

A (IN)VISIBILIDADE DO FEMINICÍDIO NA MÍDIA: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA UMA COBERTURA RESPONSÁVEL

Data de submissão: 11/01/2024

Data de aceite: 01/02/2024

Fabiana Teixeira Ramos Tavares

Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro
Campos dos Goytacazes – Rio de Janeiro
<http://lattes.cnpq.br/1700450931780623>

Luanda Batista da Silva Brito Ramos

Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro
Campos dos Goytacazes – Rio de Janeiro
<http://lattes.cnpq.br/5748002024252319>

Jaqueline Ribeiro Dias

Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro
Campos dos Goytacazes – Rio de Janeiro
<http://lattes.cnpq.br/9118215896566580>

Cíntia Pedrosa Gomes

Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro
Campos dos Goytacazes – Rio de Janeiro
<http://lattes.cnpq.br/9639119795249743>

Tamara Cecília Rangel Gomes

Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro
Campos dos Goytacazes – Rio de Janeiro
<http://lattes.cnpq.br/9655423419139890>

RESUMO: O feminicídio é uma manifestação extrema da violência de gênero, refletindo relações de poder desiguais entre homens e mulheres. A divulgação desse tipo de crime na mídia jornalística é essencial para sensibilizar a sociedade, impulsionar por mudanças e garantir a responsabilização dos agressores. No entanto, a (in)visibilidade do feminicídio na mídia pode contribuir para sua perpetuação, encorajar denúncias e minimizar a gravidade do problema. Nesse contexto, este artigo se propõe a analisar como o feminicídio é abordado pela mídia jornalística identificando possíveis fatores que contribuem para essa (in)visibilidade e propondo estratégias para uma cobertura mais responsável, partindo do pressuposto de que o jornalismo, em sua função social como formador de opinião, produz cenas de visibilidade que tanto incluem quanto excluem sujeitos. Estudos recentes, evidenciam o aumento dos casos de violência doméstica contra mulheres, exigindo abordagens mais abrangentes para enfrentar essa questão. Neste estudo, de natureza qualitativa, adotou-se uma metodologia baseada em pesquisa bibliográfica. A análise das formas de abordagem midiática do feminicídio permitirá identificar estratégias

de comunicação mais eficazes no futuro, visando sensibilizar a sociedade sobre a gravidade da violência de gênero e fomentar uma mudança de atitudes. Entende-se que quando as notícias de feminicídio são compartilhadas em portais de notícia, sua repercussão costuma ser maior do que se fossem veiculadas na televisão ou nos jornais impressos, por exemplo. Justifica-se por impulsionar uma transformação social positiva, promovendo uma sociedade mais justa e livre de violência de gênero.

PALAVRAS-CHAVE: Feminicídio; (IN)visibilidade; Mídia jornalística; Violência de Gênero.

THE (IN)VISIBILITY OF FEMINICIDE IN THE MEDIA: CHALLENGES AND STRATEGIES FOR RESPONSIBLE COVERAGE

ABSTRACT: Femicide is an extreme manifestation of gender-based violence, reflecting unequal power relations between men and women. Publicizing this type of crime in de news media is essential to raise awareness in society, promote chance and ensure that perpetrators are held accountable. However, the (in)visibility of femicide in the media can contribute to its perpetuation, encourage reports and minimize the severity of the problem. In this context, this article aims to analyze how femicide is approached by journalistic media, identifying possible factors that contribute to this (in)visibilty and proposing strategies for more responsible coverage, based on the assumption that journalism, in its social function as opinion leader, produces scenes of visibility that both include and exclude subjects. Recent studies show an increase in cases of domestic violence against women, requiring more comprehensive approaches to address this issue. In this study, of a qualitative nature, a methodology based on bibliographical research was adopted. The analysis of the media approaches to femicide will allow us to identify more effective communication strategies in the future, aiming to raise awareness in society about the seriousness of gender-based violence and encourage a change in attitudes. It is understood that when news of femicide is shared on news portals, its repercussion is usually greater than if it were broadcast on television or in printed newspapers, for example. It is justified by driving positive social transformation, promoting a fairer society free from gender-based violence.

KEYWORDS: Femicide; (In)visibility; News Media; Gender Violence.

1 | INTRODUÇÃO

A violência contra a mulher é um complexo e multifacetado, enraizado em construções históricas que interagem intimamente com as categorias de gênero, classe e raça/etnia, bem como suas dinâmicas de poder. A conscientização sobre esse problema na sociedade brasileira emergiu das lutas feministas na década de 1970. Esses esforços culminaram, após três décadas, na promulgação da Lei nº 11.340/06, conhecida como Lei Maria da Penha, um marco legislativo para combater a violência doméstica e familiar direcionado às mulheres.

Além de criminalizar e considerar a violência de gênero como uma grave violação dos direitos das mulheres e dos Direitos Humanos, a Lei Maria da Penha conceitualizou a violência contra a mulher como qualquer ação fundamentada no gênero, capaz de resultar

em morte, dano ou sofrimento nos âmbitos físico, sexual, psicológico, moral e patrimonial. Esta definição abrange tanto a esfera pública quanto a privada. Apesar disso, a visibilidade social e política dessa problemática é relativamente recente, tendo em vista que, nos últimos 50 anos, ganhou destaque a seriedade e a importância crucial que precisam ser atribuídas às situações de violência contra as mulheres. Tal reconhecimento exigiu a implementação e efetivação de políticas públicas externas a esse enfrentamento.

A origem do termo “feminicídio” e sua distinção do simples “homicídio” são uma resposta à necessidade de chamar a atenção para as mortes de mulheres que ocorrem em ocorrências alarmantes em relação aos homens. Além disso, o termo realça as características peculiares desses assassinatos. O feminicídio não se assemelha ao homicídio; ao contrário, tem dimensões políticas e de gênero que repudiam a neutralidade do termo genérico.

Apesar das leis e políticas públicas rompidas para conter a violência de gênero, essa realidade cruel persiste. No entanto, para além da gravidade intrínseca desse crime, existe um aspecto igualmente preocupante que muitas vezes passa despercebido: a invisibilidade das mulheres dentro do contexto do feminicídio.

A invisibilidade da mulher no cenário do feminicídio é evidente em diversas esferas da sociedade. Muitos casos de feminicídio não são especificamente relatados ou registrados pelas autoridades competentes. Em vários países, a violência contra mulheres não é tratada com seriedade e a subnotificação é alarmante, não refletindo a realidade dos números e resultando em estatísticas oficiais que distorcem a verdade.

A Lei Maria da Penha, como ficou conhecida, representa a legislação no Brasil que define qualquer forma de violência direcionada às mulheres - seja física, psicológica, sexual, moral ou patrimonial - como crime punível com detenção de três meses a três anos. Além disso, a promulgação da Lei 13.104, conhecida como Lei do Feminicídio, em 9 de março de 2015, fortaleceu os movimentos sociais e políticos em prol dos direitos das mulheres, uma vez que classificou o feminicídio como crime hediondo.

Diante desses desafios, este estudo visa desenvolver uma análise descritiva das estratégias de divulgação do feminicídio pela mídia jornalística, com o objetivo de identificar abordagens potencialmente eficazes para mitigar essas características e, conseqüentemente, reduzir a invisibilidade das vítimas de feminicídio.

2 | A PRODUÇÃO DA (IN)VISIBILIDADE E DO SILENCIAMENTO NA MÍDIA

Ao tratar da noção de invisibilidade, Aubert e Haroche (2013, p. 13) argumentam que, hoje, “o invisível tende a significar o insignificante, e, mais, o inexistente”. Essa afirmação, que parece repetir um dito popular, “o que/quem não é visto, não é lembrado”, pode ser confirmada com uma simples observação em nossas relações cotidianas e em nossos interesses de leitura/escrita/acesso nas mídias. Se, pouco tempo atrás, as esferas

pública e privada apresentavam-se socialmente com maior distância e nitidez, atualmente, a exigência da visibilidade faz com que nossa existência seja mensurada pela quantidade de imagens, vídeos e textos que produzimos ou que são produzidos sobre nós, o que (nos) impulsiona a exibi-los frequentemente. Ainda segundo Aubert e Haroche (2013, p. 15), essa exigência da visibilidade busca uma extensão do “eu exterior” e uma redução do “eu interior”, o que resulta sempre em tornar-se público. Frente ao medo da inexistência, o ser humano contemporâneo se mostra e se significa nas e pelas mídias, já que “o sentido do eu é então menos constrangido pelo universo de experiências imediatas do que nutrido por múltiplas formas simbólicas midiáticas” (VOIROL, 2005, p. 97).

A visibilidade midiática tornou-se, assim, de extrema importância na vida cotidiana, conduzindo-nos a (re)produzir sentidos por meio de aparatos simbólicos que nos são propostos e, muitas vezes, impostos, mesmo sem nosso conhecimento prático ou consentimento imediato. Essa visibilidade permite que possamos interagir e, assim, criar pontos de vista diferentes, olhando para a mesma base simbólica. A esse respeito, Voirol (2005, p. 99) afirma que também é necessário conceber a cena midiática como um espaço onde os atores podem deixar a invisibilidade e existir aos olhos dos outros sem realmente entrar em contato com eles. Assim, eles podem afirmar seu ponto de vista, suas orientações normativas, suas preferências culturais, em uma cena de relações indiretas onde eles sabem que existem para outros.

No entanto, quem não participa dessa visibilidade midiática, quaisquer que sejam as razões, tende a permanecer invisível e à margem da atenção pública, o que significa que a cena de visibilidade tanto inclui quanto exclui. Sendo assim, (in)visibilização pode ser observada, por exemplo, no modo como se constroem as produções jornalísticas, tais como as notícias, visto que noticiar, informar, mostrar, nem sempre produz uma representatividade sobre o que (ou quem) é noticiado ou mostrado. Nesse sentido, os profissionais da informação detêm o poder de escolha do que se noticia, porém, estão inseridos em determinadas condições de produção, nas quais imperam critérios econômicos, sociais, culturais e ideológicos, que definem, por exemplo, o valor-notícia dos acontecimentos. O fato de os produtores escolherem o que é digno de aparecer (e o modo como deve aparecer) pode, ao mesmo tempo, anular/silenciar o que não é mostrado, tornando-o invisível para o público, mas, também, construir negativamente uma cena de visibilidade sobre o que se mostra.

Tendo em vista os aspectos observados, ao construir a realidade cotidiana para os leitores, o discurso jornalístico não prescinde de gestos de interpretação, dado que quem produz a notícia é, sobretudo, também um leitor que interpreta, mas nunca livremente. Para funcionar como discurso autorizado, crível, confiável (Navarro, 2006), o discurso jornalístico lança mão de roteiros, padrões e gêneros textuais, estruturas mais ou menos fixas e pré-determinadas. No caso das notícias, foco deste estudo, não há como ignorar a importância do lead (pessoa que fornece informações de contato) enquanto formato

que agencia a construção da cena a ser mostrada, de modo que a “hierarquia de lugares e pessoas, critério noticioso objetivo, venceu a magnitude e o número de envolvidos porque quem morre – e onde morre – são questões mais valorizadas pelo jornalismo e sua objetividade excludente” (Moraes; Veiga Da Silva, 2019, p. 9). No que diz respeito às manchetes sobre feminicídios, percebe-se uma recorrência no modo como se constrói a vítima, apresentando-se seu corpo esfacelado, a arma e a motivação do crime. Percebe-se, igualmente, o silenciamento e a invisibilização de outras mulheres, cujos assassinatos são esquecidos, porque não inseridos na lógica da visibilidade midiática.

Dado o exposto, os fatos notáveis não são apenas os que mais merecem a atenção do público, mas os que, dentre várias informações, foram construídos como realidade a ser vista, provavelmente, pela identificação social, histórica, política, cultural e ideológica dos profissionais da comunicação. Estes, segundo Voirol (2005, p. 102), “antes de enviar seus produtos para equipes editoriais, operam uma forma de censura na construção da narrativa, mantendo apenas o que é considerado por eles digno de atenção”. Tal censura, compreendida por Orlandi (2007) como sendo da ordem do silenciamento local, pode ser atrelada ao fato de que aquilo que não é considerado “adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional” acaba por não adquirir “a existência pública de notícia”, segundo Moraes e Veiga da Silva (2019, p. 16). Logo, as diversas escolhas, desde as pautas até as fontes e o modo como será retratada/reescrita uma história, influenciam na produção de silenciamento ou de (in)visibilidade. Profissionais da comunicação, equipes editoriais e demais cargos decisórios que definem essas regras ainda se validam em valores patriarcais, atrelados a formações discursivas e ideológicas dominantes, de modo que, apesar das “conquistas alcançadas pelas mulheres, no plano de valores da cultura Ocidental, e da brasileira em especial, o feminino e não apenas as mulheres ainda é posto em condição desigual em relação ao que se convencionou socialmente como masculino” (Veiga da Silva, 2014, p. 50-51).

Contudo, se as cenas de (in)visibilidade se produzem em formações discursivas e ideológicas com as quais jornalistas e leitores se identificam e que produzem, para estes, efeitos de evidência, de naturalização, a análise apurada dessas cenas implica compreender que o silenciamento (Orlandi, 2007) ou o excesso de dizer não decorrem senão de gestos de leitura, comumente efetuados pelo analista de discurso, mas igualmente possíveis ao leitor atento e ao jornalista que se dedica a problematizar sua própria prática. Essa complexidade tem sido cada vez mais frequente no cenário atual, em que a luta pela visibilidade sobre os feminicídios nos jornais é recorrente e necessária, visto que diversos casos não são nomeados como tais, mas descritos apenas como crimes passionais, caracterizados por ciúmes, crimes de honra e paixão. Em conformidade com a Lei n.º 13.104, de 2015, o feminicídio é uma “circunstância qualificadora do crime de homicídio” e deve passar a ser entendido como um “crime hediondo”, ou seja, deve ser inserido no rol dos crimes mais graves, que suscitam mais aversão e, conseqüentemente, devem ser combatidos.

Caracterizam o feminicídio, ainda conforme o texto da lei, os crimes “contra a mulher por razões da condição de sexo feminino” e/ou que envolvam “violência doméstica e familiar” e “menosprezo ou discriminação à condição de mulher” (Brasil, 2015).

No discurso jornalístico, esse corpo, visto como frágil, sofre um duplo ataque, primeiramente, enquanto alvo do crime feminicídio ou de sua tentativa e, depois, como alvo do fazer jornalístico que o elege como mostrável, noticiável, digno de espetáculo. As relações de poder, assim, materializam-se no corpo, submetendo-o à condição de vítima na qual se desenham, traçam-se à mão, sinais da violência que, diariamente, produz novas vítimas.

3 I A RELAÇÃO ENTRE A VIOLÊNCIA DE GÊNERO, LEGISLAÇÃO E MÍDIA

A violência de gênero, culminando em atos extremos como o feminicídio, é um problema intrincado e multifacetado que tem suas raízes fincadas nas construções históricas da sociedade. Ela se manifesta como um sintoma de desigualdades profundamente arraigadas entre homens e mulheres, refletindo não apenas diferenças biológicas, mas principalmente dinâmicas de poder, categorias sociais como classe e raça/etnia e as percepções moldadas pela cultura.

O despertar para a dimensão alarmante desse problema na sociedade brasileira surgiu a partir das lutas incessantes dos movimentos feministas, esses esforços ganharam mais força na década de 1970. Essa mobilização constante, após mais de três décadas, comprovada na promulgação da Lei nº 11.340/0, conhecida como Lei Maria da Penha, foi um divisor de águas legislativo no combate à violência doméstica e familiar direcionado às mulheres.

A relevância da Lei Maria da Penha não reside apenas na criminalização da violência de gênero, mas também em seu papel de reconhecimento oficial da gravidade dessa violação dos direitos humanos das mulheres. A lei define a violência contra a mulher como qualquer ato calcado no gênero, com potencial de ocasionar morte, dano físico, psicológico, moral, sexual ou patrimonial, ocorrendo tanto no âmbito público quanto no privado. No entanto, a visibilidade política e social desse problema é relativamente recente, levando em consideração que somente nas últimas cinco décadas a sociedade passou a dar o devido destaque à seriedade das situações de violência contra as mulheres. Isso levou à necessidade urgente de desenvolver e implementar políticas públicas efetivas para enfrentar essa questão.

Nesse contexto, ganha destaque a importância de investigar a relação entre a divulgação midiática dos casos de feminicídio e a visibilidade ou invisibilidade das vítimas. A mídia jornalística desempenha um papel significativo na construção da percepção pública sobre questões sociais, incluindo a violência de gênero. No entanto, a maneira como o feminicídio é reportado pode variar amplamente, contribuindo para sua (in)visibilidade.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As conclusões deste estudo ressaltam a necessidade de adotar uma abordagem ampla e integrada no combate à violência contra as mulheres. A análise das obras referenciadas destacou a importância da implementação de políticas públicas específicas, além de programas de conscientização e capacitação, para lidar com as complexidades associadas a essa forma de violência.

A vulnerabilidade nas manchetes é tornada visível à medida que o lugar de vítima é construído em uma relação simbiótica com a condição feminina. Ao reconhecer que mulheres não sabem ou não podem se defender, mesmo dentro de suas próprias casas ou em seus locais de trabalho, que seus corpos sofrerão, de alguma forma, o poder socialmente instaurado, o jornalismo pode amenizar a culpa e/ou ocultar o assassino, principalmente ao construir e solidificar, em seu discurso, a condição de vítima atrelada à mulher, cujo corpo é lugar propício tanto para a manifestação da violência quanto para a disseminação da notícia.

Mesmo que leis como a Lei Maria da Penha (2006) e a Lei do Femicídio (2015) existam, ainda são medidas recentes e frágeis, se comparadas aos séculos de violência naturalizada e institucionalizada, inclusive, nas redações jornalísticas. Ademais, cabe destacar que a violência orientada ao feminino, notadamente contra mulheres trans, ainda recebe lugar menor, seja no campo midiático, seja no número de denúncias, seja nas políticas públicas colocadas em ação em um país com altos índices de violência como o Brasil.

Partindo do objetivo geral de compreender a divulgação desses casos como um problema de segurança pública, e com base na hipótese de que a divulgação responsável e consciente pode contribuir para a superação desse grave problema.

A mídia jornalística desempenha uma função fundamental na divulgação de informações sobre casos de feminicídio na sociedade. Entretanto, essa divulgação nem sempre é feita de maneira responsável e consciente. Muitas vezes, vemos uma abordagem sensacionalista que, ao mesmo tempo em que destaca a complexidade do problema e a responsabilidade estrutural da sociedade e do Estado, pode perpetuar estereótipos de gênero e culpar a vítima.

A hipótese de que a divulgação responsável e consciente dos casos de feminicídio possa contribuir para a superação desse problema mostrando-se plausível à luz das lições. Quando a mídia se compromete a abordar esses casos de forma ética e informada, isso tem o potencial de aumentar a conscientização da sociedade sobre a gravidade e abrangência do feminicídio. Essa conscientização pode, por sua vez, estimular um engajamento mais ativo da comunidade, autoridades e instituições na implementação de medidas preventivas e de proteção efetiva às mulheres.

Além disso, uma divulgação consciente pode exercer uma pressão construtiva

sobre as autoridades e instituições responsáveis pela segurança pública. Ao destacar a importância da investigação e prevenção desses crimes, a mídia pode influenciar positivamente a atuação diligente e eficiente dessas entidades. No entanto, é imprescindível a preocupação de que o papel da mídia só pode ser bem-sucedido quando aliado a uma cobertura embasada, sensível e comprometida com os direitos humanos e a igualdade de gênero.

Assim, o estudo ressaltou a importância da mídia jornalística na conscientização sobre o feminicídio enquanto problema de segurança pública. A divulgação desses casos pode contribuir para uma abordagem de superação desse problema, incentivando a sociedade a assumir um papel ativo na prevenção e proteção das mulheres, bem como estimulando as autoridades a atuarem com maior eficácia. No entanto, para que isso ocorra de maneira eficaz, é necessário um compromisso ético e uma abordagem informada por parte da mídia, a fim de garantir que a divulgação dos casos contribua para a mudança social e a justiça de gênero.

REFERÊNCIAS

AUBERT, Nicole, HAROCHE, Claudine. **Ser visível para existir: a inunção da visibilidade**. In: AUBERT, Nicole, HAROCHE, Claudine (orgs). *Tirania da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013. p. 13-29.

BRASIL. Lei nº 11.340/06 (2006). **Lei Maria da Penha**. Brasília: Congresso Nacional, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11340.htm. Acesso em: 16 maio. 2023.

BRASIL. Lei nº 13.104 (2015). **Lei do feminicídio**. Brasília: Congresso Nacional, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13104.htm. Acesso em: 16 maio. 2023.

MORAES, F.; VEIGA DA SILVA, M. **A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora**. In: XXVIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2019. Anais.... Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_5LFXYWXMOTM6JSQBTT_28_7677_20_02_2019_17_5_17.pdf. Acesso em: 7 jan. 2021.

NAVARRO, P. **O pesquisador da mídia: entre “a aventura do discurso” e os dispositivos de interpretação da AD**. In: NAVARRO, P. (Org.). *Estudo do texto e do discurso: mapeando conceito e métodos*. São Carlos: Claraluz, 2006, p. 62-92.

ORLANDI, E. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos**. Campinas: EDUNICAMP, 2007. 181 p.

VEIGA DA SILVA, M. **Masculino, o gênero do jornalismo: modos de produção das notícias**. Florianópolis: Insular, 2014. 344 p.

VOIROL, O. **Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique.** Réseaux. n. 129-130, p. 89-121, 2005/1. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2005-1-page-89.htm>. Acesso em: 20 agosto 2023.