
Agendamento na cobertura de um estupro coletivo: o acontecimento em páginas feministas no *Facebook*¹

Bruna Bueno CARVALHO²
Luciana Menezes CARVALHO³

Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen, RS

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo acerca do modo como o jornalismo agendou páginas feministas do Facebook no caso de estupro coletivo que ocorreu na cidade do Rio de Janeiro, em 2016. O objetivo principal baseia-se em ilustrar como o fato se sucedeu nos sites de redes sociais, mais especificamente nas páginas feministas, refletindo na relação entre acontecimento jornalístico e agendamento nas mídias sociais. Para tanto, utilizam-se os conceitos de agendamento e acontecimento jornalístico para compreender o processo de construção do acontecimento por meio das relações entre jornalismo e feminismo na internet.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Acontecimento; Mídias Sociais Digitais; Feminismo

1.INTRODUÇÃO

Os dados acerca da violência sexual no Brasil são preocupantes: acontecem mais de 47 mil casos de estupro por ano⁴. E essa é apenas uma parcela da realidade, já que muitas vítimas preferem não denunciar⁵. Isso se deve aos mais diversos fatores, entre eles a culpabilização da vítima e o fato de o estupro ser considerado um tema ‘tabu’. Em maio de 2016, a sociedade brasileira deparou com um caso de estupro coletivo envolvendo uma adolescente. O caso ocorreu em 21 de maio, com uma adolescente carioca de 16 anos na Zona Oeste do Rio de Janeiro.

O estupro é legitimado culturalmente pela ideia de posse do homem sobre o corpo feminino, que por indução da força, comete o crime de abuso sexual. Segundo o artigo

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria – Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW), e-mail: bruna_bueno8@hotmail.com.

³ Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM – Campus Frederico Westphalen; doutora em Comunicação (UFSM), e-mail: luciana.carvalho@ufsm.br.

⁴ Dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) de 2014.

⁵ O FBSP acredita que apenas 30 a 35% dos casos são registrados. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2016-05-27/uma-mulher-eviolentada-a-cada-11-minutos-no-brasil.html>. Acesso em: 10/5/2017

213 do Código Penal, estupro é “Constranger mulher à conjunção carnal, mediante violência ou grave ameaça⁶”, com pena de reclusão de três a oito anos. Dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública revelam que a cada 10 minutos uma mulher é estuprada, totalizando mais de 50 mil estupros⁷. Culpabilizar a vítima é colocar a mulher em um posicionamento inferior, e faz parte de uma realidade social em que a mulher é vista como objeto do homem, quando na verdade não cabe a ele decidir o que fazer e em que hora fazer. Casos como o de estupro coletivo no Rio de Janeiro, possuem grande repercussão nas redes sociais da internet. O *Facebook*, neste acontecimento, teve grande relevância, pois assim como as imagens da jovem após o ocorrido foram parar nas redes sociais rapidamente, os usuários também se manifestaram instantaneamente, sejam os que culpavam a vítima ou os que já iniciaram o debate acerca da violência contra a mulher. Até mesmo a vítima, após o acontecimento pronunciou-se em sua página no *Facebook*.

Nessa direção, esta pesquisa tem como **tema** o agendamento provocado pelo acontecimento jornalístico nas mídias sociais, referente ao caso de estupro coletivo que ocorreu em maio de 2016, na zona oeste do Rio de Janeiro. Os **objetos empíricos** de análise são as páginas feministas que repercutiram o caso. Definimos como **problema de pesquisa**: que modo o jornalismo promoveu o agendamento nas páginas feministas do *Facebook* no caso do estupro coletivo do RJ? Diante disto, o **objetivo geral** da pesquisa é observar de que modo o jornalismo agendou as páginas feministas no caso do estupro coletivo. E os **objetivos específicos** consistem em:

- observar a relação entre mídia e feminismo, por meio da análise do agendamento;
- analisar se o caso abriu caminhos para a ampla discussão da violência contra mulher;
- compreender e identificar as práticas feministas nas mídias digitais na época do acontecimento.

Tem-se como ponto de partida **metodológico** uma pesquisa qualitativa, um levantamento bibliográfico a respeito dos pilares que sustentam essa monografia: o caso de estupro coletivo no Rio de Janeiro, as mídias digitais, o feminismo e a própria mídia social *Facebook*, e posteriormente análise do conteúdo das publicações sobre o caso, nas páginas feministas selecionadas. Foram selecionadas cinco páginas feministas, durante o primeiro mês em que o fato aconteceu, nas quais foram selecionados posts sobre o caso

⁶ Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10612010/artigo-213-do-decreto-lei-n-2848-de-07-de-dezembro-de-1940>. Acesso em: 13/9/2016

⁷ Disponível em: <http://www.compromissoeatitude.org.br/um-estupro-a-cada-10-minutos-no-brasil-aponta-anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/>. Acesso em: 13/9/2016

de estupro, e então, de tal forma busca-se encontrar marcas que remetam aos jornais de referência para analisarmos o agendamento dessas páginas. Analisa-se como se cruzam jornais com as páginas na abordagem do acontecimento. Cada uma das áreas de conhecimento desencadeia para uma discussão, servindo como base para a análise realizada no último capítulo. Observa-se o que está presente nos textos e, assim, buscamos encontrar dados suficientes para analisar como as páginas feministas trabalharam com o acontecimento.

2. MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E O JORNALISMO

As principais mídias sociais da internet são as plataformas de redes sociais, pois representam um novo universo dos fenômenos da comunicação, sejam eles sociais ou discursivos. A análise das redes sociais apresenta sua reinserção no ciberespaço devido aos novos elementos e novas dinâmicas de estudo (RECUERO, 2009; BENEVENUTO, 2010; MALINI e ANTOUN, 2013). Recuero (2005) fala de três elementos para a análise de redes sociais: organização, estrutura e dinâmica. O primeiro refere-se às interações sociais dentro de determinado grupo. O segundo elemento a estrutura, refere-se ao resultado das trocas realizadas internamente ao grupo, em relação a laços sociais e capital social. Por último, a dinâmica exhibe as modificações sofridas por uma rede em específico com o passar dos anos. As redes sociais online mostram a representação dos atores sociais, ou seja, tem-se acesso a representação daquele indivíduo.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009, p. 24).

Neste contexto, são destacadas duas características da representação dos grupos sociais. A primeira afirma que os atores dominam as impressões construídas para a audiência (GOFFMAN, 1985). A partir do momento em que um indivíduo possui vários perfis dentro da mesma rede, existem várias representações dele dentro da mesma rede. As conexões são a segunda característica e são mantidas pelos sistemas. Exemplos de sites de redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Youtube* dentre outras.

Segundo Boyd e Ellison (2007) sites de redes sociais são definidos como serviços que permitem ao ator "(1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema fechado, (2) articular uma lista de usuários com quem dividia uma conexão e (3) ver e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema." A partir de Recuero (2009), considera-se sites de redes sociais os espaços utilizados para a expressão de redes sociais na internet. Através de postagens e compartilhamentos no *Facebook*, por exemplo, que casos como o do estupro coletivo a uma adolescente no Rio de Janeiro repercutiu no mundo inteiro e mobilizou mulheres de várias regiões do Brasil, que com indignação se mobilizaram e fizeram denúncias aos órgãos de segurança referente às imagens chocantes que foram viralizadas na internet.

2.1 A MILITÂNCIA NAS REDES SOCIAIS

O modo como a sociedade evoluiu foi fundamental para as militâncias. As plataformas móveis de acesso à internet expandiram o ciberespaço, incorporando-as na rotina das comunidades. As redes sociais na internet constituem um amplo campo para a militância social. O caso do Estupro Coletivo no Rio de Janeiro em maio de 2016 é exemplo disso. Por meio dos sites de redes sociais as pessoas constroem laços de convivência, troca de informações e engajamento. É através de páginas e grupos no *Facebook*, que muitas campanhas em oposição a violência contra mulher surgiram e se popularizaram unindo milhares de mulheres em movimentos como o 'Eu não mereço ser estuprada⁸'. No caso do movimento feminista, compreende-se que o espaço pode ser utilizado pelo movimento das mulheres para que as mesmas exerçam seus direitos e falem sobre eles para um grande público. Boix e Miguel (2013) evidenciam que a luta por direitos iguais, iniciada pelo movimento feminista nos últimos trinta anos, utiliza a internet como um espaço que possibilita a continuidade desse processo, em que é preciso combater a desigualdade de gênero.

Para além das construções teóricas, o fator revolucionário, subversivo, transgressor que permite aspirar a pensar novos cenários parece derivar-se intrinsecamente das possibilidades técnicas do espaço virtual e da rede (BOIX, MIGUEL, 2013, p. 55)

⁸ <https://veja.abril.com.br/galeria-fotos/campanha-eu-nao-mereco-ser-estuprada/>.. Acesso em: 13/09/2016

A causa feminista tem um crescente número de adeptos, que aliada ao poder informacional da internet contribuiu para o ativismo digital que como define Dieminger e Oliveira (2015, p.3), “confere ao cidadão que ele seja influente nas mudanças da agenda pública, lançando-o como sujeito transformador histórico social através de qualquer demanda por direitos”. As páginas feministas também servem como refúgio a vítimas da cultura machista, cedendo espaço para denúncias e desabafos, que são evidenciados por internautas e recebem apoio, promovendo uma maior divulgação e conhecimento das desigualdades sofridas no dia a dia. Diante disso, as novas mídias proporcionaram uma maior discussão e troca de informações entre usuários, que contam suas experiências de vida e buscam conhecimento, construindo assim uma identidade.

3. AGENDAMENTO E ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO

Sabe-se que grande parcela da população sabe que todos os veículos de comunicação em massa diante de seus mais variados suportes (jornais, televisão, rádio e internet) influenciam a vida de todos nós, seja no modo de pensar como no modo de agir. Silva (2007, p.81) constata que a mídia “[...] é uma preponderante agência de socialização de valores, portanto, uma agência privilegiada de produção de sentidos. ”

Escreve Traquina (1988): “As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento”. As notícias são construções, narrativas, “estórias”.

Dizer que a história é uma “estória” não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna. Os relatos noticiosos, mais uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si sós. Eles são documentos públicos que colocam um mundo à nossa frente. (TUCHMANN, 1993)

A fim de analisar o acontecimento jornalístico do estupro coletivo no Rio de Janeiro nas páginas feministas, faz-se necessário um estudo mais aprofundado da hipótese de agenda setting e do conceito de acontecimento jornalístico, antes de procedermos para a análise das páginas. Neste capítulo tem-se e as teorias que norteiam essa pesquisa embasada em autores como: McCombs e Shaw e Alsina (2009).

3.1 AGENDAMENTO

Na década de 1970, a dupla de pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, desenvolveu uma teoria na qual defende que o público tende a dar mais importância aos assuntos que tem maior exposição nos meios de comunicação, sugerindo assim que é a mídia quem diz sobre o que iremos falar. Para explicar a teoria McCombs (2009, p. 111), afirma que “a ideia central é que os elementos proeminentes na imagem da mídia tornam-se elementos enfatizados na imagem da audiência”,

São citadas duas agendas: a de primeiro nível, que é a agenda de objetos, referentes a assuntos públicos e candidatos políticos. A de segundo nível seria a agenda de atributos. (MCCOMBS, 2009). “Cada um desses objetos na agenda tem numerosos atributos, aquelas características e propriedades que preenchem a imagem de cada objeto” (MCCOMBS, 2009, p. 113). No exemplo citado sobre a pesquisa referente aos candidatos políticos, o candidato seria o objeto, e sua personalidade, seria o atributo.

Conforme McCombs e Shaw (2000b), os estudos de agenda setting se deram em quatro fases. Na primeira fase, os trabalhos acadêmicos reivindicaram a agenda setting e focaram nas relações entre a agenda da mídia e a agenda do público. A segunda fase, em 1977, busca entender as condições que intensificavam ou limitavam a formação da agenda do público, chegando a conceitos como a necessidade de orientação do público, hierarquia entre os temas e características de cada suporte midiático. A terceira fase é voltada para pesquisas sobre a cobertura das campanhas eleitorais, examinando a agenda dos candidatos e a sua apreensão pelo público. Foi nos anos 1980 que os estudos entram na sua quarta fase e se voltam para as fontes das agendas midiáticas.

O agendamento é bastante mais do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que é que devemos pensar. As notícias dizem-nos também como devemos pensar sobre o que pensamos. Tanto a seleção de objetos para atrair a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar sobre esses objetos são tarefas poderosas do agendamento (MCCOMBS; SHAW, 2000b, p. 131).

Por fim, destaca-se a concorrência e importância do acesso as fontes oficiais na construção da pauta do agenda setting. No caso do estupro coletivo no Rio de Janeiro, a repercussão do fato se deu muito rapidamente, principalmente na internet, que impulsionou para que o fato fosse parar nos demais veículos de comunicação. Outras notícias incluindo dados sobre violência contra a mulher também repercutiram, tanto em

sites brasileiros como estrangeiros. Entretanto, é sempre importante analisarmos a noticiabilidade do fato apenas por sua veiculação nos demais veículos de comunicação não é suficiente: “A ideia de que uma grande frequência define uma grande importância, associa-se a um modelo comunicativo hipersimplificado, pré-semiótico” (WOLF, 1987, p. 147).

3.2 AGENDAMENTO: O CASO DO ESTUPRO COLETIVO

No que tange ao caso do estupro coletivo, fica-se diante de um grande debate quanto aos verdadeiros agenciadores de pauta, as páginas feministas que abriram espaço para grandes debates em campanhas contra a violência feminina e fizeram com que grandes manifestações eclodissem pelo país, a organização e divulgação das informações embasaram o que a grande mídia pautou ou a grande mídia que acabou por pautar o que as páginas publicavam. O que possibilita uma melhor compreensão das características atuais do movimento feminista e como o mesmo está utilizando a internet, e mais especificamente a rede social *Facebook* para militância. Seguiu-se então uma observação sistematizada de cinco fanpages feministas que foram escolhidas por meio da pesquisa no campo de busca do próprio site, fez-se a triagem de cinco páginas em que retratavam o assunto mais vezes. Seguindo esses critérios, as páginas escolhidas foram: Empodere duas Mulheres; Feminismo sem Demagogia; Moça, você é machista; Não me Kahlo e Think Olga. Durante o período de 30 dias foram observadas as temáticas trabalhadas nas postagens. Outro ponto observado é o alcance das postagens por meio do número de curtidas, comentários e compartilhamento das mesmas. A partir dos dados colhidos conseguiu-se formar um panorama de como essas *fanpages* agendaram o acontecimento.

3.3 DEFINIÇÃO DE ACONTECIMENTO

O jornalismo é pautado por fatos que difundem a normalidade da vida cotidiana, neste sentido, o acontecimento jornalístico refere-se como sendo algo de natureza especial. O fato deve estar dentro de um grau de importância ou relevância, para assim ser tratado como uma notícia. Pode se dizer também, que a notícia é um acontecimento irracional, algo que é imprevisível, como o ataque as torres no onze de setembro é diferente do que é racional e previsível, como o fato de que, todos sabemos que se

tocarmos no fogo, iremos nos queimar. Outro exemplo é: se um cão morde um homem, esse fato é algo comum, algo que não surpreende as pessoas. Já, se invertermos o fato e um homem morder um cão, isso acaba por se tornar notícia, pois é algo que não é comum a nossa sociedade, como se fossemos pegos de surpresa. Assim, os acontecimentos também se tornam notícia por atenderem aos critérios de noticiabilidade, que é uma das características mais importantes do acontecimento jornalístico. Para Alsina (2009, p.113) “a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. Então, a partir do acontecimento, que é um fenômeno social determinado histórica e culturalmente (ALSINA, 2009), os veículos vão decidir qual “merece” ser notícia. Esse pensamento se assemelha ao de Traquina (1999, p. 169): “As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção (sic) e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”. É nesse momento que entra em ação o poder da mídia em determinar qual tópico merece ser divulgado para o público. O jornalismo também atua na construção do acontecimento, pois após a coleta de informações sobre o fato, o jornalista precisa buscar uma narrativa que de sentido a esse fato. Essa narrativa precisa chamar a atenção do leitor, de maneira que o mesmo tenha a ilusão de estar fazendo parte daquilo que está lendo, que ele se sinta parte da experiência que está sendo vivenciada por outras pessoas. É preciso que os personagens que estão no discurso jornalístico se voltem para o leitor com entusiasmo, criando um espaço que estabeleça essa relação, o veículo de comunicação deve abordar de maneira clara e precisa o começo, meio e fim do acontecimento, trabalhando a relação que se pretende com o espelho do real, informando ao seu leitor de maneira linear os acontecimentos

4.O CASO NO FACEBOOK

O objeto empírico deste trabalho é constituído por cinco *fanpages*: ; Empodere duas Mulheres; Feminismo Sem Demagogia Original; Moça, Você é Machista; Não me Kahlo e Think Olga. A seguir, será feita a análise dos posts escolhidos de cada uma das páginas citadas.

Post 1 : Jovem tem conta do Twitter suspensa após divulgar vídeo de estupro contra mulher (feminismo Sem Demagogia – Original)

Feminismo Sem Demagogia - Original
 25 de maio de 2016 · 🌐

Hoje pela manhã uma amiga me avisou que havia uma mulher sendo exposta em um perfil do twitter, fui ver o vídeo e fiquei horrorizada, a mulher completamente drogada, impossibilitada de defender se, homens filmaram-na, eles fizeram questão de mostrar os genitais dela e poderia facilmente observar se que tratava se de uma vítima de estupro pela vermelhidão e ferimentos.

Os homens zombavam, achavam engraçado, e disseram tratar se de uma jovem que foi estuprada, apos ser drogada, por 30 homens.

Por que os homens acham engraçado a violência contra a mulher? Uma atrocidade e os homens rindo? Isso é misoginia pura.

Eu de minha parte postei somente para amigos no meu facebook e somente o link do Twitter para ser denunciado, infelizmente esperar a ação da policia não era uma opção, visto que a mulher estava sendo exposta, até seu rosto estava lá, mas os covardes que fizeram isso, estes não mostraram suas caras. Se acham que foi uma ação licita por que não mostram sua cara? Não mostram por que sabem que é crime e que seriam penalizados.

O perfil foi derrubado em pouco tempo, ainda bem. O rapaz que divulgou o video, não sabemos se estava participando do estupro, mas isso tem que ser verificado pelas autoridades policiais, pois ele estava defendendo o ato de forma vigorosa em sua postagem.

Ele, o homem que divulgou, tem que ser criminalizado pela divulgação deste video, e os estupradores identificados e punidos por este crime hediondo contra a pessoa humana.



Feminismo

Figura 7: Continuação do post da figura 6.

Figura 6: Print do post da *fanpage*

Sem Demagogia – Original

Fonte das figuras 6 e 7:

<https://www.facebook.com/FeminismoSemDemagogiaMarxistaOriginal/photos/a.565554563536537.1073741834.564161453675848/1025260744232581/?type=3&theater>. Acesso em: 20/5/2017.



Figura 8: Continuação do *print* das figuras 6 e 7, imagem da notícia do Jornal JC Online.

Fonte: <https://www.facebook.com/FeminismoSemDemagogiaMarxistaOriginal/photos/a.565554563536537.1073741834.564161453675848/1025260744232581/?type=3&theater>. Acesso em: 20/5/2017.

A primeira postagem selecionada é da página “Feminismo sem Demagogia”, do dia 25 de maio de 2016. A publicação é uma das primeiras sobre o caso, traz um relato da página juntamente do link e de um *print* da notícia do site do Jornal JC Online. Revela que apesar da administradora já ter sido avisada por uma amiga, precisou da confirmação de um jornal para prosseguir com a informação. Ou seja, aqui podemos observar o

agendamento ligado à credibilidade jornalística e a relevância que o fato tem para a sociedade. A questão da relevância refere-se à importância de um tema; se for um assunto de baixo valor, não será necessária tanta orientação de agendamento ou, como Castro (2014, p. 213) coloca, “só sentimos desconforto psicológico ou necessidade de orientação quando percebemos que determinada situação é pessoalmente relevante para nós”.

Post 2- Polícia do Rio apura ~~suposto estupro~~ ESTUPRO coletivo e identifica autores de posts (Moça, você é machista)



Figura 9: Print do post da fanpage Moça, você é machista

Fonte: <https://www.facebook.com/MocaVoceEMachista/photos/a.346412782118375.80917.346411042118549/1020129201413393/?type=3&theat>. Acesso em: 20/5/2017.

A postagem com mais de 31 mil curtidas, 643 comentários e 23.196 compartilhamentos é do dia 25 de maio da fanpage Moça, você é machista e refere-se a deflagração do caso e o início das investigações. A figura nove da manchete do site do G1 do Rio de Janeiro, e mostra que a página é agendada de maneira a contestar a notícia, uma vez que troca “suposto estupro” por “estupro”, abrindo a discussão para o fato de que a mídia sempre trata a violência contra mulher como suposição, e declara que a mesma está sendo machista.

É observada uma crítica ao portal de notícias no modo de abordagem do caso, uma vez que percebe-se neste caso um contra agendamento, que consiste na hipótese de

que o fluxo de influência não é unidirecional, da mídia para o público, mas sim multifacetado (MARTINS, 2007).

Post 3 – “Não existe cultura do estupro” eles disseram (Empodere duas Mulheres)



Figura 10: Print do post da fanpage Empodere Duas Mulheres

Fonte: <https://www.facebook.com/empodereduasmulheres/photos/a.793090670764923.1073741827.282908221783173/1087161538024500/?type=3&theater>. Acesso em: 20/5/2017.

O post três é da fanpage Empodere duas Mulheres, tem 25 mil curtidas, 2,2 mil comentários e 18.328 compartilhamentos. Na figura observa-se o *print* de uma manchete do jornal O Globo, segue o trecho: “*Jovem passou a madrugada no IML fazendo exames, dois suspeitos já foram encaminhados.*” Nesta publicação, observa-se vários *pints* de comentários extraídos da publicação original, que retratam um discurso de ódio promovido por muitas pessoas em relação ao acontecimento. O post faz parte de um dos primeiros sobre o caso, e a página ao mencionar a manchete do jornal e colocar junto os demais comentários, traz a seguinte reflexão como pode-se observar na imagem: “Não existe cultura do estupro’ eles disseram”, levanto o fato para outro viés, o da cultura do estupro, que desencadeou nas semanas seguintes a do caso inúmeras campanhas virtuais e manifestações nas ruas. Isso só prova o quanto a mídia exerce influência sobre seus receptores, pois um acontecimento ainda sendo deflagrado já contribuiu para tantos debates.

Post 4 - É preciso ter coragem para ser mulher nesse mundo. #ForaThiers (Think Olga)



Figura 11: Print do post da fanpage Think Olga

Fonte: https://www.facebook.com/thinkolga/posts/789987221136801?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D. Acesso em: 20/5/2017

O post é da página Think Olga do dia 28 de maio e tem 1,9 mil curtidas, 32 comentários e 134 compartilhamentos. Tem-se neste caso uma matéria compartilhada do jornal El País com o comentário: “*É preciso ter coragem para ser mulher nesse mundo.*” A Think Olga utilizou a matéria para dar uma **opinião**, no caso, a indignação diante da postura do delegado. A influência da mídia nas conversas dos cidadãos advém da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura própria e critérios de noticiabilidade. Nas palavras de Shaw, citado por Wolf, "as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo".

O acontecimento nesta matéria já está mais avançado, as investigações estão em andamento e mais uma vez percebe-se o machismo explícito na conduta do delegado do caso, que pede seu afastamento em decorrência disto. Passados três dias do ocorrido o acontecimento negue na mídia, isto em virtude dos valores-notícia, neste caso o conflito O conflito “a presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios [...] muitas vezes exemplificam a quebra do normal.” (TRAQUINA, 2002, p.84).

Post 5 – Fomos convidadas para participar do programa Repórter São Paulo, da TV Brasil
[...] (Não me Kahlo)



Figura: 19: Print do post da fanpage Não Me Kahlo

Fonte: <https://www.facebook.com/NaoKahlo/videos/615191935321143/>. Acesso em: 21/5/2017.

O único post da categoria de vídeo é da página Não me Kahlo, publicado no dia 31 de maio de 2016, com 1,4 curtidas, 56 comentários e 144 compartilhamentos. Nesta publicação é exposta a participação das administradoras da página no programa Repórter São, da TV Brasil, em que foram convidadas para falar sobre o caso do estupro coletivo que ocorreu no Rio e cultura de estupro. Assistindo ao vídeo percebe-se que as administradoras usam muito dados para dar vez e voz ao que estão contestando, até mesmo ao citar outros casos parecidos com o estupro coletivo, que ocorreram meses antes. A influência da mídia nas conversas dos cidadãos advém justamente desta dinâmica organizacional das empresas de comunicação, devido a seus próprios critérios de noticiabilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modo como o jornalismo tradicional foi mencionado pelas páginas é o que estava em pauta, a maneira como o tema foi tratado dentro dessas páginas. A cobertura do caso na primeira semana foi bem criteriosa, uma vez que contribuiu para sua permanência no imaginário social e nos debates cotidianos dos sujeitos. As páginas colocam-se favoráveis a vítima, tanto que em um dos prints analisados observa-se uma crítica muito clara ao portal de notícias. A militância, diferente do jornalismo, não tem o compromisso único e exclusivo de ser imparcial, as mídias antes de realmente afirmarem que determinado fato aconteceu precisam de provas concretas. Diante disto, ao longo da análise percebe-se que a maioria das *fanpages* mencionaram os jornais tradicionais de maneira a dar credibilidade ao que queriam falar e comentar.

A análise de crimes contra mulheres, a exemplo do caso de estupro coletivo da adolescente de 16 anos, enquanto acontecimento midiático, contribuiu de maneira significativa para se melhor perceber como se intensifica na sociedade a discussão pública sobre a violência contra mulheres. Observa-se o grande discurso da militância nas *fanpages*, percebendo-se na relação entre jornalismo, construção da realidade mediada e sociedade a maneira que a violência de gênero vai sendo pautada e problematizada como questão de interesse público, contrariando uma visão até então muito comum que encerrava estes crimes numa cobertura muitas vezes sensacionalista e preconceituosa.

As teorias apresentadas neste trabalho exemplificam o objetivo geral da pesquisa, que foi observar de que modo o jornalismo agendou as páginas feministas no caso do estupro coletivo. No contexto analisado no trabalho, foram explanados pontos como a influência das novas tecnologias de informação e comunicação na consolidação de uma sociedade mais democrática, a partir do ponto de que as novas formas de comunicação através da internet e das redes sociais facilitam a articulação de muitos movimentos sociais, e a evolução dos mesmos no mundo contemporâneo. O *Facebook* atualmente é ferramenta que transmite muitas informações, sejam nas próprias páginas de jornais como em *fanpages* criadas por sujeitos que buscam construir novas maneiras de discussão e se tornar construtores de conhecimento sem a necessidade de estar na rua.

Por fim, salienta-se que o jornalismo foi agendado nas *fanpages* feministas na maioria das vezes para evidenciar uma opinião ou para dar credibilidade ao fato, o que

nos leva a pensar sobre os valores notícia que norteiam o acontecimento. Compreende-se que o agendamento tem se tornado um processo coletivo, pois algumas pautas são tratadas de maneira superficial pelos meios de comunicação de massa e na internet são aprofundados, e outros acabam por ser fomentados na internet e em decorrência disso ganham espaço nos meios de comunicação de massa, sendo assim, é possível que estejamos testemunhando novas formas de mediação e mídiatização comunicacional.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- BOYD, d. m., & ELLISON, N. B. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. , 2007. Acesso em 10/09/2016.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A função do agendamento dos media**. In: TRAQUINA, Nelson. *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000a.
- MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).
- TRAQUINA, Nelson. **As notícias**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1999.
- TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gili, 1983.