
Mídia e Jornalismo: as representações e os estereótipos simbolicamente mediados¹

Pedro Victor Lacerda da SILVEIRA²
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente texto busca analisar e refletir sobre a reprodução de estereótipos por parte da mídia e do jornalismo, abordando suas implicações éticas na prática profissional e os grupos sociais envolvidos nos meios de comunicação mediados simbolicamente. Utiliza-se de análise empírica de uma matéria veiculada no Instagram e no Portal do jornal cearense Diário do Nordeste no dia 15 de novembro de 2018, na qual a passageira de um carro desce em meio à uma avenida para urinar. Para discorrer sobre a problemática, são dispostos conceitos e acepções sobre a mídia enquanto veiculadora de estigmas, o que é e qual a função do jornalismo e a atuação dos profissionais, as concepções de gênero, bem como as leituras sociais feitas sobre as mulheres. As postagens são observadas pelo método da análise de conteúdo que busca discorrer sobre as mensagens textuais e imagéticas envolvidas.

Palavras-chave: Estereótipo; Ética; Gênero; Jornalismo; Representações Midiáticas.

INTRODUÇÃO

A reprodução de estereótipos por parte da mídia e do jornalismo diz respeito a uma problemática de múltiplos aspectos e de imensurável relevância, tendo em vista a influência exercida pelos meios de comunicação na qual se encontram sobre a percepção de mundo e criação de sentido dos receptores. Entender a natureza dos fenômenos simbólicos envolvidos, o que é e qual a função do jornalismo e compreender as leituras sociais feitas sobre certos indivíduos, em específico a mulher, foram alguns dos objetivos traçados a partir da necessidade de uma percepção sobre esses assuntos e que nortearam o presente trabalho.

Esta pesquisa constitui-se em um trabalho qualitativo, na qual o objeto analisado foi o primeiro ponto de interesse e também o ponto de partida da pesquisa. Em 15 de novembro de 2018, o jornal Diário do Nordeste veiculou na rede social Instagram e no

¹ Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares de Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação do 4º Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, e-mail: pedrolacerda04@gmail.com

seu portal online uma publicação³ na qual uma mulher desce de um veículo para urinar em uma avenida. A publicação do Instagram foi apagada e a do portal permanece, ainda que com algumas alterações da primeiramente veiculada naquela rede social. A análise de ambas foi possibilitada por *prints* que identificam os elementos estudados nas postagens.

O trabalho utiliza-se de pesquisa bibliográfica para discorrer sobre os contextos sociais envolvidos na produção midiática e jornalística, bem como sobre as questões de gênero e da mulher, e a análise da publicação é feita sob a luz da análise de conteúdo, quarto ponto da pesquisa. Segundo Júnior (2005), esse método, também referido como AC, bastante difundido nas ciências humanas e sociais, investiga os fenômenos simbólicos a partir de possíveis e variadas técnicas de pesquisa. Usando-se de inferências, processo valorizado no método, que consiste em deduções lógicas a partir de elementos que se sobressaem do objeto estudado, analisa-se as mensagens da publicação, tanto as textuais quanto as imagéticas.

Em um primeiro momento, são feitos apontamentos sobre as representações midiáticas e como se constitui o noticiário. Biroli (2010) exemplifica que a mídia não produz os estereótipos, mas os reproduz, sendo o noticiário atual reprodutor de pautas e não inovando o agenciamento de assuntos sociais. Os meios de comunicação e os públicos possuem uma relação dialética, por vezes a força dos meios prevalecendo, por outras a audiência direcionando-os e influenciando a programação dos meios (CASTRO e PRADO, 2012). O uso de sistemas e significantes para tratar de grupos sociais em meio a disputas simbólicas constituem uma das acepções sobre representação, na qual grupos marginalizados têm revogado sua singularidade cultural reprimida (FILHO, 2004).

No segundo tópico, conceitos sobre o jornalismo e a atuação dos jornalistas e a ética da categoria são elencados. Nelson Traquina (2005) aponta que o jornalismo constitui-se de uma atividade intelectual, na qual os profissionais do campo possuem uma “autonomia relativa” (TRAQUINA, 2005, p.24) e valores e crenças

³ Disponível em:

<<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/metro/online/mulher-e-flagrada-urinando-no-meio-da-av-dom-luis-no-meireles-1.2026469>>. Acessado pela última vez em 15/04/2019.

compartilhados, partilhando de uma identidade profissional. Nilson Lage (2014) traça um conceito amplo no qual o jornalismo possui um “compromisso ético peculiar” (LAGE, 2014, p. 21). O jornalista deve saber o que é de interesse para o seu público, ser verdadeiro quanto aos fatos, fiel às ideias veiculadas, retratar as múltiplas versões dos fatos e assumir um compromisso ético. A partir de Christofolletti (2008), compreende-se os conceitos éticos e morais envolvidos na área do jornalismo, sendo a ética algo mutável e variante entre indivíduos e por diversos veículos de comunicação, o que contribui para entender as tomadas de decisão.

Em terceiro, conceitos sobre o gênero, a sexualidade e as leituras sociais feitas acerca da mulher são discutidos. Giffin (1991) retrata a desvalorização universal da mulher por meio de um percurso teórico de autoras feministas, dentre as quais Sherry Ortner, retratando a atribuição de superior e inferior como algo cultural, assim como a ideia de gênero ser uma construção social. Nicholson (2000) traz uma percepção sobre as concepções de gênero e sexo, questionando avaliações que hora apontam para uma prevalência de construções sociais, outra para fatores biológicos.

O interesse pelo assunto de abordar, em específico, a temática de mulheres partiu, como supracitado, da publicação vista, bem como de uma compreensão dos impactos teóricos e metodológicos que as mulheres e o movimento feminista causaram para as ciências e as áreas do conhecimento. Compreende-se que homens não são protagonistas da luta, e devem desconstruir-se e reconhecer os seus privilégios numa sociedade machista, como já pontuado em marcos teóricos da área e por mulheres ativistas⁴. A discussão, portanto, vem da necessidade de perceber essas construções mediadas por meios de comunicação que perpassam fenômenos simbólicos e que retratam os sujeitos dessa luta, tendo os jornalistas, sujeitos a diversas funções e pautas, a função de falar sobre grupos sociais que podem distinguir do seu próprio.

⁴A professora emérita da UFRJ, Heloisa Buarque de Hollanda, teórica e crítica da cultura, responde à entrevista do portal *GaúchaZH*. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2018/04/o-papel-do-homem-no-feminismo-e-se-desconstruir-diz-heloisa-buarque-de-hollanda-cjfmrlszv06s101ph9zj5prbs.html>>. Acessado em 15/04/2019. Em entrevista ao portal Uol, as ativistas Djamila Ribeiro, Antonia Pellegrino e Nathalia Borges comentam sobre a posição do homem em sociedade e a luta feminista. Disponível em: <<https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2018/01/03/homem-tem-lugar-no-feminismo-feministas-dizem-qual-e-o-papel-deles-na-luta.htm>>. Acessado em 15/04/2019.

A problemática do trabalho, então, parte de uma mídia e um público potentes que participam de forças sociais construídas por meio de códigos simbólicos propagados pelos meios de comunicação. O papel do jornalismo, e o comprometimento ético dos jornalistas, enquanto uma atividade intelectual em constante acesso com esse público de voz potente, enquadra indivíduos historicamente colocados em posições subalternas e marginalizadas, dentre os quais as leituras sociais acerca da mulher vigoram estigmas a seu respeito. A partir do caso analisado, procura-se perceber como o jornalismo, como parte da mídia, retrata a mulher.

Mídia, noticiário e estereótipos

A ideia de representação, dentre outras acepções e desenvolvimentos, indica a utilização de sistemas significantes para tratar de categorias ou grupos sociais, em meio de disputas simbólicas como as artes e as indústrias da cultura. Grupos marginalizados têm assumido um papel político em deter o poder sobre sua identidade, defendendo sua singularidade cultural oprimida/marginalizada, no qual ativistas têm importante papel em demonstrar que a cultura da mídia exerce fundamental função reproduzindo e legitimando moldes sociais sobre gênero, moral, beleza e valores de sucesso e fracasso (FILHO, 2004).

O conceito de estereótipo aponta para duas concepções, sendo a primeira a mais inofensiva e até mesmo necessária ao processamento de informação, tendo base psicológica. É uma forma inescapável de criar uma sensação de ordem em meio ao frenesi da vida social e das cidades modernas. Aqui, entende-se que o estereótipo se equipara a outras formas de representação e tipificação em padrões mais amplos, parte de processos cognitivos que dão significados às experiências, eventos e objetos diversificados. A psicologia social vem a tratar representações simplificadas, seletivas e instrumentais do “Outro” (FILHO, 2004, p. 46) como parte integral do processamento mental dos estímulos (FILHO, 2004, *apud* Lippmann).

Segundo Filho (2004), a outra concepção trata dos estereótipos como “construções simbólicas enviesadas, infensas à ponderação racional e resistentes à mudança social” (FILHO, 2004, p. 47). A difusão deles por parte dos meios de comunicação de massa

envolve uma delicada problemática ao processo democrático, que necessita de opiniões desenvolvidas de cada cidadão sobre temáticas vitais à sociedade. Impedem qualquer flexibilidade durante a apreensão, a consideração e a comunicação de uma realidade, mantendo formas e relações de poder e desigualdades. Pior ainda, justificam e naturalizam comportamentos hostis, podendo ser letais. Contém pré-julgamentos e pressupostos sobre comportamentos, visões de mundo e história de grupos de pessoas. São categorizações e transformações da individualidade em outra coisa que não é individual, não concreto.

Como forma influente de controle social, ajudam a demarcar e manter fronteiras simbólicas entre o normal e o anormal, o integrado e o desviante, o aceitável e o inaceitável, o natural e o patológico, o cidadão e o estrangeiro, os insiders e os outsiders, Nós e Eles (FILHO, 2004, p. 48).

De acordo com Biroli (2010), diversas mudanças sociais aconteceram em sociedades organizadas por instituições de valores liberais, o que não garante a inexistência de discriminação. Existe, no entanto, a diminuição dessa de forma aberta a gênero, orientação sexual, e raça nas sociedades bem como nos meios de comunicação. Com uma garantia mínima de pluralidade, esses grupos, organizados em movimentos sociais, reivindicam suas pautas próprias. A subalternidade desses grupos, na sociedade, na mídia e no jornalismo, convive com a universalização de direitos e de algum tipo de valorização das diferenças. Há, no noticiário, uma diferença de tratamento, mesmo em meio à prática da “objetividade” e “imparcialidade” do jornalismo e dos jornalistas.

Os meios de comunicação de massa são aparatos técnicos mediados simbolicamente com alcance poderoso de intervenção social, em como os indivíduos percebem a si mesmos e aos outros. Interferem diretamente nos valores e juízos, transformados pela mídia, que constroem e organizam a experiência. Temáticas ganham importância ao serem agendadas por veículos de comunicação e por participarem da produção de sentido da experiência social. A mídia, contudo, não produz os estereótipos, mas pode reproduzi-los e reforçá-los. Na atuação, pode impulsionar um estereótipo de forma pontual, provocando mudanças em outras frentes de atuação de forma ampla, como também pode reproduzi-los em largas escalas e questioná-los de

maneira pontual. Essas comunicações também impactam fortemente, a partir dos estereótipos, na construção da identidade das mulheres (BIROLI, 2010).

A produção do noticiário atual é marcada pelas formas institucionalizadas da mídia e por interesses e perspectivas dos jornalistas, produzindo com repetitividade grades de relevância e procedimentos comuns nas escolhas de fontes e acesso à informação. As representações do campo vão ao encontro de modos de distribuição do capital e de obtenção de reconhecimento, com representações e agentes políticos desses interesses. O contexto é de produção de silêncios e de visibilidades comuns, com representações de feminilidade que podem reforçar estereótipos ligados aos papéis de gênero (BIROLI, 2010).

Castro e Prado (2012) concebem que a mídia e o público não participam de uma relação de dominação total e/ou controle completo, possuindo uma dialética em que hora os meios influenciam o público, ora o público influencia os meios. As autoras estabelecem que essa relação com a sociedade ocorre a partir de mediações entre a produção das mensagens e a recepção, perspectiva que vem a compor na pesquisa a reflexão sobre a exploração do corpo feminino na mídia. Marcas de cerveja atribuem, por exemplo, características femininas às características do produto, produzindo um sentido comunicado tanto para homens, quanto para mulheres, que observam os corpos com certo voyeurismo e “se projetam nas imagens semi-nuas divulgadas, despertando, de alguma maneira, o prazer do olhar” (CASTRO E PRADO, 2012, p. 250).

Concepções, funções do Jornalismo e a ética profissional

Nelson Traquina (2005) aborda o jornalismo como uma atividade intelectual, feita de forma periódica, criando o mundo em notícias, exercício criativo feito sob a tirania do tempo, do formato e das hierarquias superiores e, possivelmente, do próprio dono da empresa. É contextualizado ainda dentro da teoria democrática, possuindo o dever de informar o público sem censura, considerado por alguns filósofos como guardião do governo. No entanto, na teoria democrática, o papel político e o jornalístico comumente se opõem, possivelmente devido a séculos de dominação autocrática que geraram desconfiança e medo em relação ao poder político.

Um conceito neutro, e criticado, de jornalismo é o que considera o "jornalismo profissional" exercido em empresas, microempresas, de forma autônoma ou em instituições e organizações públicas, no qual o jornalista busca a ampla difusão dos fatos de interesses público, sendo confiável aos conflitos que acontecem em sociedade. Essa visão, conceito abrangente, trata da seleção das informações com a forma mais atraente possível, da verdade dos fatos e da fidelidade ao que transmite, congregando a pluralidade de versões para que se evite a intolerância (LAGE, 2014).

Nilson Lage (2014) explica que essa leitura é criticada por não abranger a relação complexa de duplo comprometimento estabelecido com as fontes e com o público, gerando conflito de interesses das estruturas de poder que resguardam informações, e pelo fato de o jornalista ter compromisso com um público o qual não se pode prever as reações. A própria linguagem é afetada, sendo alguns termos de cunho sofisticado preferível a formas populares desprezadas pelas formas institucionais. Uma ressalva, surgida no século XX a essa crítica, durante o Jornalismo empresarial, fala que a possibilidade de se mudar isso está sujeita a vontades dos financiadores e gestores da empresa, sendo os jornalistas meros empregados, ainda que qualificados.

Para Traquina (2005), as liberdades existem, mas não de maneira romântica, partilhada por todos os jornalistas igualmente. Possuem, no entanto, uma “autonomia relativa” (TRAQUINA, 2005, p. 24), sendo seu trabalho altamente condicionado a fatores como a tirania do tempo, hierarquias superiores e horas de fechamento. Ainda assim, possui poder, bem como seus profissionais.

Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade. Há alguns momentos, ao nível individual, durante a realização de uma reportagem ou na redação da notícia, quando é decidido quem entrevistar ou que palavras serão utilizadas para escrever a matéria, de mais poder consoante a sua posição na hierarquia da empresa e coletivamente como os profissionais de um campo de mediação que adquiriu cada vez mais influência com a explosão midiática, tornando evidente que os jornalistas exercem poder (TRAQUINA, 2005, p. 26).

As redações de jornais possuem códigos de ética/conduta diversos, assim como os próprios indivíduos em sociedade guiam-se de maneira diferente a partir da ética. Isto

porque as situações e impasses diversos, com a carga de subjetividade que cada um traz, juntamente dos valores próprios do grupo ou veículo, impedem que haja uma "matriz única" a que recorrer (CHRISTOFOLETTI, 2008). Segundo Bauman (2003), um ato de obediência é, por si só, um ato de desobediência. Devido à maleabilidade dos valores e das muitas instituições que comportam/concentram esses valores, no tempo da pós-modernidade que vivemos, eles são por muitas vezes contrários entre si, um reivindicando o que a outra instituição afirma. Somos colocados, assim, em um estado de desconfiança e incerteza acerca daquilo que é o certo.

A moral compreende uma série de valores que guiam a conduta individual, as ações e os julgamentos, como justiça, liberdade, igualdade. Já a ética, convencionou-se colocar como aquilo que fazemos com a moral. A primeira é mais rígida, sinalizando às ações. A ética é maleável e reflexiva, questionadora, prerrogativa dos seres que vivem em conjunto, em suas relações materiais e simbólicas. Ela está presente, portanto, nas dimensões individuais e sociais, com valores cultivados por nós mesmos e do que absorvemos dos grupos sociais. É preciso, ainda, dizer que a ética não é abstrata, posto que as decisões que tomamos, a exemplo do que é produzido pelos jornalistas, possuem consequências materiais sobre a vida das pessoas a partir do simbólico (CHRISTOFOLETTI, 2008).

Mesmo em meio a tudo isso, alguns manuais e códigos podem servir de norte à atuação profissional. Dentre eles, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece, no capítulo II, Art. 3, que, compromissado com a verdade, o jornalista deve não só apurar mas divulgar corretamente a informação. No mesmo capítulo, Art. 6, respeitar o direito à intimidade, à dignidade, à honra e à imagem do cidadão, defender os princípios expressos na Declaração Universal de Direitos Humanos, defender os direitos dos cidadãos, assegurando, dentre outros grupos, os direitos das mulheres. Do capítulo III, “Da responsabilidade social do jornalista”, parágrafo II do Art. 11: o jornalista não pode divulgar informações “de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos [...]”.

O gênero e as interpretações sobre a mulher

O gênero costuma ser definido em duas formas que remetem ou repelem, em certo nível, a fatores biológicos, pensando-o como algo provindo do social. Em uma delas, gênero e sexo são distintos: gênero é desenvolvido e sempre usado em oposição a sexo, opondo uma construção social ao que é biologicamente dado. O gênero não seria referência ao corpo, mas sim à personalidade e a comportamento. Em outra, diz respeito a qualquer construção social que distingue masculino e feminino, o que engloba a separação de corpos femininos de corpos masculinos. O sexo deve ser algo que está incluso no gênero. Nessa noção, os fatores do corpo e suas leituras sociais são pontos da discussão (NICHOLSON, 2000).

Beauvoir (1970) concebe a submissão da mulher como historicamente determinada pelos homens, que criaram códigos contra as mulheres, consistindo-as concretamente como o Outro. Essa condição satisfazia aos interesses dos homens, bem como completavam os sentidos morais, buscando afirmar-se, atingir a sua realidade, por meio daquilo que ele não é, limitando e negando o Outro. A vida dos homens é “carência e movimento, é luta” (BEAUVOIR, 1970, p. 179), almeja dobrar ao seu desejo de homem tudo o que lhe carece e necessita, buscando consumir, destruir, a Natureza que se apresenta perante a ele. A mulher, enquanto outro, não é considerada positivamente em relação ao homem como é para si mesma. Outros Outro existiram/existem em relação ao homem, mas o homem procura na mulher o Outro como Natureza e semelhante, gerando ambivalência.

Ora aliada, ora inimiga, apresenta-se como o caso tenebroso de que surge a vida, como essa vida, e *como o além* para o qual tende: a mulher resume a natureza como Mãe, Esposa, e Idéia. Essas figuras ora se confundem e ora se opõem, e cada uma delas tem dupla face. (BEAUVOIR, 1970, p. 184).

Da antropologia, várias mulheres vêm a falar sobre a esfera pública e a esfera privada, na qual a última destinava-se às mulheres com o trabalho doméstico, nessa esfera facilmente identificadas, enquanto os homens à vida pública (GIFFIN, 1991). De acordo com Giffin (1991), a ideia da identificação da mulher com a natureza e a consequente desvalorização do feminino aparece com Sherry Ortner, que afirma que a

cultura em si é distinta e superior à natureza, podendo modificá-la. Suas análises ancoram-se em níveis universais, a qualquer ser humano em qualquer cultura. A identificação da mulher com a natureza se inicia com o corpo e a função de procriação, depois elaboradas em papéis sociais. Suas elaborações, no entanto, não sucumbem ao determinismo biológico da subordinação (Giffin, 1991, *apud* Ortner)⁵.

Isto não quer dizer que os fatos biológicos sejam irrelevantes ou que os homens e mulheres não sejam diferentes, mas sim que certos dados e diferenças somente adquirem significado de superior/inferior dentro da estrutura de sistemas de valores culturalmente definidos (GIFFIN, 1991, *apud* ORTNER).

Segundo Nicholson (2000), o entendimento sobre a mulher deve vir não de um sentido específico, mas através da elaboração de uma complexa rede de características. Dentre eles, os fatores biológicos podem ser um dos de identificação das mulheres entre si mesmas, mas não vem a ser o único e a experiência da mulher também provém por outros meios. Ideias em alternância ainda são produzidas, nas quais ou existem aspectos comuns e que ligam todas as mulheres, ou são todas simplesmente indivíduos. Existem padrões de entendimento sobre a mulher no decorrer da história, e que devem ser analisados tão complexos quanto são, buscando inclusive os lugares onde esses padrões falham, procurando “a substituição de propostas sobre mulheres como tais, ou até sobre ‘mulheres nas sociedades patriarcais’, por propostas sobre mulheres em contextos específicos” (NICHOLSON, 2000, p. 34).

Metodologia

A formação do campo da comunicação, abrangendo os primeiros estudos intensivos clássicos da área às atuais pesquisas sobre as novas tecnologias, tem como marco de seus estudos o uso da análise de conteúdo (AC), criticada pela sua herança positivista. Essa linha teórica tem como principal aspecto a valorização das ciências exatas como paradigma de cientificidade, no qual até mesmo as teorias sobre a vida social deveriam passar por fórmulas rígidas e metódicas, com uma base de dados

⁵ Acessado em: <<http://ref.scielo.org/6s9zxb>>. Último acesso em 14/04/2019.

verificáveis, evitando análises de intenções e de fatores não-quantificáveis. Tal visão reverberou na análise de conteúdo, por meio das pesquisas norte-americanas da primeira metade do século XX, como oposição às análises de texto que evocavam subjetividade, buscando assim uma sistematização do desenvolvimento da comunicação de massa (JÚNIOR, 2005).

A análise de conteúdo passa por uma série de crises epistemológicas após a segunda guerra mundial, também tendo conquistado até aquele ponto inúmeros avanços proeminentes da adesão de pesquisadores das ciências sociais e de marcos teóricos e conceituais, uso de dados em trabalhos de maior amplitude e questionários psicológicos. A superação da excessiva ênfase no aspecto quantitativo por pesquisadores que superaram o legado de rigorosas bases quantitativas, entendendo que a sua função e/ou objetivo é a inferência, seja ela baseada em fatores quantitativos ou não.

A inferência consiste em “uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada”(JÚNIOR, 2005, p. 284). Por meio dela, é possível identificar as avaliações de indivíduos a partir de seus enunciados. Usando-se dessa análise os mecanismos subjacentes que não podem ser observados, a inferência contribui para amenizar os impactos da herança positivista na AC.

Nesta pesquisa, o objeto e a trajetória escolhida possuem a contextualização teórica supracitada e elenca-se, por proximidade de temática e conteúdo, na categoria da AC de Comunicações. Segundo Júnior (2005), os trabalhos da área são poucos e buscam, por meio da análise do intercâmbio de mensagens, localizado em um contexto específico, perceber e explicar causas e/ou efeitos inerentes à mediação simbólica. A técnica de análise de enunciação da AC aproxima-se dos intuitos da análise empírica desta pesquisa, considerando a produção da palavra como um processo, ao contrário do uso de dados. Sendo assim, a concepção de discurso aponta para a palavra em ato, não sendo um produto acabado, “mas um momento num processo de elaboração” (JÚNIOR, 2005, p. 302).

O caso

O Diário do Nordeste é um jornal cearense, editado na cidade de Fortaleza, e pertencente ao Sistema Verdes Mares, fundado por Edson Queiroz. No dia 15 de novembro de 2018, foi publicado, na rede social Instagram e no Portal do jornal, uma matéria intitulada “Mulher é flagrada urinando no meio da Av. Dom Luís, no Meireles”. A publicação do Instagram não possuía qualquer edição e exibia a mulher, próxima ao carro e agachada na rua, seminua, ainda que não fosse possível identificá-la ou qualquer parte genital de seu corpo. O fato também ocorreu no dia 15 de novembro. A matéria do portal traz a região da foto em que se encontra a mulher apenas levemente borrada/pixelada.

No texto da rede social, era identificado que a foto foi tirada por um motorista de um veículo que estava próximo ao carro, e que a personagem da história era passageira do veículo da foto. Também relatou, segundo o remetente da foto, que a mulher aparentava estar sob o efeito de álcool. Logo em seguida, declarações de órgãos públicos foram citadas em ambas as postagens. No Instagram, possuía as *hashtags* “DomLuis”, “urina”, “Metro”, “DiáriodoNordeste”, “DN”. Na publicação do Portal, não se encontra qualquer menção à possibilidade da passageira estar sob efeito de álcool. Possui “Bairro Meireles” e “Urina” como suas palavras-chave. A postagem do Instagram foi excluída após uma má repercussão, sendo mantida a do Portal, que foi editada pela última vez na manhã seguinte à publicação, às 10:53 de 16 de novembro.

Mulher é flagrada urinando no meio da Av. Dom Luís, no Meireles

12:02 / 15 de novembro de 2018 ATUALIZADO ÀS 10:53 / 16 DE NOVEMBRO DE 2018

O caso inusitado aconteceu na manhã desta quinta-feira (15)



Caso acrobacia policial à Praça Portugal
Foto: VC Report



Uma mulher foi flagrada **urinando** no meio da Avenida Dom Luís, no bairro Meireles, próximo à rotatória da Praça Portugal. O caso inusitado aconteceu na manhã desta quinta-feira (15). Um motorista que estava próximo ao veículo viu a cena e registrou o momento. Rapidamente, as imagens viralizaram em redes sociais.

Segundo a pessoa que fez a foto, a mulher estava como passageira no veículo.

Procurada, a assessoria da Secretaria da Segurança Pública do Ceará (SSPDS) informou que o caso não está relacionado à segurança pública.

O que diz a lei

A Autarquia Municipal de Trânsito e Cidadania (AMC) informou que o simples fato de o carro estar parado em meio à via pública, a mais de um metro da borda da pista, já configura **infração grave de trânsito**.

Decisões da Justiça têm julgado casos de pessoas que urinam em locais públicos como **ato obsceno**, crime com pena de detenção de três meses a um ano, ou multa.



Prints das publicações do Portal e do Instagram, por ordem de aparição da esquerda para direita, cima para baixo. Último acesso de todas as imagens em 14/04/2019.

O primeiro fator a ser considerado, por impacto natural imediato de seu conteúdo, é a imagem veiculada pelo jornal. A ausência de qualquer edição revela uma falha de conduta por não considerar um corpo seminu como algo que devesse ser ocultado, especialmente na situação em que se encontrava, independente da possibilidade de identificação ou não da mulher. A exclusão da postagem, após a repercussão, corrobora a má veiculação de um conteúdo sensível à pessoa envolvida. Ainda que com (poucas) alterações no Portal, agora com edição de imagem, o valor simbólico da imagem permanece, bem como o fato envolver uma mulher.

Outros elementos agravam a falha de conduta, sendo essa machista, na qual foi considerada como relevante ao discurso jornalístico a possibilidade de estar alcoolizada – que não se encontra mais na única publicação ainda existente, no Portal. Com isso, reproduz-se o estereótipo de um indivíduo, uma mulher, que não cumpre a sua agenda social aceita como natural, por trazer uma prática estranha às determinações da vida privada (doméstica) da mulher na sociedade, contrária às atividades de uma vida pública, masculina, com situações e experiências sociais “de risco” ou que “fogem ao controle” próprio de alguém.

Ainda que com alterações, o conteúdo remanescente é problemático e uma possível argumentação de contexto, ainda que não deva ser esquecida, por parar em meio a uma via pública, com possibilidade de interferir no trânsito, não deve se deslocar do contexto maior envolvido na produção de conteúdo simbólico circunscrito no patriarcado da sociedade brasileira. Também deve-se questionar sobre os silêncios, as visibilidades e o que vira notícia. Da decisão individual do jornalista de veicular o fato, pela forma como o fez, e da do grupo, permanecendo algo menos problemático e com estereótipos nocivos, deve-se atentar ao descumprimento dos dizeres citados do Código de Ética, devendo pautar não apenas uma veiculação por uma necessidade (decisões e julgamentos individuais *versus* coletivo) mas por fazê-lo da maneira correta, atentando às questões de imagens e personagens envolvidos.

Considerações finais

O gênero é uma construção social que participa de um emaranhado complexo de sentidos, com fatores biológicos e sociais participando de pautas de discussões, sendo o biológico sobrevalorizado socialmente e historicamente, limitando as possibilidades de autodeterminação de grupos sociais – aqui com enfoque à mulher. A cultura de dominação do macho e as construções do que é positivo e negativo calcaram, em níveis complexos, a criação de uma identidade feminina, que passou a ser revogada pelo movimento de mulheres/movimento feminista. A mídia como parte desse constructo social participa ativamente na reprodução de crenças nocivas a esses grupos, com o discurso jornalístico que valida o que é verdade a partir da credibilidade e, portanto, contribuindo negativa ou positivamente às questões de gênero.

Esse artigo usou como caso a matéria do Diário do Nordeste, em específico o que foi veiculado inicialmente e o que permanece no portal, pelo menos até a data de finalização deste trabalho. A partir das discussões de ética, algo que não é individual nem imutável ou uma estrutura monolítica, conclui-se que não só a falha de veiculação, mas também as decisões do que deve ser noticiado, pensando a área em sentido amplo, não devem ser deslocadas dos contextos de valores simbólicos em que vivemos, nos

quais uma prática profissional que preza a comunicação (democrática) deve levar consigo a consciência desses sistemas e do patriarcado.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós-moderna**. 2ª. ed. São Paulo, SP: Paulus, 2003. 23 a 46 p.
- BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: Fatos e Mitos**. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970. 1 v.
- BIROLI, Flávia. **Mulheres e política nas notícias**: Estereótipos de gênero e competência política. Revista Crítica de Ciências Sociais, 2010. 45 - 69 p. Acessado em <<https://journals.openedition.org/rccs/1765#bibliography>> em 01 de dezembro de 2018.
- CASTRO, A.L.; PRADO, J. do. **Corpo e Identidades Femininas**: a intermediação da mídia. Araraquara: Estudos de Sociologia, v. 17, n. 32, p. 241-259, jan-jun, 2012.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo, SP: Contexto, 2008. 13 a 23; 27 a 36 p.
- DIÁRIO DO NORDESTE. Sistemas Verdes Mares (SVM). **Mulher é flagrada urinando no meio da Av. Dom Luís, no Meireles**. Notícia. Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/metro/online/mulher-e-flagrada-urinando-no-meio-da-av-dom-luis-no-meireles-1.2026469>> Acesso em: 14/04/2019.
- FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, ES: [04 de agosto de 2007]. Cap. II e III.
- FILHO, J. F. **Mídia, estereótipo e representação das minorias**. Rio de Janeiro: ECO-PÓS, v. 7, n. 2, ago./dez., 2004. Disponível em: <revistas.ufrj.br>. Acesso em: 23 mai. 2017.
- GÁUCHAZH. PRIKLADNICKI, Fábio. **“O papel do homem no feminismo é se desconstruir”, diz Heloisa Buarque de Hollanda**. Notícia. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2018/04/o-papel-do-homem-no-feminismo-e-se-desconstruir-diz-heloisa-buarque-de-hollanda-cjfmrlszv06s101ph9zj5prbs.html>> Acesso em 15/04/2019.
- GIFFIN, Karen Mary. **Nosso corpo nos pertence**: a dialética do biológico e do social. Rio de Janeiro, RJ: Cadernos de Saúde Pública. v. 07. Acessado em <<http://ref.scielo.org/6s9zxb>> em 14/04/2019.
- JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. **Análise de conteúdo**. Org.: Jorge Duarte e Antonio Barros in Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas S.A. 2005.
- LAGE, Nilson. **Conceitos de Jornalismo e Papéis sociais Atribuídos aos Jornalistas**. Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, [s.l.], v. 1, n. 1, p.20-25, 30 jun. 2014. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). <http://dx.doi.org/10.18661/2318-857x/pauta.geral.v1n1p20-25>.

NICHOLSON, Linda. **Interpretando o gênero**. Florianópolis: Estudos Feministas, v. 8, n. 2, out/dez, 2000. Disponível em: <periodicos.ufsc.br>. Acesso em: 14/04/2019.

ORTNER, Sherry. **Está a mulher para o homem como a natureza para a cultura?**. Em Rosaldo, Michelle e Louis Lamphere: A Mulher, a Cultura e a Sociedade; Paz e Terra, 1979. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000097&pid=S0102-311X19910002000500015&lng=en> Acesso em 14/04/2019>.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. 1 v.

UNIVERSA, UOL. CORTÊZ, Natacha. **Homem tem lugar no feminismo?**. Notícia. Disponível em:
<<https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2018/01/03/homem-tem-lugar-no-feminismo-feministas-dizem-qual-e-o-papel-deles-na-luta.htm>> Acesso em 14/04/2019.