

**ENQUADRAMENTO JORNALÍSTICO DAS  
MATÉRIAS DE VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER:  
HEGEMONIA E CONTRA-HEGEMONIA NO  
TRABALHO DAS JORNALISTAS DA GAZETA**

Yara Lopes

Mestranda do curso de Pós-graduação em  
Comunicação e Territorialidades

Universidade Federal do Espírito Santos - UFES

E-mail: yarak.lopes@gmail.com

Orientador(es): Prof Rafael Bellan Rodrigues de Souza

Universidade Federal do Espírito Santos - UFES

E-mail: rafaelbellan@yahoo.com.br

## **RESUMO**

A violência contra a mulher é um assunto que já foi praticamente invisibilizado nas discussões sociais. Com a aprovação da Lei Maria da Penha em 2006 e o avanço das lutas feministas, o tema passou a ter mais espaço, inclusive na mídia. O objetivo do artigo é apresentar uma reflexão sobre a importância de analisar não só o aparecimento dessas notícias na imprensa, mas a maneira como essas notícias são apresentadas para o leitor. O enquadramento, ou news framing, é a metodologia utilizada para fazer essa análise, tentando entender o que é colocado como prioridade, o que é silenciado e qual a narrativa foi adotada pelo veículo de imprensa. Com essa análise mais minuciosa, é possível ver os traços de hegemonia ou de contra-hegemonia nessas notícias. O processo depende também do trabalho dos profissionais que produzem esse material. Assim, ao analisar as matérias de violência contra a mulher do jornal A Gazeta do Espírito Santo, deve-se analisar também como se dá o trabalho especificamente das jornalistas que escrevem essas notícias, para assim, levantar reflexões mais precisas sobre o fenômeno.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Violência contra a mulher. Enquadramento. Trabalho. Hegemonia.

## **INTRODUÇÃO**

O questionamento sobre a influência dos veículos de comunicação na formação de pensamentos e ideologias trouxe a questão sobre gênero e violência contra a mulher no jornalismo. Hoje o assunto já é pautado e noticiado de maneira mais ampla, então é possível questionar se esse conteúdo está contribuindo para uma mudança no status quo machista e patriarcal, em uma espécie de oposição ou até mesmo contra-hegemonia, ou se está à favor do ideal hegemônico, mesmo que não de forma tão aberta. Para chegar a uma conclusão, é preciso fazer uma análise que envolve diferentes fatores para além do texto que é disponibilizado ao público: o momento histórico que vivemos, o veículo onde foi publicada a matéria, as contradições existentes no

sistema, as condições materiais e imateriais para que esse conteúdo seja produzido e o trabalho de quem assina o texto, que é o jornalista, no caso as jornalistas. A escolha de colocar na conta também o trabalho das mulheres jornalistas é justamente para perceber se por tratar do tema de gênero existe ali uma contra-hegemonia, uma diferenciação no que normalmente é colocado sobre as mulheres, com mais questionamentos, profundidade e sensibilidade. Sem deixar de ter em vista que estamos em uma sociedade capitalista, neoliberal e que a empresa costuma exigir de seus funcionários uma conformidade com os seus próprios ideais e interesses. Para fazer essa análise foi escolhida a modalidade online da Gazeta do Espírito Santo, no período entre março e agosto, dois meses que marcam as lutas de gênero, mês da Mulher e a promulgação da Lei Maria da Penha, respectivamente.. Buscaremos também entrevistar jornalistas que trabalham na Gazeta, para entender o processo de dentro, o trabalho e suas minúcias. Para fazer tudo isso, embasaremos teoricamente o trabalho com as teorias marxistas do jornalismo, inclusive a comunicação feita na internet, do trabalho e de gênero, além de hegemonia e contra-hegemonia e enquadramento.

### **Jornalismo, hegemonia e gênero**

Segundo Moretzsohn (2007), o jornalismo teria surgido pela necessidade que foi apresentada de saber sobre qualquer coisa que pudesse interferir na vida econômica, ou seja, fatos sobre a política, o clima, o transporte, entre outros. Nesse primeiro momento, os jornais que foram impressos traziam questões comerciais, políticas ou até histórias mais leves como o que estava acontecendo na sociedade com as pessoas e situações curiosas. A influência do Iluminismo levaria o ainda incipiente jornalismo a uma faceta diferente, com a defesa aberta de causas, bem “partidário” como hoje poderíamos dizer.

A atividade nasceu de fato das necessidades de um capitalismo também inicial, teve como origens a burguesia, mas isso não significa que ele esteja limitado a essas origens. Ainda assim, não é possível ignorar essas raízes e sua relação forte com o capital. A terceira fase, ou o jornalismo moderno, pode ser enquadrado como um dos produtos da indústria cultural, que para os teóricos da Escola de Frankfurt serve apenas como um aparelho ideológico de manipulação das massas com objetivo de manutenção do *status quo*. Autores com uma certa tradição frankfurtiana levam essa criticidade da comunicação de massa proposta há cerca de 80 anos a um quase extremismo, reiterando mesmo mais recentemente que o jornalismo serve apenas aos

interesses do capital. Marcondes Filho (1989) faz discussões com esse tipo de reflexão, chegando a colocar imprensa e capitalismo como gêmeos.

Genro Filho (2012) desconstrói esse tipo de argumentação, apontando como o sistema econômico passou a direcionar grande parte de nossas atividades e necessidades, inclusive o jornalismo, mas que “o modo de produção capitalista não existe apenas para satisfazer os interesses particularistas da burguesia, mas também como um momento da história universal” (p 115). A curiosidade sobre o que está acontecendo é algo que sempre existiu, mas com a intensificação desses acontecimentos, com o aumento do tempo de giro e com o chamado mundo globalizado, passar informações transformou-se em uma indústria própria, justamente porque o capitalismo só se sustenta com produção e consumo constantes e os serviços passaram a ser comercializadas com mais afinco visto que existe um limite para acumulação física de coisas, informação neste cenário é um excelente negócio.

A necessidade por essa quantidade de informação que temos hoje foi colocada pelo sistema em que estamos, mas sendo ele superado, essa necessidade permanecerá na sociedade. Apesar de o capitalismo ter transformado a notícia em mercadoria (assim como faz com quase tudo), ela não é exclusivamente mercadoria, pode ser outra coisa ou uma mercadoria diferente, por assim dizer. Pode-se então questionar se o jornalismo que consumimos segue essa lógica capitalista e tem também como objetivo perpetuar a hegemonia ou se tem um viés diferente e propõe uma contra-hegemonia. Ou se pelo menos existem contrapontos, como apontou Coutinho (2008) dentro do discurso hegemônico dos veículos tradicionais de jornalismo aos quais temos acesso atualmente.

Primeiro é preciso entender que estamos em uma sociedade capitalista e, assim, as empresas terão como objetivo o lucro. Os veículos jornalísticos de comunicação de massa também são empresas, que tem nas informações trazidas ao público um valor de uso e nos espaços publicitários ou no pagamento para ter acesso às notícias um valor de troca. Os jornais precisam ter algo que atraia o público para que seu espaço de propaganda seja comercializado e ao mesmo tempo, devem seguir uma linha editorial, que costuma ter interesses políticos e econômicos bem definidos (mesmo que essa definição não seja tão clara para o público e o veículo se defina como imparcial e neutro).

Além disso, se a população foi socializada nos moldes capitalistas, esse possivelmente será o caminho dos textos dos jornalistas, que para conseguir inserir uma proposta diferente precisa ter essa consciência e também um pensamento crítico e que fuja da ideologia hegemônica. O

advento da tecnologia apareceu para muitos estudiosos da área como uma alternativa para fugir dos moldes capitalistas de produção noticiosa, uma vez que todos poderiam publicar livremente e a informação estaria ao alcance de todos. Mas não foi exatamente isso que aconteceu. Moraes (2010) explica que na verdade a tecnologia necessita também de gestão, de investimento financeiro, de logística, e que quem agrega tudo isso é justamente as grandes empresas.

Mas seria de se esperar purezas na megarede, sendo ela uma extensão da imperfeita inteligência humana que a concebeu? Como realcei em outro texto (Moraes, 2005, p. 72), é um erro supor que as aberturas na internet possam sobrepujar o cenário de transnacionalização da comunicação, inclusive no campo virtual, em que as corporações midiáticas fincam seus tentáculos com agressividade, controlando os sites mais populares, e com isso atraindo crescentemente anúncios e patrocínios. (MORAES, 2010, p. 54,55)

Ou seja, mesmo que acessos possam acontecer livremente com a internet, ela possibilitou que o capital se aglomerasse ainda mais, essa chamada desterritorialização pregada pelo digital e pela globalização contribui para mostrar quão poderosos são os territórios, pois estes seguem ocupados e controlados por quem detém poder econômico e político. Podemos exemplificar essa situação pensando em quais são os veículos digitais que fazem mais sucesso e têm mais audiência, se um independente criado por uma pessoa comum ou jornalista sozinho ou uma empresa que migrou do impresso tradicional com estrutura para contratar muitos funcionários e aparecer constantemente nas telas através de anúncios. O digital não pode ser encarado como um aparato revolucionário por si só, pois ele é controlado pelas pessoas e pelo sistema, que continuam capitalistas.

No caso específico da violência contra a mulher, atualmente as notícias são dadas no caderno policial, como mais um caso de violência. Não pensamos na verdade no que é essa violência geral, o que nos leva a ela e até a eficácia do sistema punitivista. Tratando-se da violência de gênero, com as leis que foram promulgadas e as campanhas que são feitas diz-se entender ser errado bater em mulher, mas percebe-se que as atitudes machistas e patriarcais seguem presentes nas pessoas, porque elas assim foram socializadas. Logo, se desde a mudança do sistema feudal para o capitalista, a partir do século XV, em função de garantir a manutenção desse sistema econômico que visa o lucro acima de tudo, o trabalho da mulher passa a ser desvalorizado, seu corpo torna-se um objeto que pertence à sociedade para reproduzir e cuidar dos filhos, seus conhecimentos da natureza são desprezados e criminalizados, seu próprio ser fica condicionado ao marido ou a algum homem da família e suas necessidades e protagonismo são apagados (FEDERICI, 2017), o feminino fica desvalorizado, é uma naturalização, uma socialização desses ideais.

Nesse exercício de hegemonia que coloca as ideias dominantes para as classes dominadas como se fossem delas também, está o jornalismo. Coutinho (2008) indica que cabem aos chamados intelectuais essa missão de hegemonizar as ideias dominantes, e que dentre eles existem os que defendem abertamente a manutenção do *status quo*, e os que mesmo com um pensamento mais crítico não conseguem apontar as inconsistências existentes no capitalismo, podendo ser inclusive contra machismo, homofobia e racismo, mas nunca contra o capital. Ele defende ainda que a mídia tem um papel essencial no processo de reprodução social e a maioria dos intelectuais midiáticos fazem parte dessa rede que ajuda na manutenção dessa realidade, mas que existem pensadores que entendem os meios de comunicação como esse aparato mantenedor da hegemonia e a importância de sair desse ciclo.

Apesar das duras críticas que faz à atividade jornalística como se apresenta atualmente, Moretzsohn (2007) não tem uma postura pessimista ou niilista, mas defende que o jornalismo não está com um destino selado e que é possível mudar esse roteiro que o coloca sempre fazendo um “*mea culpa*” através do próprio dia a dia da profissão, sem colocar o jornalista como um herói que empreenderá essa luta sozinho. Para ela, é preciso compreender que esse processo tem algumas aberturas e que a partir delas podem ser feitas críticas e passado pensamentos que contrariem a lógica dominante, mesmo dentro de um veículo hegemônico.

A revolução no jornalismo, portanto, não é dissolvê-lo no cotidiano, mas desmistificar o cânone da imparcialidade para fazê-lo assumir seu papel no jogo de forças que compõe a sociedade. Apenas desta forma o jornalismo pode de fato cumprir sua promessa de esclarecimento, esclarecendo previamente que todo discurso é ideológico e que não há informação independente de interpretação, apesar da ancestral aspiração do público pelo relato dos fatos “tais quais são”: estaria aí, aliás, ao mesmo tempo o resultado e a legitimação do processo de “pensar contra os fatos”. (MORETZSOHN, 2007, p. 288)

Genro Filho (2012) também apresenta saídas para o jornalismo, entendendo que a comunicação faz parte da coletividade humana e da produção de conhecimento, logo está inserido produção histórica e social.

A compreensão da informação jornalística sob outro ângulo ideológico, ou seja, como apreensão de uma realidade não reificada, reconhecendo seu processo dialético e apostando em suas melhores possibilidades, exige que o mundo seja entendido como produção histórica em que se constroem e se revelam sujeito e objeto. Exige uma perspectiva revolucionária. (GENRO FILHO, 2012, p. 228)

### **Trabalho do jornalista e o enquadramento**

O jornalismo é uma atividade profissional, portanto, para entender como funciona o mundo das notícias, os interesses, os resultados e as contradições, é preciso também entender o mundo do trabalho do jornalista e as implicações que isto tem. Saffiotti (2013) utilizando conceitos de

Marx explica o surgimento da sociedade capitalista se ampara em pessoas que se dispõem livremente a oferecer sua força de trabalho e que em cada período histórico o excedente deste trabalho foi apropriado de uma forma diferente. No caso do capitalismo, o pagamento de um salário mascara essa apropriação, mas ela também acontece da mesma forma que acontecia com os escravos e os servos, mas agora apresenta-se como um sistema que disponibiliza um pagamento integral do trabalho, embora isso não possa ser real ou não haveria acumulação por parte dos capitalistas.

Assim, os veículos de imprensa estariam inseridos nesta lógica capitalista de priorizar os seus valores mais do que as demais necessidades da humanidade. Por mais que o jornalismo moderno costume se colocar como imparcial, neutro, a serviço da comunidade, objetivo e tantas outras características que já foram debatidas e questionadas por vários teóricos, não se pode esquecer que trata-se de empresas e que os jornalistas são funcionários que seguem regras, são de certa forma peças dentro de um tabuleiro. O jornalismo funciona de certa forma de maneira taylorista, entregando um produto finalizado para a sociedade (BELLAN, 2017).

Srnicek (2017) aponta que é justamente na crise que o sistema capitalista costuma ser reestruturado. O autor argumenta que o capitalismo do século 21 está centrado na extração dos dados, eles tornaram-se a matéria-prima e as atividades dos usuários é a fonte de retirada desses dados. Com o avanço da internet e uma maior necessidade de utilização da comunicação digital, os dados ficam cada vez mais relevantes. Assim, esse período é chamado de capitalismo de plataforma, devido à ascensão dessas infraestruturas de grandes companhias que conseguem monopolizar, extrair e utilizar esses dados, como Google, Facebook e Uber.

Segundo o autor existem cinco tipos de plataforma, a primeira delas é a plataforma de propaganda, onde se encaixam melhor as relações com os veículos de comunicação. Essas infraestruturas oferecem serviços gratuitos aos seus usuários, mas utilizam os dados das interações feitas nas plataformas para oferecer espaço publicitário a empresas. São diferentes impactos que isso traz para a imprensa.

Acreditou-se que a possibilidade de ter um local para publicar suas próprias ideias e conteúdos traria uma democratização da comunicação, os veículos não teriam mais o monopólio desta produção e transmissão. Esquece-se, talvez, que essas plataformas são geridas por empresas capitalistas que objetivam o lucro, então independentemente de quem produza esse conteúdo, ele estará submetido a elas.

Neste contexto, os profissionais estão a cada dia trabalhando mais para dar conta de toda a demanda e fazer a empresa jornalística seguir lucrativa para os gestores. Além disso, há



acúmulo de funções na rotina do profissional, que precisa ser multifuncional nesse novo modelo de redações digitais.

Em vez de ajudar na atividade laboral, como muitos acreditam, as tecnologias têm uma característica que intensifica a exploração do trabalho, aumentando o controle sobre o tempo e a vida do jornalista. Tecnologias da comunicação e suas diferentes aplicabilidades representam o ápice do capitalismo contemporâneo, sendo parte dele. (BELLAN, 2017, 138, tradução nossa)

Devemos pensar nesse contexto histórico e nas condições de trabalho ao fazer uma análise do enquadramento que é utilizado nas matérias. O uso de enquadramento nas pesquisas sobre comunicação e jornalismo são relativamente recentes. Segundo Mauro Porto, os estudos começaram com o livro *Frame Analysis*, escrito pelo sociólogo Erving Goffman em 1974. Robert Entman explica que o enquadramento envolve seleção e saliência: *Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de maneira a promover um problema de definição particular, uma interpretação causal, uma avaliação moral, e/ou tratamento recomendado* para o item descrito. (ENTMAN, 1993, p. 52; itálicos no original; tradução do autor).

Assim, ao analisar as 24 matérias sorteadas dentre 250 sobre violência contra a mulher no período entre março e agosto de 2019 na Gazeta ES, utilizaremos como metodologia o enquadramento, mas levando em consideração o trabalho dos jornalistas responsáveis pela autoria. A partir disso, empregaremos as teorias de jornalismo e de gênero para chegar a conclusões.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O enquadramento é uma metodologia importante para os trabalhos em jornalismo, que ajuda a dissecar o texto e compreender o que é colocado em destaque. Isso é essencial para analisar as matérias de violência contra a mulher neste objetivo do assunto não ser simplesmente pautado, mas de ver o que é passado de fato ao público. Não se pode deixar de entender que a Gazeta é uma empresa, que busca lucros e que atende a determinados objetivos. Como empregados, os jornalistas muitas vezes podem se ver em uma posição difícil. Isso não significa que não possamos encontrar iniciativas alternativas e opositoras à hegemonia, e é justamente isso que iremos buscar na pesquisa.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **O iluminismo como mistificação das massas**  
**In: Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª edição, Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2002.

BELLAN, Rafael Rodrigues de Souza. **The work of journalists and its contradictions: a crisis ontology.** Revista Matrizes, v,11, N 3, set/dez. São Paulo, 2017.

COUTINHO, E. G. **Comunicação e Contra-Hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008

ENTMAN, Robert M. Framing: **Toward Clarification of a Fractured Paradigm.** Journal of Communication; Autumn 1993.

FEDERICI, Sílvia. **O calibã e a bruxa.** São Paulo: Editora Elefante, 2017.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo.** Florianópolis: Editora Insular, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Capital da Notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza.** 2ª edição. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MORAES, Dênis de. **Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci.** Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan-jun, 2010

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan, 2002

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos.** Rio de Janeiro: Revan, 2007

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade.** São Paulo: Expressão Popular, 2013

SRNICEK, Nick. **Plataform Capitalism.** Cambridge: Polity Press, 2017