

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA VIOLÊNCIA CONTRA MULHERES NO  
JORNALISMO IMPRESSO**

Dra. Sandra Raquew dos Santos Azevêdo  
Docente do Curso de Comunicação Social da UFCG  
Email: [sandraraquewazevedo@hotmail.com](mailto:sandraraquewazevedo@hotmail.com)

**RESUMO**

Este artigo aborda as representações da violência contra mulheres no contexto das práticas de agendamento midiático e resulta de uma pesquisa analisando o binômio gênero e mídia com foco na construção da *agenda-setting* enquanto processo de significação social do tema da violência de gênero no espaço público midiático.

Palavras-chave: Violência. Gênero. Agendamento.

**A pauta sobre a violência contra mulheres**

Embora seja evidente a preocupação dos grupos feministas com o mau uso da imagem das mulheres nas mídias, levantando fortemente a questão dos usos do corpo e construção da corporeidade feminina nos anúncios publicitários, com críticas contundentes à formulação de estereótipos, (WIDHOLZER & FUNK, 2005, p.11), é pouco comum um olhar interpretativo orientado a cobertura dos casos de violência contra a mulher e demais temáticas feministas, com foco no jornalismo, ainda que diversas e complexas sejam as situações em que as mulheres apareçam pautadas pela imprensa.

Historicamente é através da ocupação do espaço público que o movimento organizado de mulheres vem, ao longo das *ondas feministas*, problematizando a condição feminina. Neste trajeto, as mídias, e, em particular, o jornalismo, vem acompanhando as mudanças provocadas por este segmento da sociedade, tanto como espaço que constrói a visibilidade de suas reivindicações e conquistas, quanto

instituição social que interage com diferentes atores, muitos dos quais se contrapõem ao feminismo e as suas pautas, a exemplo das Igrejas Católicas e Evangélicas.

Pensando a relação entre as mulheres e as mídias nos damos conta do cenário esboçado pelas militantes feministas, especialmente em meados da década de 1990, que direcionava-se a construção de “precioso manual de sobrevivência na selva da mídia”, (OLIVEIRA, MELO, LIBARDONI, 1997, p.5).

A constatação de que “os movimentos de mulheres querem colocar suas informações e opiniões. A mídia quer a notícia atraente” nos faz pensar sobre a centralidade que as mídias ocupam na vida social contemporânea (Thompson, 1998, p.12), evidenciando ainda uma das diversas tensões presentes no binômio gênero e mídia.

A percepção ideológica e dualista do jornalismo, a busca por uma compreensão do enfoque de gênero que contribua para uma cobertura mais coerente dos acontecimentos, a necessidade de incorporação das temáticas de saúde da mulher e direitos reprodutivos na agenda midiática e a preocupação com o aprimoramento da relação dos grupos feministas com a mídia eram, e de certo modo ainda são, questões que permeiam o debate sobre as relações de gênero e a mídia entre os grupos de mulheres feministas.

Dos anos 90 para cá esta experiência se amplia, e vai estabelecendo novas configurações a partir da atuação de diferentes atores sociais na esfera pública, e demonstra transformações na interação entre grupos feministas e mídia, presente na inclusão das pautas vindas deste segmento não só nos noticiários como também na grande de entretenimento, como as telenovelas, mini-séries, etc, além da veiculação em canais abertos de televisão de diferentes campanhas publicitárias organizadas por grupos feministas discutindo temas como violência contra mulheres, aleitamento, parto natural, direitos sociais e previdenciários, prevenção ao câncer, entre outros temas.

Não é por acaso que o surgimento aqui na Paraíba, das primeiras organizações feministas, *Centro da Mulher 8 de Março* e *Cunhã-Coletivo Feminista*, estabelece uma co-relação com a problemática mulher e mídia, tendo em vista que o *Centro da Mulher 8 de Março* inicia sua atuação com o monitoramento da violência contra a mulher através do jornalismo impresso e o *Cunhã* surge inicialmente em 1990, como um Coletivo preocupado com a comunicação enquanto eixo de ação estratégica.

É ainda nos anos 1990 que a violência sexual e doméstica passa a ser frequentemente pautada nos meios de comunicação, resultado dos enfrentamentos

públicos ocorridos nas décadas anteriores em contraposição aos crimes contra as mulheres e a presente justificativa, na legislação e na sociedade brasileira, dos crimes em defesa da honra. Temos exemplos emblemáticos como os assassinatos de Ângela Diniz, Eliane de Gramont, e da poetisa paraibana Violeta Formiga, que tiveram repercussão nacional e local.

Para analisar um tema historicamente relevante, como a violência contra mulheres, nos debruçamos sobre as práticas de Agendamento midiático de dois significativos acontecimentos que tiveram ampla cobertura pelos jornais impressos paraibanos, a cobertura dos homicídios das estudantes Maria Cristina Batista (1990) e Márcia Barbosa (1998) considerando a relevância da *agenda-setting* e o papel que esta exerce nas representações sociais de gênero. As estudantes foram assassinadas na década de 1990, a cobertura destes crimes pela imprensa local perpassou uma década nas páginas dos jornais. A amplitude destes casos se expressa no volume das ocorrências jornalísticas que no *Caso Cris* soma 163 notícias, e no *Caso Márcia*, o fluxo do agendamento corresponde a 323 matérias.

Embora estes acontecimentos midiáticos apresentem suas especificidades, nos foi possível perceber por meio da análise do conteúdo das notícias sobre estes fatos como os mesmos se articulam na construção de pautas que são efetivadas pela sociedade civil organizada na construção dos noticiários. Estas experiências são relevantes papéis de agendamento uma vez que influem na imprensa, na definição de seus conteúdos.

Analisando estes fatos tendo como ponto de partida à construção da agenda midiática - *agenda-setting* - que características têm a cobertura da violência contra a mulher no jornalismo impresso local? Que atores são mais presentes na configuração dos acontecimentos quando este tema entra em pauta? Qual a relevância da imprensa na construção de representações de gênero. Que relações estabelecem a agenda política, midiática e governamental quando esta temática entra em evidência? Estas são algumas das questões que são discutidas neste trabalho.

As representações discursivas sobre as relações de gênero aparecem nesta reflexão a partir do aporte teórico de diferentes campos do conhecimento, como por exemplo a sociologia das mídias, na medida em que a própria modernidade instaura no jornalismo um papel de mediação das práticas sociais. Numa cultura em que as relações de poder estão cada vez mais midiaticizadas consideramos vital a análise das formas

simbólicas produzidas socialmente pelo jornalismo em suas formas de narrar e produzir significados a processos historicamente específicos e socialmente estruturados.

### **O Agendamento midiático, enquadramento e construção de atributos**

O conceito de agendamento surge pela primeira vez nos anos 70, nos Estados Unidos, exposto pelos pesquisadores McCombs e Shaw (1972), no contexto das pesquisas norte-americanas, *mass communication research*, interessadas nos estudos dos efeitos dos meios de comunicação, tendo em vista a centralidade destes na formação da opinião pública.

A hipótese da *agenda-setting* se insere dentro de uma análise sociológica dos processos de produção de notícias e se define como um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá.

A *agenda-setting* é conceituada por McCombs e Shaw (1993, p.65), seus precursores, como “mais que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de *enquadramentos* para pensar esses objetos são poderosos papéis de agendamento”.

Segundo Azevedo (2000, p.31-32) a idéia básica da *agenda-setting* sustenta a existência de uma correlação direta e casual entre a agenda de mídia e a agenda do público na medida em que, numa sociedade de massa, a percepção pública dos temas relevantes é construída tendo por base as informações veiculadas na mídia. A hipótese da *agenda-setting* compreende a seleção, disposição e incidência sobre os temas que o público discutirá.

A constituição da *agenda-setting* no jornalismo impresso sobre violência contra a mulher se relaciona com o papel dos meios de comunicação no campo das representações sociais. Em particular, das representações sociais de gênero, tendo em vista que *agenda-setting* é um processo de formulação de atributos, não só por agentes do campo jornalístico, mas também por segmentos feministas e agentes públicos.

A preocupação do movimento feminista com a representação das mulheres nos meios de comunicação não é recente. Conforme aponta Cerqueira (2008, p.139), desde os anos 60 e 70 o movimento feminista percebeu o poder dos meios de comunicação como agentes de produção das representações e prática que produzem o gênero. É no interior dos estudos feministas que emerge a preocupação dos textos midiáticos marcados pelo gênero (McQUAIL, 2003; ESCOSTEGUY, 2008). Para Silveirinha

(2008, p.1) o campo comunicacional representa portanto um lugar de luta política decisivo, cuja ação coletiva dos grupos feministas vai produzir orientações e significações e novos espaços para a ação na esfera pública e a construção ativa da identidade coletiva.

Ao buscar historicamente fortalecer sua ação política, as Ongs feministas negociam na esfera midiática a construção simbólica de seus enunciados. O campo midiático configura-se assim em um tecido complexo, relativamente autônomo, que comporta interações entre sujeitos na construção dos acontecimentos, na representação do real. Percebemos, conforme Cogo (2004, p. 43), que:

As modalidades de ação e intervenção de atores e movimentos sociais na sociedade contemporânea passam, portanto, a constituir-se cada vez mais tensionadas pela exigência de um tipo de visibilidade pública atribuída pela lógica dos meios de comunicação ao mesmo tempo em que também esses atores e movimentos também se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações e que se encontra, portanto, submetido permanentemente às tensões contraditórias dos interesses que circulam na sociedade.

A seleção dos enquadramentos propostos pela imprensa e por segmentos feministas são poderosos papéis de agendamento na construção das representações sócias de gênero, são por assim dizer uma tecnologia discursiva do poder.

Os critérios de noticiabilidade constituídos pelos processos de agendamento deixam assim em evidência tanto uma dinâmica social complexa que é a representação social dos acontecimentos pelos meios de comunicação, quanto às práticas de hierarquização dos fatos e construção dos enquadramentos propostos pelos *mass media*.

Para nós a noção de *enquadramento* advindo das práticas de agendamento midiático é central na medida em nos permite confrontar a construção dos atributos produzidos pela agenda midiática na discussão pública sobre o fenômeno da violência contra mulheres.

### **Representações de gênero no discurso midiático**

Ao analisarmos as práticas de agendamento sobre o tema da violência contra mulheres nos jornais da Paraíba, a partir da cobertura de eventos midiáticos que tiveram significativa repercussão na sociedade, a exemplo do *Caso Cris* e *Caso Márcia* constatamos, entre outras coisas, que a inclusão desta temática na esfera pública perpassa múltiplas mediações.

Entre estas têm especial destaque a mediação do gênero e da agenda política das instituições feministas que interagem no cotidiano das práticas jornalísticas influenciando na construção social das notícias. Não só agendando este tema, ou criando eventos noticiáveis (pseudo-acontecimentos), mas, e, sobretudo, oferecendo novas interpretações e criando novos discursos públicos que influem nas representações sociais sobre a temática da violência contra mulheres enquanto questão atual de grande interesse social.

Mais do que simples lugares de representação, as práticas de agendamento midiático se constituem, no cenário da violência de gênero, e diante dos crimes contra mulheres e seu enfrentamento, processos significantes e sistemas simbólicos nos quais diferentes atores sociais vão interagir e confrontar-se diante de seus diferentes interesses e interpretações sobre os fatos sociais.

Além de visibilidade e notabilidade, o agendamento pelos jornais dos homicídios das estudantes Maria Cristina Batista e Márcia Barbosa nos mostra como a participação social na esfera pública midiática pode contribuir para romper com a dramaticidade que encerra os crimes contra mulheres desconstruindo uma tendência à naturalização e reificação dos mesmos. A inclusão da mediação do gênero na narrativa jornalística contribui deste modo para problematizar os acontecimentos do ponto de vista de seu ordenamento simbólico deixando explícito as tensões sociais existentes na produção social das práticas de agendamento midiático e das relações de poder que as envolve.

Não podemos deixar de enfatizar neste aspecto a influência que o *Agendamento* midiático exerce junto à agenda pública, reconhecendo o papel que os jornais e os jornalistas têm nas sociedades democráticas, considerando o poder que exercem junto às instituições sociais e o serviço público que fornecem aos cidadãos e cidadãs. O que se mostrou bastante claro quando analisamos a *agenda-setting* sobre o *Caso Cris*, em que a pressão pública protagonizada pelos jornalistas foi de fundamental importância para reivindicar dos poderes públicos locais a elucidação do homicídio da estudante Maria Cristina Batista.

Todavia, é preciso que reconheçamos a autonomia relativa do campo jornalístico e também o fato de que as inter-relações entre agenda midiática, política (advinda dos grupos feministas) e pública não são causais, mas um fenômeno social complexo que envolve negociações a partir dos interesses de diferentes institucionalidades e a busca destas por trazer legibilidade e legitimidades aos acontecimentos sociais.

O agendamento midiático do *Caso Cris* e *Caso Márcia* questionou fortemente uma prática social recorrente em casos de homicídio feminino, a impunidade, intensificando nas páginas dos jornais um debate público e contundente sobre a violência de gênero no cenário paraibano. Este contexto marcado pela institucionalização dos grupos feministas locais nos revela a relevância da participação das ONGs na imprensa enquanto agente que operam um forte lobby junto à opinião pública e ainda enquanto comunidades interpretativas que imprimem no noticiário local a perspectiva das relações de gênero, questionando inclusive as práticas narrativas dos jornais e suas formas de representação da violência contra mulheres.

Constatamos quando analisamos a *agenda-setting* do *Caso Cris* mudanças na narrativa jornalística de crimes contra mulheres, expressos na humanização do relato sobre o homicídio de Maria Cristina Batista por meio inclusive da não culpabilização da vítima através de um julgamento moral e ampliação da discussão sobre a violência contra mulheres enquanto realidade social trazendo à tona a dimensão pública de homicídios femininos quase sempre tratados como tragédias individualizadas.

Analisar a construção social das práticas de agendamento midiático também nos permitiu perceber suas contradições, conforme foi possível identificar na *agenda-setting* sobre *Caso Cris*, um fluxo de notícias que reproduz os estereótipos advindos do discurso policial, marcando negativamente a imagem das mulheres que atuaram como principais testemunhas deste assassinato. Isto nos leva a crer ser necessário do ponto de vista da construção social dos acontecimentos repensar o papel das instituições oficiais como definidores primários de informações na elaboração das narrativas sobre o real.

Pesquisar estas práticas de *Agendamento* nos possibilitou ainda identificar historicamente o surgimento, nos anos 1990, por parte das instituições feministas locais, de toda uma ação de intervenção nos meios de comunicação, especialmente no jornalismo impresso. Quer através de monitoramento de mídia, realização de oficinas, campanhas publicitárias, manifestações públicas, produção de dossiês, seminários e debates para profissionais de imprensa ou agendando novos temas, estes grupos procuraram e ainda procuram como *new promoters*, estabelecer suas opiniões na esfera pública midiática.

Percebemos com a evolução do agendamento midiático em relação do *Caso Cris*, e mais amplamente do *Caso Márcia*, um alargamento da discussão pública sobre temática da violência contra mulheres no espaço local, na qual as instituições como

judiciário, legislativo, imprensa, organismos internacionais, ONGs feministas locais, entre outros, foram confrontadas ao trazerem suas opiniões sobre este assunto.

Foram muitos os embates travados entre instituições para determinar os rumos do agendamento do *Caso Márcia* a partir dos diferentes interesses objetivando fazer prevalecer suas interpretações e enquadramentos para este crime, especialmente entre instituições feministas e o Legislativo paraibano, na medida em que o agendamento se intensifica com a descoberta do envolvimento de um parlamentar.

É neste contexto de onipresença da narrativa jornalística no espaço político que percebemos como a midiaticização das instituições se configura como uma experiência de complexificação da vida social.

## Referências

AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e Democracia no Brasil**: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. 2005, Mimeo.

COGO, Denise. “Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática nos movimentos sociais”. IN: PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises das experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004, p.41-56.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina (Org.). **Comunicação e Gênero: a aventura da pesquisa**. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2008.

FUNCK, Suzana Bornéo. WIDHOLZER, Nara(Orgs.). **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Editora Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

OLIVEIRA, Guacira César de. MELO, Jacira. LIBARDONI, Marlene. **Mulher e Mídia**. Pauta desigual?. São Paulo: Centro Feminista de Estudos e Assessoria; Rede Nacional Feminista de Saúde e Direitos Reprodutivos, 1997.

SILVEIRINHA, Maria João.” O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessária”. IN: **Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação**. [www.bocc.upi.pt](http://www.bocc.upi.pt) Acesso em 22 de setembro de 2008.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. Uma teoria social da mídia. 8ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.



McCOMBS, Maxuell E. e Donald L. Shaw. “The agenda-setting function of mass media”. IN: **Public Opinion Quarterly**, vol.36, n.2,1972, p.176-187.

McQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.