

O ALERTA NACIONAL E A ESTEREOTIPAÇÃO DA IMAGEM DA MULHER EM HORÁRIO NOBRE NA TELEVISÃO BRASILEIRA

ALERTA NACIONAL'AND THE STEREOTYPING OF WOMEN'S IMAGES IN PRIME TIME ON BRAZILIAN TELEVISION

PROGRAMA ALERTA NACIONAL Y LA ESTEROTIPIZACIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN EL HORARIO PRIME DE LA TELEVISIÓN BRASILEÑA

Ana Maria da Conceição Veloso

■ Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do Departamento de Comunicação da UFPE e pesquisadora do Observatório de Mídia: Gênero, Democracia e Direitos Humanos da UFPE.

■ E-mail: ana.cveloso@ufpe.br

Láís Cristine Ferreira Cardoso

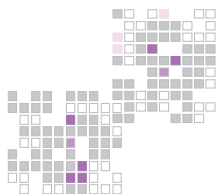
■ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), mestra em Comunicação e especialista em Direitos Humanos. Pesquisadora da área de comunicação e gênero, em especial sobre relação entre mulher e mídia, e da área de mídia e política.

■ E-mail: lais.ferreiraa@gmail.com

Mabel Dias dos Santos

■ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da Universidade Federal da Paraíba. Graduada em Comunicação Social. Associada ao Coletivo Intervezes e observadora credenciada do Observatório Paraibano de Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFPB).

■ E-mail: mabeldiasjornalista@protonmail.com



RESUMO

O presente artigo visa analisar a imagem da mulher construída na narrativa do programa Alerta Nacional, cujo apresentador Sikêra Junior é acusado de praticar sistemáticas violações aos direitos humanos. Para isso, foram analisados programas exibidos em 2021, com a categorização dos achados e utilizando aportes metodológicos da análise de conteúdo. Os resultados, percebidos a partir do entrelaçamento de pesquisa bibliográfica sobre comunicação e gênero e o papel da mídia na elaboração da imagem pública, apontam para a estereotipação da mulher e a violação de seus direitos, contribuindo para o reforço de papéis sociais relegados à subordinação.

PALAVRAS-CHAVE: MULHER; MÍDIA; GÊNERO; SIKÊRA JUNIOR.

ABSTRACT

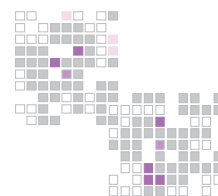
This paper aims to analyze women's images in the narrative of the Brazilian TV show Alerta Nacional, presented by Sikêra Junior, who is accused of systematically violating human rights. Programs aired in 2021 were analyzed with the categorization of findings and using content analysis method. The results, understood from the combination of bibliographic research on communication and gender and the role of the media in the elaboration of public image, point to the stereotyping of women and the violation of their rights, contributing to the reinforcement of social roles relegated to subordination.

KEYWORDS: WOMEN; MEDIA; GENDER; SIKÊRA JUNIOR.

RESUMEN

Este artículo tiene el objetivo de estudiar la imagen de la mujer en el programa Alerta Nacional, cuyo presentador Sikêra Junior es acusado de practicar violaciones sistemáticas de derechos humanos. Se analizaron los programas de 2021, clasificándolos por categorías y utilizando los aportes metodológicos del análisis de contenido. Los resultados, a partir de investigaciones bibliográficas sobre comunicación y género y el papel de los medios de comunicación en la elaboración de la imagen pública, señalan los estereotipos sobre las mujeres y la violación de sus derechos, que contribuyen al refuerzo de los roles sociales bajo la subordinados.

PALABRAS CLAVE: MUJER; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; GÊNERO; SIKÊRA JUNIOR.



1. Introdução

Uma pesquisa do Fórum Econômico Mundial (WEF) atesta os contrastes de gênero ao apresentar o Global Gender Gap Report (GGGR), estudo sobre o encaminhamento da paridade entre homens e mulheres ao redor do mundo. O levantamento, realizado em 2020, revela que o Brasil caiu 26 posições no ranking global de igualdade de gênero desde 2006, ocupando agora a posição de número 93 entre as 156 nações avaliadas. Além disso, foi citado como um dos países em que a população feminina foi mais profundamente afetada pela crise provocada pelo coronavírus, e que vai precisar de 135,6 anos para acabar com a lacuna entre os gêneros.

Mesmo com uma legislação considerada avançada para punir e erradicar a violência contra as mulheres, como a Lei Maria da Penha (2006), o Brasil ainda desponta como um dos locais mais inseguros para a população feminina. A terceira edição do estudo Visível e Invisível: A Vitimização de Mulheres no Brasil (2021), realizado em plena pandemia da covid-19 e organizado pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, aponta:

Em termos gerais, 1 em cada 4 (24,4%) das mulheres brasileiras acima de 16 anos afirmaram ter sofrido algum tipo de violência ou agressão nos últimos 12 meses, durante a pandemia de covid-19. Isso significa dizer que, em média, 17 milhões de mulheres sofreram violência baseada em gênero no último ano (BUENO et al, 2021, p.21)

Em meio à composição da sociedade brasileira, estruturada a partir da desigualdade social, da histórica relação de violência dos homens sobre as mulheres e, desde 2020, na vivência da pandemia, “discutir e entender o espaço dos meios de comunicação, historicamente branco e macho, é o grande desafio se quisermos modificar

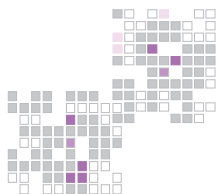
esta cultura, excludente e perversa. Trata-se de uma tarefa urgente, para todas/os que acreditam na comunicação como um direito inalienável” (IRACI, 2009, p.36).

É sabido que, muito mais do que constituir sustentáculos para o exercício do poder pelas elites, os veículos de comunicação podem influenciar a produção mental e cultural, uma vez que são também responsáveis pela massificação das ideias de uma época. Isso ocorre, por exemplo quando o apresentador Sikêra Junior, que comanda o programa Alerta Nacional em horário nobre, em rede de televisão aberta, desqualifica as mulheres; tais ações adquirem peso maior, uma vez que são amplificadas para uma grande parcela da população. Sendo assim, um dos campos de ação do movimento feminista tem sido a contestação do lugar da mulher na cultura – onde é historicamente marginalizada –, sobretudo pela mídia.

Portanto, é preciso refletir sobre a necessidade da sociedade romper com a construção histórica, baseada também pela mídia, que coloca a casa, o lar e a família como únicos espaços possíveis para a existência cotidiana das mulheres. E é nesse ponto que Betânia Ávila (2000) chama atenção para a importância de analisar o patriarcado em meio ao momento histórico em que ele se apresenta:

[...] Reconhecer a existência desse sistema de dominação e fazer conhecer os mecanismos de sua reprodução em qualquer medida que isso ainda aconteça é uma importante contribuição do feminismo para a democratização da vida social. Não levar em conta a questão do patriarcado coloca, por outro lado, um limite na concepção e nas estratégias de luta por igualdade. (ÁVILA, 2000).

Há um certo lugar para as mulheres nos veículos de comunicação, no entanto, o déficit maior dessa



representação não está na quantidade desses espaços, mas na maneira e na qualidade com que essa mulher é retratada pela mídia, sobretudo em programas policiais como o Alerta Nacional, apresentado por Sikêra Junior, objeto de estudo desse artigo. Varjão (2016, p.12) assim define o termo:

Por “policialescos” compreendem-se os programas de rádio e TV dedicados a narrar violências e criminalidades, sendo caracterizados pelo forte apelo popular. (...) essas produções são focadas majoritariamente em temas vinculados a ocorrências de ordem policial, ainda que, eventualmente, insiram entre as narrativas um ou outro assunto estranho ao rol de fatos violentos, delituosos ou criminosos (VARJÃO, 2016, p.12).

Como analisaremos a seguir, é possível perceber que, com tais características, essa produção tem estimulado a estereotipação da imagem da mulher e a violação dos seus direitos por meio de três pilares: (a) O acesso às imagens de um conjunto de mulheres despojadas de sua humanidade para emergir, nas telas, como passíveis de punição violenta pelos homens; (b) O controle sobre os corpos das mulheres e reafirmação de um feminino reduzido a um ideal midiático de beleza concebido para proporcionar o prazer masculino; e (c) Estímulo à desqualificação e desconfiança das mulheres que estão nos movimentos sociais, ou em locais de poder, representando-as como sem condições morais para galgar espaços de maior representatividade na sociedade. Para a pesquisadora Rachel Moreno,

A mídia comanda, sem mandar. Mandam a mulher ser bela, ser magra, ser boba, ser mãe, ser invejosa, competir com as outras, manda correr em busca da felicidade perfeita

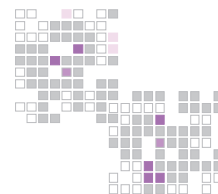
que virá a partir da compra de produtos e valores, da exibição de marcas e etiquetas que nos identifiquem e qualifiquem. Sem tom de mando, a mídia evita a resistência e a rebelião (MORENO, 2009, p. 13).

2. Quando um apresentador usa emissoras de televisão para promover a violência de gênero

O apresentador Sikêra Júnior – cujo nome de batismo é José Siqueira Barros Júnior¹ – ficou nacionalmente conhecido em 2017, após aparecer dentro de um caixão de madeira no programa Plantão Alagoas, apresentado por ele e transmitido pela TV Ponta Verde, em Maceió, afiliada ao SBT. Ele havia sofrido um infarto dias antes e, para marcar o seu retorno na apresentação do programa, “montou” uma cena de velório nos estúdios da emissora, utilizando música fúnebre e um discurso jocoso, mencionando que os “maconheiros” queriam sua morte (SANTOS, LIRA e NASCIMENTO, 2017). O termo “maconheiros”, segundo o apresentador, representa pessoas que fazem “mal para a família tradicional brasileira”. A performance repercutiu em todo o Brasil e foi amplificada por plataformas digitais como o Youtube.

Poucos meses após o ocorrido, Sikêra foi contratado pela TV Arapuan, em João Pessoa, afiliada à Rede TV!, para comandar o programa Cidade em Ação. Em 2019, mudou para a emissora A Crítica, de Manaus, também afiliada da Rede TV!, para comandar o Alerta Amazonas, que mais tarde recebeu o nome de Alerta Nacional e, em janeiro de 2020, passou a ser transmitido para todo o Brasil via emissora do grupo paulista. O formato do programa é

¹ Para efeitos de entendimento, iremos nos referir no texto ao nome artístico do apresentador, pontuando-o como Sikêra Júnior. Entretanto, em consonância com as normas da ABNT, as referências e citações utilizam como entrada o sobrenome oficial do mesmo, sendo apontado como BARROS JÚNIOR, José Siqueira.



semelhante ao que Sikêra apresentava nas outras emissoras: ele atua como âncora e conta com o apoio de um elenco, formado só por homens, que fazem coreografias das músicas, encenam em determinados quadros e respaldam os seus comentários, feitos, majoritariamente, após a veiculação das reportagens.

Além da rede de televisão aberta, a produção adotou um novo formato de transmissão dos programas, utilizando as plataformas digitais como Facebook e YouTube. Nesse último, ele é transmitido via canal da emissora amazonense e no canal da Rede TV!, de forma concomitante a veiculação da televisão, chegando a alcançar 140 mil visualizações diárias.

Para essa audiência, Sikêra Junior não esconde seu apoio ao presidente da República, Jair Bolsonaro (PL) e tanto o presidente quanto dois de seus filhos, já estiveram no palco do Alerta Nacional por diversas vezes. Quando o apresentador estava no Cidade em Ação, na TV Arapuan, e foi denunciado por violar os direitos humanos femininos em manifestação do movimento feminista em frente a emissora, o Deputado Federal Eduardo Bolsonaro (PSL) saiu em sua defesa e gravou um vídeo em apoio. O próprio presidente Bolsonaro já concedeu entrevistas exclusivas ao Alerta Nacional divulgando informações falsas sobre a Covid-19.

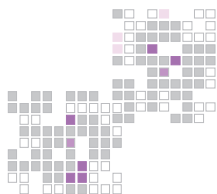
Segundo Fernandes e Presser (2021), o discurso do apresentador possui um conteúdo desinformativo e está em consonância com o bolsonarismo que, segundo as autoras, parece integrar, de maneira institucionalizada, a linha editorial da Rede TV!. Os comentários preconceituosos e discriminatórios, sobretudo contra as mulheres, proferidos em vários programas que comandou, levaram o apresentador a responder processos na Justiça brasileira. Entre eles, está a ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público Federal na Paraíba contra Sikêra, em junho de 2021, por

discurso de ódio e danos morais e coletivos às mulheres, resultante do não cumprimento pelo apresentador de um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), firmado em 2018 entre o Fórum Interinstitucional pelo Direito à Comunicação (FINDAC) e o Sistema Arapuan de Comunicação. O comentário que motivou a ação do MPF feito por Sikêra dizia que “mulher que não pinta as unhas e não se depila é sebosa”.

Seguindo a cartilha anti-Direitos Humanos, as mulheres, a população negra e o público LGBTQIA+ são os alvos preferenciais dos comentários discriminatórios de Sikêra Junior. Em resposta aos seus ataques à comunidade LGBTQIA+, o grupo net-ativista Sleeping Giants, em parceria com a Aliança LGBTI+, o All Out e o Põe na roda, realizaram, em 2021, uma campanha em suas redes sociais para conscientizar as empresas que patrocinavam o programa Alerta Nacional na TV a retirarem seu apoio financeiro, e que anunciantes não exibissem suas marcas em publicações nas redes sociais do próprio Sikêra e nos vídeos do programa no Youtube. A campanha mobilizou diversos ativistas digitais e teve o nome de #desmonetizasikera. Ao todo, 200 empresas retiraram o patrocínio ao programa de Sikêra Júnior, dentre elas Carrefour, HapVida e Magazine Luiza.

A mulher pela ótica do Alerta Nacional

Para analisar a imagem da mulher veiculada no programa Alerta Nacional, foram observados os programas exibidos em três semanas consecutivas, entre 09 e 25 de fevereiro de 2021 - em virtude das férias do apresentador Sikêra Junior, ocorridas até 08 de fevereiro, o início da coleta iniciou na data subsequente. Levando em consideração o objetivo do estudo, foram considerados os programas que contêm matérias com personagens femininas, sejam elas no papel de vítima ou de praticante do crime. Assim, o corpus é composto por 10 programas e foi



coletado a partir das exibições dos mesmos feitas no canal do Youtube da RedeTV!

A metodologia que busca revelar o objeto foi composta por duas fases: a primeira, relacionada a coleta de dados, quando foram visualizadas as prévias dos vídeos e identificados os casos e comentários relacionados às mulheres; já a segunda fase correspondente à separação desses casos e comentários e análise minuciosa dos mesmos. Para a investigação desse material, foi utilizada a Análise de Conteúdo, com base nas seguintes categorias: 1) Ideal de beleza; 2) Controle dos corpos femininos; 3) Mulheres de bem x mulheres de mal; e 4) Maternidade como sustentáculo social. Tais categorias foram delimitadas levando em consideração o conteúdo presente no corpus e a imagem comumente associada às mulheres nos campos social e midiático.

A primeira categoria a ser analisada é a 1) *ideal de beleza*. Ela conta com 15 comentários que permeiam quase todos os programas que constam no corpus dessa análise, sobretudo os proferidos pelo apresentador Sikêra Junior, que reforçam um ideal de beleza socialmente estabelecido. Em diversos momentos, ao se referir às mulheres que são personagens das matérias - seja em situações de vítima ou de realizadoras das ações -, ele faz comentários e julgamentos relacionados à beleza das mesmas. Foram encontradas 43 ocorrências dos termos bonita, bonitos e linda relacionados à beleza da mulher. Exemplo dessa situação é parte da narrativa do apresentador em relação à revogação de pedido de prisão dos acusados de assassinar uma bancária. Após exibição da matéria, ele se coloca indignado com a revogação do pedido e, em determinado momento, pontua: “Esse cara queria era viver na suruba. Sabe? Ele tinha uma esposa, uma bonita, uma moça.” (BARROS JÚNIOR, 2021f). Face o contexto do caso, no qual o rapaz e a amante são acusados de agredir e matar a bancária, o apresentador

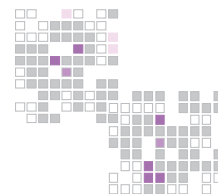
tece comentários acerca da beleza da vítima, o que nos leva a inferir que ele compreende que a vítima não merecia ser morta exatamente por conta das suas características físicas, o que reforça a coisificação e a objetificação feminina e os desvalores que permeiam as opiniões do apresentador sobre o caso.

Outro exemplo que reforça o ideal de beleza socialmente imposto às mulheres aparece em um comentário feito pelo apresentador após exibição de matéria que relata investigação policial sobre mãe e filha acusadas de invadir apartamentos em condomínio de alto padrão, em Belo Horizonte, para roubar pertences dos vizinhos. Sikêra pede para colocar a foto das duas no telão e, entre outras coisas, fala da idade das mesmas, relacionando à beleza.

Ó a véia, ó a véia. A véia. Só dão golpe sabe em quem? [...] Querem morar bem. A véia não tem mais quem sustente ela, já está, né, no fim. Cabou-se, aqui não consegue mais investimento nenhum, né? Aqui já era, nem no Itaú. A menina ainda se aproveita, mas vejam só, né? (BARROS JÚNIOR, 2021b)

A narrativa do apresentador apresenta várias camadas de estereótipos sociais: a ideia de que a mulher precisa ser sustentada pelo homem e, a mais forte delas, a associação da beleza relacionada à idade. Essa associação também está presente em outro comentário, dessa vez exibido no dia 11 de fevereiro, no qual ele oferece o café² que está tomando para “as mulheres que estão ficando cada dia mais bonitas. Cada dia mais bonitas. É a pessoa quando se trata, se cuida”

²“Quadro” do programa presente em alguns dos dias analisados. Geralmente, o apresentador dedica o café que está tomando a alguém ou alguma situação, tecendo comentários, e brinca com o público que está assistindo ao programa pela internet para que os internautas digitem palpites acerca do suposto número de xícaras de café que dariam para serem feitas a partir daquela xícara que ele está tomando.



(BARROS JÚNIOR, 2021c). Na sequência, ele cita nomes de mulheres conhecidas e que já estão na meia idade e complementa:

Sabe, são mulheres que estão ficando mais bonitas. É igual vinho, quanto mais véi mais gostosa, mais ela é, né? Entendeu? É o que eu digo, sabe, as coroa (sic) estão se cuidando mais do que muita menina por aí. Porque as menina relaxa (sic). É um short véio pra dançar na frente do, daquelas, daquelas caixa cheia de led né? Psiu, se cuide moça, se cuide. [...] Essas mulher (sic) não fica velha não, menino. Quanto mais o tempo passa, mais elas ficam bonitas, né? Elas ficam mais elegantes, mais... se cuida, mulher que se cuida, né? Um beijo, um beijo a todas vocês. Esse café eu desejo, eh eu eu, é dedicado a vocês, mulheres bonitas. (BARROS JÚNIOR, 2021c).

Os depoimentos aqui exemplificados reforçam o estereótipo de mulher ideal: a imposição social de beleza ligada apenas à juventude. O etarismo é um fator preponderante, relegando às mulheres mais velhas ao lugar de não desejo e de não atendimento às expectativas sociais. Outro aspecto fortemente ligado ao ideal de beleza feminina socialmente aceita está relacionado à ausência de pêlos corporais. Tal fato também esteve presente em comentário feito pelo apresentador Sikêra Junior, no dia 19 de fevereiro, no qual ele diz:

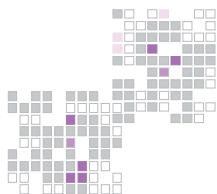
Hoje é sexta-feira. Mulheres do meu Brasil, mulheres do meu Brasil. Mulher que se preza, mulher brasileira, mulher vaidosa, bonita, gostosa, cheirosa, perfumada. É hoje é dia deeeeeeee... bater a gilete no box do banheiro. Hoje é dia de bater a gilete na pia. Hoje é dia de cometer um crime ambiental. De desmatar esta floresta. [...] A mulher que se preza ela rapa (sic) o sovaco, ela rapa o bucho, as pernas.

*A mulher que se preza ela se cuida. Parabéns a mulher que se depila porque mulher que não se depila é um caranguejo-uçá, é uma caranguejeira. [...]. Mulher que não depila perna é uma caranguejeira. [...] É feio demais, é muito feio. É feio, é feio, parece que cê tá encostando no homem, né? Um jogador de futebol, né? Mulheres do meu Brasil, cuidem-se! Cuidem-se! Vocês merecem. E outra coisa é questão de higiene também, tá?*³(BARROS JÚNIOR, 2021c).

A narrativa do apresentador, além de reproduzir um ideário de beleza, exemplifica outra questão fortemente presente na sociedade, e que corresponde a outra categoria aqui analisada, a 2) *Controle dos corpos femininos*. Os corpos femininos domesticados e idealizados como “perfeitos” e culturalmente aceitos devem servir a um padrão socialmente construído - e, em uma perspectiva patriarcal, estar à serviço dos homens -, que determina o que as mulheres devem ou não comer, vestir e fazer, imputando regras e retirando das mesmas a autonomia, a decisão. As que quebram essas regras, são descredibilizadas e até ridicularizadas, sobretudo em questões relacionadas à vida íntima.

Essa situação também está presente no corpus aqui analisado com 12 comentários feitos ao longo de dez programas, a exemplo da fala de Sikêra acerca da tatuagem íntima da cantora Anitta. Em programa veiculado em 22 de fevereiro, ele trata do caso de pastor suspeito de abusar de 15 mulheres em Macapá, e cita: “Um pastor, um pastor, olha o mundo como está. Olha o mundo como está todo se desmantelado. Até a Anitta fez um negócio ‘no no na’ nos Estados Unidos”

³ Esse comentário é feito com o apresentador segurando uma caneca e uma lâmina de barbear. Nos momentos em que fala sobre bater gilete no box e na pia e de cometer “crime ambiental”, ele bate a lâmina de barbear na caneca. O comentário também é permeado por sons do elenco falando “êêêê” em alguns momentos.



(BARROS JÚNIOR, 2021e). O apresentador cita a opção da cantora como um ato de inversão das regras de “normalidade”, como algo absurdo, colocando-o no mesmo patamar do crime de abuso sexual contra mulheres praticado por um homem.

Dois dias após o ocorrido, o apresentador veiculou uma música - cuja letra teria sido elaborada por ele e pelo compositor e arranjador Nino Leal - que tem a tatuagem de Anitta como tema. A música, cuja letra está descrita na citação abaixo, é em ritmo de fado português e é apresentada duas vezes seguidas por Sikêra Júnior, que, juntamente ao elenco do programa, canta e dança.

Me disseram que ficou tão bonita a tatuagem do caneco de Anitta. Me disseram que ficou tão bonita a tatuagem do caneco de Anitta. Desde novinha ela é muito assanhada, danadinha e muito namoradeira. Gosta de provocar a macharada, tô falando de Anitta a fanqueira.(...) Me disseram que gosta bastante de namorar e que adora dar uma sentadinha. Um belo dia nesta onda de sentar, ela perdeu a prega mestra e a rainha.(...) Do que adianta ela ter tanto dinheiro, reconstrução de prega ninguém faz. Procuraram solução no mundo inteiro e tatuaram pregas onde já não tinha mais. (BARROS JÚNIOR, 2021g).

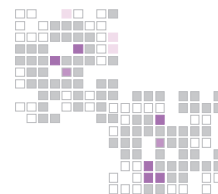
A ridicularização e hipersexualização do corpo de Anitta, presente na letra da música, que inclui palavras de baixo calão, se dá em virtude da quebra da regra social que imputa às mulheres um comportamento recatado, de vida social e privada com reputação ilibada. Essa mulher cumpridora das regras sociais é considerada a mulher de bem, que está presente na categoria 3) *Mulheres de bem x mulheres de mal*. Essas últimas são, ao contrário, as mulheres que não cumprem tais exigências classificadas como deveres sociais,

e são associadas ao feio, ao ruim e ao mal.

Especificamente nessa categoria aqui pontuada, composta por dez comentários, sendo nove proferidos pelo apresentador e um por um repórter ao longo da matéria, há a junção de aspectos ligados ao controle dos corpos, às mulheres como de propriedade dos homens e ao ideal de beleza feminina. Em relação ao último, é possível encontrar outros casos no corpus dessa pesquisa em que o apresentador Sikêra Junior associa a mulher bela à pessoa de bem, como no programa exibido no dia 09 de fevereiro de 2021: “Quantas meninas eu vejo na internet dançando no meio de uma tuia de vagabundo? E são meninas bonitas, meninas bonitas a gente sabe que é (sic) de família.” (BARROS JÚNIOR, 2021a).

Essas mulheres belas são, segundo Sikêra, desejadas pelos homens, evidenciando a ideia do corpo feminino à serviço do desejo e da vontade masculina, como no comentário feito por ele acerca do bloco de carnaval feminista Vacas Profanas, que ocorre na cidade de Olinda, Pernambuco. Ele pontua, chamando o elenco para frente das câmeras para encenar:

Eu vou pedir pro Ricardo Neves, lá em Recife, ir em busca de uma cena do Satanás que tem em Olinda todos os anos. Tinha, agora não tem mais não. Sabe o que é? Uma túia de mulher feia. Uma túia de mulher feia, tudo com os peito pra fora tocando ciranda e dançando, óia. Vem cá, vem cá elenco, vem cá, vamos dar uma demonstração como é a ciranda, vem cá. Agora, imagina a imagem do Satanás. Uma mulher feia, uma não umas cem. Tudo feia. Aí, não, é aquelas que não querem homem. Não, os homens que não quer ela, entendeu? É tudo revoltada porque... Psiu, elas moram na beira da, na beira do mar, na beira do mar. Nem a maresia come. (BARROS JÚNIOR, 2021d).



O elenco começa a dançar ciranda, junto com ele, que continua

[...] *Tem umas que pisa (sic) no bico do peito. Eita, espera aí menino né? Essa ciraaanda... Elas tropeçam... [...] Isso é luz do dia, viu? Seu filho passando, sua filha, velho passando, seu avô, sua avó. Não respeitam ninguém. Elas não apareceram, graças a Deus e pra visão do povo, né? Porque é a visão do infeeerno. [...] É, ói, é feia. Não é feia não, ela é feia, elas são feias. Feia não, é muito feia. Sabe aqueles peito no chão, sabe? Aquelas bota, umas botavam nas costas, amarrava, fazia aqui um nó pescoço, parecia um, parecia um maiô. [...] É a imagem é o sataná.* (BARROS JÚNIOR, 2021d)

As palavras proferidas por Sikêra dão ênfase à ideia de controle dos corpos femininos tanto com base em um ideal de beleza quanto a partir da ideia de instrumento de satisfação e de desejo masculino. Além disso, reforçam o estereótipo atribuído às mulheres feministas, de que são mal amadas, estão fora dos padrões de beleza e são revoltadas por não serem aceitas pelos homens. Assim, elas seriam as mulheres feias, que não são de bem e quebram os ditames prescritos dentro do que (ele e o programa) consideram como comportamento ideal das mulheres na sociedade.

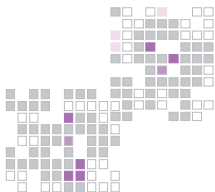
Segundo Mercedes Lima (2009), os meios de comunicação reforçam a naturalização da discriminação contra a mulher, retratando-a como um ser predestinado a exercer papéis sociais seculares, como a maternidade, a sexualidade vigiada e reprimida – quando se trata de satisfazer a si mesma – o compromisso com o casamento e a não visibilidade profissional. Ainda nos anos de 1988, o relatório Macbride apontava que a mídia não é a única responsável pela subordinação da mulher, que tem suas raízes nas estruturas econômicas, políticas e sociais.

Todavia, a mídia tem condições de apoiar ou atrasar as mudanças necessárias para que as mulheres saiam do lugar de opressão (UNESCO, 1988).

Esse olhar social para a mulher sob a perspectiva patriarcal também está presente na categoria 4) *Maternidade como sustentáculo social*, que imputa à mulher a obrigação de ser mãe e, depois disso, a responsabilidade única pela criação dos filhos. Há um ideário social romantizado de maternidade, no qual a mulher é sacralizada, que tudo suporta, sendo a responsável pela educação das crianças. Essa última questão está presente em sete comentários feitos por Sikêra Junior nos programas que compõem o corpus deste estudo, sobretudo quando ele se dirige diretamente às mães que estão assistindo, especialmente citando a figura materna nos enredos de crime ao falar sobre os “bandidos” filhos, como no exemplo a seguir.

Tem muita mãe aí relaxada, tem muita mãe relaxada. Você quer ver um erro? Um erro da mãe [...] Ver um erro número um da mãe? Atenção mãe, jovem mãe, atenção jovem mãe. O primeiro erro que você vai cometer se você disser isso. Presta atenção. “Quando o seu pai chegar”, aí o menino sai “eu não tenho pai”. A maioria não tem. E você não tem autoridade pro seu filho não, é? Você mãe que pariu? Você que esperou nove meses essa coisinha de Jesus chegar? A barriga cheia de estria, os peito mole. [...] Ô, mãe, a autoridade é tua. mãe. Por cima da cara e deixa o conselho [...]. Psiu, bote moral, a casa é sua, o filho é seu, a filha é sua. É melhor a senhora criar ela no rochedo do que ela começar com as amizadezinhas. (BARROS JÚNIOR, 2021c).

Neste sentido, é possível perceber que programas como o Alerta Nacional fixam estereótipos geradores de preconceitos e discriminação,



produzindo e reproduzindo valores e hábitos consoantes a formações ideológicas sexistas. A mídia reforça um modelo de *superwoman*, isto é, da mulher que está inserida no mercado de trabalho, que cuida dos filhos, do marido e da casa e ainda está sempre arrumada, reforçando modelos de beleza calcados na feminilidade e na juventude.

Sendo assim, além do estímulo à violência de gênero, toda a complexidade das mulheres, inerente a sua própria condição humana, é reduzida a estereótipos ligados ao corpo e à beleza das mesmas. “Aparentemente modernos, os valores representados pelas mulheres que aparecem correspondem mais ao século passado que à situação da mulher na sociedade contemporânea, com suas demandas, seus problemas, suas expectativas” (MORENO, 2012, p. 24).

Pesquisadoras do movimento feminista apontam, ainda, a ausência de protagonismo das mulheres nestes programas, que reafirmam a subordinação das mesmas ao sexo masculino. Para Mercedes Lima (2009), “os conceitos e visão sobre a mulher veiculados na mídia e na grade de programação de TV [...] reforçam a situação hierárquica entre homens e mulheres, a partir de uma determinada visão de mundo, levando à construção (ou desconstrução) da mulher real” (LIMA, 2009, p. 27).

Considerações finais

Os programas Alerta Nacional exibidos entre os dias 09 e 24 de fevereiro de 2021 reforçam e perpetuam um ideal de cumprimento da mulher em um papel exemplar, seja nas matérias, seja a partir dos comentários empreendidos pelo apresentador Sikêra Junior. Esse ideal se estabelece a partir de estereótipos que enquadram a mulher nos papéis de boa mãe, sendo responsáveis quase que unicamente pela educação dos filhos; de boa esposa, cuidando do marido e não o traindo e,

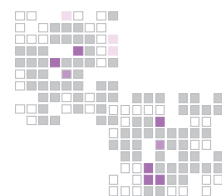
caso o faça, merece ser punida; de beleza ideal, estando sempre magra, jovem, depilada e bem cuidada, proibida de relaxar e de deixar a mostra os sinais do envelhecimento.

Esse cuidado com a beleza e os diversos papéis sociais acima elencados atendem a uma visão da mulher como objeto social de posse masculina, cujas ações e vivências devem servir para, no âmbito individual, apoiar o homem e, no âmbito coletivo, ser sustentáculo social, criando bem os filhos. Falas como “mulher de bandido”, “marmitta de bandido” entre outras variações presentes nos comentários e reportagens que compõem o corpus dessa pesquisa evidenciam esse papel de objeto, que, a depender do comportamento, pode ser taxado como de valor - na perspectiva de mulher de bem - ou descartável e com “defeito” - na perspectiva da mulher que não cumpre as regras e não é considerada mulher de bem.

Dessa forma, quando nos deparamos com um programa televisivo que exhibe, ao longo das uma hora de duração, cotidianamente, em horário nobre, na TV aberta, cenas que podem colaborar com a perpetuação do machismo, concluímos o que a produção ignora o artigo 8º da Lei Maria da Penha, que determina:

O respeito, dos meios de comunicação social, dos valores éticos e sociais da pessoa e da família, de forma a coibir os papéis estereotipados que legitimem ou exacerbem a violência doméstica e família, de acordo com o estabelecido no inciso III do Artigo 1º, no inciso IV do Artigo 221 da Constituição Federal. (BRASIL, 2006).

Logo, compreendemos o potencial de alcance dos meios de comunicação, e como estes podem estimular o debate junto à sociedade, levantando questões pertinentes sobre as diversas formas de violência que são praticadas contra as mulheres. Além de qualificá-las, a mídia deve combater



preconceitos e estereótipos com críticas, pressão e vigilância popular, buscando a ampliação das ações do Estado em prol da proteção às mulheres.

É papel social dos veículos de mídia, principalmente, a radiodifusão (que opera através de concessões públicas) representar uma pluralidade de vozes, promover a igualdade social e a dissolução de preconceitos, ao oferecer debates aprofundados sobre os problemas sociais que o Brasil enfrenta e fornecer conteúdos equilibrados, educativos e que respeitem os direitos humanos, às leis e acordos ratificados

pelo país.

De tal sorte, estudar as produções realizadas pelo programa Alerta Nacional faz parte do desafio necessário de repensar as fórmulas midiáticas que resultam em produções esvaziadas de sentido, redundantes e sensacionalistas. Produções que, em lugar de colocar os crimes praticados contra as mulheres como fenômenos que precisam ser enfrentados pela sociedade e pelo estado, soam como parte de um folhetim que acaba por reproduzir o sexismo e não mobiliza a população para a defesa dos direitos humanos.

Referências

ÁVILA, Maria. Feminismo e Sujeito Político *In: Revista Proposta*, n 84-85. Rio de Janeiro: Fase, n. 84-85, ano 29, março/agosto 2000, p. 7-11.

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021a, 01 vídeo (1h12m51). Publicado pelo canal RedeTV! em 09 fev 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=W6266F3XAzg>Acesso em 03 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021b, 01 vídeo (1h15m47). Publicado pelo canal RedeTV! em 10 fev 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=uHcSrnFtlVQ>Acesso em 03 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021c, 01 vídeo (1h17m22). Publicado pelo canal RedeTV! em 11 fev 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=lmFzA6utyTM&t=6s>Acesso em 03 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021d, 01 vídeo (1h20m41). Publicado pelo canal RedeTV! em 19 fev 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=d-c4PRDEIg0>Acesso em 04 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021e, 01 vídeo (1h18m41). Publicado pelo canal RedeTV! em 22 fev 2021. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=IRleTou_aokAcesso em 04 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021f, 01 vídeo (1h19m14). Publicado pelo canal RedeTV! em 23 fev 2021. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=XKPKBQT0_3k Acesso em 04 mar 2021

BARROS JÚNIOR, José Siqueira. **Alerta Nacional**. [Manaus] : [s.n], 2021g, 01 vídeo (1h16m21). Publicado pelo canal RedeTV! em 24 fev 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=DjIqEusx5vE>Acesso em 04 mar 2021

BRASIL. Lei nº 11.340, de 07 de agosto de 2006. Cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 8 ago. 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/11340.htm. Acesso em 04 fev 2021.

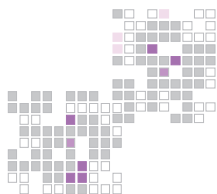
BUENO, Samira *et al* (org). **Visível e Invisível: A Vitimização de Mulheres no Brasil**. 3ed. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2021. Disponível em: <relatorio-visivel-e-invisivel-3ed-2021-v3.pdf> (forumseguranca.org.br) Acesso em: 10 de mar 2022.

FERNANDES, Karoline.; PRESSER, Nadi. Jornalismo policial e o bolsonarismo: a desinformação como estratégia de dominação simbólica na TV. **Interin**. v.26, n2, jul/dez 2021, p. 154-172. DOI: [10.35168/1980-5276.UTP.interin.2021.Vol26.N2.pp154-172](https://doi.org/10.35168/1980-5276.UTP.interin.2021.Vol26.N2.pp154-172)Acesso em 26 mar 2022

IRACI, Nilza. Mídia e racismo. *In: LIMA, Mercedes; VICENTE, Terezinha* (org). **O Controle social da imagem da mulher na mídia**. São Paulo: Articulação Mulher e Mídia, 2009, p. 32-36

LIMA, Mercedes. A imagem da mulher na mídia. *In: LIMA, Mercedes; VICENTE, Terezinha* (org). **O Controle Social da Imagem da Mulher na Mídia**. São Paulo: Articulação Mulher e Mídia, 2009, p. 27-31.

MORENO, Rachel. Vigiar, seduzir, excluir – a colonização das mentes. *In: LIMA, Mercedes; VICENTE, Terezinha* (org). **O Controle social**



da imagem da mulher na mídia. São Paulo: Articulação Mulher e Mídia, 2009, p. 11-16

SANTOS, Daniella; ; LIRA, Emília; NASCIMENTO, Danielle. Comunicação híbrida: policialesco, entretenimento e sensacionalismo. **Caderno de Graduação - Ciências Humanas e Sociais**. Alagoas, v.4. n.2, novembro 2017, p.117-128. Disponível em <https://periodicos.set.edu.br/fitshumanas/article/view/4413> Acesso em: 20 março 2022.

UNESCO. **Un solo mundo, voces múltiples:** comunicación e

información en nuestro tiempo. 2 ed. Barcelona, Espanha: 1988.

VARJÃO, Suzana. Violações de direitos na mídia brasileira: um conjunto de reflexões sobre como coibir violações de direitos no campo da comunicação de massa. **Guia de Monitoramento de Violações de Direitos**. v.1. Brasília, DF: ANDI, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2VU2e7i>. Acesso em 10 mar 2022.

WORLD Economic Forum. Global Gender Gap Report 2021- insight report. 2021. Disponível em https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf Acesso em 05 jan 2022.

