralizadora da informação e também do indivíduo, abordagem postulada por Anthony Giddens (1991) em sua análise sobre a globalização e as consequências na modernidade, que pode ser relacionada à rapidez das informações e mudanças de paradigmas.

O *corpus* desta análise foi escolhido em torno do tema gênero, especificamente, a violência contra a mulher, coletado nas duas plataformas digitais supramencionadas. Não pontuaremos o assunto em profundidade, visto que o mesmo depende de várias inferências e teorias específicas, portanto, merece um estudo detalhado. Desse modo, o mesmo será utilizado como suporte para o objeto principal: o caráter identitário piauiense.

De acordo com Cruz (2019), a partir de dados disponibilizados pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 536 mulheres foram vítimas de violência a cada hora no país em 2018. Esses dados são o reflexo do sistema social e político que subtiliza, subverte o feminino em detrimento do gênero masculino estabelecendo uma relação de dominação, perceptível em vários aspectos de vivências humanas, dado que tal sistema é prejudicial, mesmo que em menor intensidade, até ao homem.

O meio digital possibilita a constituição de mais discussões e articulações. O jornalismo alternativo entra nessa vertente para agir como uma plataforma de denúncia e/ou mediação, tendo em vista que boa parte dos casos não é noticiada nos meios tradicionais. Dessa maneira, o jornalista trabalha em cooperação com o público para ampliar a repercussão e no recebimento de material. Na visão de Woitowicz (2007), o jornalismo alternativo reforça a pauta de gênero na sociedade.

No entanto, apesar das inúmeras campanhas sobre a violência, as estatísticas continuam a aumentar, revelando um cenário que soma cada vez mais vítimas, a grande maioria formada por mulheres. Com isso, reforça-se uma representação de gênero que costuma tomar como símbolo de virilidade a agressividade masculina, ao mesmo tempo em que preserva a condição de vítima atribuída às mulheres. Daí a importância de conhecer a trajetória da imprensa feminista e o modo como a mídia alternativa participa atualmente da luta contra a opressão das mulheres, contribuindo para inserir o debate na agenda pública (WOITOWICZ, 2007, p. 3).

---

Nesse sentido, faremos inferências sobre o jornalismo descentralizado, lançando hipóteses, destacadas mais à frente, entre o jornalismo nacional e local com ênfase nas possíveis características identitárias. Discutiremos a participação do Piauí em plataformas reconhecidas nacionalmente e para delimitar essa análise escolhemos focar em reportagens que utilizem como assunto uma questão pertinente ao gênero: a violência contra a mulher, com o intuito de reconhecer características dentro do campo da comunicação vinculadas ao pertencimento – que historicamente foi negligenciado.

Ainda nesta linha de pensamento, propomos que novas percepções possam ser desenvolvidas com a facilitação e o acesso a internet e que atores sociais possam determinar suas posições e identidades. Pensando nessas questões de regionalização e identidade cultural como suporte teórico para a análise, selecionamos duas matérias, delimitando ainda mais sob a perspectiva de gênero.

É perceptível a proximidade entre as linhas editoriais das plataformas ao tratarem com relevância a temática. Dessa forma optamos por selecionar reportagens que fizessem referência ao Piauí sob o recorte de gênero, salientamos ainda a gravidade social desta pauta na região, reverberando nos conceitos jornalísticos dentro dos critérios de noticiabilidade dos meios.

Os dados de feminicídio na região são alarmantes. Segundo dados divulgados pela Secretária de Segurança Pública do Piauí (SSP/PI), o Estado tinha, nos anos de 2015 e 2017, a maior taxa de morte de mulheres no país. No ano passado, a Secretária de Segurança Pública também registrou uma alta porcentagem: 55% das mortes de mulheres no Estado estavam relacionadas ao feminicídio, ou seja, à condição de gênero.

Portanto, usaremos a temática de gênero destas matérias para fomentar nossa pesquisa da participação do Piauí nos meios nacionais. A violência contra a mulher será usada como fator norteador para a pesquisa sobre elementos da identidade cultural e regional.

Por isso o objetivo geral deste trabalho é verificar a presença de elementos que possam reforçar a identidade cultural e regional do Piauí em duas matérias relacionadas à violência de gênero, com menção a outras. Para tanto, analisaremos algumas reportagens das plataformas digitais do Intercept Brasil e Mídia Ninja. Investigaremos a participação do Estado nas pautas nacionais; a alusão a estereótipos; a evidenciação de cidades do Piauí; a presença discursiva e simbólica nos textos.

---

Inicialmente, apresentamos os principais assuntos abordados em âmbito nacional para que assim possamos prosseguir na exposição desses dados, relacionando a duas matérias sobre casos de violência contra a mulher, uma de cada plataforma. Este segmento configura-se como de maior importância neste levantamento. Aqui objetivamos fazer o parâmetro de como os traços identitários piauienses são abordados nessas plataformas por meio da análise de conteúdo de estudo de casos múltiplos.

## 2. IDENTIDADE E REGIONALIZAÇÃO

Entre as possibilidades de produção, veiculação e circulação de conteúdos digitais, o maior acesso à internet convencionou a pluralidade de vozes e discussões. No jornalismo, esse fenômeno é evidenciado com as formas e produções: colaborativas e participativas. Pontuamos, conceitualmente, estas, respectivamente, como: modo de produção de conteúdo e um contraponto a mídia hegemônica, instituída sob o pilar da democracia. Ambas atuam em confluência.

Dessa forma pessoas de diversos Estados da federação puderam compactar e relacionar ações sociais para informar acontecimentos, histórias e atividades que ocorrem e possuem pouco espaço nos veículos tradicionais. As particularidades piauienses não são mais restritas, possuem as facetas comunitárias por meio de rádios webs até os sistemas de comunicação do Estado, como a *Rede Meio Norte*, que tem como proposta trabalhar o conteúdo do Nordeste com enfoque no Piauí. Esta pesquisa, no entanto, é restrita às plataformas digitais, especificamente os sites *The Intercept - Brasil* e *Mídia Ninja*.

Inicialmente, trabalhamos com os conceitos de identidade cultural e regionalização para, assim, termos embasamento teórico para a formulação de hipóteses e categorias da metodologia. Busca-se essa discussão teórica para que se torne possível analisar o conteúdo piauiense veiculado para o país.

O campo de pesquisa sobre identidade apresenta conceitos que se integram e podem ser usados sob múltiplas perspectivas. Hall (2004) evidencia as culturas nacionais como tangenciais para a identidade cultural, percebendo as identidades nacionais como um dispositivo discursivo, por ser constituída e transformadas no interior das representações. Acrescenta-se ainda o sentimento de pertencimento como fator para a identidade cultural da dita pós-modernidade. A utilização de marcas e

elementos identitários são evidenciados e repassados aos grupos identitários coletivos pelos meios de comunicação, ainda que esse não fosse o objetivo principal o reconhecimento e a preservação das tradições do coletivo. Como relata Anthony Giddens (1991) exemplificando questões regionais mexicanas:

(...) a máscara representa um ritual bastante recorrente nas culturas indígenas do México pré-colombiano, de forma tal que a rebelião, a uniformização das faces e o flashback histórico acabaram interagindo, resultando em um dos mais inovadores “recursos dramáticos” de revolução. (GIDDENS, 1991, p.104)

Diante da globalização e seus efeitos, a comunicação não possui um limite geográfico, ou seja, a difusão do material não é restrita a uma comunidade, um Estado ou país, devido a aspectos políticos, econômicos, simbólicos e valores. Essas modificações sobre a territorialidade formulam esse novo jornalismo inserido na sociedade da informação, onde o indivíduo por meio da apropriação tecnológica é capaz de inferir questões locais, além do eixo Rio-São Paulo.

No que compete à comunicação, a regionalização está na esfera do sistema mundial – tecnologia, fluxo acelerado de informações, políticas mundiais, economias transnacionais – mas é no lugar (bairro, cidade, Estado, país), nesses espaços, que a regionalização se dá. Trata-se de uma ordem diferente da globalização, com vistas à valorização do que é contíguo / familiar / singular. (MORAES, 2016, p.47)

Para Moraes (2016), a regionalização é uma estratégia dos veículos de comunicação. A pesquisadora infere que o reconhecimento nas *medias* acentua a necessidade de identificação e ocasiona uma certa inversão, ainda que do mundo internacionalizado.

Ao pesquisar aspectos sobre a regionalização na mídia piauiense, Moura Filho (2014) afirmou que especificidades regionais são negligenciadas por empresas de comunicação, qualquer que seja seu porte. O autor evidencia que itens regionalistas são referenciados em sua maioria por situações como carência de financiamento “Quase sempre, os veículos nem escolhem de forma racional nem conscientes das decorrências a opção de expansão física”.

Seguindo essas linhas teóricas, entendemos que identidade cultural e regionalização são intrinsecamente ligados a representações. Dessa forma, visões

reducionistas de grupo ou coletivo, como pontua Ferrés (1998), criadas e repetidas podem ser naturalizadas pelo senso comum, os ditos estereótipos.

Segundo Branco e Filho (2014), a regionalização também é relacionada ao espaço físico, mas ao adentrarmos no campo da comunicação a mesma se aproxima de características: cultural, social, político e econômico para o fornecimento. Portanto a identificação regional, e o sentimento de pertencimento de um povo na mídia estão ligados ao reconhecimento de elementos que possam identificar os nichos territoriais, no caso mesorregiões e microrregiões.

Esse breve olhar, sob tais perspectivas irá nortear a sustentação e formulação de características regionais e enquadramento que pretendemos discutir. A presença de traços identitários e regionais nas reportagens desses veículos que possam evidenciar algo sobre Piauí, para além dos estereótipos constituídos historicamente.

### **3. REFLEXÕES SOBRE CIBERATIVISMO**

Mídias alternativas podem ser configuradas como plataformas de difusão de comunicação em sociedade (informação, entretenimento, entre outros). Tais mídias são utilizadas pela população como meio de organização para causas políticas e sociais. Este fenômeno social pode ser observado pelo crescente número de adeptos de redes digitais em âmbito nacional, principalmente para manifestações relacionadas a questões sociopolíticas.

Nesse sentido nos propomos analisar conteúdos vinculados por essas mídias alternativas, Mídia Ninja e The Intercept, e para realizar a análise se faz necessário discutir o conceito ciberativismo, uma vez que compreende tais meios de manifestação e reivindicação de aspectos ligados às causas sociais, minorias e representações políticas. Martinho (2015), o prefixo ciber é utilizado na contemporaneidade para diversos contextos que dialogam com mídias e meios digitais. O autor ainda comenta que algumas vezes o termo é aplicado de forma sem valor.

A palavra e a definição foram propostas pela primeira vez pelo matemático radicado norte-americano Norbert Wiener em seu livro *Cybernetics*, de 1948. A palavra “cibernética” vem de grego *kibernos*, “controle”. A palavra “governo”, aliás, vem de uma tradução latina um pouco oblíqua de *Kibernos*. A cibernética é área do saber que se dedica a estudar as relações entre informação e controle em um sistema. A base é uma concepção instrumental de informação: são dados que alimentam um sistema e permitem a tomada de decisões

---

que, por sua vez, vão retroagir sobre esse sistema alterando potencialmente seu funcionamento, e assim por diante. A cibernética procura compreender como a informação pode ser usada para entender e prever os acontecimentos dentro de um sistema. (MARTINO, 2015, p.10).

O fenômeno social do ciberativismo só é possível graças ao espaço digital, e também por uma maior difusão e facilidade de aparatos tecnológicos, como internet, *smartphone*, *tablets* e computadores, conforme explica Luciana Mielniczuk (2003), que surgem após o contexto de difusão da *World Wide Web*, popularmente conhecida como web, decorrente da facilitação do acesso à eletrônica e informática digital de forma massiva na década de 1990.

Essas tecnologias empreendem uma nova lógica, pela qual fica de lado a linha tênue emissor>mensagem>receptor, relacionada à consolidação da possibilidade de alteração de determinados padrões de produção e consumo, principalmente, do fato dos consumidores passarem a dispor dos recursos tecnológicos que permitem sua interferência nos produtos de comunicação midiática. Essas tecnologias permitem a fruição de conteúdo em tempo real, em qualidade e quantidade antes jamais imaginadas, ao mesmo tempo em que possibilitam a interação, o compartilhamento e a criação de novos conteúdos a partir das informações que estão sendo consumidas. (ARANHA; MIRANDA, 2015, p. 137).

Perante o diálogo dos autores, compreendemos as mídias digitais e novas tecnologias como processos presentes do ciberativismo. Queiroz (2017) conceitua ainda ciberativismo como forma estratégica de um grupo em luta no espaço público que surge da apropriação da internet e redes sociais por defensores, ativistas que utilizavam os meios digitais para expor situações locais que ramificaram ultrapassando espaços até então delimitados geograficamente. Essa concepção é destacada atualmente por coletivos e fóruns que tem como base de atuação o princípio de similaridade e conexão que são assimilados e integrados pelas mídias, reverberando além e do espaço físico.

Nesse trabalho, adotamos tal ação como fenômeno social, tendo em vista o uso de tais meios pela sociedade em processos sociopolíticos, em que sujeitos integrantes em sociedade em diferentes posições e maneiras podem se articular com determinados fins, como maneira de difundir, reivindicar e posicionar-se em questões que envolvam a vida em coletivo.

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para tanto, tendo em vista a complexidade do ciberativismo incorporado na comunicação em sociedade, visamos analisar a construção e colaboração do Piauí nas mídias alternativas do país, recorrendo à metodologia de Análise de Conteúdo. Bardin (1977) aponta que a metodologia parte da observação e a capacidade de sistematizar meios de categorizar, descrever e explicar algum objeto em análise, por meio de aparatos qualitativos e quantitativos que possibilitem tal organização.

A autora explica que é necessário apresentar e delimitar o que será analisado, assim tomamos como objeto de estudo os meios digitais de informação *Mídia Ninja* e *The Intercept*, tendo como recorte matérias de cada veículo, com o intuito de identificar uma representação identitária.

A descrição analítica funciona segundo procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens. Tratar-se-ia, portanto, de um tratamento da informação contida nas mensagens. É conveniente, no entanto, precisar de imediato que em muitos casos a análise, como já foi referido, não se limita ao conteúdo, embora tome em consideração o «continente». A análise de conteúdo pode ser uma análise dos «significados» (exemplo: a análise temática), embora possa ser também uma análise dos «significantes» (análise léxica, análise dos procedimentos). Por outro lado, o tratamento descritivo constitui um primeiro tempo do procedimento, mas não é exclusivo da análise de conteúdo. (BARDIN, 1977, p. 34).

Nesse sentido, guiados por essa metodologia empírica da qual se faz uso de elementos descritivos no processo de investigação, foram realizados gráficos a partir das 10 últimas matérias, ainda no ano de 2019, dos meios digitais usados como objeto, com o propósito de contextualizar em números a identidade representativa do Piauí.

Escolhemos essa quantidade de material, 10 últimas, para tentar definir alguma frequência, e delimitar os assuntos que são mais abordados, constatamos que não são constantes os assuntos direcionado apenas ao Estado. Por isso procuramos o ano com maior frequência e referência ao Piauí, a partir desta verificação selecionamos um assunto em comum as reportagens vinculadas no Intercept Brasil e *Mídia Ninja*. Dessa forma escolhemos à violência contra mulher por ser um dos maiores temas abordados nas plataformas, além da sua importância social.

Levando em consideração que para a análise de conteúdo propõe-se uma busca além do que é escrito e veiculado, foram feitas duas entrevistas com um colaborador de cada meio, para conhecer o processo de criação das notícias, a noção quantitativa das



---

peessoas que trabalham para esses meios e como se dá a logística de pagamento e financiamento dos veículos em questão para os jornalistas que pautam o Estado.

## 5. ANÁLISE

Para este estudo foi estabelecida uma identificação quantitativa. Nosso objetivo é caracterizar o esforço investigativo que sustenta as abordagens propostas. Neste material traçaremos a análise sobre reportagens divulgadas por essas plataformas digitais, The Intercept - Brasil e Mídia Ninja. As matérias em comum são relacionadas ao tema violência contra mulher.

Esse estudo consiste em analisar comparativamente questões identitárias ligadas a cultura piauiense, por meio da análise imagética e textual dentro das reportagens de gênero “#8M no Piauí: Resistência das mulheres no estado que mais as mata” e “Mulheres denunciam ginecologista do Piauí por abuso sexual. Mas, ele tem um Promotor ‘Amigo’.”, das plataformas da Mídia Ninja e The Intercept - Brasil, respectivamente.

Seguimos a construção costumeira de uma análise de conteúdo que será mencionada no decorrer do texto. Inicialmente, no período de pré-análise foram formuladas hipóteses, sendo estas avaliadas, e à frente segue a análise propriamente dita:

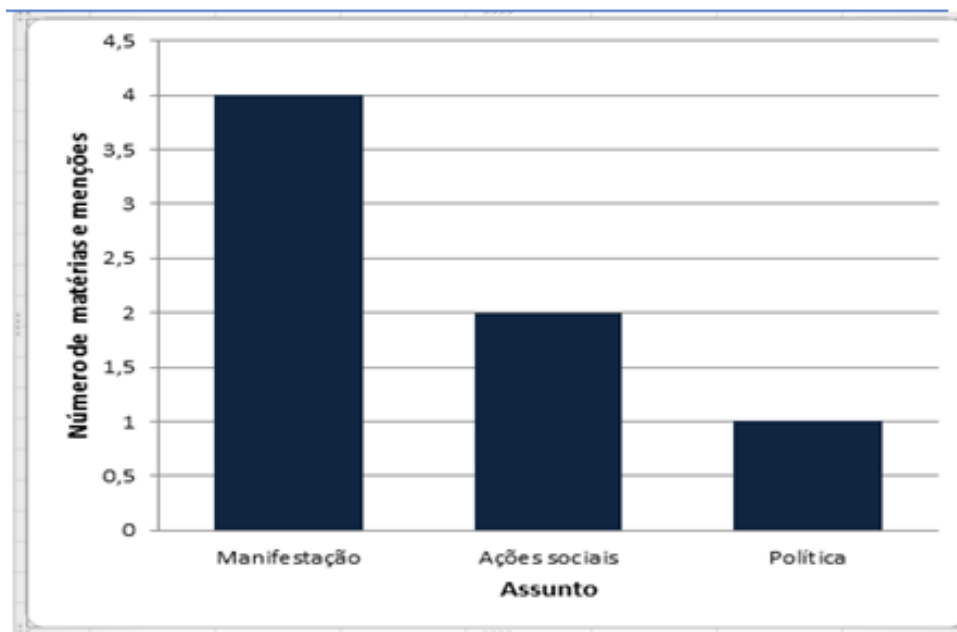
- a. O conteúdo evidencia apenas Teresina;
- b. Presença de gírias, ou dizeres populares, imagens ou ilustrações que identifiquem o Estado;
- c. Alusão a estereótipos;
- d. O material é produzido por pessoas com vivências no Estado. Na fase de exploração do material foram feitos o recorte, as entrevistas, e escolha das reportagens. Ainda neste momento, observamos como a participação do Piauí é pouca nestas plataformas. No The Intercept - Brasil o material sobre o Estado é ligado apenas a um jornalista, já na Mídia Ninja há maior evidência de participação coletiva numa uma abordagem mais ampla sobre o Piauí, onde podemos encontrar maior difusão imagética do que textual.

Na proposta, observamos últimas postagens das plataformas que mencionassem ou abordassem de forma integral nas reportagens o Estado. Por causa da pouca

periodicidade de reportagens que abordem o Piauí selecionamos período de janeiro de 2018 até junho de 2019. Dentro desta segmentação chegamos ao número de 14 reportagens, sete de cada plataforma Intercept e Mídia Ninja. É perceptível que pouca periodicidade.

Observamos que o ano de 2018 teve um grande porcentual de notícias que levavam o tema Piauí em comparação com os outros anos, muito em decorrência das eleições presidenciais do ano em questão, no qual o objeto de estudo noticiou o grande numero de manifestações e movimentos decorrentes nesse período.

**Figura 01 – Principais assuntos e menções sobre o Piauí no Mídia Ninja**



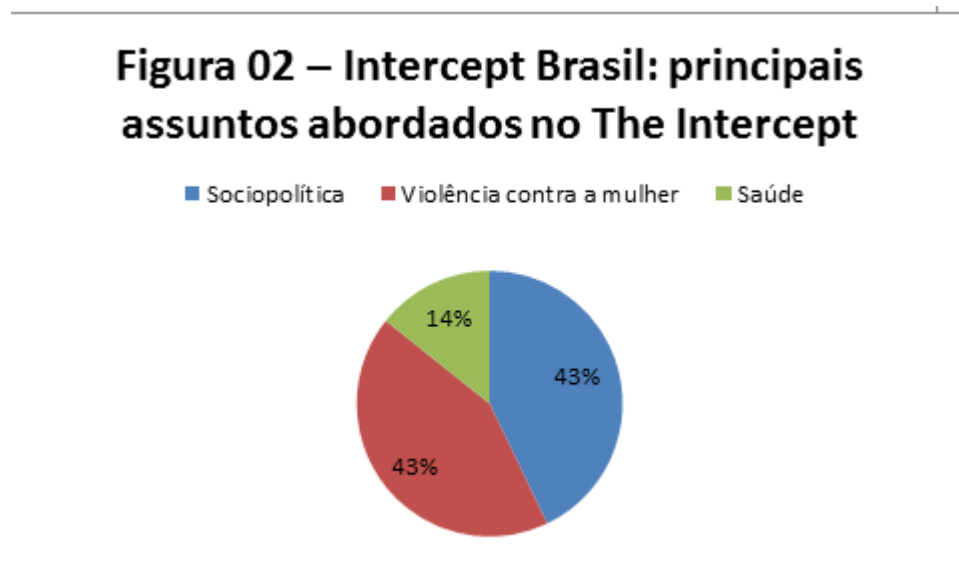
Fonte: Mídia Ninja. Disponível em: <<http://midianinja.org>>Acesso em: 20 de junho de 2019

Fonte: The Intercept Brasil. Disponível em: <<https://theintercept.com/brasil/>>Acesso em: 20 de junho de 2019

No veículo Mídia Ninja foi observada a predominância de notícias relacionadas a manifestações, valendo ressaltar que foram apenas publicações sem um aprofundamento maior no estado, abordando somente a presença do Piauí em atos que tomaram proporções nacionais. As matérias que mais tem referências ao Piauí no Mídia Ninja no período são as manifestações. Essas apresentam pautas de reivindicações aglutinadas, ou seja, mais de um motivo para a mobilização, mas com uma pauta norteadora do movimento, entre as quatro manifestações: violência contra a mulher, duas menções sobre atos nacionais no qual o Piauí participaria e a greve da universidade

estadual também foi pautada, levando um teor de denúncia pelo abandono do governo para com a educação.

As atividades intituladas como ações populares têm como assunto a colaboração conjunta de comunidades do interior com a finalidade de reconstrução de um importante açude da região dos Cocais e participação do Estado por meio do Governo Estadual em um manifesto nacional que pleiteava o acesso a medidas e ações culturais. A única matéria que tem como foco principal política, faz apenas menção a assinatura das centrais sindicais para a greve geral. Concluímos que não a um aprofundamento real no Piauí na maioria das publicações que tratam do estado, por consequência da grande quantidade de matérias apenas abordando manifestações, o que pode ser explicado pela política imediatista do meio digital pautado, no qual aborda superficialmente os fatos, tendo mais um caráter de informação e convocação das massas populares para questões sociais.



Fonte: The Intercept Brasil. Disponível em: <<https://theintercept.com/brasil/>> Acesso em: 20 de junho de 2019.

As sete reportagens do Intercept sobre o Piauí, por seguir a linha investigativa possui uma linguagem mais profunda. Entre as matérias sobre divulgadas a partir de 2018 temos os seguintes assuntos: Duas matérias relacionadas a denúncia sobre o abuso de ginecologista, abortos causados por agrotóxico em Uruçuí, trabalho infantil, o mercado do voto no interior do Piauí, a cidade com o maior número de votos das eleições de 2018 para o candidato Haddad, e agressão de um político do estado a um jornalista.

---

A análise das matérias veiculadas ao The Intercept Brasil expõe de forma aprofundada assuntos que desmascaram os problemas do Piauí. Por ser o estado com mais casos de feminicídio no país, é justificável a maioria das matérias abordarem o assunto “abuso contra a mulher”. Outra grande parcela das notícias se dá em decorrência dos políticos que foram eleitos no estado, abordando casos de violência, corrupção e até cômicos dos representantes.

As matérias enquadradas como sociopolíticas refletem o Piauí como grande cerco eleitoral do PT, onde as publicações abordam a visita do ex-presidente Lula ao estado e as carreatas que foram desencadeadas. Por fim, o assunto saúde é abordado, denunciando o caso de um agrotóxico que contamina o leite materno e acaba com vidas prematuras. Concluímos que a mídia The Intercept Brasil capta a realidade vivenciada no estado de forma corajosa e competente, montando uma identidade do Piauí ao cenário nacional.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tabelas mostraram que os temas pautados possuem temas semelhantes, contudo percebemos que os assuntos são trabalhados de formas diferentes. O Mídia Ninja trabalha com ações imediatas, a notícia quente, a própria ação do movimento oito de maio, Dia Internacional da Mulher, enquanto o Intercept - Brasil é mais investigativo, as pautas referentes as mulheres ocorrem com denúncias, por isso utilizam diversificação de fontes entre oficiais e não-oficiais, e também é possível observar que há desdobramentos da matéria, com a reportagem “*Por que demorei 10 anos para denunciar o abuso sexual que sofri*”.

No Mídia Ninja, a matéria vinculada possui traços identitários na sua composição textual e imagética. O material produzido evidencia dados e problemáticas locais, citando políticos de Teresina, a constituição do transporte público da capital. A reportagem é feita por jornalistas locais, tanto o texto quanto as imagens. Outro fator presente no conteúdo é a referência a outra cidade do Piauí, São João do Piauí, para explicar outras vivências além da capital. O material faz alusões históricas contra o feminicídio, popularmente conhecidas pela repercussão social de vítimas de violência conhecidas no Piauí.

Entendemos que o The Intercept - Brasil trabalha com temáticas centradas a um sujeito e se expande a lógica de um todo, ou seja, o assunto abordado sobre violência

contra a mulher faz referência a um caso situacional que reverbera e representa outros casos, não só locais. Encontramos características por meio das fotos, ainda que não sejam de pessoas são de localidades da região, o material expõe ainda endereços e nomes conhecidos.

Por fim, o conteúdo é centralizado na capital, mas contém evidências de outras cidades, além de Teresina. Confirmamos a hipótese que há características locais mesmo que sucintas, como o uso de fotos e aspectos de vivências características, como a citação sobre o transporte público. Destacamos que os elementos de regionalização são tênues, contudo o material não possui cargas pejorativas ou estereotipadas, isso se relaciona também ao fato do conteúdo produzido ser feito por pessoas que viveram ou vivem no Piauí.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, N.; MELLO, G. No Piauí, feminicídios correspondem a 45% das mortes de mulheres. **Portal O Dia**, Teresina, jan. 2019. Disponível em: <https://www.portalodia.com/noticias/policia/no-piaui,-femicidios-corresponde-a-45-das-mortes-de-mulheres-352084.html>. Acesso em: 07 jun. 2019.

ARANHA, Angelo Sottovia, MIRANDA, Giovani Vieira. O jornalismo hiperlocal como mediador do empoderamento feminino. **Revista Observatório**, vol. 1, nº 3, pp. 135-154, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2015v1n3p160>> Acesso em: 08 jun. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa – Portugal: Edições 70, 1977.

CASTELO BRANCO, Samantha; MOURA FILHO, Washington. Olhar sobre os editoriais dos jornais impressos piauienses: Reflexões sobre regionalização. *In: : Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1798-1.pdf>> Acesso em: 28 junho 2019.

CRUZ, Fernanda. Mais de 500 mulheres são agredidas por hora no Brasil, revela pesquisa. **Agência Brasil**, São Paulo, fev. 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2019-02/mais-de-500-mulheres-sao-agredidas-por-hora-no-brasil-revela>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MARTINHO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2015.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na WEB: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>. > Acesso em: 10 jun. 2019.

Moura Filho, Washington José de Sousa. **Aspectos de regionalização na imprensa piauiense: olhar sobre o editorial dos jornais O Dia, Meio Norte e Diário do Povo, Teresina, Piauí** Washington José de Sousa Moura Filho / – Teresina, 2014.

MORAES, Gislane. **Regionalização da mídia piauiense: um olhar sobre os programas especiais da TV Cidade Verde**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2016. Disponível em: <<https://www.sigaa.ufpi.br/sigaa/verProducao?idProducao=1139643&key=9b1675db285130a86fe7e06ff240bafa>> Acesso em: 10 jun. 2019.

QUEIROZ, Eliani de Fátima Covem. Ciberativismo: A nova ferramenta dos movimentos sociais. **Panorama**, Goiânia, v. 7, n. 1, p. 2-5, jan./jun. 2017. Disponível em: <<http://revistas.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/download/5574/3064>> Acesso em: 30 jun. 2019.

ROMERO, M. Piauí tem a maior taxa de feminicídios do Brasil, diz anuário. **Portal G1**, Teresina, out. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/piaui-tem-a-maior-taxa-de-femicidio-do-brasil-diz-anuario-da-seguranca.ghtml>. Acesso em: 06 jun. 2019.

WOITOWICZ, Karina Janz. A violência contra a mulher na pauta da imprensa feminista: Traços de uma trajetória de lutas e conquistas do Movimento de Mulheres no Brasil, entre os anos 1970/80. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; Congresso Nacional de História da Mídia**, 5, 2007, São Paulo. Grupo de Trabalho: História da Mídia Alternativa, p. 1-16. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/A%20violencia%20contra%20a%20mulher%20na%20pauta%20da%20imprensa%20feminista%20-%20Tracos%20de%20uma.pdf>> Acesso em: 30 junho 2019.