



**MARCELO PEREIRA DA SILVA
(ORGANIZADOR)**

COMUNICAÇÃO, MÍDIAS E EDUCAÇÃO 2

Atena
Editora
Ano 2019

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

Comunicação, Mídias e Educação 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Geraldo Alves
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C741	Comunicação, mídias e educação 2 [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Comunicação, Mídias e Educação; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-695-9 DOI 10.22533/at.ed.959190910 1. Aprendizagem. 2. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 3. Comunicação na educação. I. Silva, Marcelo Pereira da. II. Série. CDD 371.1022
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Comunicação, Mídias e Educação constituem campos do saber que se entrecruzam e emolduram, por meio de suas especificidades de objetos e arcabouços teóricos, metodológicos e epistemológicos, fragmentos relevantes da arquitetura na qual a sociedade, as organizações e os atores sociais se assentam.

Nesse sentido, este livro contém um tripé, a saber, Comunicação, Mídias e Educação, que se (im)põe como condição na construção da sociedade e na consolidação da democracia, da participação, do diálogo e da análise crítica que alimenta as possibilidades de compreensão da complexa sociedade na qual estamos imersos.

A Comunicação, as Mídias e a Educação, assim, se apresentam como três campos que materializam múltiplas expectativas, desafios e oportunidades em um tempo no qual emergentes formas de ver, estar e sentir o mundo ressignificam o tecido social, redefinem profissões e produzem outras formas de interação, trocas e socialidades.

Destarte, dividimos esta obra em 2 partes: A primeira problematiza, por meio de diferentes métodos, análises, discussões e epistemes, o universo das Redes e Mídias Sociais da Internet, contendo artigos que tratam dos atores que emergem com o surgimento e a cimentação das redes sociotécnicas, os discursos que circulam no ecossistema virtual e os obstáculos decorrentes dessa ecologia.

A segunda parte engloba artigos que versam acerca das Mídias e do Jornalismo, lançando luz sobre a constituição das mídias sociais da Internet e das mídias de massa, assim como no lugar que o Jornalismo ocupa no contexto pós-moderno. Por meio de diversas discussões, metodologias e problematizações que aprofundam o olhar sobre as Mídias e o Jornalismo, tais artigos pavimentam a estrada por onde caminham, ainda que em sentidos que ora divergem e ora convergem nas interfaces entre Comunicação, Mídias e Educação.

Temos que Comunicação, Mídias e Educação devem ser entendidas e colocadas no centro da existência humana, dado que se tornaram medulares para a construção de uma sociedade mais aberta, justa, empática e sensível às demandas das labirínticas alteridades.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

PARTE 1: REDES E MÍDIAS SOCIAIS DA INTERNET

CAPÍTULO 1	1
A CELEBRIDADE PELO ESCÁRNIO: GRETCHEN, RISO E REDES SOCIAIS	
Jaciane Freire Santana João Gabriel Lourenço da Silva Santos Fabiana Moraes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.9591909101	
CAPÍTULO 2	11
A FORMAÇÃO DE EDITORIAS DE MÍDIAS SOCIAIS EM REDAÇÕES JORNALÍSTICAS E OS DILEMAS SOBRE O PROFISSIONAL “HÍBRIDO”	
Robson Roque Ivan Satuf	
DOI 10.22533/at.ed.9591909102	
CAPÍTULO 3	24
AMINER.: METADADOS DE PESQUISAS ACADÊMICAS ATRAVÉS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	
Giuliano Carlo Rainatto Genesio Renovato da Silva Neto Jucilene Faria Norberto de Almeida Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.9591909103	
CAPÍTULO 4	39
ANÁLISE DISCURSIVA DE PERFIS DE DIGITAIS INFLUENCERS MIRINS	
Elane da Silva Sousa Regysane Botelho Cutrim Alves	
DOI 10.22533/at.ed.9591909104	
CAPÍTULO 5	53
ECOSSISTEMA DA DES-INFORMAÇÃO: TIPOS DE CONTEÚDOS FRAUDULENTOS NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018	
Kennedy Anderson Cupertino de Souza Marilene Mattos Salles	
DOI 10.22533/at.ed.9591909105	
CAPÍTULO 6	66
FAKENEWS NA ATUALIDADE: ESTUDO DA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS COMO RECURSO DE PROPAGABILIDADE	
Luiz Guilherme de Brito Arduino Vânia de Moraes	
DOI 10.22533/at.ed.9591909106	

CAPÍTULO 7	77
JORNALISMO ESPORTIVO E E-SPORTS: UMA ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA SOBRE A POSSÍVEL INSERÇÃO NOS JOGOS OLÍMPICOS	
Guilherme Fernandes Mota Silva	
Luísa Guimarães Lima	
DOI 10.22533/at.ed.9591909107	
CAPÍTULO 8	88
MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE NOTÍCIAS COM O FENÔMENO SEGUNDA TELA	
Suély Zonta	
DOI 10.22533/at.ed.9591909108	
CAPÍTULO 9	98
MÍDIAS DIGITAIS E CAPITAL SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES DA CI COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO NO FACEBOOK	
Gabriel Gustavo Carneiro Braga	
Letícia Silva Mendonça	
Carolina Guerra Libério	
DOI 10.22533/at.ed.9591909109	
CAPÍTULO 10	110
O ELEITOR CONECTADO: PERFIL E CONSUMO DE CONTEÚDO NAS ELEIÇÕES 2018	
Maíra Martins Moraes Vitorino	
DOI 10.22533/at.ed.95919091010	
CAPÍTULO 11	125
PARA QUE SERVE UM BOATO NUMA CRISE DEMOCRÁTICA? REFLEXÕES SOBRE OS SINTOMAS, A PARTICIPAÇÃO E A UTILIDADE DOS BOATOS NA CRISE DA DEMOCRACIA BRASILEIRA	
Iasminny Thábata Sousa Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.95919091011	
CAPÍTULO 12	138
PÁGINA BOLSOMINIONS ARREPENDIDOS: UMA ANÁLISE QUALI-QUANTITATIVA	
Izailma Jaciara Araujo Costa	
Márcia Inabelly Araújo dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.95919091012	
PARTE 2: MÍDIAS, JORNALISMO E ANÁLISES	
CAPÍTULO 13	147
COMPOSIÇÃO, CORES E SUBJETIVIDADE: ESTUDO DO DISCURSO PREGNANTE EM INFOGRÁFICOS DO “LA NACIÓN DATA” E “ESTADÃO DADOS”	
Kelly De Conti Rodrigues	
Carlos Alberto Garcia Biernath	
Marcelo Pereira da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.95919091013	

CAPÍTULO 14	161
A INVISIBILIDADE DO COVEIRO E O JORNALISMO LITERÁRIO: HISTÓRIAS DE PARATINGA	
Tiago Florencio de Abreu Angelita Pereira de Lima	
DOI 10.22533/at.ed.95919091014	
CAPÍTULO 15	170
A QUEDA HISTÓRICA DE ANUNCIANTES NO JORNAL O POPULAR: UMA REFLEXÃO SOBRE O FUTURO DO JORNAL IMPRESSO E SUA CRISE DE FINANCIAMENTO	
Edson Francisco Leite Junior	
DOI 10.22533/at.ed.95919091015	
CAPÍTULO 16	182
A REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA SÉRIE <i>ORANGE IS THE NEW BLACK</i>	
Camilla Pessoa Barros Bibiano	
DOI 10.22533/at.ed.95919091016	
CAPÍTULO 17	191
BLOCKCHAIN E JORNALISMO DIGITAL: UMA REFLEXÃO SOBRE O MODELO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA THE CIVIL MEDIA COMPANY	
Lucas Rezende Costa Luísa Guimarães Lima	
DOI 10.22533/at.ed.95919091017	
CAPÍTULO 18	202
COTAS UNIVERSITÁRIAS NAS COLUNAS DE CARTA CAPITAL: UM ESTUDO DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL	
Elisa Fabris de Oliveira Edinete Maria Rosa	
DOI 10.22533/at.ed.95919091018	
CAPÍTULO 19	214
DO FEMININO AO FEMINISMO: UMA ANÁLISE DE REPORTAGENS NA REVISTA AZMINA	
Thais Martins Rossi Maria Emília Pelisson Manente	
DOI 10.22533/at.ed.95919091019	
CAPÍTULO 20	226
FEMINICÍDIO E A IMPRENSA BRASILEIRA: ANÁLISE DA COBERTURA DIGITAL SOBRE O CASO TATIANE SPITZNER	
Bruna Silvestre Innocenti Giorgi	
DOI 10.22533/at.ed.95919091020	

CAPÍTULO 21	238
IMAGINÁRIO, MULTICULTURALISMO E APOCALIPSE NO FILME CÍRCULO DE FOGO	
Rafael Iwamoto Tosi	
DOI 10.22533/at.ed.95919091021	
CAPÍTULO 22	250
LIMITAÇÕES À DIVERSIDADE SIGNIFICATIVA DE VERSÕES NAS NOTÍCIAS: A COBERTURA D'O GLOBO E DO DIARIO DE PERNAMBUCO NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018	
Nathália Carvalho Advíncula	
Maria Clara de Oliveira Martins	
Heitor Costa Lima da Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.95919091022	
CAPÍTULO 23	262
O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA	
Bárbara dos Santos Oliveira	
Crislene Susane Fernandes Moreira	
Alexandre Bruno Gouveia Costa	
DOI 10.22533/at.ed.95919091023	
CAPÍTULO 24	273
O SENSACIONALISMO E A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO POLICIAL MARANHENSE: UM ESTUDO DO PROGRAMA BANDEIRA 2	
Samantha Kelly Tinôco Araújo	
Alexandre Bruno Gouveia Costa	
DOI 10.22533/at.ed.95919091024	
CAPÍTULO 25	284
<i>PANTHER IS THE NEW BLACK</i> : REPRESENTATIVIDADE E CULTURA NA COMUNICAÇÃO DO FILME PANTERA NEGRA	
Rodrigo Sérgio Ferreira de Paiva	
DOI 10.22533/at.ed.95919091025	
CAPÍTULO 26	297
POR TRÁS DAS GRADES: O SILÊNCIO SOBRE OS PRESÍDIOS FEMININOS NO BRASIL	
Gabriel Barros da Silva Eduardo	
Julia Borsoi de Oliveira	
Natalia Vicente Teixeira	
Maria Emilia Pelisson Manente	
William Silva de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.95919091026	
CAPÍTULO 27	306
PRODUÇÃO IMAGÉTICA NO CINEMA: CONVERGÊNCIAS REPRESENTATIVAS ENTRE AS PRODUÇÕES DE JEAN-LUC GODARD E LARS VON TRIER	
Marcelo dos Santos Matos	
DOI 10.22533/at.ed.95919091027	

CAPÍTULO 28	316
VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO AUTOMOTIVO	
Sergio Quintanilha	
DOI 10.22533/at.ed.95919091028	
CAPÍTULO 29	330
UMA REVISÃO NARRATIVA DA MÍDIA E DA SAÚDE MENTAL NA ATUALIDADE	
Paloma da Silva	
Andressa Rosa de Araújo	
Bianca Gonçalves de Carrasco Bassi	
DOI 10.22533/at.ed.95919091029	
CAPÍTULO 30	344
TEORIAS DO JORNALISMO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA PARA DESCONSTRUIR AS <i>FAKE NEWS</i>	
Gabriela Souza Silva	
Mariana Oliveira Santos	
Carmen Regina de Oliveira Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.95919091030	
CAPÍTULO 31	356
RETRATOS E IDENTIDADES DO LICEU MARANHENSE: UMA VIVÊNCIA DA ARTE DA FOTOGRAFIA NO COTIDIANO ESCOLAR	
Elma Vilma Silva Ferreira	
Ellen Lucy Viana	
DOI 10.22533/at.ed.95919091031	
SOBRE O ORGANIZADOR	363
ÍNDICE REMISSIVO	364

FEMINICÍDIO E A IMPRENSA BRASILEIRA: ANÁLISE DA COBERTURA DIGITAL SOBRE O CASO TATIANE SPITZNER

Bruna Silvestre Innocenti Giorgi

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Bauru-SP

RESUMO: A tipificação do feminicídio pelo Código Penal Brasileiro, em 2015, tem o objetivo de aumentar a pena de homicídios contra mulheres e dar ênfase à expressão. A curiosidade sobre o termo obteve o ápice com o caso de Tatiane Spitzner, advogada que foi supostamente morta e jogada da varanda do prédio por seu marido. O objetivo desta pesquisa é analisar a maneira como a mídia realizou a cobertura digital do caso. A amostra é composta por 13 matérias jornalísticas de portais diferentes. A metodologia utilizada é a análise de conteúdo com a utilização de doze categorias baseadas no dossiê *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*, do Instituto Oficial de Radio y Televisión (IOIORTVE), da Espanha. Os resultados demonstraram inadequações e fragilidade na cobertura, o que acarreta a ideia de caso isolado e sem antecedentes ou contexto.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo digital; feminicídio; análise de conteúdo; Tatiane Spitzner; desigualdade de gênero.

FEMINICIDE AND BRAZILIAN PRESS: ANALYSIS OF DIGITAL COVERAGE ABOUT TATIANE SPITZNER CASE

ABSTRACT: The typification of femicide by the Brazilian Penal Code in 2015 aims to increase the punishment of homicide against women and emphasize the expression. Curiosity about the term peaked with the case of Tatiane Spitzner, a lawyer who was allegedly killed and thrown off the balcony of the building by her husband. The purpose of this research is to analyze the way the media has digitally covered the case. The sample consists of 13 journalistic articles from different portals. The methodology used is content analysis using twelve categories based on the dossier *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación* of the *Official Radio and Television Institute (IOIORTVE)* of Spain. The results showed inadequacies and fragility in coverage, which leads to the idea of an isolated case with no antecedents or context.

KEYWORDS: digital journalism; femicide; content analysis; Tatiane Spitzner; gender inequality.

1 | INTRODUÇÃO

A imprensa pode divulgar fenômenos, como violência doméstica e feminicídio, de modo a contribuir com a transformação social

ou de forma a tornar os casos isolados. A segunda opção é a mais comum e que possivelmente proporciona mais audiência, já que constantemente é acompanhada por sensacionalismo.

Já a problemática apresentada pela mídia como uma questão social, em contrapartida, contribui com uma discussão sobre a origem do problema que, no caso do feminicídio, evidencia a desigualdade de gênero. Esse tipo de enfoque também proporciona novos argumentos para a explicação dos fenômenos e o reconhecimento por parte da sociedade de uma questão a ser combatida.

Desse modo, a imprensa tem um papel importante no combate às desigualdades, pois – mais que divulgar fatos distantes de algumas realidades – tem o poder de influenciar a opinião pública e, assim, proporcionar ações, como políticas públicas, para controlar e combater a questão.

O Brasil é marcado por um histórico de desigualdade de gênero, que culmina em casos constantes de violência doméstica e feminicídios. Em 2015, o feminicídio foi tipificado como agravante no Código Penal Brasileiro. No entanto, de acordo com o *Google Trends*, o termo feminicídio ganhou ênfase em agosto de 2018, mesmo período em que ocorreu e foi noticiado o caso Tatiane Spitzner.

A morte de Tatiane Spitzner ocorreu em 22 de julho de 2018, no município de Guarapuava (PR). A advogada foi encontrada morta no hall do prédio onde vivia com o seu marido. Inicialmente, a mídia noticiou a morte como um possível suicídio. Em agosto, após a divulgação das câmeras internas do prédio e o laudo pericial, o caso mudou de direção enfatizando a possibilidade de feminicídio.

A partir desse caso, esta pesquisa objetiva analisar como foi a cobertura digital entre os dias 05 de 07 de agosto, período em que o programa *Fantástico*, da Rede Globo, divulgou as imagens das câmeras internas do prédio, em que era nítido que o marido de Tatiane praticava violência contra ela. A amostra selecionada é 13 matérias jornalísticas de portais diferentes. Para isso, será utilizada a metodologia de Análise de Conteúdo com doze categorias baseadas no dossiê espanhol *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación* (IORTVE, 2002).

Assim, na primeira parte, o artigo traz uma abordagem sobre o termo feminicídio no Brasil e no mundo. Na segunda, relata-se a metodologia e o modo como a pesquisa foi realizada. E, na terceira, apresenta-se os resultados, relacionando-o com a literatura disponibilizada.

2 | FEMINICÍDIO E O CASO DE TATIANE SPITZNER

Neste item, pretende-se contextualizar a tipificação do feminicídio no Brasil apresentar o caso Tatiane Spitzner, tomando-o como objeto de estudo desta presente pesquisa. Para isso, será exposto a conceituação do termo feminicídio, a tipificação em âmbito latino-americano e dados importantes referentes à violência contra a

mulher. É importante destacar que essa discussão não se esgota neste estudo, já que o assunto se torna crescente no âmbito universitário de todo o mundo.

Apesar da notoriedade recente no Brasil, a palavra feminicídio é utilizada e discutida há, pelo menos, 40 anos. Por isso, faz-se necessário uma retomada histórica do conceito para a compreensão da contextualização que o termo se refere e indica uma sociedade patriarcal.

A expressão “femicídio” foi pela primeira vez usada na América Latina, em 1994, pela antropóloga mexicana Marcela Lagarde, ao se referir às mortas de Juarez. Esse caso ocorreu em 1993, na Ciudad de Juarez, na fronteira do México com os Estados Unidos, e ficou marcado pelo homicídio de mulheres dessa região de maneira brutal. As vítimas sofriam estupro, mutilação e morriam por asfixia.

Entretanto, a nomenclatura foi introduzida no debate público em 1976 pela socióloga feminista sul-africana Diana Russell, durante o Tribunal Internacional de Crimes contra a Mulher, que ocorreu em Bruxelas. No entanto, de acordo com Pasinato (2011) há poucos registros formais sobre esse Tribunal. As informações mais consistentes são da página eletrônica do *Center for Women Global Leadership*, da Universidade de New Jersey, que confirmam a data e relatam que o evento foi organizado por militantes feministas. Além disso, a página eletrônica afirma que a sessão de Diana Russel contou com duas mil mulheres de quarenta países.

Em 1992, a pesquisadora publicou o livro *Femicide: The Politics of Woman Killing*, em que definia o termo como um problema mundial.

Para Lagarde (2007), o termo feminicídio contribui para entender o ato de matar além do homicídio simples, mas, sim, como um crime de ódio direcionado às mulheres. “A violência de gênero é a violência misógina contra as mulheres pelo fato de serem mulheres, situadas em relações de desigualdade de gênero: opressão, exclusão, subordinação, discriminação, exploração e marginalização” (LAGARDE, 2007, p. 33, tradução nossa).

Há uma discussão entre os termos femicídio e feminicídio. Para Diana Russel, no Seminário Internacional “Feminicídio, Política e Direito”, realizado em 2005, em Buenaventura, na Colômbia, femicídio é o mais adequado, pois evita a feminização da palavra homicídio (MENEGHEL; PORTELLA, 2017). Já Marcela Langarde (2004) diferencia os significados: femicídio é o assassinato de mulheres; e feminicídio, é assassinato de mulheres pautado em gênero em contextos de negligência do Estado em relação a estas mortes. Esta pesquisa tomará como base, portanto, a definição de Langarde (2004), a mesma forma como as *Diretrizes Nacionais sobre o Feminicídio* (2016) tratam. No entanto, para as teóricas é consensual que o conceito do termo está em construção, sobretudo na América Latina.

Copello (2012) destaca a importância do termo como forma de “resignificar” a morte violenta de muitas mulheres pela perspectiva de gênero. Além disso, não se trata de crimes isolados, mas, sim, motivados por causas estruturais de uma sociedade patriarcal. “Com isso se pretende, entre outras coisas, romper com a tendência de

justificar de forma velada a morte violenta de mulheres – sobretudo as ocorridas em âmbito privado – por sua vinculação com ‘crime passionai’ ou ‘crime de honra’” (COPELLO, 2012, p. 121).

O Brasil tipificou o feminicídio em 9 de março de 2015, com a Lei 13.104, que alterou o artigo 121, do Código Penal. Essa modificação qualifica o homicídio de mulheres como crime hediondo, elevando a pena mínima de 6 para 12 anos e a máxima, de 20 para 30.

Segundo dados do Mapa de Violência, a taxa de feminicídios no Brasil é registrada como a 5ª mais alta do mundo, em 2013, o número de assassinatos chegou a 4,8 para cada 100 mil mulheres. O mesmo documento aponta que, entre 1980 e 2013, 106.093 pessoas morreram por serem mulheres (WAISELFISZ, 2015).

O Dossiê Feminicídio, da Agência Patrícia Galvão, destaca que no ano de 2010 se registravam 5 espancamentos a cada 2 minutos, em 2013 já se observava 1 feminicídio a cada 90 minutos e, em 2015, o serviço de denúncia Ligue 180 registrou 179 relatos de agressão por dia.

A Pesquisa do Artigo 19, mostra outro dado preocupante referente ao feminicídio no Brasil: o racismo. “A violência atinge desproporcionalmente as mulheres de acordo com a combinação de múltiplas formas de discriminação de gênero, raça, etnia, classe, orientação sexual e identidade de gênero” (ARTIGO 19, 2018, p. 6).

De acordo com Meneghell e Portella (2017), a maneira como a mídia repercute esses crimes e a forma com que os sistemas de justiça e segurança lidam com os casos expressam o enraizamento da cultura patriarcal. Ou seja, há uma lacuna entre a regulamentação de direitos e a sua efetivação imediata.

A Espanha é uma referência no sentido de investigação e propostas de regulamentação da forma como a mídia noticia a violência contra a mulher e o feminicídio. Vives-Cases et al. (2005) concluíram que os meios evidenciavam os casos de violência contra a mulher, mas não destacavam os antecedentes e simplificavam os casos. “Especificamente, os meios se centravam em casos isolados, onde as mulheres apareciam somente como vítimas ou culpadas pelos maus tratos, o que justifica a conduta violenta e havia pouca informação sobre reformas e medidas viáveis para acabar com a violência” (VIVES-CASES et al., 2005, p. 23).

A partir de estudos como o mencionado, em 2002, o Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTVE), em parceria com o governo da Espanha, criou um dossiê *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*, para a imprensa, com o objetivo de melhorar a cobertura sobre violência contra a mulher.

No Brasil, essa questão ainda está em estruturação, até porque ainda não há pesquisas científicas de grande extensão sobre o tratamento de casos de feminicídio ou violência de gênero pela mídia. Percebe-se essa imaturidade midiática brasileira e o desconhecimento do termo “feminicídio” pela sociedade durante o caso do assassinato da advogada Tatiane Spitzner.

Tatiane Spitzner era advogada na cidade de Guarapuava-PR e foi morta no dia

22 de julho de 2018. Como forma de disfarçar o assassinato, o marido jogou o corpo de Tatiane do 4º andar do prédio onde moravam. No entanto, o laudo do IML apontou a causa da morte como asfixia mecânica, o que prova a culpa do cônjuge Luis Felipe Manvallier. No momento, o marido é acusado de homicídio com qualificadoras de: asfixia mecânica, dificultar defesa da vítima, motivo torpe e feminicídio; além de cárcere privado e fraude processual.

Após a morte da advogada, amigos e parentes próximos relataram violência psicológica e ciúme do assassino com Tatiane.

A imprensa noticiou de forma massiva o caso, sendo que no dia 5 de agosto de 2018, o *Fantástico* (Rede Globo) exibiu as cenas das filmagens internas do prédio onde o casal vivia. A repercussão gerou uma consternação da sociedade, do movimento feminista e deu destaque ao nome do crime: feminicídio.

3 | MÉTODO DA PESQUISA

Sabe-se que o feminicídio é a última consequência de uma violência sistêmica e estrutural praticada contra as mulheres. A tipificação desse ato não é pensada como uma forma de prevenção, mas, sim, de punição – quando o crime já ocorreu – e de promover visibilidade a um termo específico. Dar “voz” a esse termo é uma das atribuições da imprensa de todo mundo. Os meios de comunicação devem assumir um rol mais ativo para trabalhar na prevenção da violência de gênero, e não destacar aspectos de vitimização ou instaurar o medo com conteúdo sensacionalista.

A internet, por sua vez, tem o poder de dissipar informações em uma velocidade e amplitude sem concorrência atual. Desse modo, notícias e reportagens digitais sobre a temática de feminicídio deveriam ter cuidado ao utilizar a linguagem. De acordo com Ananías e Vergara (2016), dentro de um contexto de violência de gênero, deveria rechaçar certas expressões ou subentendidos como: “matou por amor”, e outros termos que reforçam o estereótipo de mulher em uma cultura machista.

Na Espanha, em 2002, o Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTVE), em parceria com o governo, criou o dossiê *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*, para a imprensa, com o objetivo de contribuir com uma melhora na cobertura sobre violência contra a mulher. Neste documento, 16 enunciados são reconhecidos como forma de colaborar para evitar que a imprensa difunda informações sobre violência doméstica de forma sexista.

O Caso Tatiane Spitzner foi o pautado nesta pesquisa por se mostrar espetacularizado pela mídia brasileira recente e também por apontar um desconhecimento do termo feminicídio por parte da sociedade brasileira digital. Isso porque, antes da escolha e recorte do objeto, a pesquisadora realizou uma pesquisa na Ferramenta *Google Trends*, no Brasil, com o termo “feminicídio”, desde 2004, data mais remota em que a ferramenta consegue realizar quantas vezes o termo foi

buscado no Google. O pico de buscas pelo termo foi em 05 de agosto de 2018, dia em que a reportagem sobre as cenas internas de segurança do prédio de Tatiane Spitzner foram exibidas pelo *Fantástico*.

A partir desse alerta, a pesquisadora recorreu aos portais de notícias e buscadores para entender o Caso Tatiane Spitzner. Pelo pico de procura ter sido em 05 de agosto de 2018, a pesquisadora investigou o termo “spitzner” novamente no buscador Google, recortando apenas notícias entre os períodos de 05 e 07 de agosto de 2018.

Essa consulta obteve 77 resultados, sendo que a pesquisa tomou como amostra 13 páginas referentes a 13 portais de informação jornalística cujo critério foi abrangência nacional, são eles: Yahoo, Terra, R7, Estadão, Uol, G1, Nexo, Quem, Zero Hora, Cláudia, Veja, MarieClaire e Catraca.

A partir dessa apuração, a pesquisa se pautou pela análise de conteúdo, método criado pela professora da Universidade de Paris V, Laurence Bardin. Ou seja, trata-se de um método que busca, por meios quantitativos, obter inferências de ordem qualitativa. De acordo com Bardin (2009, p. 47), a análise de conteúdo é formada por um conjunto de técnicas sistemáticas que visa obter “indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”.

Esse método é utilizado em vários suportes midiáticos e é útil tanto para compreender a recepção quanto a emissão da mensagem. Nesse sentido, o pesquisador precisa ter atenção pois precisa “entender o sentido da comunicação, como se fosse o receptor normal, e, principalmente, desviar o olhar, buscando outra significação, outra mensagem, passível de se enxergar por meio ou ao lado da primeira” (CÂMARA, 2013, p. 182).

Desse modo, elegeu a análise de conteúdo como método mais adequado para obter dados passíveis de investigação. Bardin (2009) estipula cinco etapas para a análise de conteúdo:

A) Organização da análise: consiste em uma pré-análise, na exploração do material (objeto), tratamento dos resultados brutos obtidos e interpretação.

B) Codificação: é a sistematização dos dados brutos, ou seja, a interpretação da mensagem, reagrupando-a em um conjunto de informação.

C) Categorização: os critérios usados são semânticos, conforme fundamentos de avaliação de políticas públicas.

D) Inferência: é o estudo dos dados, pretendendo identificar e compreender aspectos implícitos.

E) Tratamento informático: os dados são tabelados para possibilitar uma melhor visualização das informações.

Baseado no documento espanhol (IORTVE, 2002), criou-se 12 categorias para decodificar as informações mais facilmente. São elas:

C1. *Destaque do título*: por meio da pirâmide invertida e da lógica de sedução

de cliques – no caso da internet – o título de uma matéria contém o resumo e destaca a importância do fato.

C2. *Seção em que a matéria está alocada*: aponta como um caso de feminicídio é categorizado no veículo e, desse modo, tratado.

C3. *Gênero do jornalista que assina a matéria (quando presente)*: parte do princípio de que o jornalista é um gatekeeper, o que pode indicar inclinações na forma de escrita.

C4. *Há uso equivocado de conceitos?*

C5. *A mulher é estereotipada?*

C6. *Há justificativa da causa do feminicídio?*

C7. *Há o uso de sensacionalismo?*

C8. *Falta contextualização, antecedentes?*

C9. *Contém fonte especialista?* Para que a expressão feminicídio ganhe voz é necessário que o jornalismo utilize fontes e entrevistas de especialistas sobre o assunto, seja no âmbito do Direito, de Políticas Públicas ou outros.

C10. *Contém fonte testemunha?* No caso de feminicídios, fontes testemunhas podem contribuir para tornar o caso mais espetacularizado e isolado de um contexto grandioso e enraizado.

C11. *Não contém informações úteis?* Como informações sobre o Disque 180, que acolhe mulheres vítimas de violência doméstica; Lei Maria da Penha; evolução de atendimentos e prisões em decorrência a denúncias; entrevistas com especialistas. Esse tipo de conteúdo contribui para que a sociedade entenda que há políticas públicas específicas, que os casos estão distribuídos em todo o mundo, e há órgãos dedicados ao combate.

C12. *Utiliza imagem da vítima?* Além de expor, a imagem da vítima isola um caso e não contribui com a identificação do problema sistêmico.

Após as seleção das categorias, o tratamento informático se deu em uma planilha de Excel. Essas categorias foram divididas em duas etapas. Da Categoria 1 a 3, as informações foram tabuladas com perguntas/respostas abertas. Já das Categorias 4 a 12, por se tratarem de questionamentos fechados, a presença do enunciado na matéria jornalística era assinalada com um “X”. Desse modo, quanto mais assinalada estava uma linha, menos adequada aos critérios estabelecidos pelo IORTVE (2002) estava.

4 | RESULTADOS

Este item apresenta e discute os resultados provenientes da análise de conteúdo dos textos jornalísticos sobre o caso do feminicídio de Tatiane Spitzner, morta em julho de 2018. O corpus de análise se caracteriza por 13 matérias jornalísticas de 13 portais web informativos, no período de 05 de agosto a 07 de agosto de 2018, período

selecionado via Google Trends.

A partir da Categoria C1, que diz respeito à ênfase no título da publicação, se apresentaram 4 tendências de ênfase, mas duas se destacaram de forma quantitativa: Institucional – quando dizia respeito ao Ministério Público ou Perícia; e Vítima – quando colocava Tatiane Spitzner no centro do ocorrido. Outras categorias depreendidas foram: Morte (quando se priorizava a morte da advogada) e Pessoal, por apresentar a opinião de alguém testemunha ou observador. Já em relação ao C2, as seções mais utilizadas pelos portais foram as relacionadas a Cidades, já que o crime ocorreu em Guarapuava (PR), cidade fora da zona comum às notícias; e “Notícias”, que mostra o caso sendo tratado como mais um fato. O que chama a atenção é a disposição da matéria da UOL na seção de Cotidiano, o que pode sugerir algo de corriqueiro e sem a importância da dúvida.

Portal	Título	C1	C2
Yahoo	Ministério Público denuncia marido de Tatiane Spitzner por homicídio, cárcere privado e fraude processual	Institucional	Yahoo Notícias
Terra	Advogada teria sido asfixiada antes de ser jogada de prédio	Vítima	Cidades
R7	Advogada teria sido asfixiada Tatiane Spitzner sofreu fratura no pescoço, aponta laudo do MP	Vítima	Cidades
Estadão	MP denuncia professor por feminicídio de advogada do interior do Paraná	Institucional	Geral
Uol	Perícia encontra lesões características de esganadura em advogada morta no PR	Institucional	Cotidiano
G1	MP-PR denuncia marido de Tatiane Spitzner por homicídio, cárcere privado e fraude processual	Institucional	Regional
Nexo	O que a morte de Tatiane Spitzner diz sobre a violência de gênero	Morte	Expresso
Quem	LUIZA BRUNET LAMENTA MORTE DE TATIANE SPITZNER: "VERGONHA DA CONDIÇÃO FEMININA"	Pessoal	Quem News
Zero Hora	Advogada morta em Guarapuava pode ter sido asfixiada, aponta laudo	Vítima	Segurança
Cláudia	Morte de advogada será denunciada como feminicídio	Morte	Notícias
Veja	Laudo revela que Tatiane Spitzner sofreu esganadura	Institucional	Brasil
MarieClaire	Cheguei a questioná-la, mas ficou como se fosse o jeito dele, diz Luana, irmã de Tatiane Spitzner	Pessoal	Mulheres do Mundo
Catraca	Tatiane Spitzner sofreu série de violências, diz MP; veja lista	Vítima	Cidadania

Quadro 1. Categorias abertas pertinentes ao contexto de divulgação sobre feminicídio pela mídia

Fonte: elaboração própria

Observa-se que priorizar um enquadramento institucional a uma notícia sobre feminicídio torna esses casos distantes da realidade de muitos brasileiros. Além disso, apenas o título do Nexo e da revista Cláudia se refere a violência de gênero e feminicídio, respectivamente, ambos priorizaram a Morte nos títulos. Enfatizar essas expressões pode contribuir para dar voz ao termo feminicídio e, assim, romper com a tendência de esse tipo de homicídio ser entendido como crime passional (COPELLO, 2012).

Na C3, em que se observa a assinatura do jornalista, percebe-se que em apenas três matérias há assinatura de uma jornalista: Nexo, MarieClare e Cláudia. No restante, 4 não apresentam assinatura e 6 são assinadas por jornalista do sexo masculino. Apesar de exigir mais aprofundamento e pesquisa, essa questão, de certa forma, indica um reforço da desigualdade de gênero e a observação de que um maior número de mulheres em redações poderiam contribuir com formatos aprofundados da divulgação de feminicídio na mídia digital.

A tabela abaixo apresenta a quantidade de equívocos cometidos pela imprensa brasileira na cobertura digital do caso Tatiane Spitzner. Desse modo, quanto mais células assinaladas, mais inadequada – segundo o IORTVE (2002) – é a cobertura.

	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
Yahoo		X	X	X	X	X	X	X	X
Terra				X	X	X		X	
R7		X		X	X	X		X	X
Estadão				X	X	X		X	
Uol		X		X	X	X		X	
G1		X	X	X	X	X	X	X	X
Nexo				X					
Quem	X	X		X	X		X	X	X
Zero Hora				X	X	X		X	
Cláudia		X	X		X	X	X	X	
Veja	X			X	X	X		X	
MarieClaire				X	X	X	X	X	X
Catraca				X	X	X		X	X

Tabela 1. Categorias fechadas pertinentes ao contexto de divulgação sobre feminicídio pela mídia

Fonte: elaboração própria

Em relação ao C4, sobre o emprego de termos e conceitos errados, o portal das revistas Veja e Quem revelaram incongruência. No da Veja, “motivo torpe, um crime para terminar uma discussão” se refere à denúncia do MP contra o biólogo Luiz Felipe Manvailier; o que não deixa tão claro sobre o conceito. E o portal da Revista Quem, ao invés de empregar o termo feminicídio, se utiliza de “jogou a mulher da varanda”, dando a conotação de coisificação da mulher e a banalidade ao ato.

O estereótipo da vítima da C5 aparece em mais da metade da análise, sendo Tatiane relacionada a um papel social ligado ao matrimônio, como esposa e mulher

de Manvailier. Essa questão de subordinação consolida a raiz da desigualdade de gênero, fortalecendo a violência misógina (LAGARDE, 2007).

Os portais Yahoo, G1 e da revista Cláudia apresentam a justificativa (C6) de Manvailier ter fugido e/ou cometido o crime: era consumidor de anabolizante e fugiu porque a “imagem da mulher pulando a sacada” não lhe saía da mente. A presença da justificativa demonstra uma despreocupada linha-editorial contra o patriarcalismo e sexismo (MENEGHELL e PORTELLA, 2017).

O sensacionalismo (C7) foi notado na descrição do passo a passo de como Tatiane Spitzner foi espancada, asfixiada e jogada já morta pela sacada. As descrições também se concentram em como o agressor tentou limpar a cena do crime. A revista Cláudia foi a única que se absteve de descrever minuciosamente a cena.

O tratamento do caso como isolado, sem a contextualização (C8) foi quase que unânime, diferenciando o portal Nexo, em que a pauta da reportagem era mais abrangente e investigativa; e da revista Quem, cujo foco era o comentário de Luiza Brunet sobre o caso pelas redes sociais e sua retrospectiva de violência doméstica.

Em relação às fontes consultadas, a C9 e C10 observaram, respectivamente, “não há fonte especialista” e “há fonte testemunha”. É quase unânime a falta de fonte especialista para analisar a questão de gênero de uma forma aprofundada e sistêmica. Apenas na reportagem do portal Nexo é que constam duas consultoras: Nadine Gasmane, representante da ONU Mulheres; e Beatriz Accioly, antropóloga e pesquisadora da Universidade de São Paulo.

No entanto, portais como Yahoo, G1, Quem, Cláudia e MarieClaire utilizaram de fontes testemunhas ou observadoras para comentar o caso, como uma amiga e a irmã de Tatiane, o que espetaculariza e superficializa o feminicídio.

Novamente o portal Nexo apresenta maior aprofundamento na narrativa do caso, quando disponibiliza informações do levantamento do Portal G1 sobre dados de homicídios contra as mulheres, o que implica na categoria C11. As demais páginas analisadas não contemplam nenhuma informação útil ou relevante que ajude leitores a combaterem a violência do gênero ou apresente informações importantes sobre o contexto no Brasil.

A última categoria C12 dispõe sobre o uso da imagem de Tatiane Spitzner nas matérias por meio de fotografias ou vídeo. Além da exposição da vítima, a imagem concentra os olhares sobre o feminicídio na mulher e, não, no agressor. Desse modo, nota-se que metade da amostra disponibilizou a foto de Tatiane Spitzner, principalmente a da gravação interna do prédio onde residia e que foi agredida por Manvailier.

O que se percebe é que ainda há uma lacuna a ser preenchida pela imprensa brasileira no sentido de construir narrativas consubstanciais visando – junto com outros setores da sociedade – acabar com o feminicídio e a violência misógina. Empoderar a mulher é uma tarefa de grande responsabilidade da mídia por meio de pautas que englobe a questão de maneira mais abrangente e, não, isolada. Nesse sentido, a

reportagem digital do portal Nexó é a que foi mais adequada das 13 analisadas nesta pesquisa sobre o caso Tatiane Spitzner.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação digitais do Brasil estão cometendo inadequações da construção da narrativa no sentido de combater a violência contra a mulher e o feminicídio. Assim como, a tipificação do feminicídio no Brasil foi influenciada por iniciativas e tendências internacionais; uma reunião e construção conjunta de um dossiê de normas para a divulgação de feminicídios e violência de gênero com a imprensa brasileira, poderia contribuir com a redução de casos de feminicídio.

A pesquisa realizada e apresentada no presente artigo se mostra relevante e com a possibilidade de desencadear outros estudos que analisem ou descrevam a forma como a mídia retrata casos de feminicídio. A pauta deve ser constantemente divulgada e não apenas disseminada no mês de março, por causa do Dia Internacional da Mulher; no mês de agosto, por conta do aniversário do decreto da Lei Maria da Penha, de 7 de agosto de 2006; ou ainda quando ocorrem casos de comoção nacional.

A análise de conteúdo torna-se uma metodologia útil para averiguar de modo quantitativo questões relacionadas à cobertura da mídia, proporcionando dados que ajudem na interpretação e análise qualitativa da problemática.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO. **Dossiê Feminicídio**. 2016. Disponível em: <<https://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossies/feminicidio>>. Acessado dia 10 de abril de 2019.

ANANÍAS, Cecilia; VERGARA, Karen. **Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016**: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género. *Comunicación y Medios*. Chile: Universidade do Chile, N°34, 2016, p. 52-69.

ARTIGO 19. **Dados Sobre Feminicídio no Brasil – #InvisibilidadeMata**”. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2018/03/Dados-Sobre-Feminic%C3%ADdio-no-Brasil-.pdf>>. Acesso em 4 de abr. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo, 2009.

BRASIL. **Lei n. 13.104**, de 9 de março de 2015. Tipifica o feminicídio como circunstância qualificadora do crime de homicídio. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13104.htm. Acesso em 5 de ago. 2019.

BRASIL, Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial, da Juventude e dos Direitos Humanos. **Diretrizes nacionais feminicídio**. Investigar, processar e julgar com perspectiva de gênero as mortes violentas de mulheres. Brasília, 2016. Disponível em: <https://assets-dossies-ippg-v2.nyc3.digitaloceanspaces.com/sites/4/2016/11/Diretrizes-Nacionais-Feminicidio_documentonaintegra.pdf>. Acesso 8 de abr. de 2019.

CÂMARA, Rosana Hoffman. **Análise de Conteúdo: da teoria a prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, 6 (2), jul - dez, p. 179-191, 2013.

CAMPOS, Carmen Hein de. **Feminicídio no Brasil: uma análise crítico-feminista**. Revista Eletrônica da Faculdade de Direito. Porto Alegre, v. 7, n. 1, p. 103-115, janeiro-junho 2015.

COPELLO, Patricia Laurenzo. **Apuntes sobre el feminicidio**. Revista de Derecho Penal y Criminología, 3.a Época, n. 8 (julio de 2012), p. 119-143. Disponível em: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:revistaDerechoPenalyCriminologia-2012-8-5030&dsID=Documento.pdf>. Acesso em 8 de abr. 2019.

INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN. **Mujer, violencia y medios de comunicación: Dossier de Prensa**. Madrid: EGRAF, S.A/ Instituto Oficial de Radio y Televisión 2002.

LAGARDE, Marcela. **Por la vida y la libertad de las mujeres, fin al feminicidio**. México, 2004. Disponível em: <<https://www.cimacnoticias.com.mx/especiales/comision/art001.doc>>. Acesso em 8 de abr. 2019.

LAGARDE, Marcela. **Por los derechos humanos de las mujeres: la Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia**. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, v. XLIX, n. 200, p. 143-165, maio-ago, 2007. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42120009>>. Acesso em 8 de abr. 2019.

MENEGHEL, Stela Nazaret; PORTELLA, Ana Paula. **Feminicídios: conceitos, tipos e cenários**. Ciência & Saúde Coletiva, 22(9):3077-3086, 2017, p. 3077 – 3086.

PASINATO, Wânia. **“Femicídios” e as mortes de mulheres no Brasil**. Cadernos Pagu. Campinas, n. 37, p. 219-246, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n37/a08n37.pdf>. Acesso em 8 de abr. 2019.

VIVES-CASES, Carmen; RUIZ, María Teresa, ÁLVAREZ-DARDETA, Carlos; MARTIN, Marta. **Historia reciente de la cobertura periodística de la violencia contra las mujeres en el contexto español (1997-2001)**. Gaceta Sanitaria. Vol. 19, n. 1 (1 en. 2005), España, 2005. Disponível em: <http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-91112005000100006>. Acesso em 8 de abr. 2019.

WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da Violência 2015: homicídio de mulheres no Brasil**. Flacso Brasil. Brasília, DF, 2015, 1ª edição.

SOBRE O ORGANIZADOR

Marcelo Pereira da Silva - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018). Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016). Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009). Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003). Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar "Cultura e Sociedade", do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís. É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018. Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão. E-mail: marcelosilva_rp@hotmail.com

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aminer 36

Análise de discurso 39, 46, 148, 159

Análise quantitativa 259

Anúncio 133, 134, 142, 170, 171, 176, 177, 178, 292

B

Blockchain 191, 192, 198, 199, 200, 201

Boato 125, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136

C

Capital social 9, 98, 99, 100, 101, 104, 107, 109, 192, 200

Celebridade 1, 2, 5, 6, 8, 9, 10

Cinema 23, 189, 238, 239, 240, 262, 264, 265, 271, 272, 283, 284, 285, 286, 288, 291, 293, 294, 295, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313, 315

Cobertura jornalística 77, 82, 83, 86, 250, 324, 327

Comportamento do consumidor 88, 295

Consumo 6, 11, 12, 14, 54, 88, 91, 96, 110, 113, 114, 117, 119, 144, 193, 216, 287, 288, 328, 334, 336, 340, 343

Conteúdo 3, 8, 12, 14, 15, 19, 24, 31, 49, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 69, 79, 80, 82, 83, 88, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 102, 103, 104, 106, 110, 113, 114, 117, 138, 140, 141, 143, 144, 148, 155, 156, 164, 170, 171, 172, 174, 175, 180, 181, 188, 192, 197, 199, 206, 207, 209, 211, 216, 226, 227, 230, 231, 232, 236, 252, 255, 256, 257, 258, 263, 276, 280, 286, 287, 297, 298, 331, 332, 348, 350, 361

Cotas 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213

Cotidiano 18, 44, 47, 55, 81, 126, 135, 167, 174, 194, 195, 196, 211, 216, 222, 233, 282, 295, 297, 298, 304, 312, 313, 314, 335, 356, 358, 361

E

Eleições 53, 54, 57, 59, 61, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 76, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 127, 132, 136, 138, 157, 255, 260, 355

E-sports 77, 79, 81, 83, 84, 85, 86

F

Fake News 53, 55, 56, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 123, 134, 136, 293, 344, 345, 349, 350, 353, 354, 355

Feminismo 185, 214, 217, 218, 219, 224, 225

Fotografia 70, 73, 262, 289, 313, 325, 356, 357, 358, 359, 361, 362

I

Identidade 39, 45, 46, 49, 50, 51, 52, 129, 163, 207, 208, 211, 212, 229, 249, 263, 264, 287, 294, 356, 357, 358, 361, 362

Imaginário 219, 238, 239, 240, 241, 242, 245, 246, 248, 292

Imprensa 63, 102, 104, 108, 109, 110, 111, 113, 121, 123, 124, 127, 129, 132, 135, 136, 162, 171, 173, 175, 176, 181, 194, 195, 198, 204, 213, 216, 217, 219, 224, 226, 227, 229, 230, 234, 235, 236, 251, 254, 260, 275, 277, 278, 283, 302, 309, 318, 319, 327, 332, 335, 342, 359, 363

Influenciadores digitais 44, 46, 64

Infográfico 147, 149, 150, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 291

J

Jornal impresso 14, 18, 102, 103, 104, 170, 171, 172, 174, 175, 178, 179, 194, 320, 350

Jornalismo 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 55, 56, 64, 68, 77, 78, 79, 81, 82, 86, 87, 88, 91, 92, 94, 95, 96, 109, 113, 118, 121, 138, 146, 159, 160, 161, 162, 163, 168, 169, 170, 171, 174, 179, 180, 181, 182, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 214, 216, 217, 219, 220, 221, 223, 224, 225, 226, 232, 250, 251, 253, 254, 255, 257, 259, 260, 261, 262, 266, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 282, 283, 297, 298, 301, 303, 304, 316, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 353, 354, 355, 363

Jornalismo automotivo 316, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328

Jornalismo esportivo 77, 81, 82, 86, 87

Jornalismo literário 161, 162, 163, 168, 169

M

Mídia 5, 6, 8, 10, 12, 14, 22, 42, 48, 49, 51, 64, 68, 76, 78, 79, 82, 83, 90, 92, 93, 96, 100, 102, 103, 108, 109, 111, 126, 127, 128, 132, 137, 139, 159, 171, 175, 180, 181, 182, 193, 196, 197, 204, 216, 217, 224, 226, 227, 229, 230, 233, 234, 235, 236, 249, 251, 254, 255, 261, 273, 274, 277, 279, 282, 283, 295, 309, 316, 318, 319, 320, 323, 324, 327, 328, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 352, 354, 355, 361

Mídias digitais 14, 79, 88, 98, 100, 102, 188, 297, 298, 302

Multiculturalismo 238, 239, 240, 241, 248, 249

N

Notícias 2, 4, 12, 13, 14, 17, 40, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 76, 79, 83, 85, 88, 94, 95, 99, 102, 104, 105, 106, 108, 121, 123, 127, 130, 131, 141, 144, 164, 174, 175, 180, 191, 192, 194, 197, 198, 201, 218, 230, 231, 233, 250, 251, 252, 254, 255, 256, 257, 259, 260, 261, 274, 276, 277, 279, 283, 294, 303, 304, 316, 318, 320, 323, 325, 331, 335, 337, 338, 345, 346, 349, 350, 351, 353, 354

P

Presídio 184, 187, 188, 299

R

Redes sociais 1, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 28, 29, 33, 34, 35, 42, 43, 44, 46, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 63, 64, 66, 67, 69, 70, 71, 73, 75, 82, 83, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 117, 119, 121, 122, 123, 128, 131, 138, 139, 141, 145, 146, 165, 172, 200, 235, 259, 260, 285, 286, 289, 291, 331, 344, 345, 350, 357, 358, 361, 363

Reportagem 69, 102, 150, 161, 162, 164, 168, 169, 214, 215, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 225, 231, 235, 236, 280, 281, 297, 301, 302, 304, 319, 324, 326, 338

Representatividade 116, 182, 184, 188, 189, 203, 211, 259, 260, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293

S

Saúde mental 330, 332, 333, 334, 335, 336, 337

Segunda tela 88, 89, 93, 94, 95, 96

Sensacionalismo 227, 232, 235, 252, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 282, 283, 342

Subjetividade 52, 135, 147, 155, 162, 221, 332, 333, 342, 343

V

Valor-notícia 197, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-695-9



9 788572 476959