

DESIGUALDADES, GÊNEROS E COMUNICAÇÃO:

olhares de pesquisadores em
formação

Sônia Caldas Pessoa
Vanessa Cardozo Brandão
Nair Prata
(Organizadoras)

DESIGUALDADES, GÊNEROS E COMUNICAÇÃO:
olhares de pesquisadores em
formação



Direção Editorial: Rosiméri Laurindo
Presidente: Giovandro Marcus Ferreira

Conselho Editorial - Intercom

Allysson Viana Martins (Unir)
Dario Brito Rocha Júnior (Unicap)
Simone Antoniaci Tuzzo (UFG)
Francisco Machado Filho (Unesp)
Izani Pibernat Mustafá (Uerj)

Nair Prata (UFOP)
Patrícia Cardoso D'Abreu (ECO-UFRJ)
Sônia Caldas Pessoa (UFMG)
Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)
Vanessa Cardozo Brandão (UFMG)

DESIGUALDADES, GÊNEROS E COMUNICAÇÃO:
olhares de pesquisadores em
formação

SÔNIA CALDAS PESSOA
VANESSA CARDOZO BRANDÃO
NAIR PRATA
(organizadoras)

São Paulo
Intercom
2019



DESIGUALDADES, GÊNEROS E COMUNICAÇÃO: olhares de pesquisadores em formação

Copyright © 2019 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom

Direção Editorial: Rosiméri Laurindo

Projeto Gráfico, Diagramação e Capa: Clauciane Pereira

Revisão: Sônia Caldas Pessoa, Vanessa Cardozo Brandão e Nair Prata

Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP)

Ficha Catalográfica

C741 Desigualdades, gêneros e comunicação: olhares de pesquisadores em formação / Organizado por Nair Prata, Sônia Caldas Pessoa e Vanessa Cardozo Brandão. -- São Paulo: Intercom, 2019. 40 MB; PDF.

Bibilografia
ISBN 978-85-8208-121-1

1. Comunicação. 2. Desigualdades. 3. Gêneros. 4. Pesquisadores em formação. 5. Intercom Júnior. Ebook. I. Pessoa, Sônia C. II. Brandão, Vanessa C. III. Prata, Nair. IV. Título.

CDD 20. ed. 070

Todos os direitos dessa edição reservados à

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM

Rua Joaquim Antunes, 705 - Pinheiros

CEP 05415-012 - São Paulo - SP - Brasil - Tel: (11) 2574-8477 / 3596-4747

<http://portalintercom.org.br> - email: secretaria@intercom.org.br

Sumário

08 Prefácio
Gabriela Almeida

10 Apresentação
Sônia Caldas Pessoa, Vanessa Cardozo Brandão e Nair Prata

Parte 1: GÊNERO, CIDADANIA E COMUNICAÇÃO

15 1. A Mulher na Propaganda Política Partidária: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017
Amanda de Carvalho e Maria Berenice da Costa Machado

29 2. Identidade feminina e mídia: um estudo sobre a representação da mulher no jornalismo esportivo
Isadora Nascimento Pereira de Sousa e Gustavo Fortes Said

44 3. A construção da cidadania feminina na revista AzMina: um estudo de gênero
Amanda Porto de Souza e Rosana Cabral Zucolo

Parte 2: COMUNICAÇÃO E VULNERABILIDADES – PARTILHA DE EXPERIÊNCIAS

- 57 1. UNEX Inclusiva 2018: A Construção de uma Campanha de Comunicação Inclusiva para Pessoas Cegas e com Baixa Visão
Victor Said dos Santos Sousa, Leonardo Santa Inês Cunha e Lidiane Santos de Lima Pinheiro
- 72 2. Estrutural, uma Comunidade à espera do fim do Lixão: reflexões sobre a produção de uma série de reportagens radiofônicas expandidas
Bianca Marinho e Elton Bruno Pinheiro

Parte 3: COMUNICAÇÃO, CIDADANIA E REDES DIGITAIS

- 86 1. Muito além de fake news: uma percepção sobre estratégias editoriais na cobertura do caso Marielle Franco
Daiene Mendes e Mirian Magalhães
- 99 2. Discursos de ódio nas redes digitais e a instauração do "tribunal" virtual
André Carvalho, Krisllen Mayra Coelho, Leonardo Ramon Carneiro, Sarah Maria Rocha e Rosaly de Seixas Brito
- 113 3. "Lofi Hip Hop Radio": Youtube, Música Instrumental e Novas Escutas
André Santa Rosa e Jeder Janotti Jr.

Prefácio

Gabriela Almeida

Tem sido notável o avanço quantitativo e qualitativo das pesquisas que envolvem diversidade e diferença no campo da Comunicação no Brasil. Ainda assim, a criação de espaços dedicados à discussão das políticas do corpo (gênero, raça, etnia, classe, sexualidade, deficiência) numa interface com a Comunicação ocorreu de forma bastante tardia no país: apenas em 2018 a área passou a ter grupos dedicados especificamente a essa temática em seus mais significativos congressos, tendo sido a Intercom pioneira com a criação do Grupo de Pesquisa Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros.

A entidade é pioneira novamente, em 2019, com a publicação do livro *Desigualdades, gêneros e comunicação: olhares de pesquisadores em formação*, organizado por Sônia Caldas Pessoa, Vanessa Cardozo Brandão e Nair Prata, e que reúne artigos escritos por estudantes de graduação ou recém-graduados de todas as regiões brasileiras. Composto por oito textos com grande diversidade de temáticas, objetos de estudo e propostas teórico-metodológicas, o livro dá a ver inquietações com aquilo que nunca deveria sair do horizonte dos investigadores e dos profissionais de Comunicação, especialmente no Brasil: a preocupação com o social e com a cidadania.

Os artigos, todos frutos de pesquisa empírica produzida a partir de processos e produtos originados nas práticas jornalísticas, publicitárias e de relações públicas, abordam questões identitárias, com ênfase no

feminino/feminismo, e também outros temas igualmente relevantes e atuais, como as *fake news*, a inclusão de pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade, os discursos de ódio em redes sociais e o consumo musical atravessado pelas tecnologias digitais.

Se é fato que as mudanças que aconteceram no país com a implementação das políticas afirmativas provocaram transformações significativas nas nossas universidades, tanto públicas quanto privadas, é verdade também que uma presença mais diversa no contexto acadêmico brasileiro, tanto na graduação quanto na pós-graduação, contribui não apenas para renovar perspectivas, mas também para diminuir desigualdades.

Nesse sentido, é fundamental estarmos atentos àquilo a que os estudantes de graduação voltam o seu olhar: seja pela sua experiência empírica enquanto diferença (de raça, de etnia, de gênero, de classe ou orientação sexual), seja enquanto consumidores de mídias e argutos observadores de dinâmicas que são próprias das formas de sociabilidade no presente, elas e eles são parte importante das forças que contribuem para oxigenar o campo.

Considerando, também, que a Intercom é a única grande entidade de pesquisa em Comunicação no Brasil que oferece oportunidade para a participação de estudantes de graduação com escrita e apresentação de artigos, há um processo de promoção da cidadania intrínseco à instituição e à própria publicação desse livro, que chega em momento bastante oportuno. Ao reunir artigos que discutem desigualdades, gêneros e comunicação, o livro contribui para demarcar um espaço e afirmar a importância desses estudos em um momento em que a própria promoção da cidadania, de forma mais ampla, está em disputa.

Apresentação

Sônia Caldas Pessoa, Vanessa Cardozo Brandão e Nair Prata

*Formar pesquisadores, comunicadores e cidadãos:
pensar e fazer comunicação social para o combate da desigualdade social.*

Os trabalhos aqui reunidos foram selecionados entre os artigos apresentados nas oito divisões temáticas do Intercom Junior, no 41o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ocorrido na Univille de 2 a 8 de setembro de 2018. Com a temática **Desigualdades, gêneros e comunicação**, o Congresso da Intercom em 2018 colocou um debate urgente e necessário, ainda mais relevante no cenário de desgaste nos diálogos abertos devido à crescente polarização ideológica. Tudo isso reforça a necessidade de pontes entre mídia e sociedade, em torno das muitas desigualdades e vulnerabilidades que atravessam a condição de grande parte da sociedade brasileira. Olhar para as desigualdades é olhar também para a diversidade de condições e modos de viver. Os trabalhos de pesquisadores de comunicação em formação reunidos nesse livro se alinham a essa perspectiva. Nesse sentido, merece destaque o fato de os artigos aqui apresentados revelarem o olhar de pesquisadores em formação de diversas partes do Brasil. Temos representados trabalhos de universidades das cinco regiões do país: norte (UFPA/PA), nordeste (UFPI/PI, UNEB/BA e UFPE/PE), centro-oeste (UNB/DF), sudeste (UNISUAM/RJ) e sul (UFRGS/RS, UFN/RS).

Na primeira parte do livro, reunimos três artigos a partir da perspectiva das interseções entre comunicação e gênero. O primeiro trabalho "A Mulher na Propaganda Política Partidária: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017" investiga a participação feminina no território político,

através do estudo comparativo de dois programas de propaganda política partidária (PMDB e PT) veiculados na televisão aberta em 2017, voltando-se para a análise da presença da mulher nesse contexto. Já o segundo trabalho reflete sobre o ideário feminino na mídia, através da análise do jornalismo esportivo: **"Identidade feminina e mídia: um estudo sobre a representação da mulher no jornalismo esportivo"** busca compreender como se constitui o processo de construção da identidade feminina, especificamente da mulher atleta, e qual o papel da mídia e do jornalismo nesse desenvolvimento. O último trabalho dessa seção de abertura do livro **"A construção da cidadania feminina na revista AzMina: um estudo de gênero"** aborda o papel da comunicação social e do feminismo na conquista da cidadania da mulher, a partir da análise de conteúdo da revista AzMina, com o aporte teórico-metodológico de teorias do agendamento e contra agendamento, webjornalismo e ciberativismo.

A segunda parte do livro reúne duas experiências de pesquisadores em formação que usam o saber para intervir na realidade e experimentar modos de fazer comunicação mais inclusivos. O primeiro trabalho é **"UNEX Inclusiva 2018: A Construção de uma Campanha de Comunicação Inclusiva para Pessoas Cegas e com Baixa Visão"**, e relata a realização da campanha inclusiva de matrículas na UNEX (Associação dos Ex-alunos da Universidade do Estado da Bahia – associação civil sem fins lucrativos que oferece cursos a baixo custo), que em 2018 foi direcionada também para pessoas com deficiências visuais, cegos e/ou com baixa visão. O artigo relata o caso do planejamento às ações realizadas na campanha, e ainda inclui importante reflexão sobre a construção de uma campanha de comunicação inclusiva para pessoas com deficiência, buscando refletir sobre como torná-la acessível para este público, a partir de uma visão da comunicação organizacional com foco na responsabilidade social. O segundo trabalho dessa seção **"Estrutural, uma Comunidade à espera do fim do Lixão: reflexões sobre a produção de uma série de reportagens radiofônicas expandidas"** apresenta reflexões sobre o processo de produção da série de reportagens radiofônicas expandidas, produzidas para veiculação em rádios públicas e educativas e propagação na internet por meio do site e outras redes sociodigitais do Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Fundamentado em aportes teóricos da linguagem sonora, da reportagem radiofônica e da produção de conteúdos expandidos no contexto da cultura da conexão, o trabalho apresenta a Cidade Estrutural – localizada a 15 quilômetros do centro de Brasília – no contexto da expectativa dos moradores quanto ao fechamento do Aterro Controlado do Jóquei, conhecido popularmente como Lixão da Estrutural. Enquanto experimentam o fazer, os autores refletem sobre os desafios e possibilidades desse tipo de produção.

Por fim, a última parte do livro reúne três trabalhos que se voltam para modos como as redes digitais e suas dinâmicas trazem novos desafios para o campo da Comunicação Social. O primeiro trabalho **"Muito além de fake news: uma percepção sobre estratégias editoriais na cobertura do caso Marielle Franco"** realiza uma reflexão

sobre a naturalização de estratégia editorial que, vestida de imparcialidade, constrói no imaginário brasileiro a percepção daquilo que é correto, verdadeiro e aceitável. O objetivo da pesquisa é a reflexão sobre o fato, que vai além das chamadas *fake news* e, para tanto, opera o recorte na cobertura do caso do assassinato da vereadora da cidade do Rio de Janeiro, Marielle Franco, a partir da análise da relação entre as reportagens do programa RJTV2 de 13 de abril de 2018. O segundo trabalho intitulado "**Discursos de ódio nas redes digitais e a instauração do "tribunal" virtual**" busca avaliar a proporção que os linchamentos têm tomado com o desenvolvimento contínuo dos dispositivos informacionais digitais e como isso afeta a interação interpessoal, tanto nas redes digitais quanto na vida social. O corpus da pesquisa se constitui no caso "Day McCarthy", que repercutiu nas redes sociais digitais e posteriormente na mídia de massa, assim como o caso fictício abordado em um episódio da terceira temporada da série *Black Mirror*, intitulado "Odiados pela Nação". Os pesquisadores observam, a partir dos casos estudados, que a propagação de discursos de ódio é facilitada pelo anonimato nas redes, e os linchamentos virtuais causam impacto semelhante ou maior do que o linchamento praticado no ambiente "real". O último trabalho do livro é "**Lofi Hip Hop Radio: Youtube, Música Instrumental e Novas Escutas**", e levanta reflexões sobre novos caminhos do consumo de música. Por meio de um levantamento bibliográfico, a pesquisa aponta novas escutas na plataforma do Youtube, analisando a febre de rádios de *Hip Hop lo-fi*, mais especificamente a "*lofi hip hop radio – beats to relax/study to*". O estudo tem como finalidade pensar quais são os rastros dos usuários online e a formação de uma comunidade jovem ouvinte de música instrumental online. Além disso, reflete acerca das novas formas de criar gêneros e "taggeamentos" no meio virtual.

Com esses trabalhos, representantes das oito divisões temáticas do Intercom Junior (Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Comunicação Organizacional; Comunicação Audiovisual; Multimídia; Interfaces Comunicacionais; Comunicação, Espaço e Cidadania; Estudos Interdisciplinares de Comunicação), temos uma pequena e rica amostra de como a pesquisa no campo da Comunicação Social tem avançado no nosso país. Considerando que no ano de 2018 foram celebradas homenagens ao Professor José Marques de Melo, que tanto fez pela fundação e consolidação da pesquisa em Comunicação no Brasil, gostaríamos de destacar um trecho de sua autoria, publicado há quase 50 anos:

"Num setor onde os estudos e as pesquisas ainda são raros e desatualizados, é salutar e indispensável levantar hipóteses e delinear novas tendências dos fenômenos. [...] Sem pesquisas científicas é impossível analisar os efeitos gerados pelo processo comunicativo, bem como situar exatamente as suas repercussões sociais." (MARQUES DE MELO, José. USP. Escola de Comunicações Culturais. Boletim do Departamento de Jornalismo. Ano I, nos. 1 a 3/1968; Ano II, nos. 4 a 6/1969).

Professor, eterno mestre José Marques de Melo, que longo caminho percorremos a partir de seu exemplo! Quanta responsabilidade seguir seus passos e continuar lutando para afirmar o lugar da pesquisa científica nos processos comunicativos. A julgar pelos trabalhos de profissionais e pesquisadores em formação reunidos aqui nesse livro, pensamos que é possível dizer que a semente plantada há muitas décadas continua oferecendo frutos para o futuro do campo da Comunicação Social. O campo agradece por sua inspiração. Continuar a pesquisa e pensar, situando a comunicação e suas "repercussões sociais" pode ser uma boa forma de honrar seu importante legado.



1ª PARTE
GÊNERO, CIDADANIA
E COMUNICAÇÃO

A Mulher na Propaganda Política Partidária: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017

*Amanda de Carvalho*¹

*Maria Berenice da Costa Machado*²

Introdução

Por muitos séculos, os espaços permitidos para a Mulher foram escassos e dependentes da aprovação masculina. Se formos analisar do ponto de vista da legislação, a conquista de direitos pelas Mulheres sempre esteve atrelada às concessões dos homens, maioria dos membros do Congresso Nacional que criam e aprovam as leis. No plano social, os níveis de participação e de gênero sempre foram desiguais, com a predominância dos homens. Desde a luta pelo sufrágio, no final do século XIX, a Mulher busca ascender às instâncias decisórias de poder. Quer autonomia para escrever a sua própria história. Mecanismo como a cota de gênero tem auxiliado, porém o índice de eleitas segue aquém do desejado.

A participação das Mulheres na política no Brasil é considerada baixa, se comparada a outros países com o mesmo grau de desenvolvimento econômico. De acordo com o ranking mundial³ *“Woman in Politics: 2017”*

¹Graduada no Curso de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda da FABICO-UFRGS

²Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda da FABICO-UFRGS.

³O ranking foi lançado durante a 61ª Comissão sobre o Status da Mulher, o maior fórum intergovernamental sobre direitos da mulher e igualdade de gênero. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/brasil-fica-em-167o-lugar-em-ranking-de-participacao-de-mulheres-no-executivo-alerta-onu/>> Acesso em: 30/04/2018.

divulgado pela União Interparlamentar⁴, o Brasil encontra-se na 154ª posição entre 193 países com relação à ocupação de Mulheres nos parlamentos. Segundo a mesma fonte, no continente Latino Americano, o Brasil é o terceiro pior colocado, atrás somente de Belize (183º) e do Haiti (187º). No ranking mundial estamos atrás de países como o Afeganistão (54ª) Paquistão (89ª) e Serra Leoa (144ª).

Considerando-se que o Índice de Desenvolvimento Humano⁵ (IDH) destes últimos três países encontra-se em 171, 147 e 181, lugares respectivamente, enquanto Brasil ocupa a posição 75, é necessário refletir sobre como, mesmo com um grau de desenvolvimento abaixo do nosso, ainda assim, esses países ficam à nossa frente no que tange à participação das Mulheres na política.

O movimento das sufragistas, que teve início no Reino Unido, no final do século XIX, e espalhou-se pelo mundo, estendeu à Mulher o direito de votar. No Brasil, foi a partir de 24 de fevereiro de 1932. Contudo, havia restrições: somente as mulheres casadas (com autorização dos maridos) e as viúvas e solteiras que tivessem renda própria, poderiam votar, ou seja, exercer este direito básico da condição de cidadania⁶. Desde a conquista do direito ao voto até 2010 com a eleição de Dilma Rousseff⁷, primeira Mulher Presidenta da República Federativa do Brasil, passaram-se 78 anos. Se comparado com alguns países da América Latina, o Brasil foi um dos primeiros países a permitir o voto feminino, porém não elegeu uma Mulher para o cargo máximo da nação com o mesmo vanguardismo (PANKE, 2016).

Entende-se que um dos motivos reside no fato de que os partidos políticos são dominados pelos homens e o papel relegado às Mulheres é, na maioria das vezes, secundário. No cenário político e na propaganda política, o papel da Mulher não é destacado. Elas aparecem como porta-vozes de uma causa, outras vezes para exaltar um outro candidato homem ou ainda para apresentar um representante do partido. Ou seja, a Mulher serve muito para atrair a atenção de possíveis eleitores e com funções secundárias, raramente para levantar/defender as suas próprias questões e plataformas políticas.

⁴União Interparlamentar (www.ipu.org) é uma "Organização internacional dos parlamentos dos Estados soberanos, com sede em Genebra (Suíça), criada em 1889. Integrada por mais de 140 parlamentos, a UIP trabalha em estreita colaboração com a ONU, de cujos objetivos partilha e cujos esforços apoia Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/agencia/noticias/74073.html>> Acesso em: 30/04/2018.

⁵IDH é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. O objetivo da criação do IDH foi o de oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento." Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0.html>> Acesso em: 30/04/2018.

⁶<http://www.tre-es.jus.br/imprensa/noticias-tre-es/2014/Fevereiro/82-anos-da-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>. Acesso em: 26/04/2018.

⁷Dilma Rousseff é a primeira mulher eleita presidente do Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/dilma-rousseff-e-primeira-mulher-eleita-presidente-do-brasil.html>> Acesso em: 30/04/2018.

Este artigo busca elucidar como a Mulher vem sendo retratada na propaganda política partidária, indicador do seu lugar na política. Em 2017, ano de intervalo eleitoral, conforme o Tribunal Superior Eleitoral, os partidos poderiam veicular os programas em bloco na televisão aberta, com duração de 5 a 10 minutos, no horário das 20h30min às 20h40min, nas terças e quintas.

Segundo a lei, esses programas são destinados aos partidos, para promover suas ideologias e as causas ligadas à cidadania e à educação política. Ao observar como a Mulher é representada nessas peças audiovisuais poderemos evidenciar seu espaço nos quadros partidários e na própria política.

Gênero e Política

Mesmo com toda a evolução e conquista de direitos sociais, ainda há espaços na sociedade em que a presença das Mulheres parece não ser apreciada. A política é um deles. Luciana Panke (2016, p. 23) afirma: "A política é um universo masculino". E por ser um espaço dominado por homens, a voz da Mulher é constantemente silenciada. Questões trazidas pelo feminismo como o machismo, a misoginia e o patriarcado são polêmicas e muitas vezes vistas como se suas práticas fossem algo natural. São temas que de tão enraizados na estrutura social não são questionados e, de forma recorrente, sequer se percebe a sua existência. São questões vistas como integrantes da ordem natural das coisas (PANKE, 2016).

Admite-se que a Mulher conquistou, ao longo da história, maior visibilidade pública, emergindo dos espaços privados para ocupar posições de destaque nas esferas do poder (Paiva, 2008). Pode-se dizer que a Mulher já possui condições do ponto de vista legal e social de frequentar áreas antes exclusivas ao universo masculino. A inserção da Mulher em campos estratégicos da sociedade, como a política, mesmo que lenta e tímida, estabelece, por si só, novas relações.

Uma importante conquista das Mulheres no início do século XXI foi a Lei Maria da Penha⁸ (Lei n. 11 340, de sete de agosto de 2006), que criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a Mulher (PINTO, 2010). De acordo com o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) entre 2009 e 2011, o Brasil registrou 16,9 mil feminicídios – são considerados feminicídios assassinatos de Mulheres por conflito de gênero, praticados em sua maioria por cônjuges.

⁸A Lei Maria da Penha recebeu este nome em homenagem à Maria da Penha Maia Fernandes, que por vinte anos lutou para ver seu agressor preso. A Lei busca aumentar o rigor das punições sobre crimes domésticos e familiares praticados contra a Mulher e também mecanismos de proteção. Trata-se de qualquer ação ou omissão baseada no gênero que cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial às mulheres". Disponível em: <http://www.observe.ufba.br/lei_mariadapenha> Acesso em: 30/04/2018.

O conceito de "gênero" foi desenvolvido e é utilizado em contraponto ao conceito de "sexo"; seu objetivo é determinar o que é socialmente construído, em oposição ao que é biologicamente determinado (NICHOLSON, 2000). Nesta perspectiva, gênero é pensado, tipicamente, como referência ao comportamento e personalidade e não ao corpo. Portanto, gênero e sexo são distintos.

Panke (2016) também salienta que o conceito de gênero está relacionado com vários aspectos (psicológico, biológico, social, cultural e político) e não está restrito ao binarismo reducionista feminino/masculino. Das várias perspectivas sobre o que seria gênero, a ênfase aqui é àquela composta por estereótipos e símbolos que indicam o que é ou não aceito em determinados comportamentos.

Questões de vestimenta, por exemplo, podem ser vistas como pertencentes a um gênero determinado. Assim como as escolhas profissionais, caso da política. Esses temas mostram a dominação de um gênero diante do outro, ou seja, "as identidades de gênero e sexuais são compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade" (LOURO, 1999, p. 11).

Para além da violência sofrida pela Mulher no espaço doméstico, está a violência invisível sofrida nos espaços de poder. Constantemente questionadas, vítimas de piadas machistas e reducionistas, a Mulher que ocupa cargos políticos precisa constantemente provar o seu valor. De forma geral, pode-se admitir que parte do fluxo discursivo na atualidade é responsável pela conservação das estruturas sociais nas quais a exclusão e o preconceito consolidam-se em piadas, nos chistes populares e nas anedotas, que são ainda mais amplificados nas mensagens difundidas pela mídia (PAIVA, 2008). Assim, faz-se necessário pensar sobre a presença e a participação das Mulheres nas esferas de poder do Estado, em especial no âmbito parlamentar e executivo, espaços em que as Mulheres são autorizadas a exercer as suas funções quando eleitas. A Mulher na política abre uma brecha nos constantes discursos da cultura machista que preserva os espaços das instâncias decisórias do poder aos homens (PAIVA, 2008).

Candidatas Mulheres

O primeiro registro de uma Mulher eleita data de 1928. Alzira Soriano conquistou 60% dos votos e foi eleita prefeita de Lajes, no Rio Grande do Norte. Foi a primeira Mulher da América Latina a assumir o governo de uma cidade⁹.

⁹Alzira Soriano disputou em 1928, aos 32 anos, as eleições para a prefeitura de Lajes, cidade do interior do Rio Grande do Norte, pelo Partido Republicano, e venceu com 60% dos votos, quando as mulheres nem sequer podiam votar". Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2013/Marco/semana-da-mulher-primeira-prefeita-eleita-no-brasil-foi-a-potiguar-alzira-solano>> Acesso em: 30/04/2018.

Contudo, em 2017, na Câmara dos Deputados, a bancada feminina tem apenas 51 deputadas (9,94% das 513 cadeiras) e 13 senadoras (16% das 81 vagas)¹⁰, apesar das cotas que visam estimular a candidatura de Mulheres. A Lei nº 9.504/1997, que rege as eleições no Brasil, estabelece que cada partido ou coligação deve reservar no mínimo 30% e no máximo 70% de candidatas de cada gênero. É importante salientar que a lei não faz distinção entre qual percentual deve ser aplicado para cada gênero. A regra, redigida de modo indistinto, objetivou, como já mencionado, estimular a participação das Mulheres no cenário político.

No entanto, mesmo com a possibilidade da reserva de vagas, o percentual mínimo de 30% sistematicamente não é preenchido pelos partidos, que muitas vezes utilizam "laranjas" para burlar a lei. Em consequência, o aumento de candidaturas, em especial na Câmara Federal, é muito discreto (PAIVA, 2008).

Outra questão a considerar é o "perfil" das Mulheres candidatas. Panke (2016) analisou 21 campanhas presidenciais da última década na América Latina para verificar como as Mulheres aparecem nos vídeos das campanhas. A autora identificou três tipologias predominantes: a guerreira, a maternal e a profissional.

A candidata guerreira caracteriza-se por ser uma Mulher que se destaca por assumir iniciativas e que atua politicamente para realizar mudanças sociais. "Todas as Mulheres que entram em espaços predominantemente masculinos, como a política, podem ser consideradas guerreiras em algum grau" (PANKE, 2016 p.122). O que predomina nessa tipologia é o papel da Mulher líder, não da Mulher masculinizada.

A tipologia maternal é bastante valorizada já que a maternidade é uma construção social para a Mulher. Estar associada ao perfil Mulher - mãe justifica por que muitas candidatas a cargos eletivos destacam esse fato em detrimento a suas conquistas profissionais. "Numa sociedade machista, a maternidade é a única coisa que dá à Mulher um status de respeito, a enaltece aos olhos dos homens, como não o fazem a sua inteligência nem seu sucesso profissional" (CASTAÑEDA, 2013 p.205).

O perfil profissional é o menos evidenciado nas campanhas de postulantes a cargos públicos na América Latina. Uma das possíveis explicações para essa situação está no fato de que o sucesso profissional não faz parte da identidade feminina. A realização da Mulher está em casar-se, ter filhos e não em ter uma posição de liderança na sua ocupação profissional (PANKE, 2016).

Em vários momentos, durante as campanhas eleitorais, essas tipologias podem se misturar, porém a que mais se destaca é a maternal seguida pela guerreira e, por último a profissional, indicador de como a Mulher em posições de poder/liderança é pouco valorizada. Panke (2016) ainda faz relação entre as tipologias que identificou

¹⁰"Embora representem sete milhões a mais de votos, as mulheres ainda não têm representação proporcional a esse número no Parlamento. Em 2014, só 11% dos cargos em disputa em todo o país ficaram com candidatas". Disponível em: <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/03/08/lugar-de-mulher-tambem-e-na-politica>> Acesso em: 30/04/2018.

e o conceito de “terceira Mulher ou Mulher indeterminada” de Lipovetsky (2000). A primeira Mulher seria a menosprezada, depreciada; a segunda a glorificada, exaltada; e a terceira está em processo de construção da própria identidade. “Tanto a primeira como a segunda Mulher estavam subordinadas ao homem; a terceira Mulher é sujeita de si mesma. A segunda Mulher era uma criação ideal dos homens, a terceira Mulher é uma autocriação feminina” (LIPOVETSKY, 2000 p. 237).

Propaganda Política Partidária

Para compreender as relações de gênero, por meio da representação das Mulheres na propaganda política partidária, revisamos conceitos-chave dos campos da Comunicação e da Política, e destacamos os programas em bloco, objeto da análise.

O primeiro deles é partido político, instituições centrais nas sociedades democráticas, pois mediadores insubstituíveis das relações que são estabelecidas entre cidadãos e estado (BERTANI, 2005). A comunicação é essencial para a política e assim também para as organizações partidárias. Uma das ferramentas para a divulgação das ideias e planos de governo partidários é a propaganda política.

Em relação à propaganda política na TV, Albuquerque e Dias (2002, p.309) destacam que “Meios de comunicação e partidos não são instituições que se sucedem no tempo; elas coexistem e estabelecem relações entre si”. A utilização dos meios de comunicação como recurso político pode, de fato, servir como um elemento de fortalecimento, e não de enfraquecimento dos partidos políticos. “Acreditamos que seja este o caso do modelo brasileiro de propaganda política na televisão.” (Albuquerque e Dias, 2002 p. 310)

Segundo a Lei nº 9.096/95, a propaganda política partidária: Tem por finalidade a divulgação dos ideais, programas e propostas dos partidos políticos. Feita de forma genérica não menciona nomes de pretensos candidatos, tampouco é vinculada a um pleito eleitoral específico. Veiculada exclusivamente em período não eleitoral tem o objetivo de angariar novos simpatizantes e filiados aos partidos. A seguir transcrevemos trechos do Art. 45 da referida lei:

- I - difundir os programas partidários;
- II - transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido;
- III - divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitário;
- IV - promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 10% (dez por cento). (Lei nº 9.096/95).

Esta modalidade de propaganda é transmitida por meio das emissoras de rádio e televisão e pode ser dividida em dois tipos: Inserções e Programas em Blocos. As inserções são spots de 30 segundos ou 1 minuto, nos dois semestres dos anos não eleitorais e, tendo em vista a limitação contida no § 2º do art. 36 da Lei nº 9.504/1997, apenas no primeiro semestre dos anos em que são realizadas eleições.

Os programas em bloco são veiculados duas vezes ao ano na televisão, em programas de 5 a 10 minutos, transmitidos entre as vinte horas e trinta minutos e as vinte horas e quarenta minutos, nas terças-feiras e quintas-feiras, de acordo o calendário anual divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

A Lei nº 9.096/95 orienta ainda sobre o tempo de veiculação disponibilizado a cada partido, de acordo com o número de cadeiras ocupadas na Câmara Federal: cinco minutos para os partidos que tenham eleito até quatro Deputados Federais e dez minutos, para os partidos que tenham eleito cinco ou mais deputados federais (Art. 49 Lei nº 9.096/95).

O tempo concedido por essa modalidade de propaganda política gratuita na televisão é destinado, conforme a legislação brasileira, aos partidos e não aos candidatos. Cabe salientar que as candidaturas nas campanhas eleitorais são fundamentalmente individualistas, pois valorizam, na grande maioria das vezes, o perfil do candidato e desconsideram a estrutura coletiva partidária. Sendo assim, esta é mais uma razão que justifica a análise dos programas em bloco: não integram a campanha eleitoral, são instrumento dos partidos e não dos candidatos a cargos eletivos.

A Mulher na Política

A proposta desta pesquisa é compreender a representação da Mulher na propaganda política partidária, em especial nos programas em bloco veiculados na televisão aberta em março/abril 2017. Estes programas, que não foram ao ar em período eleitoral e não foram voltados a promover uma candidatura, deveriam levar a mensagem dos partidos. Entende-se que a Mulher nessas peças deve refletir as convicções dos partidos, se conservadoras ou de vanguarda. A partir dos programas escolhidos, também será possível compreender os espaços que são relegados internamente nos partidos para a Mulher e, por consequência, transparecem nas propostas eleitorais e práticas de governança.

Para a análise dos programas em bloco foram escolhidos dois partidos: PMDB e PT. A escolha deu-se por serem os dois maiores partidos do Brasil. De acordo com o TSE¹¹ o Partido do Movimento Democrático Brasileiro possui o maior número de filiados no país: 2.306.056. O Partido dos Trabalhadores está em segundo lugar com 1.549.608 filiados. Outro aspecto para a escolha desses partidos é que ambos estiveram coligados quando a ex-presidenta Dilma Rousseff foi eleita. São, respectivamente, o atual e o último partido a governar a República Federativa do Brasil, apesar de estarem seguindo caminhos opostos na política nacional.

Foram escolhidos dois programas em bloco, um do PMDB e outro do PT, veiculados na TV aberta no primeiro semestre de 2017. Importa destacar que este não foi ano eleitoral, intermediário entre o de eleições municipais (2016) e o de eleições federais/estaduais (2018). Conforme o calendário divulgado pelo TSE, o PMDB teve seu programa veiculado no dia 30 de março, quinta-feira; o PT apresentou o seu no dia 11 de abril, terça-feira. Ambos foram ao ar das 20h30min às 20h40min na televisão aberta, conforme prevê a legislação. Os vídeos foram disponibilizados pelos partidos em suas respectivas páginas do YouTube¹².

Realizamos a leitura detalhada dos dois programas, seguindo o método Análise de Conteúdo; fizemos a decupagem de cada um dos programas e elegemos quatro categorias de análise: apresentadoras, protagonistas, cenários e temáticas.

As Apresentadoras são as responsáveis pela condução do programa. Elas estão presentes do início ao fim da peça audiovisual. As Protagonistas são identificadas como as Mulheres que participam dos programas complementando a informação, trazendo dados, contando suas histórias. Todas são creditadas, o que as diferencia de populares, por exemplo. Cenários é a categoria que indica onde os programas se passam. Importa destacar aqui a relação das apresentadoras e protagonistas com esses espaços. Já na categoria Temáticas identificamos o assunto que norteia o programa em bloco e o recado que se quer passar para o telespectador.

Análises dos programas do PMDB e do PT

O programa do PMDB tem como cenário o Palácio do Planalto em Brasília, e a apresentação de Fernanda Hamacek, creditada como apresentadora, e presente em todo o programa. No vídeo também conta com

¹¹TSE disponibiliza dados sobre filiados a partidos políticos no Brasil. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Maio/tse-disponibiliza-dados-sobre-filiados-a-partidos-politicos-no-brasil>> Acesso em: 30/04/2018.

¹²Canal oficial do PMDB no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCJTRFbdA8wPlkctRBPfihGQ/featured>> Acesso em: 30/04/2018. Canal oficial do PT no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TVPTBrasil>> Acesso em: 30/04/2018.

depoimentos de onze Mulheres do Partido. São elas: Teresa Surita, prefeita da Boa Vista, Ericka Filippelli, Presidente do PMDB Mulher DF, Josi Nunes, Deputada Federal, Jéssica Sales, Deputada Federal, Rose Freitas, Senadora, Fátima Pelaes, Secretária Especial de Políticas para Mulheres, Marta, Senadora, Eliane Sinhasque, Deputada Estadual – Acre, Elcione Barbalho, Deputada Federal, Marinha Raupp, Deputada Federal e Soraya Santos, Deputada Federal. No programa há a participação de dois homens: Eunício Oliveira, Senador e Presidente do Senado e Romero Jucá, Presidente Nacional do PMDB. Michel Temer aparece algumas vezes, mas não fala.

As cores predominantes são frias, com branco, cinza e azul claro em destaque. As imagens aéreas mostram a grandiosidade do Palácio que conforme a apresentadora remete à transparência, clareza e luminosidade. O texto do roteiro busca conquistar a confiança do telespectador no governo Temer. Ao longo do vídeo, onze Mulheres do PMDB, entre eleitas e ocupantes de cargos, argumentam sobre a importância das reformas propostas pelo novo governo identificado por todas como o do “Presidente Temer, Governo Temer e Presidente Michel Temer”. Há também a participação de dois homens do partido, mas estes não usam as mesmas expressões das Mulheres. Foram nove os populares ouvidos, sendo cinco Mulheres e quatro homens.

Michel Temer aparece no vídeo três vezes, sempre sozinho no Palácio do Planalto. Durante a peça audiovisual, o recurso de narração em *off* é utilizado com a fala de um homem que finaliza o programa com o slogan: “O presidente certo na hora certa”.

O Programa do PT passa-se em São Paulo e na Paraíba. É apresentado por Leticia Viola, que é creditada como estudante de Jornalismo. Na narrativa Leticia é uma estudante que está produzindo um vídeo como trabalho de conclusão de curso e entrevista duas Mulheres: Daniela Neves, beneficiária do bolsa família e Quitéria Ferreira, agricultora. A apresentadora entrevista também dois homens do partido: Lula, Presidente de Honra do PT, e Rui Falcão, Presidente do PT (foi o presidente do partido até junho de 2017). O programa conta com a participação de populares e dois narradores em *off*, um homem e uma Mulher.

As cenas apresentadas passam-se nas ruas e nas casas dos entrevistados. A cartela de cores é quente com amarelo, vermelho e marrom predominando. O tema do roteiro audiovisual são “escolhas” e o foco são os programas sociais lançados nos governos do PT. Além da apresentadora, há a participação de duas Mulheres com falas (outras Mulheres são creditadas, porém não falam, são apresentadas em fotos) e um homem. Ao todo são cinco Mulheres mencionadas que não se manifestam. O nome de Lula é citado diretamente quatro vezes.

Há dois narradores em *off*, um homem e uma Mulher, que surgem para destacar as manchetes das notícias que aparecem no vídeo. O programa apresentado pelo PT não tem slogan, encerra com o convite para participação de uma greve geral e o grito de guerra de uma Mulher durante uma manifestação: “Aposentadoria fica. Temer sai”.

O Lugar da Mulher na Política

A proposta de tentar entender o espaço delimitado à Mulher na política através da análise dos programas em bloco mostrou que a afirmação de Panke (2016, p 23) "A política é um universo masculino" é certa. Podemos perceber que, no que tange à participação da Mulher nestes programas ambos se aproximam ao ter duas Mulheres como apresentadoras das narrativas. Porém as duas se diferem visualmente e em suas jornadas. Enquanto a Mulher que conduz o programa do PMDB fica apenas do lado de fora do Palácio do Planalto, a Mulher que conduz o programa do PT circula por todos os cenários e interage com personalidades do partido.

O programa do PMDB apresenta grande número de Mulheres participantes, onze no total. Se comparada com o número de participantes do PT, apenas duas, parece que o roteiro do PMDB contrapõe a imagem de Temer do início do mandato, cercado apenas por homens.

O programa do PT valoriza ao longo de toda a sua narrativa a força da Mulher na política. Contudo, não destaca que Dilma Rousseff foi a primeira Mulher a presidir o país. Ela é, inclusive, ignorada pelo partido, visto que, aparece apenas por alguns segundos. Cabe salientar que a imagem só foi incluída na peça audiovisual pois ela estava ao lado de Lula, que era o foco.

Embora não se tratem de candidatas a cargos eletivos, é possível fazer um comparativo com as Mulheres representadas nos programas em bloco analisados com o perfil das Mulheres candidatas apresentadas por Panke (2016): Guerreiras, Mães e Profissionais. No programa do PT fica evidente que o perfil de todas elas é o de guerreira, da Mulher que vai à luta. A história de vida das protagonistas é evidenciada pelo programa, mostrando suas lutas, momentos de desespero e suas vitórias.

No programa do PMDB essa relação não é encontrada tão facilmente. Todas as participantes ocupam cargos de destaque no partido, poderiam estar no vídeo como profissionais. No entanto, a fala delas não demonstra em nenhum momento o potencial profissional que possuem. Seu conhecimento como profissionais das áreas que atuam não é mencionado. Uma das possíveis explicações para essa situação é que para o PMDB, o sucesso profissional não faz parte da identidade feminina. A realização da Mulher está em casar-se, ter filhos e não em ter uma posição de liderança na sua ocupação profissional (PANKE, 2016). Também não se pode identificar as Mulheres do PMDB com o perfil de guerreiras, visto nada ser mostrado das suas trajetórias. A narrativa é construída de tal forma que anula as qualidades da mulher para evidenciar as qualidades do governo Temer: como mães/esposas elas elogiam o filho/marido, ou seja, as mulheres representadas nesta peça possuem o perfil próximo ao maternal.

A Lei nº 9.096/95 que rege a propaganda política partidária faz uma tentativa de reduzir as diferenças de gênero na política quando indica que essa modalidade de propaganda deve difundir a participação feminina. Este pode ser um dos motivos de termos tantas Mulheres protagonistas nas peças audiovisuais. Na tentativa de cumprir a lei é cedido tempo em vídeo à Mulher, mas suas falas pouco ou nada estimulam a participação feminina. O programa do PMDB faz um convite à filiação partidária, enquanto o do PT apenas destaca o espírito guerreiro das Mulheres, mas não efetiva o convite.

O fato de a condutora do programa do PMDB ficar o tempo todo do lado de fora do Palácio do Planalto é um demarcador de exclusão. Ela não está convidada para a roda do poder. Este é um espaço reservado para os homens.

O programa do PT ignorar a ex-presidenta Dilma é outro demarcador de exclusão. Depreende-se então que o PT permite à Mulher entrar no jogo político, mas ela deve servir aos interesses do partido e pode ser descartada. Oportuno lembrar Simone de Beauvoir (1967, p. 15): "No momento em que as mulheres começam a tomar parte na elaboração do mundo, esse mundo é ainda um mundo que pertence aos homens". Dilma Rousseff enfrentou umas das mais sérias crises políticas do Brasil e foi deixada de lado pelo seu próprio partido.

Considerações Finais

Este artigo buscou compreender o lugar da Mulher na Política através da propaganda dos dois maiores partidos brasileiros, PMDB e pelo PT. Embora já tenham vencido as eleições presidenciais coligados, atualmente os dois partidos seguem caminhos diferentes na política brasileira.

É evidente que apenas este estudo não destrincha o baixo número de mulheres participantes da política, visto que não é apenas um problema que ocorre na propaganda política partidária, mas que perpassa a propaganda política eleitoral, as verbas para campanhas, os espaços dentro dos partidos, a confiança na Mulher como ser político para ser votada e toda a estrutura da sociedade brasileira que segue machista.

A análise confirma que a participação da Mulher na política é pequena e urgente deve ser o seu incremento. Se no início do século XX a luta era para o direito ao voto, hoje a batalha é para que se possa ocupar massivamente os espaços decisórios. Seja no Congresso Nacional, nas prefeituras, câmaras ou mesmo dentro dos partidos.

Ao analisar a representação da Mulher nos programas em bloco do PMDB e PT conseguimos evidenciar as escolhas partidárias em relação à Mulher. O que é mostrado ao expectador é reflexo das escolhas internas, das políticas que cada agremiação partidária escolhe seguir. Podemos inferir que a participação da Mulher na política e nos partidos é bem-vinda desde que esta cumpra o seu papel. De que ela frequente apenas o espaço que lhe é permitido pelos homens do partido.

A política é um território de disputas de poder formatado na dinâmica dos homens: horários, modos de atuação e negociação (PANKE, 2008). Beauvoir (1967) observa que há muito tempo o homem representa o positivo e o neutro. Sendo que para falar sobre os seres humanos usa-se o termo "os homens". Já a Mulher, conforme a autora, é tida como algo negativo, limitado.

Para Bourdieu (2000), a dominação masculina é uma forma de violência simbólica, invisível e insensível para as próprias vítimas. Esse pensamento encontra o de Pinto (2011): as relações de poder são constituídas pelas relações sociais, o problema está na naturalização dos agentes de dominação.

Em meio à turbulência política que o país vive é necessário recordar o pensamento de Simone Beauvoir (1967) de que basta uma crise política, econômica e religiosa para que as Mulheres tenham os direitos questionados. Ela afirma ainda que esses direitos não são permanentes. É necessário manter-se vigilante durante toda a sua vida. Assim, a presença de mais Mulheres na política é fundamental para a defesa e a permanência dos direitos já conquistados.

Com esta análise percebemos que não é apresentada à Mulher a possibilidade de igualdade e liderança na vida política, ao menos no PMDB e no PT. Embora ambos os programas sejam apresentados por Mulheres, e a existência de protagonistas seja substancial, onze no PMDB e duas no PT, suas falas estão voltadas para a construção positiva da imagem de um homem. Michel Temer para o PMDB e Lula para o PT. A propaganda política partidária, da forma como está constituída, contribui para a permanência do machismo estrutural que fundamenta as relações sociais e políticas no Brasil.

Entendemos que enquanto o tempo ocupado pela Mulher na propaganda partidária for destinado à exaltação de um homem, não haverá espaço para a Mulher mostrar o seu potencial. É necessário que a atuação da Mulher na política seja valorizada tanto quanto é a do homem. O que deve ser levado em consideração é a necessidade de deixar os centros decisórios mais democráticos e com representações diversas e igualitárias.

A participação de mais Mulheres na política no Brasil deve abrir caminho para a conquista da igualdade e de muitos dos direitos que ainda lhes são negados. É importante que, além de mais Mulheres participando da vida partidária e sendo eleitas, elas devem estar nas rodas de poder e serem líderes atuantes. Em ano eleitoral, nunca é demais lembrar que se as Mulheres se omitirem na luta, a política seguirá sendo um universo predominantemente masculino.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso de; DIAS, Márcia Ribeiro. **Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil**. Civitas: Revista de Ciências Sociais. Porto Alegre, v.2, n 2. p. 309-326. 2002. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/104/100>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: a experiência vivida**. 2.ed. Trad. de Sergio Milliet. São Paulo Difusão Europeia do Livro, 1967.
- BERTANI, Karine. Faccat. **A política entra no ar: evolução e características do horário gratuito de propaganda eleitoral**. In: FACCAT. Colóquio: Revista Científica da FACCAT. 2 ed. Taquara: Faccat, 2005. P. 31-45. (Vol.3)
- BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- BRASIL. Lei 9504, de 30 de setembro de 1997. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997#art44-57>> Acesso em: 30 abr. 2018.
- BRASIL. Lei 9096, de 19 de setembro de 1995. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-dos-partidos-politicos/lei-dos-partidos-politicos-lei-nb0-9.096-de-19-de-setembro-de-1995#tit4>> Acesso em: 30 abr. 2018.
- CALENDÁRIO 2017. TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/partidos/propaganda-partidaria/propaganda-partidaria-2017>> Acesso em: 30/04/2018.
- CARVALHO, Amanda de. **A Mulher na Propaganda Política Partidária: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta**, março/abril 2017. 2018. 112 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - UFRGS, Porto Alegre. Disponível em: <https://sabi.ufrgs.br/F/CKTULK977QUVM38IR855IC9U91G31N13GSMLD7RDKE2AMB997-20859?func=full-set-set&set_number=065746&set_entry=000003&format=999> Acesso em: 30 abr. 2018.
- CASTAÑEDA, Marina. **O Machismo Invisível**. São Paulo Editora Girafa. 2013.
- DIREITO de voto feminino completa 76 anos no Brasil; saiba mais sobre essa conquista. Folha de São Paulo. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2008/02/367001-direito-de-voto-feminino-completa-76-anos-no-brasil-saiba-mais-sobre-essa-conquista.shtml>> Acesso em: 30 abr. 2018.
- LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Trad. de Tomas Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p.9-34.
- LYPOVETSKY, Gilles. **A Terceira Mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, ano 8, 2 semestre, 2000.p. 09-41. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11780/11009>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

PAIVA, Raquel. **Política: Palavra Feminina**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PANKE, Luciana. **Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências**. Curitiba: Ed. UPRF, 2016.

PINTO, Celi Regina J. Feminismo, História e Poder. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, v. 18, n. 36, Junho 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&tpid=S0104-44782010000200003&lng=en&nrn=iso> Acesso em: 30 abr. 2018.

PINTO, Celi Regina J. **A derrota que se repete: as mulheres nas eleições para o legislativo em 2010 (uma reflexão teórica)**. In: Democracia e Processos Políticos (organizador Daniel de Mendonça) Pelotas: Editora Universitária/UFPEL, 2011.

PROPAGANDA partidária. TSE. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/partidos/propaganda-partidaria/propaganda-partidaria>Acesso em: 30 abr. 2018.

WOMEN in Politics: 2017. IPU. Disponível em: <https://www.ipu.org/resources/publications/infographics/2017-03/women-in-politics-2017?utm_source=Inter-Parliamentary+Union+%28IPU%29&utm_campaign=550dedbec7-EMAIL_CAMPAIGN_2017_02_23&utm_medium=email&utm_term=0_d1ccee59b3-550dedbec7-258891957> Acesso em: 30 abr. 2018.

Identidade feminina e mídia: um estudo sobre a representação da mulher no jornalismo esportivo

Isadora Nascimento Pereira de Sousa¹

Gustavo Fortes Said²

Introdução

Durante grande parte da história da humanidade, discursos foram difundidos, propagados, reproduzidos e reforçados por instrumentos de controle social, como a mídia, quanto a uma imaginada feminilidade. Divulgam-se padrões sociais que são determinados de acordo com as expectativas que conduzem a mulher ao papel social que deve assumir. Papel esse que seria incompatível, por exemplo, com a prática do futebol, um ambiente tido como majoritariamente masculino, que não se coadunaria à natureza feminina.

A mídia e, especificamente nesse caso, o jornalismo esportivo reproduziam modelos de representação e estereótipos que congelavam e ainda congelam a identidade feminina e a condicionava a assumir certos comportamentos e características que correspondessem às concepções normativas da sociedade (BIROLLI, 2011).

Desse modo, o objetivo do artigo é percorrer o caminho dos estudos acerca da construção da identidade feminina, especialmente em associação às práticas esportivas e principalmente no âmbito futebolístico, para compreender como se configura a participação da mídia e do jornalismo nesse processo representacional. Para

¹Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí.

²Orientador do trabalho. Professor Doutor do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Piauí.

tanto, o trabalho foi desenvolvido com base numa pesquisa bibliográfica e cuja relevância reside na preservação, complementação e oferta de novas fontes de conhecimento (SANTAELLA, 2001).

Assim, a primeira parte do artigo busca explicitar o desenvolvimento das ideias para se chegar à compreensão que se tem hoje acerca do gênero à luz dos estudos de Scott (1995). Em seguida, esclarece como os estereótipos se integram ao processo de construção de identidades, especificamente, a feminina, com base em Hall (2016) e Bhabha (1998). Para, por fim, verificar qual a imagem da mulher que se construiu, difundiu e reproduziu na mídia e no jornalismo esportivo e qual a relevância destes no processo de manutenção ou ruptura com as normatizações estabelecidas socialmente.

O gênero como marcador social

As discussões e os estudos acerca do gênero como um conceito importante para a compreensão do desenvolvimento das relações sociais, do porquê se estabelecerem e serem fixadas da forma como são em cada sociedade são relativamente recentes. As tentativas iniciais de incluir o gênero como uma categoria explicativa para a estrutura das relações criadas entre os grupos sociais acontecem paralelamente e, por assim dizer, em consequência, do efervescer do movimento feminista, que ganhava força com as lutas trabalhistas, sufragistas e acadêmicas por mais espaço para as mulheres e direitos iguais entre os sexos.

É nessa conjuntura que as pesquisas que buscam incluir a participação significativa das mulheres em todos os momentos da história começam a se intensificar. Antes de buscar elucidar qualquer conceituação é necessário entender como o gênero foi incluído ao longo da história nos estudos acerca das relações sociais para chegar ao entendimento que se tem hoje.

Como uma amostra da resignificação constante que as representações sociais sofrem (MOSCOVICI, 2015), a própria palavra "gênero", relacionada à discussão sobre questões sociais, não apareceu há tanto tempo. De origem inglesa (*gender*), o termo designava a diferenciação gramatical entre palavras femininas e masculinas ou neutras (CARVALHO, 2011).

Nesse ponto, Scott (1995) argumenta que a gramática obedece a ordens e a língua é infinita e variada, isto é, há idiomas que não fazem distinção de atribuições masculinas e femininas para as palavras. Assim, gênero, segundo a abordagem gramatical, seria um conceito restrito por se referir a "um sistema socialmente consensual de distinções e não uma descrição objetiva de traços inerentes" (SCOTT, 1995, p. 72).

Como mencionado acima e nos diversos estudos sobre gênero, a história das mulheres e a contribuição ativa delas para momentos cruciais no desenvolvimento da humanidade foram submetidos a uma relativa separação de outras categorias de pesquisa, como, por exemplo, de raça e de classe, como se a mulher não fosse relevante ao quadro histórico.

Assim, por ser uma palavra objetiva e neutra, o termo "gênero" passa, então, simploriamente, a ser usado como sinônimo de mulheres para efetivar um reconhecimento acadêmico acerca das discussões sobre a mulher e seu papel social (SCOTT, 1995).

Ainda assim, as teorizações eram sempre relegadas a outro plano de estudo ou então encaixadas em conceituações tradicionais – divididas entre abordagens descritivas e causais – que não conseguiam abranger a complexidade das pesquisas de gênero. Todos esses estudos não conseguiam explicar como as relações sociais e de poder entre os sexos se estabeleceram e nem questionar os conceitos dominantes.

Segundo Scott (1995), mesmo as historiadoras feministas se concentrando em três áreas distintas de análise, as explicações reveladas não eram suficientes para demonstrar a gênese do problema de desequilíbrio de poder entre os sexos.

A primeira concepção buscava as origens do patriarcado, da dominação e superioridade imaginada masculinas, que residiria em uma necessidade inerente ao homem de objetificação da mulher. A segunda abordagem enquadra o gênero nas discussões marxistas acerca da divisão sexual do trabalho, rejeitando as justificativas naturais de reprodução para a exclusão histórica da mulher da lógica produtiva/econômica/financeira. Na terceira, a preocupação se centra na formação psíquica da identidade de gênero, que estaria relacionada à família e, portanto, à forma como ela se organiza, segundo a perspectiva de Chodorow ou, conforme o pensamento de Freud e Lacan, ao falo e os meios intrínsecos ao gênero de estabelecer relações com ele.

Até o fim do século XX, "o gênero, como uma forma de falar sobre sistemas de relações sociais ou sexuais não tinha aparecido" (SCOTT, 1995, p. 85). Nesse aspecto, surgem duas perspectivas diferentes e contraditórias para tentar explicar gênero, conforme aponta Nicholson (1999). Enquanto uma posiciona gênero e sexo em lados opostos – social e biológico, respectivamente, distinguindo-os binariamente, a outra se refere a qualquer construção social relativa à distinção que se tem acerca de masculino e feminino, incluindo o corpo.

Ainda que distintas, as ideias de gênero e sexo não podem ser postas em polos opostos da análise. Sexo, de maneira simples, é relativo às características biológicas resultantes da presença de um sistema reprodutor masculino ou feminino, como assim se convencionou classificar. Ao gênero, por sua vez, são atribuídas as relações sociais entre os homens e as mulheres, cujo ponto de partida, como defendem alguns estudiosos, se concentra justamente nessas diferenças biológicas intrínsecas ao sexo.

A partir de então, as conceituações de gênero tomam por base a célebre frase de Simone de Beauvoir: “não se nasce mulher”. O gênero e todos os encargos que eles demandam são frutos de construções sociais históricas de acordo com os paradigmas estabelecidos e consensuais de cada cultura e sociedade. É o gênero que vai conferir sentido e significado às diferenças corporais.

O gênero consegue compreender e explicar os papéis sociais aos quais os corpos femininos e masculinos são conduzidos a ocupar desde antes do nascimento. Quando se descobre o sexo da/do bebê, o imaginário social a/o inscreve, instantaneamente, em um mundo cor de rosa ou em um mundo azul porque assim foi determinado que tais cores são símbolos do feminino e masculino, respectivamente.

Como Scott (1988) apud Nicholson (1999) propõem

gênero é a organização social da diferença sexual. [...] mais propriamente, o gênero é o conhecimento que estabelece significados para diferenças corporais. [...] Não podemos ver as diferenças sexuais a não ser como uma função de nosso conhecimento sobre o corpo, e esse conhecimento não é puro, não pode ser isolado de sua implicação num amplo espectro de contextos discursivos (SCOTT, 1988, p. 2 apud NICHOLSON, 1999, p. 2).

O gênero, defende Scott (1995), também significa as relações de poder. O poder e, conseqüentemente, seu desequilíbrio nas relações estabelecidas entre os sexos são implicados diretamente por uma questão de gênero. Isto é, é o gênero que determina ou que, pelo menos, influencia diretamente na construção do poder, no controle e no acesso diferenciado a homens e mulheres às possibilidades sociais de desenvolvimento educacional, financeiro, laboral e até mesmo de tabus, como as práticas sexuais.

São os paradigmas criados em torno do gênero que relegaram maciçamente e relegam até hoje as mulheres a uma inferioridade biológica, física, cognitiva e uma situação de opressão, exploração e domínio. As atividades secularmente atribuídas ao sexo feminino são distintas daquelas determinadas ao sexo masculino. Enquanto o primeiro devia se ater ao ambiente privado, o segundo cuidava do espaço público (MOREIRA; CARLOTO, 2012; 2001 apud SANTANA; BENEVENTO, 2013).

Dados do Observatório da Mulher Contra a Violência mostraram que, em 2017, 55% das brasileiras se encontravam fora do mercado de trabalho formal. A pesquisa mostrou ainda o “efeito tesoura”, em que se considerados níveis mais baixos de cargos, as mulheres predominam, mas se o recorte for aplicado às posições mais altas, a situação se inverte. Assim como o relatório Progresso das Mulheres no Mundo 2015-2016, divulgado pela Organização das Nações Unidas (ONU), também revela que, em todo mundo, as mulheres recebem em termos salariais, em média, 24% menos que os homens.

O gênero e tudo a ele relacionado, portanto, "estruturam a percepção e a organização concreta de toda a vida social" (SCOTT, 1995, p. 88). Assim, o gênero é aspecto imprescindível e indissociável na estruturação das relações sociais, pressupondo uma áurea de expectativas, paradigmas e convenções sociais na construção sócio-histórica a partir das diferenças anatômicas e biológicas entre os sexos.

Ao gênero, se associa e se encrava uma infinidade de representações sociais na forma de estereótipos, que funcionam como normativos da conduta social e termômetros dos papéis sociais atribuídos a cada um dos gêneros, especialmente o feminino.

Estereótipos como base para construção de uma identidade feminina

Aparecendo no contexto da Segunda Grande Guerra e uma época representativa para as mulheres no que tange à luta em busca de direitos iguais e ocupação de espaços antes permitidos apenas à ala masculina, Diana Prince – cujo alter-ego é a super-heroína da *DC Comics*, Mulher Maravilha – seria um sinônimo de representatividade da força, coragem, caráter e importância feminina para a sociedade.

Indo de encontro àquilo que foi projetado pelo idealizador William Moulton Marston, a Mulher Maravilha ganhou, em alguns momentos, contornos estereotipados e pejorativos, cujo foco se centrava em aspectos historicamente associados à identidade feminina, como a vestimenta. Apesar de ter sido originada com intenções totalmente distintas³, a personagem feminista e extremamente significativa para as mulheres não conseguiu se livrar dos estereótipos e das expectativas normativas de um comportamento e imagem feminina ideal.

Tal fato – ainda – acontece e é comum porque o estereótipo engessa, congela, simplifica, reduz o plural em singular, nega a diversidade e a multiplicidade de cada grupo identitário. E ainda que possam não servir como ponto de identificação individual, os estereótipos, argumenta Birolli (2011), colaboram na produção da identificação por outros indivíduos, grupos, sociedades, culturas.

³William Moulton Morston criou a Mulher Maravilha com a ajuda de duas mulheres, Elizabeth Marston e Olive Byrne, com quem mantinha um relacionamento poliamoroso. Elas foram as grandes inspirações e influência para a concepção de Diana Prince, que deveria representar a liberdade, independência, força, coragem e igualdade das mulheres, criando um modelo de feminilidade que combateria a histórica crença de inferioridade em relação aos homens. Os braceletes, por exemplo, seriam resistentes a quase tudo, mas se um homem os agarra, ela perde sua força, representando a ideia de que o machismo seria capaz de derrotá-la. D'ÂNGELO, H. SUPERINTERESSANTE. Mulher-Maravilha: uma biografia não autorizada. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/mulher-maravilha-uma-biografia-nao-autorizada/>>. Acesso em 17 mai. 2018.

A estereotipagem naturaliza a associação de determinadas características a identidades por ser fruto de práticas representacionais (HALL, 2016), que tornam o mundo e tudo o que nele se instaura inteligíveis, isto é, facilitam a compreensão e a interpretação dos processos e interações sociais.

Se no processo de constituição das representações sociais por meio da ancoragem e objetivação explicitadas por Moscovici (2015) estas buscam familiarizar o não-familiar, a estereotipagem se utiliza dessas representações para criar "uma fronteira simbólica entre o "normal" e o "patológico", o "aceitável" e o "inaceitável", o "pertencente" e o que não pertence ou é o "Outro", entre "pessoas de dentro" (*insiders*) e "forasteiros" (*outsiders*), entre nós e eles" (HALL, 2016, p. 192).

Os estereótipos funcionam como categorias representacionais estabelecidas por meio de um longo processo de práticas culturais e baseadas nas expectativas geradas em torno de padronizações sociais para cada identidade, grupo, sociedade. Ou seja, para cada grupo identitário há um conjunto de regras, normas sociais, que determinam o papel social que este deve ocupar e representar de acordo com as expectativas da sociedade. Por meio do cumprimento ou não dessas normatizações, o estereótipo se insere em um processo de inclusão ou exclusão, aproximação ou julgamento, para aquilo que é desconhecido e necessita de classificação, que é feita a partir de paradigmas existentes (BIROLLI, 2011).

Deste modo, seria equivocado considerá-lo como uma falsa representação da realidade. Ele é resultado de uma prática constante de generalização ou particularização, argumenta Moscovici (2015). A primeira seleciona, elege uma característica aleatória, que tem que se tornar comum a todos os componentes da identidade. Na particularização, a identidade já é tratada como diferente, divergente daquilo que forma o padrão a ser seguido.

Hall (2016) explica que os estereótipos são uma base para a manutenção da ordem social, excluindo tudo aquilo que não se encaixe nas categorias pré-determinadas "para que a "pureza" da cultura seja restaurada" (HALL, 2016, p. 192). Assim, o autor defende que eles tendem a ser direcionados a grupos historicamente subjugados, subordinados, minoritários, isto é, onde existem relações desiguais de poder, onde existe o "Outro" e podem se relacionar a formas de opressão contra essas minorias (BIROLLI, 2011).

As mulheres foram relegadas desde o surgimento da humanidade a uma cultura do silêncio e quietude feminina, reservadas, primordialmente, ao espaço privado – ou doméstico. Aquelas que transgredissem essas normas sociais e não correspondessem às expectativas de comportamentos eram julgadas e "jogadas" em outro plano social. Como uma questão de gênero, às mulheres é reservado uma série de padrões, modelos, normas e estereótipos que devem ser seguidos desde antes do nascimento, negando-se, instantaneamente, a possibilidade de existência de qualquer diversidade.

Feminilidade é sinônimo de delicadeza, reserva, comportamentos extremamente calculados para não chamar a atenção, de beleza sutil, fragilidade, dependência, incapacidade, inferioridade. A maternidade, por exemplo, é uma marca imprescindível da concepção que se tem sobre ser feminina, em que, constantemente, prega-se o discurso de que a mulher nasce para ser mãe, sendo “a célula-mater de uma sociedade” (GOELLNER, 2008, p.5) e só é possível a completude de sua identidade quando este fato se concretiza. As mulheres que, porventura, não desejem ter filhos são excluídas do seu grupo identitário.

Mas como um estereótipo se torna um estereótipo? Bhabha (1998) defende que se faz necessário “lidar com sua eficácia, com o repertório de posições de poder e resistência, dominação e dependência” (BHABHA, 1998, p. 106). Há uma necessidade latente de compreender o histórico, conhecer as relações e interações sociais que geraram determinada configuração social e entender como um estereótipo se torna um regime de verdade, assim como as representações se tornam “realidades” inquestionáveis.

Ainda que o patriarcalismo não se configure mais como o sistema predominante de organização social em boa parte das sociedades – pelo menos não de forma evidente – e que as mulheres estejam a cada dia mais conquistando direitos igualitários, mais espaço no âmbito social, profissional, acadêmico, mais voz e mais direito participativo. Castells (2000) apud Sifuentes (2009) explica que todas as sociedades contemporâneas beberam na fonte, em maior ou menor grau, deste sistema.

Em períodos em que as explicações de mundo, dos fenômenos que nele aconteciam, do modo como as organizações sociais se concretizavam eram dadas e sanadas somente pela religiosidade ou pela filosofia, na figura dos grandes filósofos gregos do período clássico, a mulher era considerada inferior ao homem sem justificativas mais aprofundadas (NICHOLSON, 1999).

Em um resumo claro e simples, Filho (2004) explica que, mais do que tentar manter a ordem social, “os estereótipos ambicionam impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração; [...]” (FILHO, 2004, p. 47).

E se em outras sociedades eles eram reproduzidos, conformados e legitimados pelas crenças religiosas e pelas explicações filosóficas, na contemporaneidade, é a mídia uma das detentoras do poder de manter os estereótipos ou romper com essas representações engessadas da realidade.

A representação da mulher na mídia

Como explicado anteriormente, os estereótipos, apesar de toda a conjuntura pejorativa que pressupõem, do caráter simplificador e reducionista, são usados na base da interpretação e compreensão das relações e interações sociais, facilitando e mantendo a almejada ordem social. É nesse contexto em que se insere a mídia, perpetuando, compartilhando, tradicionalizando e legitimando tais figuras estereotipadas. Ou na ruptura com essas imagens enraizadas na configuração social.

Birilli (2011) argumenta que os estereótipos não podem ter considerada sua origem na mídia, mas esta se torna um instrumento de divulgação e fixação porque quando “difundidos para um grande número de pessoas, transformam-se em referências compartilhadas que fazem parte, simultaneamente, da experiência individual e social” (BIROLI, 2011, p. 84). A pesquisadora aponta para duas linhas, em uma delas conduz a mídia para o lado da quebra de barreiras estereotípicas, enquanto a outra, mais comum e mais aceita, mostra os aparatos midiáticos como reprodutores de concepções estereotipadas.

Na primeira, os meios de comunicação são vistos como um ambiente cuja primazia é a diversidade, já que eles permitem e aceleram o acesso a novas configurações sociais, a realidades distintas daquela com a qual o indivíduo está acostumado. Dessa forma, abre-se um espaço para a discussão e para novas formas de compreender e interpretar o mundo e o que nele acontece. Seria, então, o acesso a uma maior quantidade e variedade de informação a chave para romper com visões de mundo fixas e reducionistas (BIROLI, 2011).

A segunda, por sua vez, posiciona a mídia relacionando-a ao exercício de dominação propagado por grupos dominantes, em que há um controle e produção de “verdades”, que interferem diretamente no conhecimento. Nesse caso, grupos majoritários transformam suas crenças em representações únicas, verdadeiras, naturais, inevitáveis e desejáveis (FILHO, 2004).

A divulgação de uma grande quantidade e variedade de assuntos, representações e informações, no entanto, não garantem que o produto seja a pluralidade e diversidade porque a recepção é um processo heterogêneo que escapa ao total controle dos emissores, já que cada indivíduo possui uma carga prévia de conceitos (CASTRO; PRADO, 2012). Assim como a produção e a predileção por difundir concepções dominantes em detrimento de outras também se relacionam à conjuntura social em que os produtores estiveram e estão inseridos e como eles significaram suas práticas sociais (BIROLI, 2011).

A mídia se insere em um contexto discursivo e dialético, em que ao que ela atribui relevância para discussão é usado na elaboração do discurso a ser adotado por cada indivíduo e conforme a construção social a que ele foi submetido. Então, “os indivíduos constroem sua identidade com os materiais simbólicos que lhe são disponíveis e dessa forma tecem uma narrativa do eu” (CASTRO; PRADO, 2012, p.243).

Na virada do século XIX para o século XX, as mulheres conquistam aos poucos o direito à inserção no mercado de trabalho, à liberdade, à independência financeira, à sexualidade, à cidadania, aos cuidados com o corpo e à expressão, entre outros. Nessa conjuntura, como expõem Boris e Cesídio (2007), a mídia passa da representação estereotipada de pureza, recato, virgindade à objetificação da mulher em busca de determinar um padrão de corpo ideal, expondo-a e usando-a como figura central de peças publicitárias e atrativo de audiência – masculina – em programas de TV.

Castro e Prado (2004) mostram que a mídia representa a mulher sob dois aspectos distintos: o de objeto e o de sujeito. O primeiro como atrativo para o público masculino e o segundo como ponto seguro de identificação para as próprias mulheres. Ainda assim, em qualquer um deles “o discurso sobre a mulher que visualizamos na televisão, nas revistas e na publicidade estabelecem uma divisão entre os sexos muito delimitada, associando ao universo feminino temas como lar, romances, moda e sexo” (CASTRO; PRADO, 2004, p.253).

É fato que essa realidade em torno dos estereótipos atribuídos à concepção do que é e do que deve ser feminino vem se modificando. Porém essas mudanças não alteram a identidade feminina, apenas a ampliam sob a insígnia de supermulheres (CAIXETA; BARBATO, 2004). À mulher, que antes era restringida ao ambiente doméstico, cuja função era cuidar do marido e dos filhos e do bem-estar da família, se acrescenta o âmbito profissional e pessoal, aos quais ela deve “dar conta” com a mesma destreza e delicadeza dedicada à família.

Assim, a mídia se constitui como um instrumento poderoso ao reproduzir incessante e exaustivamente normas e convenções sociais ideais de comportamento, de beleza, de corpo, de conduta, de sonhos, de desejos para as mulheres e também para os homens desejarem e almejarem encontrar esses padrões na sociedade. E no ato – implícito ou explícito – de privilegiar assuntos, modelos de representação, referenciais em detrimento de outros, o jornalismo também atua diretamente na reprodução, manutenção e legitimação de padrões, estereótipos sob a influência de visões de mundo dominantes (BIROLLI, 2011). Desse modo, contribuindo para o reforço e engessamento de expectativas sociais direcionadas a grupos minoritários.

Estereótipos na construção da identidade feminina no jornalismo esportivo

O jornalismo, sob a configuração de instrumento de comunicação de massa e seguindo práticas e rotinas produtivas específicas, diretamente influenciadas e interferindo maciçamente nas composições sociais, é, segundo Birolli (2011), “um conjunto relativamente restrito de padrões narrativos cristalizados” (BIROLLI, 2011, p.90). A autora defende que os noticiários são produzidos obedecendo e seguindo um relativo limite de padrões e normatizações sociais a partir daquilo que já é estabelecido e compartilhado na esfera social.

Esse modo como as práticas jornalísticas se organizam e se inserem no contexto das sociedades contemporâneas também atingem a especialidade esportiva do jornalismo. Entretanto, antes de explicitar como se estabelece a relação do jornalismo esportivo com a identidade feminina, se faz necessário observar como aconteceu e vem acontecendo a inserção da mulher no esporte, especificamente no Brasil.

Se durante séculos as mulheres foram doutrinadas a ocupar somente espaços privados, no que se refere aos esportes e o direito à participação neles a realidade não seria diferente. A inserção da mulher nas práticas esportivas é marcada por lutas, proibições – sociais, morais e legais –, invisibilidade, caminhos tortuosos e reduzidos à identidade feminina idealizada. Goellner (2005) pontua que os esportes se fixam como uma prática recorrente da sociedade brasileira a partir da segunda metade do século XIX, mais intensamente na passagem dos séculos, quando o Brasil, acompanhando a tendência mundial, inicia o processo de modernização da cultura, dos costumes e das cidades, impulsionada pela industrialização.

Nesse início, correspondente ao final do século XIX, o acesso feminino aos esportes era restrito, ligado aos estereótipos de feminilidade e obedecendo a concepções engessadas presentes na sociedade. O esporte como atividade física era indicado para as mulheres de forma sutil e com exercícios indicados para o gênero – pressuposto frágil, incapaz e inferior ao homem –, assim a prática esportiva deveria apenas preparar o corpo feminino para a maternidade. Um corpo fortalecido geraria indivíduos fortes ao passo que filhos fracos e malformados eram consequência de uma mãe fraca (GOELLNER, 2008).

O ambiente esportivo não se constituiria ideal para as mulheres porque pressuporia uma vulgarização da imagem feminina e banalização do próprio esporte, além de desconstruir o ideal de feminilidade ao tornar a mulher mais forte e acabar com o mito de superioridade masculina. Dessa forma, ao mesmo tempo em que os esportes se consolidariam como um espaço de autoafirmação e quebra de concepções normativas, também se constitui como um local de reforço de estereótipos.

Estereótipos esses que permanecem mesmo com a conquista do direito à participação a partir da segunda edição dos Jogos Olímpicos da Modernidade (em 1900, Paris) com a constante divulgação e reprodução de discursos que propagavam o receio à masculinização da mulher. No caso do Brasil, a primeira participação feminina nos Jogos acontece apenas em 1932, com a nadadora Maria Lenk.

Voltando-se à realidade do futebol feminino, a situação se torna um pouco mais crítica e cheia de particularidades. Apesar de considerado constituinte de uma identidade brasileira, o futebol, mais do que qualquer outra modalidade esportiva, se constrói em um ambiente predominantemente masculino. Não havia espaço nem para a torcida feminina dirá para a prática. Ainda assim, logo nos primeiros anos do século passado, já é possível constatar, por meio de registros jornalísticos, a presença feminina na prática futebolística, que, como afirma Goellner (2005), não se influenciaram pelas proibições morais e até legais.

A autora destaca ainda um primeiro registro de uma partida entre equipes formadas exclusivamente por mulheres, em 1921, na cidade de São Paulo. Em uma tentativa de reforçar o discurso hegemônico da sociedade, que considerava o futebol – e algumas outras modalidades – como instrumentos de desmoralização da identidade feminina, se iniciam uma série de proibições legais à prática esportiva para a mulher, como em 1941 e em 1965, restringindo o acesso feminino aos esportes.

Antes da primeira regulamentação proibitiva, entretanto, há alguns registros na mídia impressa que ajudam na compreensão da ótica sob a qual mulher praticando futebol era vista. Em um deles, de 1940, com o título “Pode mulher praticar futebol?”, é pertinente destacar: “Mais uma conquista de Eva... o futebol. [...] As nossas patrícias – belas e gentis – foram completas na exibição de seu futebol, igualaram a popularidade e o prestígio dos Faustos e dos Leônidas” (LOYOLA, 1940, p. 41 apud GOELLNER, 2005, p. 146).

Nessa época o discurso – tanto midiático quanto social – pregava a dubiedade quanto à habilidade, capacidade e resistência femininas na prática de um desporto visto como masculino e tentava sempre reforçar e enfatizar aspectos característicos da feminilidade imaginada socialmente, como é perceptível na passagem supramencionada. E mesmo nos anos posteriores à oficialização do futebol feminino, ele muda apenas seu direcionamento a que aspecto da concepção do que é ser feminino ressaltar, mas não foca nos aspectos técnicos que o esporte – e o jornalismo – exigem.

O foco se transfere para a erotização dos corpos femininos. As partidas de futebol feminino e o jornalismo especializado, como destaca Goellner (2005), passam a reproduzir discursos que pregam uma representação normativa e engessada do gênero feminino a fim de atrair público interessado em contemplar a beleza e a feminilidade das atletas. Uma matéria de 1990, do jornal mineiro *Hoje em Dia*, descreve dessa maneira uma partida de futebol de salão:

Elas driblam, matam a bola no peito, caem, se machucam, mas não se esquecem do lado feminino. [...] Sem perder a pose de atletas, elas entram em quadra produzidas, ouvindo logo um comentário: Bonitas desse jeito, será que elas jogam futebol? (MOURÃO; MOREL, 2005, p.81).

Goellner (2005) traz em sua análise o recorte de uma reportagem, publicada pela revista *Veja* em 1996, com o título “Flores do Campo”, que buscava explicar essa predileção pelo corpo feminino em detrimento da habilidade técnica e competência nas partidas do esporte bretão como algo essencial para que o futebol feminino se popularizasse e tornasse uma atividade tão comercial e tão rentável quanto o masculino. Justificativa essa que passou a ser reproduzida também pelos órgãos regulamentadores: em 2001, século XXI, a Federação Paulista de Futebol divulgou alguns requisitos, como cabelos compridos e beleza sutil, para a participação no campeonato feminino daquele ano.

As construções acerca do futebol feminino tanto pela mídia quanto pela sociedade de um modo geral se centrava – e ainda o faz – em ressaltar a feminilização, enfatizando questões triviais para a prática esportiva, mas que seriam essenciais para a manutenção da ordem no que diz respeito ao ideário de feminilidade construído socialmente, associado à estética, a comportamentos sutis e discretos, a inferioridade entre os gêneros, entre outros.

Parte dessa valorização exacerbada aos padrões do que se considera ser feminino é uma negação ao – como se acredita – fatídico processo de masculinização das mulheres, pois, “ao final, julgava-se/julga-se o quão feminina é uma mulher pela exterioridade de seu corpo” (GOELLNER, 2005, p. 148). Nas sociedades herdadas do patriarcalismo, o homem é o modelo de e para tudo. Então, quando as mulheres quebram com as expectativas sociais acerca de suas características físicas e comportamentos, sofrem com a estigmatização, esteriotipização e questionamentos em torno do seu sexo biológico e até mesmo de sua sexualidade. Constantemente, as jogadoras se enxergavam no limbo do machismo e misoginia ao sempre serem questionadas sobre a vida amorosa.

Apesar disso, não se pode invisibilizar algumas – poucas – tentativas de elevar a participação das mulheres no futebol e romper as barreiras dos estereótipos e com as convenções sociais que lhes foram impostas. Mourão e Morel (2005) mostram uma série de matérias impressas da década de 1980 que exploram as conquistas do futebol feminino até então. “Se você ainda acredita que futebol é coisa só pra homem pode ir colocando sua barba de molho. [...] Agora os campos são mesmo das mulheres que pisam o gramado e dominam uma bola com a segurança de um profissional” (MOURÃO; MOREL, 2005, p.80, 81).

Em outra reportagem destacada na análise dos pesquisadores, publicada em 2003 e de autoria de Cláudia Mattos, o discurso é completamente contrário ao reforço dos estereótipos, questionando se ainda há quem acredite que esporte deve ser dividido por gênero. Ainda na mesma matéria, o comentarista Armando Nogueira converge com a fala de quebra de preconceitos e convenções, especialmente no que se refere à qualidade técnica, força e preparo físico das atletas, que sofrem constantemente com as comparações feitas com os homens.

É fato que a história do futebol feminino e a sua relação com o jornalismo no Brasil foi – e ainda é – marcada por uma série de ambiguidades, contradições, incentivos e reforço de padrões normativos de feminilidade. A afirmação pode ser comprovada quando reportagens datadas do final do século XX e início do século XXI retratam o território de preconceitos e dubiedades quanto ao talento a que as jogadoras estão submetidas – a citar a atleta Milene Rodrigues, ex-esposa de Ronaldo, o fenômeno, que, supostamente, só teria feito parte da seleção por uma jogada de *marketing* (MOURÃO; MOREL, 2005).

E quando – no pouco espaço que se confere a essa modalidade – se destaca não o talento, as habilidades técnicas, a qualidade física, mas sim outras questões que se referem à imagem, comportamento, práticas sociais

(GOELLNER, 2005), isto é, o contexto existente fora das quatro linhas, como se apenas isso interessasse na prática futebolística feminina.

Considerações Finais

Mediante o apanhado realizado, é válido compreender que, assim como as identidades, o gênero se constitui como uma categoria social resultante de um processo de construção. É a partir do gênero que ao corpo são atribuídos significados e sentidos, que as interações sociais são estabelecidas e que as relações de poder são determinadas. Isso porque a essa categoria se associa ou se imagina uma série de normatizações e padrões sociais partindo de diferenças biológicas.

É nesse contexto que se inserem os estereótipos, que funcionam como representações engessadas e normativas, que se instalam acerca de uma identidade, prioritariamente, em uma relação de desequilíbrio de poder e sob a influência de uma dominação social simbólica. Isto é, os estereótipos congelam as identidades em uma aura de normatizações e padrões que devem corresponder às expectativas sociais.

Empreende-se ainda a relevância da mídia em fincar no imaginário social o ideário de uma identidade feminina, representada sob insígnias de condutas determinadas pelo gênero. Nessa relação, àquela que não assumir o papel social a ela definido é atribuída uma série de sanções sociais e morais. Pela construção social em torno da feminilidade, mulheres, jogadoras de futebol, atletas, foram – e são – relegadas a um espaço secundário e pejorativo, estereotipado, normativo, que não se encaixa na imagem e modelo da identidade feminina secularmente construída.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. EBC. **Desigualdade de gênero no mercado de trabalho persiste, diz ONU**. Notícia. Disponível em: <agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em: 11 jun. 2017.

BHABHA, H. K. **O Local da Cultura**. 1 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n. 6, p. 71-98, Jul./Dez., 2011.

BORIS, G. D. J. B., CESÍDIO, M. de H. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 7, n. 2, set., 2007. Disponível em: <www.unifor.br>. Acesso em: 17 mai. 2017.

CAIXETA, J. E., BARBATO, S. Identidade feminina – um conceito complexo. *Paidéia*, Ribeirão Preto, v. 14, n. 28, mai./ago., 2004. Disponível em: <www.revistas.usp.br/paideia>. Acesso em: 23 mai. 2017.

CARVALHO, M.P. de. O conceito de gênero: uma leitura com base nos trabalhos do GT Sociologia da Educação da ANPEd (1999-2009). *Revista Brasileira de Educação*. Rio de Janeiro, v. 16, n. 46, jan/abr, 2011. Disponível em: <www.anped.org.br>. Acesso em: 17 mai. 2017.

CASTRO, A.L.; PRADO, J. do. Corpo e Identidades Femininas: a intermediação da mídia. *Estudos de Sociologia*. Araraquara, v. 17, n. 32, p. 241-259, jan-jun, 2012.

FILHO, J. F. Mídia, estereótipo e representação das minorias. *ECO-PÓS*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, ago./dez., 2004. Disponível em: <revistas.ufrj.br>. Acesso em: 23 mai. 2017.

GOELLNER, S. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo, v. 19, n. 2, abr./jun., 2005. Disponível em: <www.revistas.usp.br/rbefe>. Acesso em: 22 jan. 2017.

_____. Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história. *Pensar a prática*, Goiânia, v. 8, n. 1, jan./jun., 2005. Disponível em: <www.revistas.ufg.br/fe>. Acesso em: 04 jun. 2017.

_____. "As mulheres fortes são aquelas que fazem uma raça forte": esporte, eugenia e nacionalismo no Brasil no início do século XX. *Recorde: Revista de história do esporte*. Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, jun, 2008. Disponível: <revistas.ufrj.br/>. Acesso em: 20 mai. 2017

HALL, Stuart. *Cultura e Representação*. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Apicuri, 2016.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: Investigações em psicologia social*. 11 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

MOURÃO, L., MOREL, M. As narrativas sobre o futebol feminino – O discurso da mídia impressa em campo. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 26, n. 2, jan., 2005. Disponível em: <www.rbceonline.org.br>. Acesso em: 09 jan. 2017.

NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. *Estudos Feministas*. Florianópolis, v. 8, n. 2, out/dez, 2000. Disponível em: <periódicos.ufsc.br>. Acesso em: 23 mai 2017.

SANTAELLA, L. A pesquisa, seus métodos e seus tipos. In: *Comunicação e Pesquisa: Projetos para Mestrado e Doutorado*. 1 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2001, p. 103-150.

SANTANA, V. C.; BENEVENTO, C. F. O conceito de gênero e suas representações sociais. *EFDeportes.com, Revista Digital*. Buenos Aires, v. 17, n. 176, jan, 2013. Disponível em:<www.efdeportes.com>. Acesso em: 15 mai. 2017.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*. Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul/dez, 1995.

SIFUENTES, L. Personagem de novela ou mulher da vida real? Mediações culturais na conformação da identidade feminina. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, 2009. Disponível em: <www.uff.br/contracampo>. Acesso em: 31 mai. 2017.

A construção da cidadania feminina na revista AzMina: um estudo de gênero

*Amanda Porto de Souza*¹

*Rosana Cabral Zucolo*²

Introdução

Os processos comunicacionais estão intimamente ligados aos processos sociais e ao desenvolvimento da civilização. Isto é notável quando observa-se a globalização e a evolução da tecnologia, como os sistemas comunicacionais foram capazes de reduzir distâncias geográficas e integrar pessoas. Essa aproximação gerou integração entre comunidades com sujeitos de cada canto do mundo, manifestações de rua foram movidas primeiramente em grupos na internet e em mídias coletivas.

Enquanto a configuração atual de ideais e movimentos se modifica, os meios de comunicação, como mediadores, legitimam essas ações e são agentes ativadores de políticas públicas e projetos implantados. Os meios de comunicação são capazes de criar níveis de importância para acontecimentos, escolher os fatos que serão visualizados ou não, efetivamente, o que vai para a esfera pública.

A realidade sócio-cultural na qual vivemos hoje – uma cadeia de retrocesso, ataques, assassinatos, estupros e outras formas de violência –, começou há décadas, e não se pode ignorar o papel da mídia nesse processo. Começa nos atores que comunicam acontecimentos, e criam necessidades coletivas ou as diminuem, que visibilizam acontecimentos e empoderam sua aparição. Onde há a legitimação da violência, há a consumação desta.

¹Graduanda do Curso de Jornalismo da Universidade Franciscana – UFN.

²Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Franciscana – UFN.

Teorias de gênero, discutidas neste trabalho, afirmam que a estrutura comunicacional tradicional, social e cultural como um todo é baseada na desigualdade de gênero, e isso permeia até as relações mais básicas na sociedade. Trata-se de perceber que, cada vez mais acirrada, a discriminação de gênero é presente mesmo com algumas conquistas históricas das mulheres na política.

Os movimentos sociais foram grandes fertilizadores do jornalismo alternativo, pois era onde os coletivos conseguiam ocupar o espaço público e fazerem suas demandas serem visibilizadas. O movimento feminista, especificamente, foi um dos precursores de diversos veículos alternativos existentes hoje, que pautam as questões de gênero, emancipação da mulher e empoderamento. Enquanto a mídia tradicional hegemônica sustenta e reproduz o discurso de uma cultura patriarcal, portais e blog jornalísticos abordam o feminismo, disseminam conhecimento e informação sobre o assunto, para que mais mulheres reconheçam seu lugar e redescubram sua liberdade.

Por isso, o objeto deste trabalho é um veículo de comunicação alternativo, investigativo e feminista, produzido por jornalistas mulheres colaboradoras. A revista AzMina, fundada em 2015 pela jornalista Nana Queiroz, produz reportagens periódicas disponibilizadas na plataforma online. Suas editorias são diversas e contemplam assuntos do campo feminista, temas de economia, mercado de trabalho, educação, maternidade.

A revista AzMina

A revista AzMina começou a ser veiculada em 2015. Mais de 20 mulheres jornalistas fazem parte da equipe ou colaboram com reportagens e textos de empoderamento feminino, denúncia e reivindicações de direitos das mulheres. Uma das jornalistas que integram a equipe, Nana Queiroz é referência no feminismo. Com as obras Presos que Menstruam e Você já é feminista: abra este livro e descubra o porquê, ela traz debates acerca dos direitos das mulheres em situação de cárcere e sobre o que é feminismo, esclarecendo alguns "mitos" sobre o movimento, colocando em questão suas verdadeiras pautas e seu sentido. Neste capítulo são abordados as características da revista e o porquê da escolha desse objeto.

A Organização AzMina foi criada pela jornalista Nana Queiroz, como forma de luta contra a violência de gênero, combatendo todos os tipos de opressão, levando em conta as diversidades de raça, etnia, classe social e orientação sexual de todas. A Organização realiza eventos e oficinas em vários locais, as integrantes realizam consultoria, palestras e debates sobre violência contra mulher. Elas também foram precursoras das campanhas de conscientização das redes sociais #CarnavalSemAssédio e #MamiloLivre, sobre liberdade sexual, respeito e

dignidade feminina. A partir dessa iniciativa, nasce a revista AzMina para dar visibilidade e compartilhar os processos sociais feitos por mulheres.

AzMina é uma revista online e gratuita, sem fins lucrativos, com reportagens de cunho social e investigativo, que promove eventos, oficinas, palestras e consultorias para aprofundar o debate sobre violência contra mulher. Com o forte discurso feminista presente nas matérias e nos espaços, a revista traz um empoderamento que chega até as mulheres que a internet não alcança. Através de projetos em periferias, espaço de fala para mulheres negras e trabalhadoras, ela se tornou um dos meios de comunicação mais fortes em relação à luta feminista.

A revista é dividida em 25 editorias, cada seção contempla um "estilo" de reportagem e foco do assunto abordado, são elas: *Fôlego*, *Afronerd*, *Minas que Honram o rolê*, *Molhadinha*, *Programa*, *Mãezinha vírgula*, *Mundo*, *Descomportadas*, *Butina*, *Divã D'AzMina*, *Mochilão D'AzMina*, *Beleza Pura*, *Só no Caimento*, *Esporte*, *Romance de Folhetim*, *Trocando Ideia*, *Hard Grrrls*, *Cofrinho*, *Antropologia feminista*, *Tradição e Feminismo*, *Direitos D'AzMina*, *Mulher Trans*, *Putá Feminista!*, *Por um novo normal*, *AzMina faz*, *AzMina Speak English*, *AzMina Habla Español*. Também há a editoria "especiais" que comporta as reportagens investigativas realizadas com financiamento coletivo. Essas investigações trazem casos de abusos e exploração sexual, geralmente de menores de idade, violação de crianças e mulheres indígenas, a violência doméstica, a violência na prostituição, precariedade de moradias, criminalização do aborto nas situações legais.

Cada seção apresenta uma proposta de abordagem para englobar as diversas linhas de assuntos do mundo da mulher e da luta feminista. *Butina*, *Mulher Trans* e *Putá Feminista!* abordam as questões de gênero LGBTQ's com matérias sobre as vivências, expressões e violências sofridas por mulheres lésbicas, reportagens sobre prostituição e a vida de travestis em São Paulo. *Meu nome não é mãe* e *Mãezinha vírgula* são compostas por matérias escritas por mães e entrevistas com pautas da maternidade compulsória e o direito das crianças no movimento feminista. *Molhadinha* traz matérias e textos sobre a sexualidade feminina, suas expressões e abordagem de temas tabus.

Fôlego (seção investigativa), *Direito d'AzMina* e *Antropologia Feminista* trazem matérias sobre a retirada de direitos, a conquista pelos direitos e discussões atuais como a descriminalização do aborto, feminicídio e denúncias de violações. *Minas que Honram o Rolê* fala sobre histórias e visibilidade para mulheres e militantes que estão na luta feminista e na luta diária para sobreviver, com projetos sociais e trabalhos de mulheres que fazem a diferença. *Cofrinho* traz matérias sobre economia, do âmbito pessoal ao mundial, com histórias e textos de orientação para investimentos e independência financeira. *Só no Caimento*, *Beleza pura*, *Hard Grrrls* e *Mochilão das Mina* falam sobre temas culturais, moda, beleza, viagens, feitas e voltadas para mulheres.

As reportagens têm didática para explicar assuntos complexos ou polêmicos, como prostituição, aborto, estupro, buscando uma "educação" para as leitoras que ainda não estão dentro do movimento feminista e,

também, para os possíveis leitores. Em especial, há a editoria investigativa, com reportagens de denúncia social, de retirada de direitos ou não cumprimento de leis que protegem a mulher.

Jornalismo digital e ativista

Com a globalização e a difusão do acesso à internet, os veículos de comunicação passaram a investir em *blogs* e espaços online para a produção de suas notícias, já que, além de ter um alcance relativamente alto, não necessita de grandes investimentos. Inicialmente, o jornalismo digital era a mera reprodução de notícias já publicadas nos jornais impressos. Com o aumento de produtores de conteúdo e um grande volume de notícias em pouco tempo, os jornais passaram a criar conteúdos próprios para a plataforma online. No final da década de 80, o webjornalismo já fazia parte da prática comunicativa entre os jornais. Hoje, inúmeros veículos de comunicação – principalmente alternativos e independentes – englobam boa parte das mídias na internet, como, por exemplo, a mídia Ninja, Agência Pública, Jornalistas Livres, A Ponte. Dentre as quais se propõem a tratar de feminismo, estão, a referente Revista AzMina, Nós Mulheres da Periferia, Think Olga, Blogueiras Negras, Lugar de Mulher, Girls With Style, Mais Magenta, TODAS Fridas, Empodere Duas Mulheres, Vai Menina, e outras.

Para João Canavilhas (2005) a técnica da pirâmide invertida domina ainda boa parte da produção jornalística impressa. Porém, o autor afirma que a aplicação da pirâmide faz com que a escrita se torne rotineira, limitada e sem criatividade. No jornalismo digital, a técnica limita a produção que tem inúmeras possibilidades no meio online, hipertexto, hiperlinks, estrutura de matérias, formas de leitura, navegação.

Na internet e na revista digital, a leitora ou o leitor define seu próprio percurso de leitura, dessa forma, essa nova moldagem dos textos possibilita a navegação pela matéria de forma livre, onde há mais interesse e com informações aprofundadas. AzMina coloca subtítulos em suas reportagens para que o texto seja construído de forma fluida, em que a complexidade seja destacada ao longo do texto, visto que, os temas são abrangentes e há o compromisso em explicá-los.

A partir da segunda onda do movimento feminista (1960 – 1980), uma das preocupações do grupo era com a forma que o movimento e as pautas femininas eram representadas no espaço público, na ciência, nos estudos antropológicos, na comunicação, e se elas estavam no espaço público. Dessa forma, as críticas à produção jornalística e à comunicação também integraram esse novo momento.

Muitas feministas, como Donna Haraway, Ruth Bleier, Lynda Birke, apontaram problematizações na produção científica acadêmica, afirma Jessica Costa (2017). Criou-se, então, um ambiente para discussão sobre a construção de um conhecimento e da produção deste que incluísse as mulheres (enquanto produtoras e

estudiosas). A questão principal era de que forma e se era possível, simplesmente incluir mulheres nessas teorias, numa ciência majoritariamente e historicamente composta por homens. Para Costa (id), os estudos feministas se dividiram em dois focos: o primeiro apontava para a mulher na ciência, exigindo um tratamento equitativo na área, e, o segundo, para o questionamento de ser possível utilizar esse conhecimento profundamente masculino para a emancipação feminina.

Alicerçado nesses primeiros questionamentos, o movimento feminista passa também a questionar a produção e o papel da comunicação na construção de uma informação real, específica e representativa. Costa (2017) ressalta a participação valiosa que o feminismo tem no jornalismo, de forma crítica à mídia que ainda sustenta estereótipos e reproduz violências de gênero. É preciso que haja uma mudança na forma de se fazer comunicação (tradicional), para que os símbolos que reproduzem desigualdades e machismo sejam ultrapassados.

Dessa forma, a autora afirma que o feminismo tem muito a acrescentar para uma comunicação igualitária e democrática, principalmente nos "pilares" do jornalismo: objetividade, neutralidade e imparcialidade. Já que, este último, protagoniza grande parte dos contextos opressivos e machistas em coberturas sobre violência contra mulher.

Gênero e feminismo na constituição da cidadania

Os arranjos de gênero podem ser fontes de prazer – para os homens – e usados para favores ou até como identidade e expressão, que vai para um outro debate, mas eles trazem muito mais malefícios para uma determinada categoria, do que benefícios. Isso significa, para Connel e Pearse (2016), que o gênero é inerentemente político. Interfere e prejudica todas as relações desde o privado até o público. Principalmente, o lugar da mulher na esfera pública e sua submissão no campo privado. As pesquisadoras ressaltam que o gênero deve ser lido e entendido como estrutura social, onde há alguns hábitos de diferenças (como a menstruação, na passagem da adolescência para a vida adulta), mas, quase sempre, fazem mais do que isso.

A desigualdade entre homens e mulheres nas esferas várias da sociedade é percebida no mercado de trabalho, na cultura pop, no entretenimento, no acesso à educação e graduação, na cultura e, principalmente, na política. Para Connel e Pearse (id), os corpos são trazidos à uma "arena" de processos sociais, em que a conduta é determinada pela diferença reprodutiva. Para compreender a estrutura gigantesca de gênero é preciso compreender como os processos sociais e corporais se mesclam, pode-se analisar o ponto de vista que as autoras colocam sobre o desenvolvimento social e pessoal.

Connell e Pearse (id) discorrem sobre a próxima problemática de gênero, a dimorfia instituída, que não corresponde com a realidade. Nessa linha, Judith Lorber (2005) descreve o gênero como um complexo formado por: categoria sexual; identidade; status marital; orientação de gênero; personalidade; processos generificados; expressões de gênero. Todas essas formas variam entre si, existem inúmeras posições de gênero, logo, é impossível sustentar a teoria baseada na separação de dois universos apenas (homem e mulher). Nota-se que a reprodução sexual não define as práticas de gêneros, mas é usada para embasar tal teoria, esse domínio resulta na relação que temos hoje, com a opressão do feminino, assédio sexual, violência, como um exercício de poder.

A história e a cultura patriarcal podem ser modificadas ou transformadas, já que a teoria de gênero parte de que as estruturas sociais são construídas e seus sujeitos representados de forma que cumpram com a ordem vigente imposta culturalmente. Como esta imposição é construída, ela pode ser derrubada. Judith Butler (2003) traz primeiramente uma reflexão necessária sobre a categoria "mulher". Para a pesquisadora, política e representação são termos polêmicos. Representação é uma função político-linguística que forma os próprios sujeitos como só podendo ser representados (como categoria), se forem reconhecidos como sujeitos e cidadãos.

Para Butler (id), o sujeito "mulher" dentro do coletivo é resultado e constituição de uma política representacional, em contraponto com o estereótipo construído pela sociedade, assim, a cidadania feminina coloca a mulher no mundo. Junto a isso, o feminismo vem como um movimento inerentemente político, seu despoite foi realizado por mulheres brancas, que reivindicavam o direito ao voto de imediato, o direito a condições de trabalho com qualidade e respeito. Apesar de longa, a história do feminismo mostra a evolução de suas pautas de acordo com a época e com a mentalidade das mulheres que militavam no momento.

Clara Araújo (2012) aborda o feminismo como fator relevante para a construção de uma cidadania feminina, já que um dos enfoques do movimento são os direitos sociais iguais para o exercício da cidadania. Para Araújo, o atual modelo democrático exclui as mulheres de forma subjetiva e intrínseca. Na política, as mulheres estão em menor escala do que os homens, além de contrapontos e falta de aparatos para representarem umas às outras e disputarem os cargos. Além do pouco incentivo que se tem para que elas entrem e ascendam na política.

Também nascido dentro do movimento feminista, o reconhecimento pelos direitos humanos das mulheres é pautado por Epping e Prá (2012), que destacam inúmeras ações e fóruns estabelecidos pela articulação feminina, entre eles, o Programa de Ação do Cairo (1994). Esse protagonismo social e a formulação da agenda social - que torna-se agenda midiática, logo, política - faz com que os Estados se comprometam com a política das mulheres e aceitem acordos para diminuir a desigualdade de gênero e assegurar direitos fundamentais à elas.

Para Epping e Prá (2012), o feminismo desnuda as relações de poder, pois vem como contraponto a todas as formas de dominação e vinculando as relações familiares às relações sociais, esferas que, até então, eram

insistentemente separadas, para isolar as mulheres. A velha noção de que "lugar de mulher" é um lugar doméstico – como se a vida cotidiana não fosse política – se desmonta aos poucos com as emergências de coletivos variados e a efervescência do feminismo.

Metodologia

A metodologia escolhida é análise de conteúdo, de Laurence Bardin (1977). Porém, para analisar essa produção no meio digital, a técnica de análise do conteúdo (utilizada geralmente para o meio impresso), será adaptada de forma que possa abranger os objetivos deste trabalho no meio digital, sem que seu estudo seja restringido pelo formato diferenciado e amplo. Nesse sentido, Recuero (2011) traz como abordagem a se pensar a internet como artefato cultural, para não cair na ideia de que a internet é uma cultura só, com finalidade nela mesma. Pois há diferentes identidades e grupos emergindo na esfera digital, de diferentes culturas. Essa perspectiva, segundo Recuero (id) traz a ligação do meio online com o offline, sua produção ultrapassa diferentes contextos, com atravessamentos de identidades e apropriações, além dos múltiplos locais de consumo entre os indivíduos e instituições.

Foram selecionadas quatro grandes reportagens para análise, a escolha foi baseada nos assuntos pautados pelas matérias, de relevância inerente para o movimento feministas e pertinentes na sociedade atual.

Para a análise do conteúdo das reportagens selecionadas, de forma inicial, são observados os pontos de organização de acordo com Bardin (id): a pré-análise; a exploração do material, e o tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação. Os níveis do hipertexto também serão pontuados, como sinaliza Canavilhas, a unidade base, nível de explicação, nível de contextualização, nível de exploração. Para além, as categorias: corporificação (dos papéis de gênero), representatividade da mulher (a partir do feminismo), configuração da cidadania feminina, são estudadas na continuidade e parte principal da análise das reportagens.

Análises

A reportagem *Ceder ou desistir: Como o mercado de trabalho está transformando profissionais em donas de casa*, da editoria *Cofrinho*, foi publicada em 08.01.2018, tem como tema principal o mercado de trabalho para mulheres e suas problemáticas. Na sua base, há a apresentação das fontes que compõem a matéria, Thatiane Freire

e Renata Mancuzo, duas mulheres que tiveram de escolher se cediam à pressão do mercado exercida sobre as mulheres ou desistiam desse rumo para se dedicar a ser mãe e dona de casa. Essa ação de ceder ao mercado ou desistir de tudo, são conceitos americanizados explicados no início da reportagem, *lean in e opt out*, fenômenos presentes apenas na vida das mulheres.

O subtítulo já explica a situação: *“No braço de ferro por dar tudo no trabalho, muitas mulheres têm optado por dar nada – e voltam para a tarefa de serem mães em tempo integral”*.

Thatiana, uma das fontes, afirma: *“Eu nunca parei para pensar, conscientemente, que eu trabalho mais do que os homens porque eu preciso...”*.

Ela ressalta a opressão de gênero e como ela pode adoecer mulheres, principalmente se são mães, conclusão notável na expressão *“Se eu pensar em ter filhos ficarei fora e posso perder o meu cargo na empresa”*. A reportagem explana que mulheres são cobradas por preocupações desnecessárias em relação ao desempenho do trabalho, como roupas e 'estar bem vestida'. Ela escolheu ceder à estrutura do mercado e abrir mão do seu sonho de ser mãe.

A representatividade de mulheres que são mães é clara quando Renata conta que alcançou com muito custo sua posição, mas teve que desistir para poder cuidar dos filhos como queria. *“Tinha a sensação de estar incompleta, não era nem a mãe que eu gostaria de ser, nem a profissional de antes – e estava totalmente perdida como mulher no meio disso tudo”*, a agonia e sofrimento declarado na fala dela mostra o quanto o sistema não é construído de forma inclusiva, e é ainda mais restrito quando se trata de mães.

No contexto da reportagem, como característica geral da revista, há muitos dados interpretados em infográficos e artes no texto, com estatísticas que sustentam a história, demonstram o déficit do país em relação às políticas públicas de inserção da mulher no mercado de trabalho e o reconhecimento delas.

Na segunda reportagem, *Consentimento no sexo também é algo a ser ensinado aos nossos filhos*, da editoria *Meu nome não é mãe*, publicada em 28.02.2018, se questiona: *“A pornografia é cada vez mais violenta e também mais acessível. Vamos deixar que esse seja o referencial de sexo de nossos meninos e meninas?”*. As feministas se colocam assertivamente contra a indústria pornográfica, pela violência de todas as formas cometidas contra as mulheres, além da objetificação do corpo. Também é uma luta pela cidadania feminina, visto pelo fato das condições subumanas em que algumas mulheres são submetidas e a exploração.

O foco da reportagem é o imprescindível limite entre sexo e estupro, onde a violência dentro dos casamentos é invisibilizada. Logo, se faz necessário que a educação dos filhos ensine o respeito, os limites e a esperar o consentimento sempre na relação. Na frase *“Como explicar a meu filho que a namorada/noiva/mulher não lhe deve nada, muito menos sexo e nem acesso irrestrito a seu corpo”*, o questionamento sobre quebrar os estereótipos de gênero a partir da criação dos filhos permeia a discussão.

O movimento feminista concorda que tudo começa na educação para uma sociedade mais igualitária, o consentimento e o respeito ao corpo da mulher é pauta recorrente e a estrutura de gênero, através da corporificação.

A expressão *“Como lidar eu mesma com a sensação que por vezes bate de que não posso dizer não muitas vezes seguidas, de que o sexo faz parte dos votos, dos deveres e direitos do casal, em especial do homem?”* revela a submissão das mulheres diante do seu casamento, pelo processo de gênero e a violência das relações. Como dito anteriormente neste trabalho, a estrutura de gênero é a única que envolve a relação direta com corpos e formas de reprodução, o estupro como violação do corpo feminino que pertence à sociedade, à rua, é ponto principal da discussão da reportagem. Silenciosamente, a violência sexual em relações conjugais sempre existiu, ao que parece, mas agora as mulheres levantam e expõem o assunto.

Representar essas mulheres, de todas as idades, é uma das preocupações da reportagem, para dar voz e alertar as leitoras de que isso não é normal, de que é uma violência e elas têm o direito de defender seu próprio corpo.

A terceira matéria aborda também uma pauta central do movimento, como a mulher ocupa o espaço político e se mantém nele. *Qual o lugar da mulher na democracia brasileira*, da editoria *Política*, foi publicada em 08.03.2018, levanta a pertinente e curiosa questão: como um país com mais da metade da população feminina está 154º lugar no ranking de participação de mulheres na política? O subtítulo explana: *“Até mesmo na disputa dentro dos partidos, as mulheres levam a pior. Sem o capital político dos homens, não têm tantos recursos para aparecerem na TV, não ocupam cargos que lhes deem visibilidade e credibilidade perante o eleitor e tampouco são consideradas experientes”*.

Na base da reportagem se resgata a noção de cidadania na Grécia Antiga, onde a democracia começou aos poucos a fazer parte da sociedade, porém, é sinalizado que o conceito de cidadão não incluía as mulheres. Com isso, elas não podiam exercer sua função democrática, por esse fator que o isolamento da esfera privada é questionado por teóricas feministas, bem como a não-cidadania das mulheres. O fato da mulher ser vista como inferior é um processo que foi construído e ressaltado pelo movimento feminista durante sua história, hoje, com a luta pelos direitos de terceira geração, a cidadania feminina se faz presente.

Os dados apontam a desigualdade, apesar de algumas políticas para inserirem mulheres. *“Embora o Brasil tenha, há nove anos, uma lei que obriga os partidos a preencherem 30% de suas candidaturas por mulheres, a presença delas no Congresso é pífia. Na Câmara, 10,7% dos assentos são ocupados por elas; no Senado, o índice é de 14,8%”*.

Como a expressão literal do direito à cidadania e a participação no espaço público, a quarta reportagem *Negros na política: por que Marielle era única?*, da editoria *Política*, publicada em 21.03.2018, aborda o

assassinato da vereadora Marielle Franco e a subrepresentação de negros na política brasileira. No subtítulo a matéria entrega: *“racismo desigualdade e distribuição desequilibrada de recursos nas campanhas e nos partidos são principais responsáveis pelo fenômeno”*.

A representatividade dos negros acontece à medida que se percebe que a morte da vereadora e feminista negra é totalmente simbólica. *“Marielle Franco era uma das 32 vereadoras negras eleitas no Brasil em 2016. Trinta e duas vereadoras de um total de 811 vereadores”*, na base da reportagem nota-se os dados que demonstram a minoridade de negras e negros no congresso nacional. Conseqüentemente, essa parcela da população depende de homens brancos que compõem hoje o quadro parlamentar, uma das pautas principais do movimento feminista: ocupar o espaço político. A representatividade e o direito ao exercício cidadão se fazem presente nas afirmações da reportagem, denunciando uma realidade ainda racista e machista, que exclui grande parte da sociedade.

Uma das fontes, Osmar Teixeira Gaspar, afirma *“O racismo estrutural brasileiro é responsável pelo baixo índice de negros e negras nos espaços de visibilidade positiva, prestígio e poder no Brasil”*.

De forma didática, a reportagem explica que há todo um sistema que exclui e se encarrega de deixar claro como os descendentes da “forçada diáspora” africana não pertencem à lugares de poder. Neste racismo velado, os brancos ricos que representam a população no legislativo. A matéria também denuncia como os partidos de esquerdas, que, por suas ideias e posição, deveria investir mais na candidatura de pessoas que representem a heterogeneidade, não financiam com o mesmo valor quanto um candidato já “popular” eleitoralmente entre o povo. Os dados também trazem a representação de mulheres negras na política – a qual é nitidamente menor que de mulheres brancas –, Marielle era a única vereadora negra. Um dos processos de corporificação de gênero é o fato do que significa ser uma mulher na sociedade, demanda que o feminismo negro ressalta e pontua incansavelmente.

Ressaltando a importância da mobilização organizada frente às eleições, o texto expressa *“os partidos de esquerda estão organizando às pressas reuniões para convocar as minorias sociais para a luta nas urnas – para enfrentar o crescimento do conservadorismo e da confiança de candidatos à Presidência da República com forte apelo popular por entusiastas da extrema-direita, como o deputado Jair Bolsonaro (PSC-RJ), ex-militar da ditadura que possui milhões de seguidores em suas redes sociais”*.

A matéria traz na afirmação da fonte *“a História tem nos ensinado que as mulheres negras são nossos pilares de resistência política desde o cativeiro”*, e como é necessário que o feminismo branco reconheça e se una ao feminismo negro, reconheça suas pautas, recortes, especificidades e caminhe junto para fortalecer a mobilização.

“Eu acredito que vamos ter muito mais Marielles por aí”.

Conclusões

AzMina, em suas reportagens selecionadas para análise, demonstra de forma crua a realidade de diversas mulheres, com seus recortes sociais, com investigação e denúncia, e representa muito das demandas feministas que o movimento carrega e reivindica. Uma revista de A à Z traz assuntos específicos de contextos determinados até assuntos universais, de mulher para mulher. O assassinato da vereadora Marielle Franco rendeu uma reportagem questionativa sobre a representação de negras e negros no congresso nacional e a morte simbólica que foi essa execução. É possível identificar o direito à cidadania em todos os parágrafos da reportagem *Negros na política: Por que Marielle era única?* O processo de gênero, corporificação, também é fortemente mostrado nas reportagens, seus conteúdos revelam o que é se tornar mulher no mundo e reconhecer seu lugar para representar a si mesma no espaço público.

Apesar da dolorosa análise de todas as violações sofridas pelas mulheres, a revista retrata isso de forma crua, com o propósito intrínseco de impactar, de mostrar essa realidade. É necessário esse tipo de comunicação. Foi possível entender como a revista contribui e configura o direito a ter direitos das mulheres, visibiliza suas lutas e denuncia a violação de seus corpos. O jornalismo se torna uma ferramenta também na luta pela igualdade e emancipação, AzMina é um exemplo disso.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Clara. Cidadania democrática e inserção política das mulheres. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília: n. 9, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n9/06.pdf>>. BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 1ª Edição. Portugal: Edições 70, 1977.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CANAVILHAS, João. *Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança*. Universidade da Beira Interior, 2005.
- COSTA, Jessica. *Movimento Feminista e a Força de Trabalho*. XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2017.
- CONNELL, Raewyn; PEARSE, Rebeca. *Gênero: Uma perspectiva global*. São Paulo: nVersos, 2015.
- EPPING, Léa; PRÁ, Jussara. Cidadania e feminismo no reconhecimento dos direitos humanos das mulheres. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 2012.

LORBER, Judith. *Breaking the Bowls: Degendering and Feminist Change*. W.W.Norton: 2005.


Reportagens

Ceder ou desistir: como o mercado de trabalho está transformando profissionais em donas de casa. Disponível em: <https://bit.ly/2Jf7FFu>. Último acesso em 10.07.2018.

Consentimento no sexo também é algo a ser ensinado aos nossos filhos. Disponível em: <https://bit.ly/2Klcr3E>. Último acesso em: 10 jul. 2018.

Qual o lugar da mulher na democracia brasileira. Disponível em: <https://bit.ly/2u7yt5x>. Último acesso em: 10 jul. 2018.

Negro na política: por que Marielle era a única?. Disponível em: <https://bit.ly/2L8QHkK>. Último acesso em: 10 jul. 2018.



**2ª PARTE
COMUNICAÇÃO E
VULNERABILIDADES
- PARTILHA DE
EXPERIÊNCIAS**

UNEX Inclusiva 2018: A Construção de uma Campanha de Comunicação Inclusiva para Pessoas Cegas e com Baixa Visão

Victor Said dos Santos Sousa¹
Leonardo Santa Inês Cunha²
Lidiane Santos de Lima Pinheiro³

Apresentação

Desde a Declaração dos Direitos Humanos em 1948, tem ocorrido um amplo debate acerca da inclusão das minorias sociais nos diversos setores da sociedade, conforme analisa Monteiro (2011). Estes debates perpassaram as últimas décadas e se mantêm atuais, considerando a diversidade e especificidades de cada grupo minoritário e a necessidade de inclusão social destes. Dentro deste universo, o grupo que nos interessa, particularmente, é o de Pessoas com Deficiência (PCD).

A Legislação Brasileira define deficiência através do Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999, como sendo “toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano”. Este Decreto, responsável por consolidar a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, define quatro tipos de deficiência: física, auditiva, visual e mental.

¹Graduando do Curso de Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

²Orientador do projeto e professor do Curso de Relações Públicas da UNEB.

³Orientadora do artigo e professora adjunta do Curso de Relações Públicas da UNEB.

Historicamente, a nomenclatura representou estigma e segregação social, como aponta Lima (2016, p. 7). As pessoas com deficiência eram alvo de preconceito (capacitismo), que impossibilitava a inserção destes indivíduos dentro do contexto social. Entretanto, esta visão, em sua concepção mais profunda, vem se modificando ao longo dos tempos, principalmente através dos marcos na legislação brasileira, conforme relata a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

Desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, passando pela Constituição Federal, de 1988, continuando com o Programa Nacional dos Direitos Humanos, de 1996, e a Lei da Acessibilidade, de 19.12.2000, todos esses ditames, bem como seus desdobramentos e regulamentações, impõem que haja equidade de direitos e acessibilidade. (ABNT, 2008, p. v)

O marco regulatório no Brasil se consolidou, também, através da Lei nº 10.098/00, da Promoção de Acessibilidade para PCD, e da Lei nº 13.146/15, da Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Considerando a promoção de um maior grau de integração nos diversos setores da sociedade – em especial, devido às políticas de acessibilidade e inclusão –, ocorre uma reconfiguração do papel social destes indivíduos, que passam a ocupar diversos espaços.

Para Monteiro (2011), é necessário compreender as políticas de inclusão como “os processos que envolvem a consolidação do direito que todo e qualquer cidadão tem de participar ativamente da sociedade, contribuindo de alguma forma para o seu desenvolvimento” (WERNECK, 2000; WERNECK, 2003 apud MONTEIRO et. al., 2011). Nesse sentido, segundo Batista Júnior, a concretização dessas políticas impactou diretamente nas práticas educacionais, alicerces da Educação Inclusiva:

Observamos, assim, a crescente matrícula de alunos e alunas com deficiência nas escolas regulares, que resultou em mudanças profundas tanto na prática pedagógica e na metodologia de ensino como nas estruturas das escolas, na formação docente e, principalmente, na política educacional voltada para pessoas com deficiência. (BATISTA JÚNIOR, 2016, p. 11)

As PCD estão cada vez mais ativas, ocupando novos espaços, sendo vistas e respeitadas em todas as suas potencialidades. Essas transformações decorrem, além das políticas de acessibilidade, da promoção e incentivo às ações inclusivas, que buscam proporcionar equidade.

Dentro desse cenário, o presente artigo efetua um estudo de caso sobre a construção de uma campanha de comunicação inclusiva para pessoas com deficiência, mais especificamente, com deficiência visual (cegas e com baixa visão), a fim de refletir sobre como torná-la acessível a tal público, a partir de uma visão da comunicação organizacional com foco na responsabilidade social. Para tanto, neste artigo emprega-se três métodos: a revisão bibliográfica, elaborada através da pesquisa de artigos, periódicos, livros e dissertações; o estudo de caso, elaborado a partir da campanha da Associação dos Ex-alunos da Universidade do Estado da Bahia, a “UNEX Inclusiva 2018”, que ocorreu no período de 08 a 19 de maio e de 18 a 30 de junho de 2018; o relato de experiência, baseado na construção da campanha⁵.

Considerando a relevância social desta temática e a necessidade de compreender a singularidade dos públicos inseridos em uma campanha de comunicação inclusiva como esta, explicaremos o processo de construção da campanha supracitada, que visou a inclusão de PCD nos cursos de idiomas do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência da Associação dos Ex-alunos (UNEX) da maior instituição de ensino superior da Bahia, a UNEB. Antes, porém, apresentaremos os resultados da pesquisa teórica realizada para embasar o planejamento da própria campanha, bem como para fundamentar o presente artigo.

A compreensão de público para a inclusão de pessoas cegas e com baixa visão

De acordo com Kunsch (2014), as organizações devem ser analisadas num contexto amplo, compreendendo seus impactos no desenvolvimento econômico e social, além de suas contribuições para as transformações no mundo contemporâneo. Para a autora, é necessário aproximar as organizações da realidade, impactando em suas comunidades; compete à comunicação organizacional essa aproximação:

No contexto da comunicação organizacional cabe aos gestores de comunicação sensibilizar os dirigentes de que não basta só gerar empregos, pagar impostos e atingir lucros, mas que se deve ir além, contribuir para uma sociedade melhor. (KUNSCH, 2014, p. 37)

Na complexa era moderna, marcada pela sociedade em rede e pela mediação dos meios de comunicação de massa, as organizações reestruturam-se perante o fenômeno da globalização, conferindo grande poder à comunicação (THOMPSON, 1999; Castells, 2003; KUNSCH, 2014). A comunicação passa a ser peça central no relacionamento e consolidação dos públicos (FRANÇA, 2009), atuando ainda como um dos mecanismos centrais na promoção de mudanças embasadas na responsabilidade social das organizações (KUNSCH, 2014).

A atuação responsável das organizações, portanto, deve ser incentivada e mediada pelos setores de comunicação destas. Socialmente, houve uma mudança na significação e valor da responsabilidade social, que passou a ser vista como pauta estratégica da comunicação organizacional:

É importante que as organizações tenham esse olhar social, pois a responsabilidade social pode ser utilizada como uma estratégia de comunicação para que consigam atingir os seus públicos ou até conseguir novos. (PIRES, 2015, p. 7)

Práticas organizacionais responsáveis atuam como ferramenta para consolidar a marca perante os públicos, pois possibilita a divulgação da marca, produtos e serviços (PIRES, 2015). A imagem de uma organização socialmente responsável se torna um diferencial para o consumo. Portanto, as organizações contemporâneas precisam definir e conhecer seus públicos, para alcançar e consolidar um bom relacionamento com seus consumidores, conforme analisa França (2009), esta é a função do profissional de Relações Públicas:

Em relações públicas, atividade essencialmente de relacionamentos com pessoas, é imprescindível que os públicos da organização sejam corretamente identificados, para que se possa estabelecer com eles uma interação produtiva e dialógica. (FRANÇA, 2009, p. 210)

Uma campanha de comunicação inclusiva se configura como uma interessante prática de responsabilidade social, pois possibilita comunicação com propósito, aproximando a organização da realidade social, distanciando o discurso vazio da comunicação e incentivando transformações sociais. As práticas de inclusão se configuram como relevantes, pois tornam determinada pauta/produto acessível à minoria social incluída, podendo incentivar ao ingresso no mundo do trabalho, por exemplo, conforme analisa Monteiro:

A inclusão tem importância política, cultural, social e econômica, uma vez que a sociedade tem suas estruturas sustentadas pelo trabalho. Todo cidadão, com ou sem deficiência, precisa trabalhar para acessar os bens disponíveis no mundo moderno, bem como apoderar-se da construção da sua sociedade. (MONTEIRO, 2011)

Nesse contexto, conhecer o perfil do público para uma campanha de comunicação inclusiva é fundamental. No caso estudado, o público são as pessoas com deficiência, especificamente com deficiência visual (cegos e com baixa visão). De acordo com França (2009), é necessário efetuar a conceituação lógica dos públicos para melhor compreendê-los, definindo as estratégias e ações de comunicação direcionadas, capazes de alcançá-los, promovendo o diálogo, pois

Não se trata de qualquer relacionamento, mas daquele que deve ser definido como especializado, com conhecimento das partes, da organização e dos públicos, fundamentado em diretrizes que devem orientá-lo, bem como das mensagens que devem ser enviadas, via mídia dirigida, para cada público, de modo que a empresa seja compreendida e percebida como deseja. (FRANÇA, 2009, p. 210)

Desta forma, para a análise do público abordado, é necessário defini-lo. A deficiência visual é definida, conforme a Legislação Brasileira, Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999, como sendo:

III - deficiência visual - cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; a baixa visão, que significa acuidade visual entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; os casos nos quais a somatória da medida do campo visual em ambos os olhos for igual ou menor que 60o; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores. (PLANALTO BRASILEIRO, 1999)

No cenário brasileiro, de acordo com o IBGE (2014), através do Censo Demográfico de 2010, constatou-se que 23,9% da população brasileira, correspondente a 45.606.048 milhões de pessoas na época, declararam ter pelo menos uma das deficiências investigadas pelo instituto. As pesquisas se basearam na percepção do indivíduo sobre sua dificuldade em enxergar, ouvir ou se locomover, e na existência da deficiência mental ou intelectual. Conforme aponta o IBGE (apud LIMA, 2016, p. 13), "a deficiência visual aparece em primeiro lugar com 18,6% de ocorrência", isto é, mais de 35 milhões, estando dividida em cegueira total ou parcial, além da baixa visão.

Para a consolidação das práticas de inclusão, independente da natureza da deficiência, há a demanda de ajustes comunicacionais na organização e em relação ao público. Lima (2016) reflete sobre as diretrizes que orientam a construção de uma campanha de comunicação inclusiva. Para a autora, para alcançar uma comunicação acessível, é necessário atingir, no mínimo, estes quatro itens fundamentais:

- 1 - Ela deve ser pensada de forma a contemplar o maior número de pessoas possível, se atentando para o fato de que as pessoas são diferentes e se comunicam de formas diversas;
- 2 - A linguagem utilizada deve ser a mais clara e transparente possível para que não gere ambiguidade, permitindo que qualquer um possa entender o que está sendo transmitido;
- 3 - Se em sua gênese a comunicação não puder atingir uma diversidade considerável de públicos, é fundamental a disponibilização do conteúdo em formatos alternativos para que pessoas com deficiência ou com alguma necessidade de suporte comunicacional possam acessá-lo;
- 4 - Ela deve servir como um canal que divulgue a importância da eliminação de barreiras físicas, comunicacionais, instrumentais, metodológicas e atitudinais. (LIMA, 2016, p. 45)

Dentro desse cenário, França (2009, p. 225) indica que "cabe à empresa determinar quais públicos escolherá para com eles interagir, definir os objetivos e as expectativas da relação, sua duração e a sua importância, bem como as formas de avaliação dessa parceria." Assim, a elaboração de uma campanha de comunicação para pessoas cegas e com baixa visão requer uma ampla compreensão da natureza deste público.

Para este autor, compete à organização gerenciar os relacionamentos, de modo a potencializar a relação com os públicos. Portanto, faz-se necessário estudar os mecanismos de interação e percepção com o mundo, os meios de comunicação que são predominantemente consumidos; os principais canais de comunicação utilizados, como as redes sociais e recursos da informática etc. Deste modo, a compreensão do público é fundamental para a estruturação de uma campanha de comunicação inclusiva, alcançando efetivamente o público analisado e fomentando uma ação de responsabilidade social acessível para pessoas com deficiência visual.

A UNEX e o Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência

A UNEX (Associação dos Ex-alunos da Universidade do Estado da Bahia – UNEB), fundada em outubro de 2001, é uma associação sem fins lucrativos, formada por egressos dos cursos de graduação e pós-graduação da UNEB. A UNEB (2018a) é a maior instituição pública superior do estado da Bahia, estruturada no sistema multicampi, faz-se presente em 24 municípios baianos e visa aliar “[...] a excelência acadêmica à sua missão social, contribuindo, assim, para o desenvolvimento socioeducacional e econômico da Bahia e do país”.

A Associação opera em parceria com a Universidade através do convênio 24/2016, que tem por finalidade a cooperação técnica, científica, administrativa e cultural para a realização dos cursos de idiomas e do pré-vestibular. Atualmente, a Associação atua oferecendo cursos de idiomas (inglês e espanhol) e pré-ENEM (Pré-vestibular Vestibular Social Zeferina) a preços populares em Salvador.

Em seus 17 anos de atuação, a UNEX promoveu seminários, congressos, conferências, cursos e debates de caráter científico, além de participar de projetos sociais conveniados com o Ministério da Educação e a UNESCO (Projeto Diversidade na Universidade); com a Secretaria de Justiça e Direitos Humanos do Governo da Bahia (Curso de Formação de Professores Educação e Diversidade) e com a Secretaria da Reparação da Prefeitura de Salvador, através do Programa de Apoio aos Quilombos Educacionais (UNEB, 2018b).

A UNEX compactua com os valores da UNEB em atuar como instituição de ensino popular e inclusiva, tanto que desde sua fundação, a Associação conta com política de assistência estudantil que contempla bolsas de estudos em seus cursos, a doação de quilos de alimentos arrecadados na matrícula dos cursos às Residências

Universitárias, a realização de estágios por estudantes da UNEB, além do apoio aos eventos realizados pelo corpo discente da universidade (UNEB, 2018b).

Em 2009, fundou o Programa de Inclusão para Pessoas com Deficiência, que visa ofertar bolsas de ensino para PCD e, desde 2014, o programa passou a incluir pessoas cegas e com baixa visão, ofertando curso de língua inglesa baseado nos princípios da educação acessível e inclusiva.

Como instituição de ensino, a UNEX converge com a concepção de França (et al., 2017), compreendendo que, no âmbito educacional, a expressão PCD passa a ser utilizada para pessoa com necessidades educativas específicas; uma vez que engloba pessoas com limitações físicas, sensoriais ou intelectivas que necessitam de atendimento especializado.

O Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência parte do princípio da educação inclusiva, oferecendo bolsas integrais para os cursos de idiomas da instituição. O Programa prevê, além da bolsa aos estudantes contemplados, material didático inclusivo (em braile ou ampliado), adaptado às necessidades únicas de cada discente e acompanhamento pedagógico durante o período.

A iniciativa apresenta-se como importante ação de inclusão social das PCD, tendo em vista que fornece meios sólidos para garantir a qualidade de ensino deste público. Especialmente no caso dos deficientes visuais, como aponta França (et al., 2017, p. 9), "é fundamental que o docente conheça as necessidades dos seus alunos deficientes visuais para que sua postura em sala de aula se adapte à realidade de quem não enxerga".

Para a consolidação do processo de ensino aprendizagem, e a eficácia do Programa, é necessário adaptar a metodologia de ensino considerando a deficiência deste estudante que, apesar de possuir limitações na visão, cognitivamente é tão capaz quanto um aluno não-cego, conforme relata França:

Como os alunos cegos e com baixa visão se diferenciam pela necessidade de abordagens diferenciadas, com materiais que promovam um ensino/aprendizagem significativo, suas capacidades de aprendizado se equiparam às de alunos videntes. (FRANÇA et al., 2017, p. 4)

Nesse sentido, uma das principais ferramentas para construir um processo de ensino-aprendizagem eficaz, dialógico e funcional para este público tange à assertividade da linguagem utilizada, conforme indica Motta (2004):

Ao ter conhecimento da importância da linguagem para os alunos cegos e com baixa visão, cabe [...] propiciar comunicação clara, [...], passando a fazer uso de outros instrumentos que possam abrir caminhos para o entendimento, como a exploração dos sons e da entonação, por exemplo. (MOTTA, 2004, p. 70).

A linguagem, então, é um dos principais mecanismos de aprendizado e de comunicação para este público. Tendo em vista a audição como seu principal sentido e a necessidade de um meio eficaz de comunicação, optou-se pela elaboração de um produto de comunicação institucional radiofônico como peça basilar para a construção desta campanha inclusiva.

Através da campanha inclusiva proposta pela Associação, e descrita a seguir, buscou-se promover uma ação de comunicação acessível, que estimule a educação inclusiva para pessoas cegas e com baixa visão, direcionada ao ensino de língua inglesa e espanhola. A proposta justifica-se pela alta relevância de difundir o ensino de língua estrangeira, expandindo a percepção do estudante com deficiência através do aprendizado de uma nova língua.

UNEX Inclusiva 2018: a campanha de comunicação inclusiva

Para impulsionar as ações do Programa em 2018, a UNEX lançou a campanha de comunicação inclusiva, divulgando a oferta de dez bolsas integrais para os cursos de inglês ou espanhol para PCD. Para alcançar o público, foi elaborada uma campanha utilizando as mídias virtuais, tendo como ator central o produto radiofônico, utilizado para a comunicação institucional. A campanha foi pensada de modo a ser integralmente acessível. Considerando que a audição é o principal sentido deste público, conforme consulta ao Instituto de Cegos da Bahia, a campanha em áudio apresentou-se como um mecanismo acessível e de fácil consumo.

Também de acordo com o Instituto, muitos deficientes visuais são usuários da informática, acessando informações e descrições de imagens, especialmente quando veiculadas em redes sociais, como Facebook, WhatsApp e Youtube. O acesso à informação por este público ocorre com o auxílio de leitores de tela e por meio do recurso de áudio descrição.

Nas redes sociais, a áudio descrição é acionada a partir da hashtag #ParaCegoVer, que descreve os cards, fotografias e conteúdos visuais em rede. Diante disso, todas as mídias veiculadas nas redes sociais da UNEX, como os Cards para Facebook e Whatsapp, contaram com a legenda #ParaCegoVer, descrevendo as imagens presentes nas peças veiculadas nas redes sociais.

Para elaboração desta campanha inclusiva, estruturou-se e definiu-se a metodologia, inicialmente, através da pesquisa documental, consultando artigos, teses, leis e literatura disponível sobre acessibilidade, inclusão social, além de campanhas, processo de ensino-aprendizagem etc. que abordassem especificamente deficientes visuais. Foi elaborada ampla pesquisa bibliográfica, apesar de haver pouca literatura disponível sobre campanhas para estes públicos.

Considerando essas dificuldades, a UNEX firmou duas parcerias fundamentais para a compreensão e análise destes públicos: Instituto de Cegos da Bahia (ICB) e Centro de Apoio Pedagógico ao Deficiente Visual (CAP). Estas parcerias foram fundamentais para compreensão e análise dos públicos, conforme sugere França (2009), pois são órgãos especializados, com ampla expertise.

Após realizar reuniões e solicitar orientações para estes órgãos, foi possível conhecer melhor o tema e estabelecer parâmetros gerais de abordagem. Também ocorreu uma entrevista semiestruturada com um ex-aluno do curso de inglês da UNEX, Robenilson Nascimento, que possui deficiência visual e foi beneficiário do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência. A entrevista teve por objetivo identificar quais os melhores meios, canais de divulgação, abordagem, linguagem, chamadas etc.

Concluindo a etapa de pesquisas, consultou-se novamente o CAP e ICB, órgãos de referência no acompanhamento de pessoas com deficiência visual, a fim de reforçar determinadas conclusões sobre tal processo. As organizações foram esclarecedoras e enfáticas ao corroborar com as demais fontes, pois afirmaram que o melhor mecanismo para alcançar pessoas com deficiência visual é por meio de uma campanha de áudio, considerando que a audição é um dos sentidos centrais na percepção das PCD visual, e, convergindo com o depoimento de Robenilson, foi recomendada a divulgação nas seguintes plataformas: Youtube, Whatsapp e Facebook. A figura 1 apresenta um exemplo de card da campanha publicado no Facebook com a legenda descritiva.

Conforme a Figura 1, veiculada 09 de maio de 2018, o card contém uma chamada para as inscrições do teste de nivelamento da Associação. Além da chamada com informações sobre a avaliação, a peça publicada contém a hashtag: "#PraCegoVer No card com filtro azul, há seis estudantes brancos e negros, sentados em carteiras fazendo uma avaliação. No texto em destaque: "Inscrições Abertas: Teste de Nivelamento". Na parte superior o símbolo da Unex."

UNEX - Associação dos Ex-Alunos da UNEB

Publicado por Victor Saidi [?]
Página curtida · 9 de maio de 2018 ·

TESTE DE NIVELAMENTO!

Estamos com as vagas abertas para o nosso teste de nivelamento em língua inglesa. Você quer estudar com a gente? Então não perde essa chance.

Temos duas turmas abertas para o inglês (sujeitas a lotação) nos dias 14/05 e 18/05 às 18h.

Para se inscrever precisamos do seu telefone, nome completo e CPF. As marcações acontecem exclusivamente por telefone, e-mail, whatsapp ou Inbox.

Não perde tempo, venha estudar com a gente!

📞 Telefone: (71) 3117-2408 / 3257-9228
✉ E-mail: unex@uneb.br
👉 Facebook: mande uma mensagem inbox
📱 Whatsapp: (71) 99294-1240

#PraCegoVer
No card com filtro azul, há estudantes seis estudantes brancos e negros, sentados em carteiras fazendo uma avaliação. No texto em destaque: "Inscrições Abertas: Teste de Nivelamento". Na parte superior o símbolo da Unex.

👍 Marcar foto 📍 Adicionar lo... ✎ Editar

👍 18 1 comentário 2 compartilhamentos

📝 Escreva um comentário...

Fig. 1 – Exemplo de Card divulgado nas redes sociais com legenda #PraCegoVer

Fonte: UNEX, 2018.

Considerando todos os aspectos elencados até aqui, após a definição dos meios e dos canais, da linguagem e da abordagem, e considerando as recomendações de Lima (2016) e Motta (2004), elaborou-se o roteiro de gravação do *spot*. O *spot* foi gravado em parceria com a Agência e-RP e Ilha de Edição do DCH-I. Durante a gravação foram dadas orientações e suporte sobre dicção, clareza, entonação, velocidade, respiração etc. A gravação ocorreu em ambiente com isolamento acústico, utilizando equipamento fornecido pela ilha de edição.

O produto gravado foi um *spot*, que consiste em uma propaganda gravada em áudio, utilizando recursos radiofônicos, como a voz, música (*background*) e efeitos. O objeto gravado tem duração de 1'07", tendo como narrador o autor deste artigo, Victor Said (vide nota 5). O áudio foi gravado na terceira pessoa do singular, falando para a segunda pessoa, como se dialogasse diretamente com o interlocutor. Abaixo, segue roteiro da peça gravada:

"Olá! A UNEX /Associação dos Ex-alunos da UNEB / está com matrículas abertas para os cursos de Inglês e Espanhol para pessoas cegas e com baixa visão//
Venha estudar com a gente! // São dez bolsas integrais para pessoas com deficiência// Como aluno/ você terá direito a material didático adaptado/ acompanhamento pedagógico e professores qualificados//
Estudantes cegos ou com baixa visão podem se matricular gratuitamente! Basta comparecer à UNEX, até o dia 12 de maio com cópias do RG/ CPF e laudo médico// A UNEX fica na Rua Silveira Martins/ número 2555/ NO Campus I da UNEB/ NO BAIRRO DO CABULA EM SALVADOR//
Estude no melhor horário para você!// Temos turmas as segundas e quartas ou terças e quintas/ pela manhã tarde ou noite no Cabula// Essa é a oportunidade de se desenvolver e aprender um novo idioma// Se conecte ao mundo// VENHA ESTUDAR COM A GENTE!//
Para maiores informações, entre em contato conosco: nosso é Whatsapp (71) 99294-1240 / nosso e-mail: unex@uneb.br / ou liga pra gente: (71) 3117-2408//".

Após a finalização da gravação, foi solicitada da monitora de extensão e estudante de Relações Públicas da UNEB, Kelly Veiga que elaborasse a peça tema da campanha, considerando que o spot teria de ser compartilhado em formato de vídeo. A arte construída consta na Figura 2, e foi utilizada como imagem fixa durante todo o vídeo. Após a união das peças de áudio e imagem, a campanha foi veiculada na página do Facebook e Youtube da UNEX no dia 08 de maio de 2018.



Fig. 2 – Arte da campanha elaborada com a legenda #PraCegoVer

Fonte: UNEX, 2018.

A figura 2 contou com a seguinte legenda nas redes sociais: #PraCegoVer A peça é trabalhada nas cores vermelho, azul e branco. Na parte superior consta a seguinte frase: "UNEX: Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência". Na parte central da imagem há três estudantes, um cego e dois não-cegos, sentados em carteiras, dentro de uma sala de aula. Na parte direita, há uma professora de língua inglesa, segurando a bandeira dos Estados Unidos da América, e atrás dela uma caixa de som. Na parte inferior direita está escrita a frase "realização:" seguidas dos logos da UNEX e da Agência e-RP.

A partir das métricas coletadas nas redes sociais, o *spot* e as publicações no Facebook alcançaram 8.224 pessoas, principalmente no estado da Bahia, totalizando 781 visualizações do vídeo no Facebook e Youtube. A campanha foi veiculada pelo portal da UNEB, após envio de *release* pela assessoria de comunicação da UNEX, e foi compartilhada nas redes sociais da Universidade. No todo, foi compartilhada mais de 30 vezes, gerando um engajamento da comunidade, com mais de 130 reações e 20 comentários. A campanha resultou em frutos

positivos, considerando que 50% das bolsas foram ofertadas para este público durante a campanha trimestral e extrapolou a quantidade de inscritos e contemplados na campanha do segundo semestre de 2018.

Considerações Finais

Elaborar uma campanha para um público de pessoas cegas e com baixa visão requer ampla pesquisa, empatia e compreensão da complexidade e singularidade que é a condição do outro. Através da elaboração desta campanha, foi possível articular saberes teóricos do curso de Relações Públicas com a prática de planejamento e execução. A decisão de elaborar um produto de comunicação institucional radiofônico foi certa, considerando a percepção da pessoa com deficiência visual através da audição.

Durante o período de matrícula, os estudantes contemplados informaram que ficaram sabendo da campanha por meio do WhatsApp e do Facebook da UNEX, sendo dois estudantes encaminhados pelo ICB. Com esta campanha a UNEX atua como organização inclusiva, atendendo aos valores da responsabilidade social ao ofertar bolsas integrais para estes estudantes, associadas ao material didático adaptado e acompanhamento pedagógico. A iniciativa se soma a outras, como o uso da *hashtag* #PraCegoVer, que tornam a campanha do segundo trimestre de 2018 inclusiva e acessível.

Tal estudo nos revelou que os trabalhos publicados sobre comunicação inclusiva e, especificamente, sobre a atuação das relações públicas direcionada para públicos com deficiências são ainda incipientes, em um contexto no qual os discursos acadêmicos e organizacionais sobre responsabilidade social se agigantam. Diante disso, propomos aqui uma reflexão inicial sobre o assunto, a partir de uma experiência prática, marcada pelas limitações e superações de uma prática comunicacional ligada a uma universidade pública. Nesse sentido, esperamos continuar aprimorando a pesquisa e a execução de campanhas inclusivas, a fim de contribuir efetivamente com as investigações na área.

REFERÊNCIAS

- BATISTA JÚNIOR, J. R. L. *Pesquisas em educação inclusiva: questões teóricas e metodológicas*. Recife: Pipa Comunicação, 2016.
- BRASIL. *Cartilha do Censo 2010: Pessoas com deficiência*. Disponível em: <<https://goo.gl/tafGE7>>. Acesso em: 11 abr. 2014.

_____. **Deficiência, Viver sem Limite** – Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com. [S.l]: Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR) / Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD), 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/vp9Q2G>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

CÂMARA DE DEPUTADOS. **Guia Legal** - Portador de deficiência visual. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/a-camara/programas-institucionais/inclusao-social-e-equidade/acessibilidade/pdfs>>. Acesso em: 08 jul. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FRANÇA, Fábio. A releitura dos conceitos de público pela conceituação lógica. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações públicas: História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

FRANÇA, S. R. et al. **Ensino de língua inglesa para alunos cegos e com baixa visão em salas inclusivas do ensino médio**. Disponível em: <<https://goo.gl/hWxPfo>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual**. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizas/article/viewFile/90446/93218>>. Acesso em: 08 jul. 2018.

LIMA, R. A. J. **Comunicação e acessibilidade: princípios e ferramentas para a construção de uma comunicação inclusiva**. Salvador, UNEB, 2016.

MONTEIRO, L. G.; OLIVEIRA, S. M. Q. RODRIGUES, S. M.; DIAS, C. A. **Responsabilidade social empresarial: inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-65382011000300008>. Acesso em: 08 jul. 2018.

MOTTA, L. M. V. M. **Aprendendo a ensinar inglês para alunos cegos e com baixa visão um estudo na perspectiva da teoria da atividade**. Disponível em: <https://www.vercompalavras.com.br/pdf/tese_doutorado.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2018.

PIRES, A. S. **A Responsabilidade Social como estratégia de Comunicação Organizacional: uma análise da empresa arroseira Camil Alimentos SA**. Disponível em: <<http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/relacoespublicas/files/2015/03/A-Responsabilidade-Social-como-estrat%C3%A9gia-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Organizacional-uma-an%C3%A1lise-da-empresa-arroseira-Camil-Alimentos-SA.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

PLANALTO BRASILEIRO. **Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm>. Acesso em: 08 jul. 2018.

PLANALTO BRASILEIRO. **Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm>. Acesso em: 24 abr. 2018.

_____. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm>. Acesso em: 24 abr. 2018.

THOMPSON, John Brookshire. A transformação da visibilidade. In: _____. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 2. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1999, cap. 4. Tradução Wagner de Oliveira Brandão.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA. *A universidade*. Disponível em: <<http://www.uneb.br/institucional/a-universidade/>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA. *A Unex*. Disponível em: <<http://www.uneb.br/unex/sobre/>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

Estrutural, uma Comunidade à espera do fim do Lixão: reflexões sobre a produção de uma série de reportagens radiofônicas expandidas

Bianca Marinho¹
Elton Bruno Pinheiro²

Introdução

A proposta de formulação deste trabalho é fazer uma conexão entre o fazer jornalístico, a proposta de propagabilidade e o delicado contexto de desligamento do maior lixão da América Latina – a 15 quilômetros de onde o presidente da República despacha, o Palácio do Planalto. É dar visibilidade à história de vida de catadores de material reciclável e refletir sobre as mudanças estruturais, culturais e econômicas da região que nasceu por causa do lixão e, agora, aprende a viver sem ele.

Estrutural, uma comunidade à espera do fim do lixão é um convite para entender as mudanças vividas pelos moradores da Cidade Estrutural, no Distrito Federal, no contexto da preparação para o fechamento do Aterro Controlado do Jóquei, conhecido popularmente como Lixão da Estrutural. A reportagem acompanhou a população da região administrativa durante os dois meses que antecederam o prazo final anunciado pelo governo do Distrito Federal para o fechamento do lixão – setembro e outubro de 2017.

¹Graduada em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Produtora de Reportagem da Globo Brasília. Integra o Núcleo de Estudos e Produção Digital em Linguagem Sonora (NEPLIS/FAC/UnB).

²Orientador do Trabalho. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas e Bacharel em Comunicação Social pela UFPB. Líder do Núcleo de Estudos e Produção Digital em Linguagem Sonora (NEPLIS) da FAC/UnB. Integra o Laboratório de Áudio da FAC/UnB. Pesquisador do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Membro do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom.

Esta reportagem radiofônica, estruturada em cinco episódios – e expandida para o ambiente da internet – se propõe a recuperar memórias sobre a região, apresentar as características da Cidade Estrutural de hoje e mostrar as perspectivas de quem vive no lugar onde surgiu o lixão, para um futuro sem ele.

O formato reportagem foi escolhido pelo interesse em aprofundar o tema. Segundo Bahia (1990) e Vilas Boas (1996), citados por Freire e Carreiro (2010, p. 319), o “jornalismo interpretativo busca compreender e trabalhar com dados em aprofundamento [...]”. Trata-se, então, de um gênero que busca apresentar uma visão mais ampla dos temas tratados.

A abordagem dessa discussão econômica, ambiental, política e, sobretudo, humana, se faz necessária pelo valor-notícia inerente aos problemas sociais e ao impacto ambiental do fechamento do segundo maior lixão do mundo. Ao longo da série, é possível observar um exemplo de como a busca por implementação de políticas ambientais voltadas para o gerenciamento de resíduos sólidos acabou proporcionando problemas sociais.

O compromisso com o ouvinte e com a memória da população da Estrutural ganhou mais um componente durante a produção. A série foi produzida em formato de reportagem radiofônica expandida e levada para internet. O intuito é, além de facilitar o acesso e o compartilhamento da reportagem, gerar conteúdos que ajudem a contar a história da Cidade Estrutural. Com áudios, fotos, vídeos, documentos e links de interesse, o público em geral tem a possibilidade de ir além do que foi abordado na reportagem.

Diante do debate da influência da web na reconfiguração do meio radiofônico, conteúdos que convergem na internet são aqui compreendidos como oportunidade de divulgação e propagação das mensagens produzidas e que se deseja transmitir e fazer circular em maiores dimensões. Essa linha de pensamento converge com o que abordam Jenkins, Ford e Green (2014, p. 23) em seu guia sobre como criar valor e significado por meio de mídia propagável, segundo os referidos autores, “se algo não se propaga, está morto”.

Os objetivos da pesquisa

Este trabalho teve como objetivo principal a produção de uma série de reportagens radiofônicas expandidas sobre a história e as características da Cidade Estrutural, com foco na expectativa dos moradores em relação ao fechamento do Lixão abordando também questões como a reinserção dos catadores no mercado de trabalho e a recuperação ambiental do maior lixão da América Latina e segundo maior do mundo.

Também visa conhecer e elucidar como o funcionamento do Lixão da Estrutural influenciou a consolidação de uma das regiões administrativas mais pobres do Distrito Federal, segundo dados da Companhia de Planejamento

do DF. Para contar essa história, é imprescindível levantar personagens que acompanharam a história local, questionar a comunidade sobre como está reagindo ao fechamento do lixão, ouvir especialistas e apurar se as medidas para reparação ambiental estão de acordo com a legislação vigente, além de monitorar qual o destino/futuro dos catadores de materiais recicláveis.

Constitui-se como outras finalidades desta pesquisa, compreender as dificuldades e os desafios das pessoas que estiveram/estão grande parte da vida catando materiais recicláveis no lixão. Perceber e retratar como o processo de desativação do lixão e a migração para o aterro sanitário de Samambaia são marcos não só para o cotidiano da Cidade Estrutural, mas para todo o DF e para a Política Nacional de Resíduos sólidos, que, enfim, começa a apresentar sinais de desenvolvimento. Preservar e humanizar a história de uma região que, a apenas 15 quilômetros da Praça dos Três Poderes, está tão perto e, ao mesmo tempo, tão à margem do desenvolvimento de Brasília.

Por fim, o produto possibilita obter um registro histórico e crítico do processo de fechamento do lixão e de como isso reverberou na comunidade que depende dele para sobreviver, direta ou indiretamente. Fornece informações que podem embasar estudos futuros sobre tal problemática. Também permite pautar a sociedade sobre o tema e proporciona o acesso ao conteúdo produzido em meios eficazes – rádio e internet³ –, práticos e, em alguma medida, de fácil acesso pela população e que permite a circulação/propagação da mensagem, de modo claro, dinâmico, atrativo e democrático.

O contexto e a relevância da série

De acordo com a Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública (Abrelpe), o Brasil tem atualmente quase 3 mil lixões ou aterros irregulares que impactam a qualidade de vida de 77 milhões de brasileiros. O maior lixão da América Latina é o Aterro Controlado do Jóquei, conhecido como lixão da Estrutural, e está localizado no Distrito Federal. Cooperativas que atuam no local estimam que mais de 2 mil catadores trabalham dentro do lixão. Além da relevância da existência desse lixão e das mudanças que acompanharão o fechamento do espaço, também se pode ressaltar o valor-notícia da atualidade.

³É importante contextualizar que, conforme aponta a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, "o rádio continua o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros" – sendo os conteúdos de caráter informativo os mais ouvidos; e que aproximadamente metade da nossa população (48%) já acessa a internet, sendo que 76% destes usuários acessam a internet todos os dias por um tempo médio de 4h59 por dia. (SECRETARIA, 2014, p. 7).

O rádio é um meio de comunicação popular e de grande importância no contexto da comunidade. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015⁴, o rádio é o segundo veículo mais procurado pelos brasileiros como fonte de informação de credibilidade, atrás da TV.

Com o contato direto com o ouvinte, o rádio tem a possibilidade de gerar emoções e estimular a imaginação. Em *Os meios de comunicação como extensões do homem*, Marshall McLuhan explica essa relação de proximidade gerada pelo rádio.

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. (MCLUHAN, 1995, p. 336).

O custo de produção e de divulgação do conteúdo produzido para rádio é acessível. Além de ser mais barato comprar um dispositivo para ouvir rádio que para assistir TV, as pessoas conseguem ter acesso ao conteúdo em rádios populares e comunitárias, como a Rádio Comunitária da Estrutural, onde o conteúdo produzido no âmbito desta pesquisa será disponibilizado de forma gratuita.

Reportagem radiofônica expandida

A reportagem possibilita a imersão do repórter em um tema e confere mais espaço para a narrativa. Para Noblat (2004), o que diferencia a notícia de uma reportagem é que a notícia é o relato mais curto de um fato, enquanto a reportagem é o relato mais circunstanciado".

Assim, o sentido adotado na reportagem é o aprofundamento. Barbosa Filho aponta que "a reportagem consegue ampliar o caráter minimalista do jornalismo e oportunizar aos ouvintes, leitores, telespectadores ou internautas, uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado." (BARBOSA FILHO, 2003, p. 92). O referido autor também ressalta que a narrativa engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento

Já Bittencourt (2011) centra-se no sentido de ser repórter que, para ele, está no ato de reportar-se, de mergulhar num contexto específico, de dialogar com os possíveis disponíveis em termos de fontes e cenários observáveis.

⁴ Levantamento da Secretaria de Comunicação da Presidência da República que busca conhecer os hábitos de consumo de mídia da população brasileira. Disponível em: <<https://goo.gl/GX6n6A>>

O repórter é o responsável pelo direcionamento da história e escolha de personagens. Está onde está a notícia e atua como “olhos e ouvidos” do público. Em *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, Nilson Lage (2006, p. 23) descreve essa figura: “O repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar. Tem uma delegação ou representação tácita que o autoriza a ser os ouvidos e os olhos remotos do público, selecionar e lhe transmitir o que possa ser interessante”.

Âncora da rádio CBN, Milton Jung, em seu livro *Jornalismo de Rádio*, afirma que a reportagem é um espaço para criação. “É na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela, sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume à cópia”. (JUNG, 2013, p.114).

Por demandar mais tempo de produção e maior custo, as reportagens muitas vezes se tornam raras nas redações devido às demandas de factuais. É um gênero do jornalismo que expressa cuidado com o tema.

A reportagem é, portanto, um gênero que precisa ser bem preparado, que necessita de um grande preparo, físico e emocional, porque geralmente toma tempo na seleção das melhores fontes, leitura de documentos, conversa com os diferentes protagonistas e personagens envolvidos na história, exigindo que seja captado o ambiente onde ocorrem ou ocorreram os acontecimentos. (MICHEL, 2015, p. 5).

Memória

A reportagem ainda atua como meio de preservação da memória social. O repórter, ao registrar acontecimentos e temas importantes, está contribuindo para a preservação da história. Dessa forma, o jornalismo também é compreendido como importante “lugar de memória” (NORA, 1993; 1997).

Em uma busca na internet e na coleção de monografias da Universidade de Brasília, não foi encontrada outra reportagem que tratasse, fora do factual, da expectativa dos moradores da região quanto ao fechamento do Lixão da Estrutural. Por isso, torna-se a reportagem um instrumento de memória desse período. Ricoeur (2007, p. 101) fala em “dever de memória” como “o dever de fazer justiça, pela lembrança, a um outro que não o si.”

No caso da reportagem expandida, o conceito de memória é ainda ampliado. Para Palácios (1999), citado em Schwingel (2012), a memória assume outra potencialidade no jornalismo digital, visto que no ciberespaço é muito mais viável técnica e economicamente do que em qualquer outra mídia e a quantidade de informação disponível para consulta e navegação é incomparavelmente maior.

Conteúdo Expandido

Como facilitar o acesso ao conteúdo da série de reportagens e compartilhamento do produto para o público da Estrutural? A solução foi encontrada ao aliar o rádio e a internet no formato de reportagem radiofônica expandida. O conceito começou a ser usado em outro ambiente – a música – por Kischinhevsky e Benzecry (2014), e logo foi aplicado ao radiojornalismo, em diálogo com Viana (2017).

Ao se apropriar da web, o rádio expande suas possibilidades narrativas apoderando-se, inclusive, das características correspondentes às reportagens multimídias sem deixar de lado a essência da narrativa radiofônica. O conceito de rádio expandido abrange a existência do meio na internet, espaço em que ocorre a hibridização do formato radiofônico com o multimídia [...]. (VIANA, 2017, p.02).

A versão expandida da reportagem radiofônica Estrutural, uma comunidade à espera do fim do lixão já está disponível no site do Laboratório de Áudio, no domínio do *site* da Universidade de Brasília. A plataforma utilizada é o *Joomla*, sistema de gestão de conteúdos, em alguma medida, complexo, mas ao mesmo tempo com *templates* simples e criativos, adotado pela Instituição.

Propagação de conteúdos em rede

Ao adotar a ideia de expandir o conteúdo na rede, apropriamo-nos do conceito de propagação como estratégia de fazer o conteúdo produzido reverberar, circular e não cair no esquecimento: “se algo não se propaga, está morto” (JENKINS, FORD; GREEN, 2014, p.23). Em *Cultura da Conexão*, os referidos autores explicam como a propagação gera mais valor para o conteúdo e fortalece o sistema participativo e democrático. Eles constatam que “o conteúdo concebido para ser propagado pode praticamente dobrar o tráfego referido por meio de novos compartilhamentos” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 32).

Segundo Jenkins, Ford e Green (2014, p. 28-31), a ideia de propagabilidade diz respeito: i) Ao fluxo de idéias; ii) À dispersão do material; iii) À diversidade das experiências; iv) À participação livre; v) À motivação e facilidade de compartilhamento; vi) À existência de uma miríade de redes temporárias e localizadas; vii) Aos intermediários autenticamente populares defendendo e doutrinando; viii) À colaboração através de papeis.

Métodos e técnicas

A aplicação das técnicas começou com um processo minucioso de imersão no tema e pré-apuração. Foram analisadas todas as etapas de produção de uma reportagem radiofônica - em suas características e na forma de produzi-la.

José Marques de Melo (1994) define a reportagem como um "relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística". Os cinco episódios da série, com cerca de dez minutos de duração cada, dão espaço para essa ampliação do relato. O formato expandido foi pensado ao longo de cada etapa da produção da reportagem. O conceito permite que a reportagem informe além do conteúdo abordado nos cinco episódios da série e dialogue com as novas mídias.

A plataforma usada para expandir a série é o site do Laboratório de Áudio da Universidade de Brasília, como mostra a Figura 01, por permitir o compartilhamento dos áudios e a disposição dos conteúdos de forma simples, além de estar alinhado com o formato da reportagem e ter visibilidade diante da comunidade acadêmica.





Fig. 01 - Layout da Série de Reportagens no Site do LabAudio UnB
 Fonte: LabAudio/UnB

O foco nas pessoas atingidas diretamente ou indiretamente pelo lixão foi o que também orientou metodologicamente a produção desta série de reportagens. Em uma busca pela internet e pela Biblioteca Digital de Monografias da Universidade de Brasília não foram encontrados trabalhos ou reportagens que partissem desse ponto – o que garantiu o ineditismo do olhar, apesar do tema “fechamento do lixão” não ser inédito. O que diferencia é que, além do factual, a reportagem permite o aprofundamento no tema.

Conforme os registros oficiais e os depoimentos colhidos durante a reportagem, o Lixão da Estrutural é a causa da formação da região administrativa. Por isso, a pauta foi construída em cima da vida dos moradores em uma perspectiva de futuro sem ele. Além desse foco, a reportagem dedica alguns episódios a apresentar o que é a Estrutural hoje, quais os principais problemas da região e quem são as pessoas que trabalharam para o desenvolvimento local. (MARINHO, 2017).

A estrutura dos episódios

A série de reportagens radiofônicas expandidas é organizada em cinco eixos, que totalizam uma duração de cinquenta e seis minutos (56') no ar. O primeiro é um levantamento de dados oficiais e do histórico da criação da cidade, sob o olhar de quem ajudou a construí-la. No segundo episódio, trabalha-se de forma mais aprofundada a rotina dentro do lixão, considerando as dificuldades no cotidiano da profissão dos catadores e as ocasiões de conflito e companheirismo em um território onde quem dita a lei são eles mesmos.

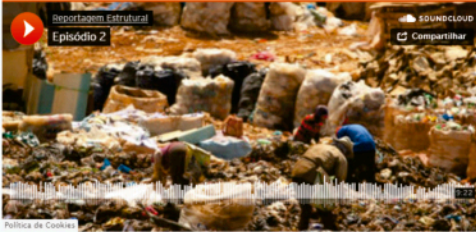
Quais as consequências de viver tão perto do lixo? Essa é a pergunta que norteia a terceira parte do trabalho. Doenças e danos irreversíveis à saúde de quem tira o sustento em meio ao lixo são quase prerrogativas da função. O gás e as doenças que exalam do lixo, no entanto, não estão restritas às fronteiras do Lixão da Estrutural – alcançam toda a região, impactando, inclusive, o solo, a água e até a educação, com o fechamento de uma escola pela presença do gás.

No quarto episódio, são apresentados moradores da Cidade Estrutural que, por meio da educação, da arte ou da criatividade, de alguma forma trabalham para melhorar a região. O episódio que fecha a série traz o debate sobre o fechamento do lixão e a transição para o Aterro de Samambaia com o aprofundamento dos impactos social, econômico e ambiental.

Pioneiros, moradores da região, especialistas e governo tiveram voz e seu lugar de fala registrados na construção da narrativa jornalística sonora. A reportagem radiofônica expandida⁵ está centrada no conteúdo em áudio. Apesar dos complementos que recebe na internet, como fotos, vídeos, links de interesse e documentos que permitem aprofundar em determinado ponto (como se pode ver nos recortes das figuras 02 e 03 a seguir, extraídas do site do LabAudio), a reportagem em áudio continua como a principal estrutura para o entendimento da mensagem.

⁵Este trabalho entende o conceito de rádio expandido corroborando o pensamento de Kischinhevsky e Bezency (2014) como aquele que compreende a existência do meio sonoro na internet, espaço em que ocorre a hibridização do formato radiofônico com o multimídia. Ao mesmo tempo, corrobora-se aqui a proposta de Viana (2017, p. 02), no que se refere à conceituação de reportagem radiofônica expandida, consequentemente baseada em outras três vertentes: reportagem radiofônica, reportagem multimídia e rádio expandido.


A vida no lixão



Política de Cookies

No primeiro episódio, apresentamos as características da população que vive na Cidade Estrutural hoje e descobrimos que a história da comunidade está vinculada à existência do lixão. Na segunda parte da série, vamos aprofundar sobre o cotidiano de quem trabalha dentro do lixão e as relações de conflito e companheirismo entre os catadores.

O Tribunal de Justiça desenvolveu o Fênix, um programa para ensinar catadores de materiais recicláveis a mediar conflitos. Para chamar a atenção dos catadores, o TJDFt utiliza arte em suas palestras e cursos. Ouça o cordel desenvolvido pelo servidor Laci Augusto, que atua no Fênix.




Política de Cookies

A reportagem que venceu o Prêmio CBN de Jornalismo Universitário em 2015, intitulada de "Cooperativas de material reciclável - da falta de cooperativismo até a promoção da paz" também trabalha essa temática e serviu como referência para estruturar este episódio da série. A reportagem da CBN explica como o Projeto Fênix tem mudado o comportamento de catadores que já passaram pela formação.

[Ouça aqui.](#)

O Aterro do Jôquei, conhecido popularmente como Lixão da Estrutural, fica localizado perto da área central de Brasília. A área, listada pela Associação Internacional de Resíduos Sólidos como o segundo maior lixão a céu aberto do mundo, ocupa aproximadamente 200 hectares e fica próximo ao Parque Nacional de Brasília e a menos de 20 quilômetros da Esplanada dos Ministérios. No mapa, é possível ver como o lixão é dividido.



Mapa mostra a distância do Lixão da Estrutural de pontos importantes de Brasília.
Fonte: SLU

Um relatório do Serviço de Limpeza Urbana de 2016 aponta que o Lixão da Estrutural recebe, em média, 2.652 toneladas por dia de resíduos sólidos urbanos e cerca de 6.500 toneladas por dia de resíduos da construção e de demolição. Em 2014, foram 844.186 toneladas de resíduos domiciliares, em 2015 a quantidade foi de 887.220 toneladas e em 2016, 830.055 toneladas.

Além disso, só em 2016 foram 10 acidentes dentro do lixão. Veja o estudo completo [clikando aqui.](#)

Fig. 02 – Reprodução do 2º Episódio da série no site do LabAudio
Fonte: LabAudio/UnB

Saúde e Educação



Política de Cookies

No capítulo anterior, conhecemos o cotidiano e os riscos aos quais os catadores são submetidos diariamente para conseguir o sustento de suas famílias. No terceiro episódio da série, vamos mostrar quais as consequências dessa prática para a saúde dos catadores e descobrir que os prejuízos ultrapassam as fronteiras do lixão e comprometem outras áreas, como a saúde e a educação.

Na reportagem, ouvimos que a professora do curso de saúde coletiva da Universidade de Brasília, Vanessa Cruvinel, realiza uma pesquisa com os catadores do Lixão da Estrutural para traçar um diagnóstico dos danos à saúde causados pelo lixão e encaminhá-los ao tratamento. No áudio a seguir, a professora explica que também está começando uma pesquisa com os filhos de catadores. Seguindo ela, os impactos do lixão na saúde desse público ultrapassa gerações.



Política de Cookies

Os problemas causados pelo lixão também afetaram a educação na Cidade estrutural. Interditada desde 2012 por vazamentos de gás, a Escola Classe 1 da Estrutural só foi ser reaberta em 2017. O GDF diz ter desembolsado pelo menos R\$ 340,97 mil na reforma, que inclui a instalação de 330 metros de canos e de um poço de 2,5 metros de profundidade para captação do gás.



Escola Classe 1 da Estrutural ficou fechada durante 5 anos. Foto: Bianca Marinho

Apesar desse cenário, a reportagem mostrou projetos que trabalham para desenvolver a educação local. É o caso do Instituto Reciclando Sons, projeto que leva educação musical para crianças e jovens gratuitamente. Assista o vídeo de apresentação do instituto:



Fig. 03 – Reprodução do 3º Episódio da série no site do LabAudio
Fonte: LabAudio/UnB

Os roteiros⁶ em texto são disponibilizados na página da reportagem⁷, em cada episódio, com o intuito de proporcionar acessibilidade a quem não tem o sentido da audição, bem como fonte de pesquisa e/ou consulta aos interessados no formato.

Considerações finais

A produção da série corrobora que o formato de reportagem expandida, aplicada ao caso do fechamento do Lixão da Estrutural, configura-se como um formato dinâmico e fluido, útil sobretudo no contexto das mídias digitais, da cultura da conexão e da busca pela inovação no âmbito da produção acadêmica laboratorial/experimental em áudio.

Foi possível construir uma reportagem jornalística com fidelidade às fontes, ao público e ao fazer científico. Cumpriu-se o objetivo de dar luz ao debate sobre a reinserção dos catadores no mercado de trabalho e a recuperação ambiental do maior lixão da América Latina.

Com os relatos de pioneiros, apresentou-se como o funcionamento do Lixão da Estrutural influenciou a consolidação da comunidade e, ao decorrer da série, os moradores foram apresentados sobre outra perspectiva - da criatividade, inovação e cultura. A finalização do produto torna mais claro o dever do comunicador de estudar e apresentar diversas perspectivas de histórias que não podem ser esquecidas.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS [ABRELPE]. **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil**. 2014. Disponível em:

<<http://www.abrelpe.org.br/Panorama/panorama2014.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

BRASIL. **Política Nacional do Meio Ambiente**. Brasília, DF: Planalto 1981. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____. Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente e dá outras providências. Brasília: Planalto, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9605.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

⁶Os roteiros estão disponíveis no site do LabAudio e podem ser acessados pelos endereços: Episódio 1: <<https://goo.gl/E6ZkkB>> Episódio 2: <<https://goo.gl/Nv9djn>> Episódio 3: <<https://goo.gl/CJazqi>> Episódio 4: <<https://goo.gl/1BaEis>> Episódio 5: <<https://goo.gl/NRrKKZ>>

⁷Disponível em: <http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=17&Itemid=673>

BRASIL. **Política Nacional do Meio Ambiente**. Brasília, DF: Planalto 1981. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____. Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente e dá outras providências. Brasília: Planalto, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9605.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Brasília: Planalto, 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 10 set. 2017.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. Secretaria de Estado de Planejamento e orçamento. **Pesquisa distrital por amostra de domicílios: PDAD – 2013**. Estrutural. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/cjEcmu>>. Acesso em: 13 set. 2017.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. Serviço de Limpeza Urbana. **Relatório do Diagnóstico de Resíduos Sólidos do Distrito Federal (2014)**. Brasília, DF. Disponível em: <<https://goo.gl/m33NZi>>. Acesso em: 13 set. 2017.

JENKINS, Henri; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; BENZECRY, Lena. **Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 28, p. 184-198, dez. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/URd5pa>>. Acesso em: 20 set. 2017

LAGE, Nilson. **A reportagem**: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2006.

MARINHO, Bianca. **Estrutural: Uma Comunidade à Espera do Fim do Lixão – Série de Reportagens Radiofônicas Expandidas**. Monografia. Curso de Jornalismo. Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília. 2017.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1995.

MOVIMENTO NACIONAL DOS CATADORES DE MATERIAIS RECICLÁVEIS. **Estrutural: o maior lixão da América Latina é um pesadelo da sociedade brasileira**. Brasília, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/PRjhKh>>. Acesso em: 10 set. 2017.


ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/ODS16.aspx>>. Acesso em: 12 set. 2017.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Trad. Alain François et al. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SECRETARIA de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília: Secom, 2014.

VIANA, Luana. **Reportagens Radiofônicas Expandidas: Uma Proposta de Conceituação.** Curitiba, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/YhxvCi>.> Acesso em: 10 set. 2017.



3ª PARTE
COMUNICAÇÃO,
CIDADANIA E
REDES DIGITAIS

Muito além de fake news: uma percepção sobre estratégias editoriais na cobertura do caso Marielle Franco

Daiene Mendes¹
Mirian Magalhães²

Introdução

Fake news, termo contemporâneo que quase todos já ouviram falar. Porém, o que muita gente ainda não percebeu é que algumas vezes há uma ligação de conteúdo entre as matérias exibidas nos programas de telejornalismo, e esta conexão entre histórias possui o potencial necessário para construir, ou destruir, a reputação de uma pessoa ou de estabelecer uma ideia, imagem ou valor que determine o posicionamento do público acerca de determinado tema.

Chama-se esse fenômeno de “estratégia editorial” e pode-se notar que ele ocorre de uma forma geral nas grades dos noticiários televisivos. Para efetuar uma análise mais pontual, foi realizada uma observação específica sobre o programa RJTV 2, da TV Globo, exibido no dia 13 de abril de 2018, que mostrou uma reportagem exclusiva que contava em detalhes os 30 dias passados do assassinato de Marielle Franco, vereadora da cidade do Rio de Janeiro. Identifica-se na estratégia editorial o potencial de designar um culpado, ou a possibilidade de, sem que durante todo telejornal a palavra “culpado” fosse pronunciada. Isso porque a história contada, depois das informações sobre Marielle, contém elementos possíveis de relacionar os dois casos.

¹Graduanda do Curso de Jornalismo da UNISUAM/RJ

²Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UNISUAM/RJ

Desse modo, visando dar substancialidade à análise, a pesquisa apoia-se nas reflexões de Viseu (2014), que discute critérios de noticiabilidade no telejornalismo, e Abramo (1988), que identifica e classifica padrões de manipulação na grande imprensa.

A reflexão foca na relação entre os resultados das chamadas *fake news*, que baseadas em uma estratégia de desinformação, viralizam rapidamente e tendem a construir uma imagem negativa sobre determinada pessoa, conceito ou ideia, e os resultados do que denominamos aqui de "estratégia editorial", fenômeno com resultados semelhantes aos das *fake news*, mas com uma dinâmica bem diferente, já que se baseia no falso conceito de imparcialidade na produção da notícia.

A reflexão estende-se ainda aos processos de decisão e às subjetividades que acompanham o profissional de comunicação responsável por "montar o telejornal", quase sempre tarefa do editor-chefe na construção do espelho³. As desigualdades sociais e as limitações históricas que transformaram as redações dos grandes jornais em espaços cada vez mais privilegiados foram consideradas, pois os profissionais envolvidos normalmente carregam a árdua missão de contar histórias que muitas vezes não os representam, sem conhecimento mais próximo a alguns temas abordados, principalmente os relacionados à violência.

O caso Marielle Franco

Marielle Francisco da Silva era negra, moradora do Complexo da Maré, e assumiu uma cadeira na Câmara dos Vereadores do Rio de Janeiro em janeiro de 2017, após a eleição de outubro de 2016, acumulando um resultado de mais de 46 mil votos em sua primeira tentativa à corrida eleitoral. Como decorrência, Marielle Franco tornou-se a única mulher negra na casa legislativa de uma cidade que possui uma população com mais de 6 milhões de habitantes, destes, mais de 3 milhões do sexo feminino. Negros e pardos somam 48% da população (dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)⁴.

De acordo com a relação que consta no próprio website da Câmara dos Vereadores⁵, a casa legislativa do Rio de Janeiro que Marielle passou a compor reúne um total de 51 vereadores e atualmente possui em seu quadro de parlamentares apenas 6 mulheres. Não há mais nenhuma mulher negra, isso porque no dia 14 de março de 2018, Marielle Franco foi assassinada com pelo menos quatro tiros na cabeça, no bairro do Estácio, centro do Rio de Janeiro.

³ Espelho - a organização do telejornal, apresentada de forma extremamente concisa, reflete como o telejornal está sendo estruturado e a ordem que as matérias irão ao ar.

⁴ Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43423055>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

⁵ Disponível em: <http://www.camara.rj.gov.br/vereadores_atuais.php>. Acesso em: 29 abr. 2018.

Antes de interromperem a sua vida, Marielle participava de um evento na Casa das Pretas⁶, e o título era *Mulheres Negras Movendo as Estruturas*. Depois disso, no caminho para casa, um carro suspeito emparelhou com o que transportava Marielle e efetuou os disparos que mataram a vereadora e o motorista, Anderson Gomes.

O posicionamento político de Marielle, dentro e fora da câmara dos vereadores, esteve sempre do lado dos Direitos Humanos. Com postura combativa, Marielle encaminhou dezesseis propostas, duas foram aprovadas como leis concretas nos 15 meses em que exerceu o mandato de vereadora.

A repercussão do crime foi muito grande. Pessoas do Brasil e do mundo inteiro organizaram manifestações para pedir justiça pelo crime cometido⁷, e a principal pergunta, repetida em diferentes línguas era: Quem mandou matar Marielle Franco?

Marielle Franco tinha 38 anos, graduou-se em sociologia pela PUC-RIO - formada com bolsa de estudos integral obtida através do PROUNI⁸, e era mestre em Administração Pública pela Universidade Federal Fluminense - UFF, com a dissertação intitulada "UPP - A redução da favela a três letras: uma análise da política de segurança pública do Estado do Rio de Janeiro".

O assassinato de Marielle segue em investigação. A polícia ainda não conseguiu, até o período de finalização do artigo, concluir o inquérito que identificaria os responsáveis pelo assassinato da quinta vereadora mais votada na segunda maior cidade do Brasil.

Na rua, nas redes e na televisão: a repercussão e a identificação das estratégias editoriais

Para fins de sistematização dos pontos que envolvem a repercussão do caso que sera discutido, três grandes núcleos de informações que surgiram sobre Marielle Franco serão descritos, sendo eles:

1) **As ruas:** As várias manifestações espontâneas que ocorreram em diferentes lugares do mundo, todas cobrando das autoridades respostas ao assassinato da vereadora, além de ecoarem o trabalho e o envolvimento de Marielle com causas relacionadas aos direitos humanos. As articulações continuam mesmo após cerca de quatro

⁶Espaço cultural, localizado na região central do Rio de Janeiro.

⁷Importante pontuar que o Estado do Rio de Janeiro está sob intervenção federal militar a partir do decreto assinado pelo governador do Estado, o que na prática, transfere para o Exército Militar Brasileiro, a responsabilidade de coordenar e dirigir as polícias.

⁸PROUNI - Programa Universidade para Todos, é uma política afirmativa do Governo federal que concede bolsas de estudo para pessoas pobres.

meses da data do crime, e um exemplo foi o Amanhecer por Marielle e Anderson, que reuniu pessoas às 6am em diferentes lugares do Brasil e do mundo, reforçando a pressão por justiça e uma resposta às investigações⁹.

2) **As Redes:** A internet e a escalada das *fake news*¹⁰ – Parece ser sintomático. O assassinato de uma pessoa negra precisa ser justificado para que aquele corpo seja considerado inocente, principalmente quando se tem algum histórico ou relação com a favela. Átila Roque, diretor da Ford Foundation, comenta em artigo para o NEXO, sobre a existência de um olhar seletivo na sociedade que está direcionado para um padrão específico de sujeito. Segundo ele, é esse olhar que transforma em “aceitável” os dados que registram a morte dos mais de 60 mil jovens assassinados anualmente Brasil.

A geografia segregada das cidades, a impunidade que prevalece em homicídios cometidos por policiais e a política de segurança focada na guerra e no enfrentamento armado do tráfico suspendem na prática o estado de direito e instalam o estado de exceção em certas áreas das cidades, sinalizando com uma autorização tácita para a execução dos “elementos suspeitos”. Uma seletividade perversa que torna alguns sujeitos matáveis, sem que sintamos qualquer horror ou responsabilidade em relação a isso. (NEXO, 2018)¹¹

Destaca-se também para a reflexão o caso da menina Maria Eduarda, que tinha 13 anos e morreu na favela de Acari, dentro da escola, durante a aula de educação física¹². A morte foi resultado de uma operação dos policiais do 41º BPM que buscavam por traficantes de drogas na região. O fenômeno das notícias falsas dominou as páginas das redes sociais e dos aplicativos de mensagem por celular, com uma foto falsa de Maria Eduarda portando uma arma de fuzil.

Identifica-se certo padrão reproduzido também na morte do Eduardo de Jesus¹³, 10 anos, no Complexo do Alemão¹⁴ em 02 abril de 2015. Ele estava sentado no portão de casa quando um policial disparou um tiro de fuzil que atingiu a cabeça do menor, matando-o na hora. Na internet, as *fake news* mostravam uma criança portando uma arma, e o texto que acompanhava a imagem afirmava que o menino da foto falsa seria Eduardo de Jesus. Isso

⁹Disponível em: <<https://www.mariellefranco.com.br/amanhecer>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

¹⁰Disponível em: <<http://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-asnoticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>. Acesso em: 30 abr. 2018

¹¹Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/ensaio/2015/12/06/Seguran%C3%A7a-p%C3%BAblicas-e-a-constru%C3%A7%C3%A3o-dos-sujeitos-mat%C3%A1veis-no-Brasil>>. Acesso em: 30 abr. 2018

¹²Disponível em: <<http://www.e-farsas.com/pericia-confirmou-que-maria-eduarda-morreu-com-tiros-deak47.html>>. Acesso em: 01 mai. 2018

¹³Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/04/mae-de-morto-no-alemao-acusa-nunca-vouesquecer-o-rost-do-pm.html>>. Acesso em: 09 mai. 2018

¹⁴Conjunto de favelas localizado na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro

foi o bastante para que a imagem fosse reproduzida diversas vezes, como se ela, ainda que falsa, suprisse um anseio de uma parte da população que aguardava somente qualquer indício que pudesse justificar aquela morte.

A morte de DG, Douglas Rafael da Silva Pereira, dançarino do programa Esquenta, exibido pela TV Globo, com um tiro nas costas na favela Pavão-Pavãozinho, ou o caso dos quatro meninos de Costa Barros que tiveram o carro fuzilado com 111 tiros, são exemplos dos muitos eventos que repetem a dinâmica das *fake news*. O advogado Luã Maia Mello, em artigo para o portal LEX MACHINE¹⁵, comenta sobre as responsabilidades penais que podem ser aplicadas quando é possível a localização dos autores de *fake news* que, por ventura, promoveram calúnia contra pessoas mortas.

[...] Além de ter uma perversa faceta de tentar legitimar os assassinatos, a vil prática de caluniar os mortos configura o crime previsto no § 2º do artigo 138 do Código Penal, sendo, portanto, penalmente responsável o agente que pratica a referida conduta. (LEX MACHINE, 2018)¹⁶

O caso Marielle Franco segue a mesma dinâmica, mas desta vez com um fator especial: a identificação e penalização de alguns dos responsáveis por propagar as notícias falsas. De acordo com o Laboratório de Estudos Sobre Imagem e Cibercultura - LABIC, a repercussão da morte de Marielle Franco rompeu com uma rede de silêncio que geralmente se perpetua nesse tipo de agressão online.

Ao contrário do que acontece com a maioria desse tipo de crime, a repercussão do caso da política carioca destruiu uma rede de silêncio que se forma sobre essas agressões. Os compartilhamentos nas redes sociais lançaram a um nível de reconhecimento global uma personagem política que, mesmo tendo sido uma das mais votadas na capital carioca, não tinha espaço privilegiado na agenda midiática política local, nacional ou muito menos internacional. (LABIC, 2018)¹⁷

¹⁵O LEX MACHINE tem como objetivo principal fomentar o debate de forma colaborativa acerca do direito digital e dos impactos do desenvolvimento de novas tecnologias na sociedade. O espaço está sempre aberto para contribuições relacionadas a temas jurídicos envolvendo inteligência artificial e outras inovações tecnológicas disruptivas, tais como, neurociência, internet das coisas (IoT), blockchain, engenharia genética, cybergurança, big data, online dispute resolution (ODR) e lawtechs.

¹⁶Disponível em: <<https://www.lexmachinae.com/2018/03/26/desinforme-001-a-responsabilidade-penal-do-autorde-fake-news-por-crime-de-calunia-contra-os-mortos/>>. Acesso em: 01 abr. 2018

¹⁷Disponível em: <<http://www.labic.net/cartografia/analise-das-imagens-de-mariellepresente-memorias-entre-ador-e-a-esperanca/>>. Acesso em: 01 abr. 2018

Retomando a análise sobre a repercussão do caso Marielle Franco, o terceiro núcleo de informações, além dos já citados – as ruas e as redes, é:

3) **A Televisão:** a maioria dos canais de televisão circulou informações sobre o caso, e considerando as limitações de tempo e espaço para análise de toda produção audiovisual veiculada aos canais de televisão no Brasil, foi destacado para reflexão o noticiário RJTV 2, da TV Globo, exibido do no dia 13 de abril de 2018, passados exatos trinta dias do assassinato da vereadora Marielle Franco.

De acordo com a sua página oficial, a emissora produz por ano 3.000 horas de jornalismo e o programa RJTV 2ª edição é uma das produções telejornalísticas que contribuem para esse número.

“EXCLUSIVO”. É assim o início da reportagem exibida na data citada. Ela dura pouco mais de 10 minutos e conta em detalhes o trajeto dos carros e a dinâmica do crime na noite do assassinato de Marielle Franco. No espelho, a reportagem que vinha a seguir, ocupava 2' 23" da grade do jornal e contava a trajetória que levou para a cadeia um grupo de traficantes de drogas que agia de maneira estratégica e detinha forte material bélico para realizar assassinatos e roubos de carga na região metropolitana do Rio de Janeiro.

A reflexão proposta neste artigo está baseada na existência de uma relação entre a sequência de reportagens expostas nos programas de telejornalismo, ou seja, a identificação de mais de um dos padrões de manipulação encontrados na grande imprensa e tratados no livro de Perseu Abramo (1988). Além disso, analisam-se também os impactos que as *fake news* podem causar na vida, memória ou trajetória de um indivíduo, ideia ou valor, relacionando-os aos efeitos do padrão de manipulação identificado na pesquisa.

Abramo (1988, p.38) identifica que a principal característica do telejornalismo brasileiro é a manipulação. Segundo o autor, a manipulação das informações é também a manipulação da realidade e, neste sentido, a mídia assume, com o atual modelo de jornalismo brasileiro, o papel de narrar uma realidade irreal.

É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. Tudo se passa como se a imprensa se referisse à realidade apenas para apresentar outra realidade, irreal, que é a contrafação da realidade real. É uma realidade artificial, não-real, irreal, criada e desenvolvida pela imprensa e apresentada no lugar da realidade real. (ABRAMO, 1988, p.38)

O autor, portanto, identifica em sua pesquisa cinco padrões de manipulação da realidade, sendo eles: (i) Padrão de Ocultação – que está relacionado ao processo de decisão daquilo que é, ou não é um fato jornalístico; (ii) Padrão de Fragmentação – quando há a descontextualização dos fatos; (iii) Padrão da inversão – que acontece quando há o escalonamento dos fatos baseados em aspectos subjetivos, a troca da forma pelo conteúdo, quando uma versão

se sobrepõe a um fato ou trocam a informação pela opinião; (iv) Padrão da indução – caracterizado pelo reordenamento ou re-contextualização de fragmentos da realidade; e (v) Padrão Global – os processos de manipulação não estão relacionados exclusivamente à televisão mas se estendem, de forma global, para outras plataformas de comunicação.

Identificados os padrões de manipulação descritos por Abramo (1988) e redirecionando as reflexões à análise do programa RJTV2 destacamos o processo de criação do espelho como principal fator de percepção da análise proposta. O pesquisador Alfredo Viseu descreve em seu livro, *Decidindo o que é notícia, a rotina diária dos produtores e editores do RJTV 1*, e é a partir deste cenário que verificamos o processo de construção do espelho: "(...) Os editores chegam na redação entre 8 e 8h30min. O primeiro a chegar é o editor-chefe. É ele quem começa a organizar o jornal, a preparar o espelho." (VISEU, 2014, p. 99)

Destaca-se na Figura 1 o espelho do programa em análise. O processo de leitura deve ser realizado de baixo para cima, no qual cada linha representa um momento da construção do telejornal. Nota-se, pela imagem, que não há uma delimitação que separe os assuntos do bloco 1.

A reportagem exclusiva sobre o caso Marielle ocupa grande parte do jornal [segue da linha 01 à linha 12], e está conectada à linha 13 [operação] que é a reportagem sobre o grupo de traficantes especializados em assassinatos e roubos de carga, que rendeu à Polícia Civil um ano de investigação. Em princípio, os casos não têm qualquer relação entre si.

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|--|------------------------|----------|------|------|------|------|-------|-------|------|----------|----|------|---------|
| 20B | *VT | | (V) GOLFINHOS | | ==== | 0:00 | 0:00 | 0:00 | R2798 | andre | edua | 00:06:54 | OK | | |
| 20A | *VT | | ***TEASER 1 FUTEBOL | | GRO | 0:00 | 0:00 | 0:00 | R2710 | andre | edua | 00:06:54 | OK | ORL | Esporte |
| 20 | * | | ***** PASSAGEM 1 ***** | | GRO | 0:14 | 0:12 | 0:26 | | andre | edua | 00:06:54 | OK | | |
| 19 | *VT | | AGETRANSP | | GRO | 0:07 | 0:57 | 1:04 | R2706 | andre | edua | 00:07:20 | OK | BER | |
| 17 | *VT | | VELEJADOR DESAPARECI | RLEMS | GRO | 0:14 | 2:03 | 2:17 | R2705 | andre | edua | 00:08:24 | OK | BER | |
| 15 | *NOTA | | INTERVENÇÃO | | GRO | 0:25 | | 0:25 | | andre | edua | 00:10:41 | OK | GRE | |
| 13 | *VT | | OPERAÇÃO | ETCHAO | GRO | 0:09 | 2:14 | 2:23 | R2704 | andre | edua | 00:11:06 | OK | IVAN | |
| 12 | *TELA | | L1/DH BARRA | | ==== | 0:00 | 0:25 | 0:25 | | andre | andr | 00:13:29 | OK | andr | |
| 11 | *VT | | FAMILIA MARIELLE | | ==== | 0:00 | 1:42 | 1:42 | R2733 | andre | edua | 00:13:54 | OK | GRE | |
| 09 | *TELA | | L1/DH BARRA | BLUCHESE | ==== | 0:00 | 0:42 | 0:42 | | andre | edua | 00:15:36 | OK | VIRG | |
| 07 | *VT | | MARIELLE | BLUCHESE | ==== | 0:00 | 3:18 | 3:18 | R2702 | andre | edua | 00:16:18 | OK | VIRG | |
| 05 | *TELA | | L1/DH BARRA | BLUCHESE | ==== | 0:00 | 0:58 | 0:58 | | andre | edua | 00:19:36 | OK | GRE | |
| 03 | *VT | | INVESTIGACAO | BLUCHESE | ==== | 0:00 | 1:37 | 1:37 | R2714 | andre | edua | 00:20:34 | OK | VIRG | |
| 01 | *TELA | | L1/DH BARRA | BLUCHESE | GRO | 0:16 | 0:41 | 0:57 | | andre | edua | 00:22:11 | OK | VIRG | |
| 00 | *VT | | ABERTURA | | ==== | 0:54 | 0:00 | 0:54 | R2770 | andre | edua | 00:23:08 | OK | | |
| * | | | ***** CREDITOS ***** | | | 0:00 | | 0:00 | | andre | andr | 00:24:02 | OK | | |
| 19-22 | | | JR J2 SEXTA 13/04/18 | | | 0:00 | | 0:00 | | andre | | 19:22:1 | OK | | |

Fig. 1. Reprodução espelho do programa exibido em 13/04/2018

Fonte: TV Globo

Apenas uma frase dita pelo âncora do jornal separa as duas reportagens: “Da ostentação para a cadeia”, disse a repórter olhando para a câmera principal do estúdio. As duas reportagens poderiam não ter relação alguma, mas observa-se alguns elementos que sugerem mostrar o contrário. Os elementos contidos na narrativa que conta a história do assassinato da vereadora podem ser identificados na reportagem que viria a seguir, o que baseado na categorização dos processos de manipulação de mídia destacados por Abramo (1988), sinalizam o padrão de indução, já que é possível a percepção de uma tentativa de reordenamento ou re-contextualização de fragmentos da realidade.

A reportagem sobre os traficantes destacava sua organização, correlacionando subjetivamente a perseguição ao carro da vereadora à estratégia dos traficantes que, de acordo com a reportagem, comunicavam o passo a passo das operações com riqueza de detalhes e inteligência. De dentro dos carros, os traficantes se comunicavam via rádio e monitoravam cada passo das operações policiais em seus territórios.

No minuto 11:13 o narrador do off¹⁸ comenta: “Tem até kit rajada”¹⁹ enquanto na tela, os telespectadores assistem imagens dos traficantes fortemente armados e felizes com a sensação do poder. Esse é outro elemento comum identificado: a presença de armas semelhantes nas duas reportagens. A arma que a investigação suspeita ter assassinado a vereadora é exibida livremente pelo grupo de traficantes²⁰, além disso, enquanto a tarja da reportagem²¹ que conta a história do assassinato de Marielle diz que “até agora não se sabe quem são os assassinos”, a mesma tarja aparece no quadro seguinte, na reportagem sobre a prisão do grupo de traficantes, com a inscrição: “Da ostentação para a prisão”.

Parece que o único erro dos traficantes, que possuíam armamento necessário e estratégia genial para a execução de seus crimes, foi ter compartilhado suas vitórias pelas redes sociais. Foram os vídeos na internet que chamaram a atenção da Polícia Civil, que investigou o grupo de traficantes e executou a prisão.

Enquanto a primeira reportagem detalha a dinâmica de atuação dos assassinos no caso da vereadora, a segunda destaca o processo de investigação da Polícia Civil que prendeu os traficantes que se comunicavam via rádio. Eles usavam a tecnologia para comentar a localização da polícia, mas estavam com o sinal grampeado o que, se relacionado aos padrões de manipulação descritos por Abramo (1988), identifica-se o padrão

¹⁸OFF – É o texto gravado pelo repórter – normalmente após a gravação da matéria. É a narração da notícia, colocada durante a matéria

¹⁹Kit Rajada é um acessório que quando instalado em uma pistola 9 mm, potencializa a velocidade dos disparos.

²⁰A primeira hipótese no caso Marielle Franco, é que a arma utilizada para o crime estivesse equipada com o KIT RAJADA. A informação foi amplamente divulgada – é possível saber mais aqui: <https://theintercept.com/2018/05/08/marielle-submetralhadora-suspeito-assassino>

²¹Tarja da reportagem – é onde aparece o texto explicativo sobre a notícia

global/terceiro ato, que é quando a autoridade “tranquiliza o povo, desestimula qualquer ação autônoma e independente do povo, mantém a autoridade e a ordem, submete o povo ao controle dela, autoridade” (ABRAMO, 1988, p.55). Ou seja, a população pode ficar tranquila, não precisa agir, por mais que pareça o contrário, as autoridades têm tudo sob controle e no momento certo irá encontrar os assassinos de Marielle, assim como prendeu esse grupo de traficantes que se considerava muito esperto e intocável.

São muitos os desafios de produzir conteúdo jornalístico, principalmente considerando as subjetividades dos processos de análise e redação, e este fato não está restrito às organizações Globo, mas às práticas do fazer jornalismo. Segundo Rosa (2014, p.74) 31 “não há informação objetiva sem construção subjetiva. Muito do que se vê nos telejornais não pode ser organizado ou categorizado em “pura informação” ou “pura opinião”. Abramo (1988) questiona o processo de manipulação no jornalismo, dele ser intrínseco à atividade ou apenas um tipo ou perfil de jornalismo. Seria possível produzir um jornalismo isento, imparcial e neutro? Para responder à questão, Abramo discorre sobre as subjetividades do fazer jornalismo:

É claro que a objetividade – bem como o seu contrário, a subjetividade – não existe em absoluto e em abstrato. Entre a subjetividade e a objetividade existe uma gradação, em que os dois pólos indicam os limites tangenciais dessa gama variada e graduada. Da mesma forma, há sempre elementos de subjetividade na objetividade e de objetividade na subjetividade. Assim, nunca se é inteiramente subjetivo nem totalmente objetivo, na relação de apreensão e conhecimento do real. Mas é possível proceder mais ou menos objetivamente ou subjetivamente, e é esta noção que é fundamental reter: a da possibilidade concreta de buscar a objetividade e de tentar aproximar-se ao máximo dela. (ABRAMO, 1988, p.55)

Compreender que o perfil do jornalista brasileiro está relacionado a um processo histórico de muitas desigualdades sociais para manutenção de privilégios para poucos, foi importante para a construção da reflexão proposta no artigo. De acordo com a pesquisa “Quem é o jornalista brasileiro – perfil da profissão no país”²², no final de 2012, 68% dos jornalistas brasileiros eram mulheres brancas, solteiras, com até 30 anos. Negros ocupam a marca dos 5% do total de jornalistas no Brasil, e quando analisa-se a porcentagem de jornalistas brasileiros brancos, o cenário é bem diferente, pois 72% dos entrevistados se identificaram como brancos na pesquisa.

²²Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>> Acesso em: 07 jul. 2018

Jornalistas brasileiros com renda inferior e superior a 5 salários mínimos, por sexo (2012)

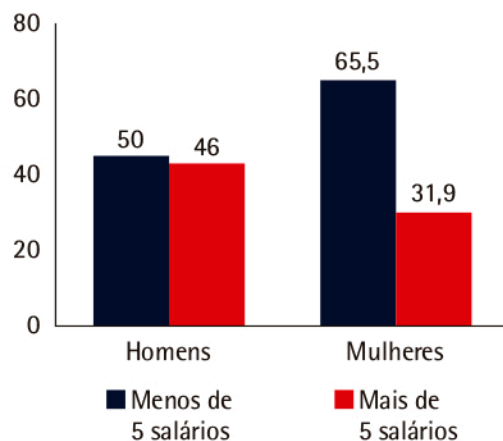


Fig. 2. Extraído da pesquisa "Perfil do Jornalista Brasileiro"
Fonte: <http://bit.ly/2yoHID5>

Apesar de serem maioria, as mulheres jornalistas mais jovens ganhavam menos que os homens; eram maioria em todas as faixas até 5 salários mínimos e minoria em todas as faixas superiores a 5 salários mínimos.

Pode-se perceber que, se a maioria dos jornalistas brasileiros são mulheres, brancas e de até 30 anos de idade, este perfil não está relacionado à realidade das pessoas pobres e negras do país, que dificilmente conseguem alcançar o ensino superior e, além disso, quando conseguem, precisam driblar as barreiras de acesso à cidade, violências, falta de equipamentos básicos e, principalmente, falta de dinheiro.

Há de se considerar que o processo de produção textual é também uma ação subjetiva, ou seja, construído através, e a partir de, vivências, realidades e, principalmente, pela forma que enxerga-se o mundo. Assim, pode-se perceber que a produção do jornalismo brasileiro está sendo narrado por aqueles que não tem nenhuma, ou pelo menos pouca, intimidade com a realidade vivida por aqueles que consomem, e muitas vezes são personagens, das notícias originárias da violência urbana que acomete a cidade do Rio de Janeiro. Ou seja, quem está à frente da imprensa, de um modo geral, desconhece ou não tem muita intimidade com o universo que cercava, por exemplo, tudo que a vereadora Marielle defendia.

Para Vizeu (2014, p.13), o processo de produção da notícia "é como montar um quebra-cabeças" e analisando o processo de construção do espelho, tendo em vista as subjetividades, estratégias de manipulação e o perfil dos

profissionais que atuam nas redações do telejornal brasileiro, os produtos realizados neste contexto podem ser caracterizados, também, como uma estratégia de manipulação da grande imprensa.

É importante pontuar que os processos de manipulação que identificamos neste artigo ocorrem de diferentes formas, e que nem todo o material produzido pela imprensa é um material manipulado estratégica e objetivamente. Se assim fosse, a identificação e possível banimento deste tipo de produção jornalística seria facilmente realizado. Da mesma forma, se os fenômenos descritos aqui acontecessem vez ou outra, estes efeitos seriam igualmente identificados.

Considerações Finais

O processo de desenvolvimento deste artigo possibilitou a reflexão sobre uma possível identificação de nova categoria no surgimento das *fake news*. Se habitualmente, as notícias falsas surgiram com o objetivo de destruir a reputação de alguém, baseado no posicionamento político de figuras públicas, registramos aqui um processo de produção de *fake news* que tem como alvo pessoas negras e pobres, na tentativa de justificar a morte de um perfil que é alvo do extermínio da atual política de segurança nacional, que se concentra pouco na investigação e inteligência, e dispensa vidas e muito dinheiro nas estratégias de guerra fracassadas e concentradas no enfrentamento armado ao tráfico de drogas. Além disso, percebeu-se que a decorrência do fenômeno das notícias falsas tem mensuração limitada, já que uma rede de silêncio, no lugar de uma narrativa que desminta os fatos, é habitualmente construída nesse tipo de agressão online.

Os resultados da pesquisa possibilitaram a reflexão acerca de uma possível identificação de um novo modelo de manipulação da mídia que possui o potencial de construir uma ideia, imagem ou valor, baseado em um conceito de imparcialidade, mas que possui efeitos tão poderosos quanto os das *fake news*, apesar de serem ainda mais desafiadores os processos de identificação e responsabilização, ou de produção de uma contra-narrativa que possibilite a preservação da imagem dos personagens atingidos, fato que transforma este trabalho em mais uma iniciativa de análise das atividades do fazer jornalístico com o objetivo de contribuir para a construção de um jornalismo mais justo, que contemple as minorias e preserve o seu compromisso com a justiça, a verdade e a pluralidade. #MariellePresente.

REFERÊNCIAS

CAMARA DOS VEREADORES DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <http://www.camara.rj.gov.br/vereadores_atuais.php>. Acesso em: 29 abr. 2018.

DE CASTRO, Fábio. 'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras. Disponível em: <<http://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-maisrapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

DIAS CARNEIRO, Julia. **Mulher, negra, favelada, Marielle Franco foi de 'cria da Maré' a símbolo de novas lutas políticas no Rio**: Marielle Franco foi eleita vereadora do Rio em sua primeira tentativa, com mais de 46 mil votos. 15 março 2018. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43423055>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ. Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>> Acesso em: 07 jul. 2018

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

LABORATÓRIO DE ESTUDOS SOBRE IMAGEM E CIBERCULTURA - LABIC. Disponível em: <<http://www.labic.net/cartografia/analise-das-imagens-de-mariellepresentememorias-entre-a-dor-e-a-esperanca/>>. Acesso em: 01 abr. 2018

LOPES, Gilmar. **A perícia confirmou que Maria Eduarda morreu com tiros de AK47?** Disponível em: <<http://www.e-farsas.com/pericia-confirmou-que-maria-eduarda-morreu-comtiros-de-ak47.html>>. Acesso em: 01 mai. 2018.

MAPA DA VIOLÊNCIA. Disponível em: <<https://www.mapadaviolencia.org.br/>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

MELO, Luã. **A Responsabilidade penal do autor de Fake News por crime de calúnia contra os mortos**. Disponível em: <<https://www.lexmachinae.com/2018/03/26/desinforme-001-a-responsabilidade-penal-do-autor-de-fake-news-por-crime-de-calunia-contra-os-mortos/>>. Acesso em: 01 abr. 2018

PERSEU, Abramo. **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

PORTAL G1 DE NOTÍCIAS. **Menino morre baleado durante operação da elite da PM no Alemão**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/04/menino-morre-baleado-durante-operacao-da-elite-da-pm-no-alemao.html>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

ROQUE, Átila. **Segurança pública, racismo e a construção dos sujeitos 'matáveis' no Brasil**. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2015/12/06/Seguran%C3%A7ap%C3%ABblica-racismo-e-a-constru%C3%A7%C3%A3o-dos-sujeitos-mat%C3%A1veis-no-Brasil>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

ROSA, Maristela. **Objetividade X Subjetividade Uma análise do telejornalismo opinativo no Brasil**. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Monografia-P%C3%B3s-bancacorre%C3%A7%C3%A3o.pdf> > Acesso em: 07 jul. 2018

SILVEIRA, Daniel. **Mãe de morto no Alemão acusa: 'nunca vou esquecer o rosto do PM'**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/04/mae-de-morto-no-alemaoacusa-nunca-vou-esquecer-o-rosto-do-pm.html>>. Acesso em: 09 mai. 2018.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

Discursos de ódio nas redes digitais e a instauração do "tribunal" virtual

André Carvalho¹

Krisllen Mayra Coelho²

Leonardo Ramon Carneiro³

Sarah Maria Rocha⁴

Rosalay de Seixas Brito⁵

Introdução

A noção de linchamento é consideravelmente esclarecida na sociedade, uma vez que está atrelada à história com diversos registros de casos dos mais variados tipos. A omissão do Estado em certas circunstâncias fez com que, ao longo do tempo, houvesse um crescimento vertiginoso de atos públicos de violência física, desencadeados coletivamente por indivíduos ávidos a fazerem "justiça com as próprias mãos".

Nesse sentido, quando a configuração social não está de acordo com a ordem convencional, muitos acabam por colocar em prática seus sistemas punitivos como resposta ao cenário existente. Segundo Martins (1995, p. 299), o "linchamento não é uma manifestação de desordem, mas de questionamento da desordem", pois parte do pressuposto de que há um conjunto politicamente estabelecido de normas e códigos sociais a serem seguidos que,

¹Graduando do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

²Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

³Graduando do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

⁴Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

⁵Orientadora da pesquisa. Doutora em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA) da Universidade Federal do Pará. Professora Associada da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA).

quando quebrados, demandam a interferência do Estado para que a ordem seja restaurada novamente. Todavia, se este não o faz, uma reação coletiva possivelmente será percebida e então o ato de linchar ocorre, como questionamento à impessoalidade da lei.

Atualmente, os linchamentos tomam outras formas e se adequam significativamente ao contexto tecnológico das redes sociais digitais, transferindo em tese os atos brutais de violência nas ruas para a tela de um dispositivo comunicacional. Desse modo, é perceptível uma aceleração das relações dos indivíduos no que diz respeito ao uso de tais dispositivos como meio de pretensamente executar a justiça social, o que acarreta legitimamente uma espécie de “tribunal virtual”.

A violação do eu também faz parte deste processo, principalmente por se tratar de projeções do homem em ambientes virtuais, que não refletem as expectativas reais, na sua totalidade. O simples acesso à rede torna fácil a propagação de discursos extremos, capazes de suscitar um leque de possibilidades na constituição da identidade do indivíduo *online*. Além disso, com a validação da liberdade de expressão em foco, um determinado grupo de pessoas pode acabar prejudicando diretamente outro grupo e/ou indivíduo(s).

O presente trabalho tem como finalidade discutir os linchamentos em ambientes virtuais com base em alguns casos pertinentes e atuais. O artigo em primeiro lugar, apresenta um breve panorama histórico sobre a prática de linchamentos; em seguida apresenta a metodologia utilizada. Na terceira e última parte discute-se os linchamentos na era virtual, contando ainda com dois subtópicos: o primeiro faz uma ponte com a esfera do entretenimento, ao debater um episódio da série britânica *Black Mirror* que estabelece conexão com o tema enfatizado e o segundo focaliza de maneira mais específica o “Caso Day McCarthy”, ocorrido no Brasil, e que consideramos exemplar para a análise da prática do linchamento virtual.

Breve panorama sobre os linchamentos

Por mais que os fatores culminantes para o linchamento sejam diversos, em grande parte dos casos a motivação surge dos mesmos pressupostos: controle social, punição e aplicação da justiça. Somente no Brasil, de acordo com o estudo feito por Martins (2015), pelo menos um milhão de brasileiros já se envolveram em um caso ou uma tentativa de linchamento, num período de 60 anos que foram analisados pelo autor. Ele classifica a maioria das ocorrências no país como *mob lynching*, quando pessoas se agrupam de forma rápida e espontânea para punir quem consideram culpado. Porém, o *vigilantism* também se faz presente nesse contexto, caracterizando-se por determinados grupos que tomam para si o papel de vigilantes.

Logo, o linchamento praticado por cidadãos brasileiros apresenta uma natureza punitiva, que visa mais à vingança contra o indivíduo momentaneamente julgado como infrator, partindo de um sentimento de revolta e insatisfação com os representantes da justiça brasileira. Outro aspecto assinalado por Martins (2015) é que uma boa parcela dos linchamentos é praticada no ambiente urbano, e protagonizada por sujeitos desconhecidos. Portanto, o julgamento de linchadores se torna bastante improvável.

Apesar do aumento do número de casos ao longo dos anos no país, a prática do linchamento acompanha a história das sociedades, independentemente da presença do Estado ou qualquer instituição responsável pela aplicação de leis. Também é necessário destacar o caráter cultural e histórico desta atitude popular, como o que ocorre em Moçambique nos últimos anos, como destaca Martins (2015), em que os linchamentos ocorreram “motivados pela suspeita de que os linchados haviam lançado feitiço sobre algum homem do grupo, que lhe provocará a redução do tamanho do pênis” (p. 18).

Com a influência que as redes sociais digitais exercem na atualidade, é fundamental observar se os linchamentos físicos também podem ser transferidos para o ambiente virtual. “A organização social em redes on-line também provocou uma reconfiguração na privacidade, no exercício do poder e, conseqüentemente, nas formas de controle” (MACEDO, 2016, p. 15). Agora, os linchadores virtuais podem atacar a qualquer pessoa, seja ela culpada de algum crime ou não, devido ao anonimato permitido nas redes.

Apesar das evidentes diferenças, o linchamento virtual pode infligir à vítima conseqüências quase tão extremas quanto o físico e presencial. Uma vez disseminada a violência contra alguém, cabe a vítima procurar as autoridades competentes para denunciar o episódio, já que com os avanços na legislação, os crimes cibernéticos são punidos com maior frequência.

Metodologia

A pesquisa em que se baseia este artigo tem caráter qualitativa do ponto de vista da abordagem do problema, visto que sua área de concentração se encontra ligada às ciências humanas e este trabalho tem por objetivo avaliar a proporção que os linchamentos têm tomado com o desenvolvimento contínuo dos dispositivos informacionais digitais e como isso afeta a interação interpessoal tanto nas redes digitais quanto na vida social. De outro lado, também constitui uma pesquisa explicativa do ponto de vista do objetivo abordado, esta última que:

[...] tem como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Esse é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas (GIL, 2009, p. 42).

Primeiramente, o artigo se pautou em uma pesquisa bibliográfica sobre a evolução dos linchamentos, tomando como base os autores José Martins (2015) e Karen Macedo (2016), e em seguida fez-se a análise do caso de linchamento virtual envolvendo a socialite, de origem brasileira, que mora no Canadá, Day McCarthy – que fez comentários preconceituosos nas redes sociais. No dia 25 de novembro, McCarthy utilizou sua visibilidade em sua conta pessoal do *Instagram* para publicar um vídeo em que ofende uma criança. A pequena Titi de apenas 4 anos, natural do Malawi na África e filha adotiva do casal de atores brasileiros Giovanna Ewbank e Bruno Gagliasso, sofreu agressões racistas da socialite, o que rendeu ao caso repercussão na mídia. Como resposta, diversas pessoas se manifestaram sobre o fato em outras redes digitais, como o *Twitter*. Além disso, McCarthy foi denunciada pelo pai da menina e irá responder judicialmente por sua atitude criminosa.

Em seguida, o estudo partiu da instigante possibilidade que o entretenimento detém em poder trabalhar com as complexidades que caracterizam os processos de violência, tanto no meio *online* quanto no ambiente *offline*. Para tal reflexão, foi escolhido o episódio “Odiados pela Nação”, da série britânica *Black Mirror*, lançado em 2016 e presente na sua terceira temporada, que aborda como dar-se-ão em um futuro distópico as configurações sociais atreladas aos linchamentos e suas nuances, uma vez que os indivíduos estão inseridos em uma sociedade dotada de uma atmosfera de vigilância e controle. Com o intuito de respaldar teoricamente a análise, no que diz respeito aos mecanismos de vigilância presentes na trama, este artigo dialoga com a autora Fernanda Bruno (2013).

Os linchamentos virtuais se tornaram bastante comuns com o advento das novas tecnologias, visto que a rede abriu a oportunidade para que as pessoas pudessem opinar sobre muitos assuntos antes apenas abordados pela mídia massiva. Os objetos de análise foram escolhidos por estarem entre os mais recentes em rede e que tiveram uma enorme repercussão também fora do mundo virtual.

Linchamentos na era das novas tecnologias

Em torno dos casos de linchamentos virtuais surge a discussão sobre a liberdade de expressão. Cada indivíduo goza deste direito na sociedade e por isso acaba dizendo o que quer sem se preocupar se vai ferir o outro, sobretudo nas redes digitais, ambiente que ainda abriga o manto de um pseudo anonimato e que estaria

localizado no plano ficcional, ou seja, distante da realidade. Macedo (2016) alerta que “os perigos que a liberdade de expressão pode acarretar à democracia, referem-se à violência simbólica (por meio de discursos) ou incitação à violência física à determinada pessoa ou a grupo de pessoas” (p. 100).

Recuero (2013), por sua vez, afirma que os linchamentos virtuais constituem uma ameaça à face – uma imagem positiva criada para facilitar a interação entre as pessoas – ou seja, uma ameaça à identidade de determinado indivíduo. Assim como no mundo real, na Internet existem normas que devem ser seguidas e, caso haja uma quebra dessas normas, ocorre o linchamento.

Quando não há cooperação, seja pelo desconhecimento das normas, seja pelo descaso pelas mesmas (o que é comum, uma vez que os grupos na conversação em rede não são necessariamente formados pelo estabelecimento de interações e laços mais fortes, logo, não há compromisso), há conflitos e violência nos discursos (RECUERO, 2013, p. 9).

A atmosfera de tensão é nítida nas redes virtuais/digitais, todos se controlam e controlam o “amigo” que têm em seu perfil, suas postagens, o lugar que frequentam, entre outras atividades. Aqui nos cabe discutir o confronto sobre os discursos disseminados nas redes e como isso pode nos levar a determinar e sentenciar alguém por algum episódio infeliz e/ou comentário tecido em alguma rede digital, sem qualquer reflexão em torno da proporção e do prejuízo que este pode trazer a quem se direciona.

A seguir, utilizaremos um caso recente explorado pela mídia, que configura prática de linchamento virtual. Para tanto, foi escolhido um caso que remete à rede social *Twitter*, visto que o uso das *hashtags* começou nela e se tornou popular. Recuero afirma:

É o caso, por exemplo, de uma hashtag no Twitter: como dá uma dimensão contextual, amarra também uma determinada conversação, que pode ser seguida por outros atores que, a qualquer momento, podem tomar um turno e adicionar participação. Embora muitos desses atores estejam invisíveis porque ainda não participaram, eles também leem e recebem as mensagens que são publicadas (2013, p. 5)

Nos subtópicos que se seguem, abordaremos o “tribunal” virtual instaurado na sociedade e como isso pode reconfigurar nossas relações pessoais, ao abordar o caso de ficção de *Black Mirror* e o caso real de Day McCarthy.

O "Tribunal Virtual" presente em Black Mirror:

O constante monitoramento das redes sociais digitais por meio dos dispositivos móveis, aliado ao pressuposto punitivo sobre o outro que paira na sociedade é o tema central de "Odiados pela Nação", episódio lançado em 2016 e presente na terceira temporada da série britânica *Black Mirror*. A trama é situada em uma Londres do futuro, onde duas detetives investigam diversos crimes brutais que estão diretamente relacionados com mensagens de ódio na internet.

Cada indivíduo assassinado passa previamente por uma seleção *online*, em que seus atos rotineiros são minuciosamente registrados por câmeras de vigilância espalhadas por toda a cidade, ou seja, qualquer pessoa pode ser um alvo se não estiver agindo de acordo com os princípios da ordem convencionados. Nesse sentido, quando alguém ultrapassa os limites impostos, há uma onda virtual de repulsa que condena determinado indivíduo. No contexto são utilizadas *hashtags* diretamente da plataforma *Twitter* que irão servir de sinalizadores coletivos para atrair atenção ao acusado, contendo o nome da pessoa com o imperativo de que ela precisa ser punida com a morte (*#DeathTo*).

Ao analisar o episódio em questão, torna-se perceptível que a associação com a realidade oriunda da ficção é pertinente no presente contexto, uma vez que há na contemporaneidade uma compulsão coletiva, nas mais diversas plataformas digitais, em vigiar o outro. Como Bruno enfatiza:

O investimento disciplinar sobre os indivíduos e seus corpos – gestos, atividades, exercícios, cumprimento de regras, regulamentos, horários – obedece a uma escala ótica e a uma estratégia de visibilidade que pretende ser ao mesmo tempo minúscula e total (2013, p. 59).

Em um dos casos abordados na trama, uma jornalista publica um artigo condenando um ato suicida, o que suscitou fortemente a represália que seria responsável pela sua futura morte. Tal situação demonstra que a sociedade em questão responde aos estímulos sociais e discursivos inseridos em seu contexto e percebe-se que os limites do público e privado são afetados diretamente.

O olho público passa a ser associado à interdição e à norma, enquanto a esfera privada afirma-se como um lugar que pode escapar da penetração da ordem pública na vida cotidiana e como refúgio onde convivem intimidade e liberdade. O olhar do outro assume aqui uma forma superegoica, um olhar que encarna a lei, do qual ninguém se furta plenamente, posto que, segundo o diagrama moderno, não há indivíduo e subjetividade que se constituam fora deste olhar. Mas, ao mesmo tempo, é preciso lembrar, exatamente por tudo isso que ele encarna e representa, que o olho superegoico é também algo com o qual se entra em conflito (BRUNO, 2013, p. 78).

No desenrolar do episódio, descobre-se que as mortes são causadas por robôs na forma de abelhas, inicialmente criadas para a polinização artificial global, todavia posteriormente reprogramados de modo clandestino para executar indivíduos e alimentar o espírito de justiça social pulsante. O instinto de vigilância emerge pela falta de uma interferência mais rígida por parte do Estado e as configurações sociais recebem um novo significado no que diz respeito ao ato de vigiar. Bruno explora duas possibilidades sobre o tema:

No primeiro caso, a atenção vigilante é atrelada a uma função específica, na qual o exercício da vigilância é relativamente circunscrito a contextos determinados de segurança, controle ou voyeurismo profissional-comercial. No segundo caso, ela passa a estar presente no cotidiano das relações urbanas, sociais, domésticas, misturada a ambientes, práticas e processos que não são, por sua vez, prioritariamente voltados para a vigilância (2013, p. 87).

Os robôs utilizados na ficção são constituídos de câmeras, que fazem parte do sistema de vigilância global, então registram o alvo e o perseguem até encontrá-lo. As peças tecnológicas são quase microscópicas, o que dificulta a fuga da vítima e facilita satisfatoriamente o tribunal virtual que está acompanhando tudo por meio de suas telas. Após a varredura, os acusados são localizados e têm seus corpos abruptamente invadidos pelas abelhas, que acessam os cérebros de suas vítimas a partir da entrada ocular, com o propósito de causar um colapso nervoso com danos irreversíveis e fatais.

Por mais que o episódio apresente elementos fictícios em sua narrativa, é inegável que a sistematização das punições é bastante próxima da realidade atual. A promoção da violência, os limites entre o público e o privado sendo reajustados e a identidade de um indivíduo sendo violada, por um ímpeto justiceiro em grupo, fazem cada vez mais parte do contexto em que a sociedade pós-moderna se encontra imersa. Nesse sentido:

As discussões sobre os processos de vigilância e as práticas securitárias neste contexto costumam enfatizar as possibilidades diretas ou indiretas de identificação de indivíduos, colocando em xeque tanto a privacidade quanto o anonimato nas redes digitais de comunicação distribuída (BRUNO, 2013, p. 146).

Em suma, as configurações sociais que permeiam as mais variadas plataformas digitais indicam, de modo significativo, que o monitoramento online e a própria exposição na rede ampliam as possibilidades de linchamentos e represálias, o que está também inextricavelmente subordinado à violência identitária e conseqüentemente às ressignificações das abordagens e performances do próprio "eu", aqui por meio dos dispositivos comunicacionais digitais.

Caso Day McCarthy

Dayane Alcântara Couto de Andrade é o verdadeiro nome da mulher que se apresenta como Day McCarthy nas redes sociais/digitais. Natural de Cancelas, interior do Espírito Santo, ela se denomina como uma “socialite” e conta que mora no Canadá (WERNECK, 2017). Mesmo fora do Brasil, McCarthy ganhou destaque nos jornais nacionais no final de 2017, após protagonizar um ato de racismo contra uma criança.

O “caso Day McCarthy” remete ao fato ocorrido dia 25 de novembro de 2017, quando a brasileira Dayane Alcântara ofendeu publicamente em um vídeo postado em seu perfil do *Instagram*, a pequena Chissomo (lê-se “Tissomo”), também chamada de Titi, por ela ser negra. A criança, de apenas quatro anos, é de origem africana e foi adotada em 2016 pelo casal de atores Bruno Gagliasso e Giovanna Ewbank. McCarthy fez uso de um discurso de ódio, racista, para falar sobre Titi.

O discurso do ódio consiste na divulgação de mensagens que difundem e estimulam o ódio racial, a xenofobia, a homofobia e outras formas de ódio baseadas na intolerância e que confrontam os limites éticos de convivência com o objetivo de justificar a privação de direitos (ROTHENBURG, STROPPIA, 2015, p. 4).

No vídeo, a brasileira diz tentar entender as pessoas que criticam a aparência dela e elogiam a beleza de Titi. Ela afirma que a menina só recebe tais elogios por ser filha de um casal de atores famosos e em seguida desfere comentários e xingamentos racistas ao se referir à criança. Em certo trecho do vídeo, McCarthy fala que as mesmas pessoas que a criticam na internet “ficam lá, no *Instagram* do Bruno Gagliasso, elogiando aquela macaca, a menina é preta, tem cabelo horrível, de bico de palha, e tem um nariz de preto, horrível, e o povo fala que a menina é linda” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017).

Este não foi o primeiro ato preconceituoso de McCarthy nas redes sociais digitais. Anteriormente, ela ofendera a filha dos apresentadores de TV Roberto Justus e Ticiane Pinheiro, Rafaella Justus. A criança tem estenose crânio-facial, uma síndrome genética, e chegou a ser comparada ao boneco Chucky, do filme “Brinquedo Assassino”, por causa de sua aparência (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017). Day McCarthy utiliza seu perfil nas redes sociais para proferir discursos preconceituosos, disseminando comentários discriminatórios e provocando polêmicas. De acordo com Macedo:

Tem-se notado que as redes sociais on-line, atualmente, tornaram-se dispositivos acessíveis para fortalecer e propagar denúncias e acusações de irregularidades no sistema público. No entanto, com a apropriação do mesmo instrumento, vê-se também julgamentos, humilhações, demonstrações de preconceito e violência. Sabemos que tais práticas são muito anteriores à tecnologia, mas a Internet as tem potencializado (2016, p. 13-14).

Em resposta às agressões sofridas pela filha no ambiente virtual, Bruno Gagliasso formalizou queixa na Delegacia de Repressão aos Crimes de Informática do Rio de Janeiro. A agressão pode ter ocorrido no ambiente virtual, mas McCarthy responderá ao crime de injúria racial, que é quando alguém ofende determinada pessoa por causa da cor da pele, a pena para esse tipo de crime é de 1 a 3 anos de reclusão (G1, 2017).

O "caso Day McCarthy" configura "[...] um fenômeno recente: o 'linchamento virtual' (assim chamado pela mídia), que é fruto de agressões e humilhação pública em redes sociais on-line, mas que não se encerram nelas, estendendo-se em efeitos e consequências para a 'vida real'" (MACEDO, 2016, p. 14).

Na mesma medida do efeito potencializador que a internet oferece para a propagação de discursos de ódio como o da socialite, também permite uma rápida reação que, em muitos casos, acaba se valendo também de termos ofensivos contra aquele que cometeu a injúria. Encontramos diversas "respostas" para seu ato racista. Utilizaremos alguns exemplos da rede social digital *Twitter* para ilustrar as ações de linchamento no meio virtual, funcionando como uma forma de julgamento contra quem cometeu algo que publicamente é julgado como incorreto e imoral.



Fig. 3: Primeiro xingamento para Day McCarthy
Fonte: twitter.com



Fig. 4: Segundo xingamento para Day McCarthy
Fonte: twitter.com

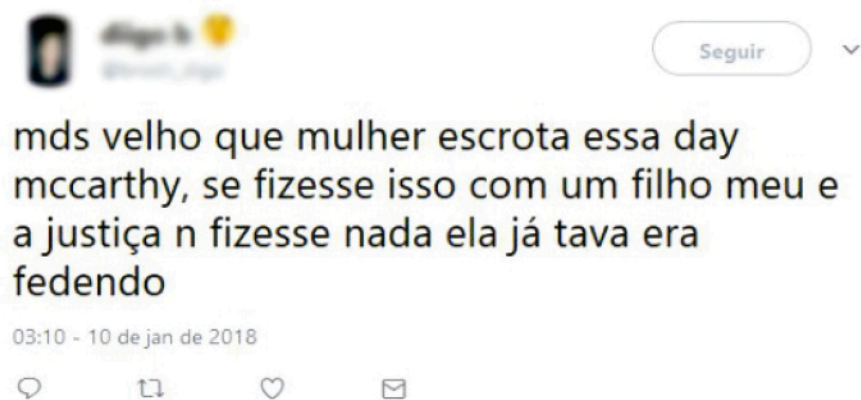


Fig. 5: Terceiro xingamento para Day McCarthy
Fonte: twitter.com

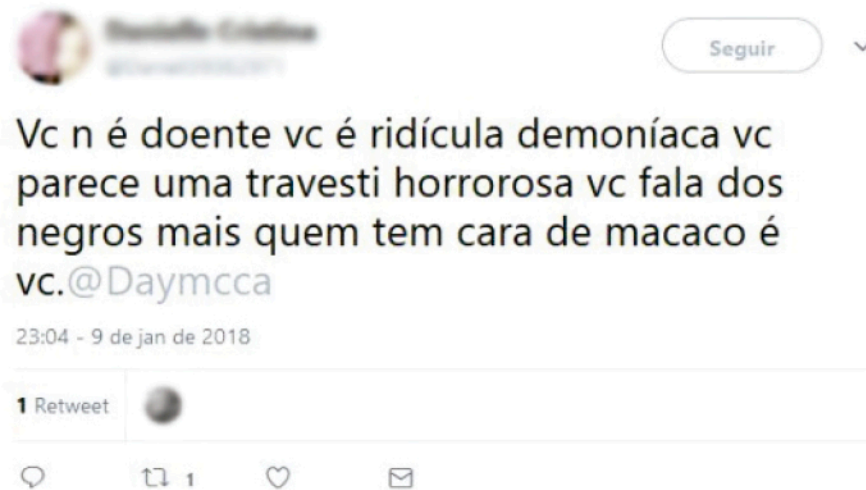


Fig. 6: Quarto xingamento para Day McCarthy
Fonte: twitter.com

Observando os comentários elencados, percebemos que existe uma relação direta com o discurso de ódio utilizado por Day McCarthy. No Twitter, os usuários recorrem a xingamentos e comparações diversas para responder ao ataque desferido por McCarthy contra a criança Titi.

Os “argumentos” da agressora funcionam como um espelho que reflete todas as ofensas que por ela foram ditas. Segundo Macedo:

As redes sociais têm sido território fértil de denúncias e acusações, o que tem fomentado os linchamentos virtuais, que se caracterizam por publicação de uma foto, vídeo, ou mesmo de uma publicação de outro usuário, acompanhada de acusações [...]. O intuito desse tipo de publicação é criar ira na massa e, conseqüentemente, desencadear uma onda de moralismo e prejulgamentos (2016, p. 100).

Rothenburg e Stroppa (2015) apontam para a fragilidade em torno dos debates sobre liberdade de expressão e os discursos de ódios propagados nas redes, principalmente quando essa liberdade, que em si pode ser vista como positiva, pode camuflar ou servir de desculpas para a promoção gratuita de ódio:

A questão que se coloca com particular relevo consiste em saber se os conteúdos envolvendo o discurso do ódio (hate speech) também estão protegidos pelo âmbito normativo da liberdade de expressão. E mais: como controlar a discriminação preconceituosa num ambiente democrático, em que as pessoas e grupos devem ter o direito de manifestar-se, criticar e discordar? (ROTHENBURG; STROPPIA, 2015, p. 4).

É notório que discursos de preconceito, de racismo ou qualquer outro tipo de violência, desde sempre eram propagados na sociedade, mas com o espaço que as redes digitais começaram a ocupar na vida social essa prática não só se tornou recorrente como foi amplificada em dimensões antes inimagináveis. Gonçalves (2016, p. 55) explica que “as pessoas têm a tendência a serem mais duras e dizer coisas que não diriam se estivessem cara a cara com o outro, mais uma consequência que surgiu graças ao distanciamento causado pela internet”.

Por morar fora do Brasil, McCarthy se sente confortável em agredir publicamente os brasileiros, principalmente crianças, filhos de pessoas que possuem visibilidade na mídia, que teoricamente são vulneráveis. Todavia, todos os casos protagonizados por ela geraram repercussão negativa na mídia e nas redes sociais.

As duras respostas do público à agressão de McCarthy, encontradas no Twitter, não minimizam o fato de que ela utilizou um discurso criminoso e que sua agressão, por lei, deve ser punida. Porém, os tweets em resposta ao seu crime, também revelam que muitas vezes, munidos do discurso de liberdade de expressão, as pessoas se manifestam como querem, aparentemente sem pensar muito em como isso afeta o outro, algo certamente feito por Day McCarthy em suas redes sociais online.

A linha tênue entre o público e o privado nas sociedades contemporâneas possibilita a tendência de levar ações que acontecem corriqueiramente para as redes, que agora funcionam como uma nova esfera pública onde “todos” podem ser vítimas e ao mesmo tempo autores de sua história e no que diz respeito aos linchamentos, quem pune ou é punido.

Considerações Finais

É importante salientar que os indivíduos têm confundido liberdade de expressão com o exercício abusivo da liberdade de expressão. Como visto nos exemplos citados no artigo, as pessoas passaram a cometer os linchamentos virtuais em demasia porque encontram a facilidade em não precisar se identificar completamente, já que muitos utilizam até mesmo contas falsas para cometer tais atos.

Desse modo, os linchamentos virtuais nada mais são do que evoluções dos linchamentos físicos e presenciais, mas que possuem maior impacto e maior durabilidade, já que o que está na Internet dificilmente se perde e, por isso, a pessoa “punida” pode ser condenada para sempre por pessoas diferentes.

Outro ponto que este artigo quis explicitar foi a forma como a linha entre ficção e realidade se tornou tênue com o advento das novas tecnologias. O episódio de *Black Mirror* ilustra muito bem como as redes sociais digitais possuem uma força descomunal quando se trata de punir determinadas pessoas que cometeram crimes e, por mais que se trate de um futuro na série, ele está mais próximo de acontecer a cada dia. É o que o exemplo de Day McCarthy revela, visto que as pessoas mantêm um ímpeto de vigilância contra aqueles que produzem discursos contrários ao que a maioria da sociedade acredita ser correto.

Dessa maneira, este estudo mostrou que os linchamentos virtuais acontecem diariamente contra grupos de identidades étnicas, sociais e culturais – como exemplo citado de Day McCarthy cometendo o crime de injúria racial. Reitera-se que é necessário que sejam feitas denúncias a respeito dos discursos de ódio proferidos por outrem, visto que somente as autoridades públicas detêm o poder legítimo para resolver estes casos. Em suma, este artigo foi importante para verificar como a Internet e as redes sociais digitais se tornaram ferramentas propícias aos processos de linchamento, com milhões de usuários “vigilantes” à espera de um deslize de qualquer indivíduo para cometer atos punitivos.

REFERÊNCIAS

BRUNO, Fernanda. *Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Racismo é crime e tomaremos providência, diz Giovanna Ewbank após socialite chamar Titi de “macaca”*. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2017/11/racismo-e-crime-e-tomaremos-providencia-diz-giovanna-ewbank-apos-socialite-chamar-titi-de-macaca.shtml>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

G1. *Bruno Gagliasso denuncia ofensas raciais publicadas contra a filha Titi*. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/11/bruno-gagliasso-denuncia-ofensas-raciais-publicadas-contra-filha-titi.html>. Acesso em: 21 jan. 2018.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GONÇALVES, Matheus. *Cultura da humilhação: O ressurgimento da vergonha em tempos digitais*. 2016. 67 f. Trabalho de Conclusão (Graduação) – Universidade Federal de Juiz de Fora. Faculdade de Comunicação Social. Curso de Jornalismo. Juiz de Fora, 2016. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2016/06/Cultura-da-Humilha%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

MARTINS, J. *As condições do estudo sociológico dos linchamentos no Brasil*. São Paulo: Estudos Avançados, 1995.

MARTINS, J. **Linchamentos**: a justiça popular no Brasil. São Paulo: Contexto, 2015.

RECUERO, Raquel. Atos de ameaça à face e à conversação em redessociais na internet. In: PRIMO, Alex. **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/rascunhoatosdeameaca.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2017.

ROTHENBURG, Walter; STROPPIA, Tatiana. Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE**. 3. 2015. Rio Grande do Sul. Anais... Rio Grande do Sul, 2015.

WERNECK, Antônio. **Família diz que perdeu contato com mulher que fez ofensas raciais contra filha de Gagliasso**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/familia-diz-que-perdeu-contato-com-mulher-que-fez-ofensas-raciais-contrafilha-de-gagliasso-22121880>. Acesso em: 21 jan. 2018.

"Lofi Hip Hop Radio": Youtube, Música Instrumental e Novas Escutas

André Santa Rosa¹

Jeder Janotti Jr.²

Introdução

Criado para ser uma plataforma de compartilhamento de vídeos online, o Youtube, fundado por Steve Chen e Chad Hurley em 2005, se reconfigurou com o passar dos anos e foi se encorpando para abrigar outros serviços como músicas, álbuns, filmes. Somando treze anos desde seu lançamento, o Youtube criou e ressignificou antigas práticas, e são muitos os gêneros que ganharam força de propagação na plataforma, como os memes, os tutoriais (de maquiagens e receitas, por exemplo), webséries, programas de humor e outras experimentações no audiovisual (MONTAÑO, 2015).

O site se edificou sob a dinâmica, ou até sob a filosofia, do usuário criador. Partindo para a etimologia do termo, "You" (Você) "Tube" (gíria para TV), o usuário é quem escolhe sua programação e até produz seu conteúdo, tudo isso por meio do seu próprio canal. Isso fez com que a plataforma se adequasse aos anseios dos jovens por conteúdo rápido, acessível e que dialogasse de forma recíproca com sua identidade. As novas tecnologias e os novos acordos de produção surtiram dois efeitos: transformam os usuários em autores e encorajam o uso desses dispositivos e conteúdos (REGUILLO, 2014, p. 109).

¹Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco.

²Orientador do trabalho. Professor Doutor da Universidade Federal de Pernambuco.

Essas inovações podem ter animado os entusiastas do *Do It Yourself*³, com as possibilidades de produção e disseminação de conteúdo, mas é necessário um exercício crítico sobre essas novas mídias e novos consumos, como aponta Manovich:

Ao celebrar o conteúdo gerado pelo usuário e implicitamente qualificá-lo como "alternativo" e "progressista", as discussões acadêmicas, muitas vezes, ficam longe de perguntar certas questões críticas básicas. Por exemplo: em que medida o fenômeno do conteúdo gerado pelo usuário é impulsionado também pelas próprias empresas de mídias sociais – que estão no negócio em busca de obter o máximo de tráfego possível para seus sites para que eles possam ganhar dinheiro com a venda de publicidade e os usos de seus dados? (MANOVICH, 2011, p. 286).

É importante também não pensar o site como um campo neutro ou um simples banco de dados de publicação de vídeos. Existe uma interface e uma montagem, obedecendo certa organização, que influenciam diretamente a fruição do usuário. São múltiplos os caminhos sugeridos, como compartilhar os vídeos para outras redes sociais, além das sugestões oferecidas dentro da própria plataforma, que ajudam a guiar a experiência e o olhar do usuário para assuntos que o mesmo já mostrou interesse outrora.

Em 2008 o *streaming* (conteúdo transmitido em tempo real) passou a ser possível no Youtube. Esse recurso ampliou ainda mais as possibilidades dos usuários, sendo agora muito comum transmissões de programas mais cotidianos ao vivo, com uma barra de conversa ao lado que permite outros usuários fazerem comentários no vídeo de quem produz o conteúdo (MONTAÑO, 2015). O que tem chamado atenção no ecossistema musical do site, são as Rádios independentes de conteúdo vinte e quatro horas, como a "College Music", "shilo – lofi hip hop mix [LIVE 24/7] Shiloh Dynasty" e a "Vaporwave LIVE Radio 24/7". Todas de música *lo-fi* instrumental. A mais acessada se chama "lofi hip hop radio – beats to relax/study to", do canal ChilledCow, com 1,7 milhão de inscritos.

Essas rádios têm se destacado pelas suas novas maneiras de fazer e ouvir música, além da formação de uma comunidade de gosto ligada ao público jovem, que frequenta diariamente o canal para ouvir um gênero que é popular apenas na internet: o hip hop *lo-fi* instrumental.

O *lo-fi* radio surge como um híbrido, em sua linguagem, entre a *webradio* e a *playlist*. "Por webradio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas" (PRATA, 2008, p. 2). A URL dessas rádios seria o próprio Youtube, em que as rádios se organizam em vídeos,

³Termo com a tradução literal "Faça Você Mesmo", na música está relacionado não só à prática produtiva ou jeito de se organizar, mas também surge como filosofia e lifestyle, que valoriza autogestão e independência dos grandes nomes da indústria fonográfica.

estações e canais. O caráter semelhante às playlists se deve ao fato de ser uma lista de canções formuladas por curadoria, e por essas estações não terem programas com comentários de radialistas ou programas de notícias comuns na linguagem do rádio. Então temos a programação ao vivo das rádios, sua organização em estações, no entanto com o traço de lista das playlists de *streaming*, como as do Spotify.

Este artigo propõe, através do objeto “lofi hip hop radio – beats to relax/study to”, contribuir para o esclarecimento da problemática sobre como as rádios de música instrumental do Youtube ajudam na formação de uma comunidade de gosto do gênero, considerando as novas possibilidades para os usuários, no contexto das novas escutas.

Aqui são levantadas reflexões justamente sobre essas novas formas de escuta, os rastros dos usuários online e a formação de uma comunidade ouvinte do gênero de música instrumental *lo-fi* no Youtube. Além de um levantamento bibliográfico que passa por conceitos de termos como lo-fi e retromania, a metodologia do artigo usa de uma ciberetnografia, proposta por Reguillo (2014), para analisar os “rastros” dos usuários no Youtube.

Lo-fi beats

Inicialmente é importante explicar o que é a “lofi hip hop radio”, sua história como estação e gênero musical, entendendo a influência direta do gênero no sucesso dessa nova escuta.

O primeiro canal da febre de rádios de música instrumental lo-fi surgiu com os amigos Luke Pritchard e Jonny Laxton em 2014 com a “College Music”. Depois de três anos, as estações chegaram ao seu auge com a “lofi hip hop radio”, que surgiu em fevereiro de 2017 e foi criada pelo canal ChilledCow, cujo administrador é um jovem parisiense de vinte e três anos chamado Dimitri, que até onde se sabe, não divulga seu sobrenome (BROMWICH, 2018). O canal só veio se popularizar com a implementação da ferramenta do ao vivo no Youtube, quando a transmissão passou a ser realizada de forma integral e os inscritos e ouvintes aumentaram exponencialmente:

Os ao vivos tendem a fisgar o usuário pelo seu comportamento. De acordo com operadores de canais, quem navega no youtube tende a passar alguns minutos na página do vídeo mesmo quando ele acaba. Mas usuários de ao vivo tendem a passar no mínimo meia hora a mais no vídeo, geralmente usando a música como plano de fundo. Isso faz com que o Youtube prenda seu usuário por mais tempo e assim as rádios são amplamente promovidas pela plataforma. (BROMWICH, 2018, tradução nossa).

Essa função que opera em razão do comportamento do usuário, só é possível por meio da fruição muito específica do gênero. O Rap Instrumental é um gênero conceitual, que pode-se dizer que alcançou o seu ápice de popularidade com o rapper *mainstream* Dr. Dre, em seu álbum *Instrumentals Only* de 2001. Com o passar dos anos, por meio de embaçamento entre as *tags*⁴ e da influência de gêneros instrumentais nascidos na internet, esse Rap Instrumental “casou” com subgêneros do lo-fi, como o *Vaporwave* e Rap Chill Out. Essa “onda”, é criação de DJ's amadores, que por meio do Do It Yourself, misturam samples e *beats*⁵ nostálgicos do Hip Hop do anos 90, com uma pegada do improviso vinda do *Jazz*.

Através das ideias de Conter (2017), trago algumas reflexões sobre a música instrumental lo-fi para entendermos melhor a relação entre consumo, fruição e o gênero musical específico.

Latente no desejo de Erik Satie de produzir a “música de mobília” na aurora do século XX – uma composição com dinâmicas baixas, suave, sem tensões ou grandes mudanças tonais, elaborada para que os espectadores não prestassem atenção, servindo de pano de fundo para interações sociais – estava a possibilidade de se pensar em espaços públicos onde a música de fundo nunca para de soar. (CONTER, 2017, p. 2)

Essa predisposição para ser “música de mobília”, em outras palavras, música de fundo para certas atividades, também fica devidamente expressa no próprio nome da rádio – nesse caso, “beats to relax/study to” (beats para relaxar e estudar). A música atua como coautora de outras atividades, com o lo-fi ajudando a criar ambiência e atmosfera com seu ruído.

A base da criação dos sons de *lo-fi radio* vem de bancos de dados de *beats* gratuitos, e faz parte da estética do produto final a baixa definição sonora. A estação suporta uma playlist com mais de 300 músicas de 100 diferentes artistas, entre eles Soho, Mt. Fujitive, Leavv, Jinsang. Também são colocados samples clássicos da cultura Hip Hop dos anos '90, conforme já foi dito anteriormente, como os de Mobb Deep ou The Notorious B.I.G. (CORTEZ, 2018). Diante disso são dois os aspectos desse novo “taggeamento” (lo-fi Hip Hop Beats) a serem pontuados: o lo-fi e o “*sampleamento*”⁶ retrô”.

No livro *LO-FI: música pop em baixa definição* (CONTER, 2016), compreende o Lo-Fi como os agenciamentos da música em baixa definição. O autor vê o lo-fi como uma virtualidade que “passeia” pela música pop, resignificando territórios, e que deve ser compreendido para além da noção de gênero musical ou efeito estético.

⁴Nesse contexto, tag é um termo que pode ser traduzido literalmente como etiqueta, ou seja, como se classificam ou etiquetam os gêneros musicais.

⁵Compasso ou ritmo, marcado por batidas, muito comuns no Rap e na cultura Hip Hop.

⁶Sample vem do inglês e significa amostra. Na música, samplear virou verbo, significa utilizar uma batida, trecho ou recorte de uma canção já existente.

Desse modo, foi possível ultrapassar a noção tecno determinista de que o lo-fi seria apenas um efeito estético como, por exemplo, optar por usar uma mídia obsoleta apenas pelo fetiche por sua sonoridade. Para além disso, o lo-fi foi compreendido como uma máquina abstrata, autônoma, e que age desestabilizando os contratos sociais, políticos, estéticos, tecnológicos e de linguagem instituídos dentro da música pop. (CONTER, 2017, p. 5)

A questão dos *beats* presentes no gênero é uma forte marca dos agenciamentos atemporais da música pop. Para pensar essa questão trago Reynolds (2011), autor de *Retromania*, no qual fala sobre uma tendência na cultura pop de se envolver em um tempo “achatado”⁷, no qual há uma imprecisão temporal de estéticas. Esse achatamento permite uma revisitação da memória da cultura pop nas esferas da música, arte visual e audiovisual, moda e comportamento e etc. Dessa forma, essa retromania que surge nos beats clássicos do Hip Hop noventista da *lo-fi radio*, se comporta como uma utilização atemporal, complexificando sua classificação e localização de forma linear na cultura pop: é passado e presente, moderno e antigo.

[...] movendo-se lateralmente dentro de um plano arquivado de tempo-espaço. [...] A internet coloca o passado remoto e o presente exótico lado a lado. Igualmente acessíveis, eles tornam-se a mesma coisa: distante, porém perto... velho e também agora. (CONTER, TELLES & ARAUJO, 2015, p. 94 *apud* REYNOLDS, 2011)

Assim o *lo-fi beats* se convencionou como um gênero surgido na internet, nomeado por criadores/usuários e que apresenta uma rede de complexidades quanto à sua definição. São diversos os agenciamentos desse gênero, essenciais para compreendermos mais adiante onde seu público se localiza e quais os seus rastros.

Novos sons, novos caminhos e novas escutas

Para compreendermos o fenômeno do lo-fi radio como um mecanismo de criação de uma comunidade de gosto e de novas audições entre os jovens, é necessário explicar sobre a “emancipação” da criação do gosto. Numa época em que os recursos fonográficos eram limitados a um aparelho de som por família, a criação de uma identidade musical era quase que feita de forma coletiva: o filho escutava aquilo que os pais estavam ouvindo e assim por diante. Diante disso, o Walkman representa um marco para os jovens, que passam a ouvir música com um fone, de forma mais introspectiva, e consequentemente, tornando o gosto musical um território mais pessoal.

⁷O termo original utilizado por Reynolds, *flat time*, foi colocado para tratar dessas noções da temporalidade na música quando vistas como algo plano, essa planificação cronológica das trajetórias musicais.

Graças a tecnologias cada vez mais sofisticadas e mais "individuais" de reprodução de música, os jovens tiveram opção de migrar do gosto por cultura de seus pais, se isolando e criando sua própria identidade de gosto (REGUILLO, 2014, p. 106) Só assim, de seus aparelhos móveis ou computadores pessoais, "jovens emancipados do gosto de seus pais" passem horas sintonizados nas estações de Hip Hop lo-fi.

[...] na era dos CDs, gêneros musicais se tornam uma forma dos jovens construírem seu repertório. Em outras palavras, gosto e consumos eram articulados a um gênero, um grupo musical, um disco, no qual a definição musical era compatível com a sua forma de ver o mundo. (REGUILLO, 2014, p. 106)

Algo a se pensar é a forma como nessa época o consumo se baseava em discografias de seus artistas favoritos, álbuns completos que eram ouvidos da primeira até a última faixa. No entanto, com o crescimento do consumo de música digital e plataformas como Youtube, Facebook e Spotify, têm se tornado cada vez mais comum a cultura dos *singles*⁹. Ou seja, as *playlists*, rádios e formas de curadorias sejam elas humanas ou por meio de algoritmos, tem posto os jovens não só no lugar de ouvinte, mas também do DJ e curador, como é o caso da *lo-fi radio*.

Como reflexo dessas novas plataformas e do novo fazer, a *lo-fi radio* representa esse caso em que o usuário se torna produtor de conteúdo (REGUILLO, 2014) e por meio da interação e de sua curadoria, encoraja outros agentes a compartilharem e se engajarem nesse processo de funcionamento da rádio. Isso ocorre tanto pela criação de novas rádios independentes, como pelo recurso de comentar nos *chats* ao lado dos vídeos, onde é colocada uma nova gramática e um aumento de relações intersubjetivas entre os usuários.

Como análise proposta por Reguillo (2014) em sua ciberetnografia, a análise dos comentários é elementar para compreender esse rastro do usuário. No chat do vídeo "lofi hip hop radio – beats to relax/ study to", observa-se três tipos recorrentes de comentários:

- 1) Comentários sobre as músicas; nessa categoria estão comentários como: "Qual música acabou de tocar?" ou "Música legal, amo esse beat".
- 2) Comentários sobre estado emocional ou ocupação no momento; nessa categoria estão comentários como: "Não consigo terminar meu dever de casa", "Estou sozinho" ou "Estou tranquilo".
- 3) Comentários para conhecer outras pessoas do chat/comunidade ou conversar casualmente; nessa categoria estão comentários como: "Alguém da Argentina aqui?", "Qual o @ do instagram de vocês?" ou "O que vocês leem?".

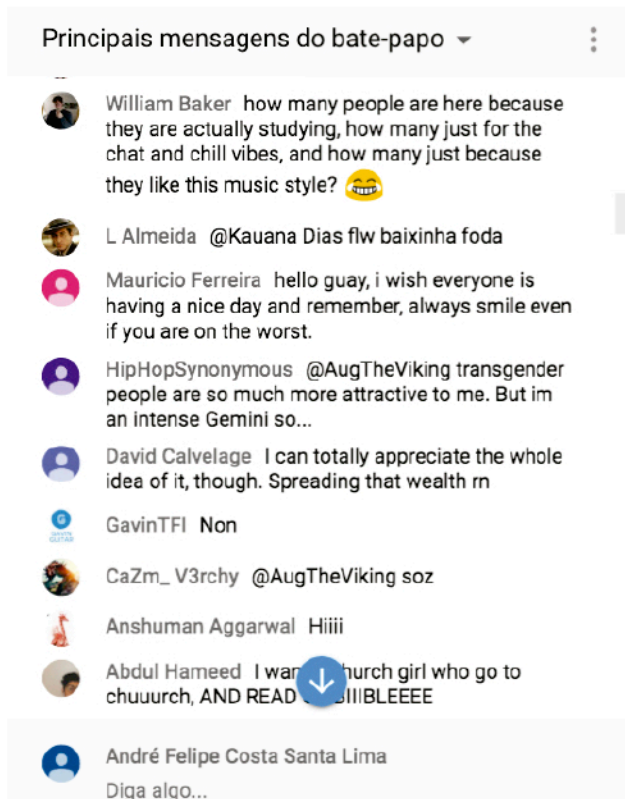


Fig. 1 - Chat do "lofi hip hop radio – beats to relax/ study to".
Fonte: Screenshot do bate-papo no Youtube (2018), disponível no canal.

Outra questão, também importante para essas estações, é sua relação conturbada com o *Copyright*. Para acompanhar as músicas, a "lofi hip hop radio" e maioria das outras rádios lo-fi utilizam GIFs de artpop japonesa (anime, mangá, videogames 8 e 16 bits...) que passam horas e horas em *loop*, de certa forma, já incorporam parte da estética do gênero e do gosto de seus usuários. Esses GIFs geralmente retirados de filmes japoneses são utilizados sem permissão, o que pode fazer com que as rádios sejam tiradas do ar a qualquer momento – o que já aconteceu algumas vezes – muito ao estilo das rádios piratas do século XX (BROMWICH, 2018).



Fig. 2 - GIF utilizado pelo canal ChilledCow, filme Whisper of the Heart (Studios Ghibli).
Fonte: Screenshot do GIF no Youtube (2018), disponível no canal.

Ao entrar no canal ChilledCow o usuário se depara com uma sessão intitulada pela página como *Copyright Free Music*: "Essa playlist contém toda música gratuita que você possa usar nos seus vídeos, você não terá problema com o artista e poderá monetizar seu vídeo também, por favor lembre-se de dar os créditos da música aos seus criadores".

Copyright Free Music  ► REPRODUZIR TODOS

This playlist contains all the music free to use in your youtube videos, you won't have issue with the artist and will be able to monetize your video too. If you decide to use a song, please add the links

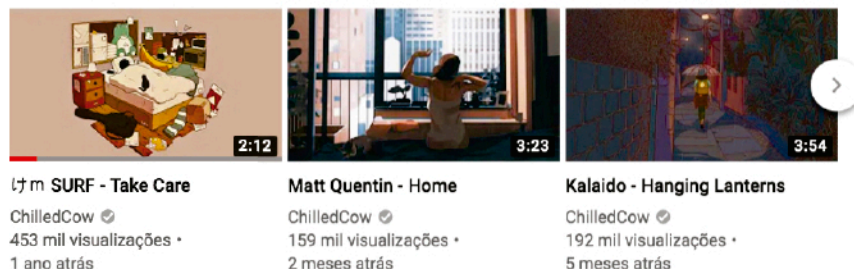


Fig. 3 - Sessão de Copyright Free Music do canal
Fonte: Screenshot da interface do Youtube (2018), disponível no canal

Essas estações conseguem chegar aos seus próprios termos com os artistas, de forma que não têm problemas com os direitos autorais das músicas, em certos momentos fazendo a mediação de um selo: além da rádio, os canais lançam *singles* dos artistas que facilmente chegam a 200 mil visualizações. É uma amostra das novas relações entre artista, selo e usuário, que têm seus limites cada vez mais incertos.

Ainda vale ressaltar que, apesar das rádios lo-fi serem uma febre no Youtube e terem uma grande comunidade de ouvintes, se apresentam como gêneros especializados e, assim, fazem parte da mídia de nicho. Para Thornton (1996 *apud* PEREIRA DE SÁ, 2006, p. 9) podemos dividir as mídias ou culturas em três chaves referentes ao seu alcance: a primeira seriam as micro-mídias (tais como filipetas, fanzines, informações passadas um a um através de celulares, etc); a segunda, onde se encaixam as rádios, as mídias de nicho – ou especializadas (mídias segmentadas, voltadas para uma fatia específica de público); e por fim, a grande mídia (que é a mídia massiva, *mainstream*).

São construídas noções de identidade a partir dessas classificações também: o que eu ouço está mais ao centro ou mais à margem da grande mídia? Muita gente ouve o que eu ouço? Essas questões podem até levantar debates sobre a Internet e sobre as estações como forma de resistências às mídias *mainstream*, como as rádios comerciais e grandes selos da indústria fonográfica. Porém esses meios independentes não estão fora da Indústria Cultural, e seguem, portanto, demandas das grandes mídias e integram o circuito de produção, circulação e consumo (PEREIRA DE SÁ, 2006). As estações independentes do Youtube podem não representar o fim das antigas relações na Indústria Cultural, mas certamente possibilitam novas relações, novos sons e ares para a juventude online.

Considerações Finais

Na discussão apontada pelo artigo podemos marcar alguns pontos atingidos:

- a) Pontuar uma breve história do Youtube, demarcando o seu potencial de uso entre os jovens;
- b) A história da *lo-fi radio*, levando em consideração a plataforma que está inserida e seus gêneros musicais e "misturas";
- c) Os caminhos, as possibilidades e hábitos do usuário/consumidor/colaborador dessas rádios;
- d) As ideias de lo-fi e retromania como agenciamentos das rádios;
- e) Olhar as rádios por um viés da comunidade de gosto e cultura de nicho.

Neste trabalho é apresentado algo como um flerte do que seriam as complexidades de uma ciberetnografia pensada por Reguillo, buscando começar a pensar nessa metodologia como um norte para mapear os usuários e situar os seus rastros. Faz parte do plano futuro dos autores continuar a pesquisa sobre as rádios lo-fi, usando de maior número de rádios, dados e com uma observação de maior duração sobre o objeto.

Por fim, todo mundo é consumidor e membro dessa rede macro que alia tecnologia, usuário e o dinamismo compreendido pela internet, ainda que não saibam ao certo onde estão inseridos, e muitas vezes façam parte de grupos e práticas das quais não se tem ideia das dimensões. As novas plataformas têm mudado as formas de ouvir e pensar a música, esse afeto de tantas pessoas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A; TELLES, M; CONTER, M. **O Revirtual: A Memória da Memória da Cultura Pop**. Salvador: Ed. EDUFBA, 2015.

BROMWICH, Jonah Engel. Pirate Radio Stations Explode on YouTube. **The New York Times**, Nova York, 8/05/2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/05/03/arts/music/youtube-streaming-radio.html>>. Acessado em: 03 jul. 2018.

CONTER, M. **A vaporização da música**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba, 4 à 9 ago. 2017. Disponível em: portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2335-1.pdf

CONTER, M. **LO-FI: Música Pop em Baixa Definição**. Porto Alegre: Ed. Appris, 2016

CORTEZ, Kevin. A scene without major stars or publicity has become a quiet force in music streaming. **Genius**, 24/04/2018. Disponível em: <<https://genius.com/a/youtube-chill-a-glimpse-into-the-world-of-lo-fi-hip-hop>>. Acessado em: 03 jul. 2018

LOFI HIP HOP RADIO - BEATS TO RELAX/STUDY TO. **Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c6VNRK3cXKM>>. Acessado em: 03 jul. 2018

MANOVICH, L. A Prática da Vida (Midiática) Cotidiana. Lugar Comum n. 28, pp. 283-296. Disponível em: <http://uninoma.de.net/wp-content/files_mf/110810121241A%20Pratica%20da%20Vida%20Midiatica%20Cotidiana%20-%20Lev%20Manovich.pdf>. Acessado em: 03 jul. 2018

MONTAÑO, S. **A Construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube**. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 24, n.2, 2017.

PEREIRA DE SÁ, S. **Quem media a cultura do shuffle?** Cibercultura, mídias e cenas musicais. Porto Alegre: Sessões do Imaginários, n. 15, 2006.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte: Ed. Insular, 2008.

REGUILLO, R. **Errant Surfing: Music, YouTube, and the Role of the Web in Youth**. Nova York: Ed. Oxford University Press, 2014

REYNOLDS, R. **Retromania: Pop Culture's Addiction to it's Own Past**. Londres: Ed Faber and Faber, 2011.



INTERCOM



univille



CAPES



CNPq



FAPESP



FAPESC