



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**NAYARA NASCIMENTO DE SOUSA**

**ENTRAVES PARA A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA COM PERSPECTIVA DE  
GÊNERO A PARTIR DA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL**

Imperatriz  
2022

**NAYARA NASCIMENTO DE SOUSA**

**ENTRAVES PARA A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA COM PERSPECTIVA DE  
GÊNERO A PARTIR DA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Mestra em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação contemporânea.

Linha de Pesquisa: Rotinas, Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos.

Orientadora: Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares.

Imperatriz  
2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Sousa, Nayara Nascimento de.

Entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero a partir da feminização do jornalismo no Brasil / Nayara Nascimento de Sousa. - 2022.  
200 f.

Orientador(a): Camilla Quesada Tavares.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação/ccim, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2022.

1. Feminização. 2. Mulheres jornalistas. 3. Jornalismo com perspectiva de gênero. 4. Interseccionalidade.  
5. Survey. I. Tavares, Camilla Quesada. II. Título.

**NAYARA NASCIMENTO DE SOUSA**

**ENTRAVES PARA A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA COM PERSPECTIVA DE  
GÊNERO A PARTIR DA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação da Universidade Federal do Maranhão para  
obtenção do grau de Mestra em Comunicação.

Aprovada em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Banca examinadora

---

Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares  
Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz)  
(Orientadora)

---

Profa. Dra. Thaisa Cristina Bueno  
Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz)  
(Membro interna)

---

Profa. Dra. Tamires Ferreira Coêlho  
Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)  
(Membro externa)

Imperatriz  
2022

Para minha família.

## AGRADECIMENTOS

Cada pessoa tem habilidades próprias que são desenvolvidas ao longo do tempo. Algumas cantam maravilhosamente bem, outras falam com uma eloquência invejável, há aquelas que dobram o próprio corpo como se não tivessem ossos. Enfim, nossas capacidades são inúmeras, e certas vezes diríamos que até pareciam impossíveis. E eu? Não sei cantar, não sou boa em expressar minhas ideias através da fala, e quanto a dobrar o corpo... É melhor não comentarmos sobre isso. O que eu sei fazer é escrever.

Você já ouviu falar do fio de Ariadne? Escrever é como percorrer o labirinto guiada pelas letras até encontrar a saída. Nesta pesquisa, o fio que me direciona é tecido por muitas mãos que merecem os mais sinceros e singelos agradecimentos. Primeiro agradeço aos meus pais, que não apenas me incentivam a estudar, mas me oferecem todas as ferramentas necessárias para que eu consiga me dedicar à formação. Espero que um dia eu possa recompensá-los da forma que merecem.

Agradeço às minhas irmãs, irmãos, meu sobrinho e sobrinha, amigas e amigos – são pessoas que tornam especiais cada dia e noite. Minhas professoras e professores, colegas de sala de aula e dos grupos de pesquisa, minha orientadora Camilla Tavares, às professoras Leila Sousa, Thaisa Bueno e Tamires Coêlho. A todas as pessoas que contribuíram para o desenvolvimento desta pesquisa nos seguintes espaços: no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOM/UFMA); na 8ª Escuela de Verano de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), realizada pela Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación (ACICOM), a Universidad del Norte e a Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto); na disciplina Transformações no Mundo do Trabalho da(o)s Jornalistas, ofertada em rede pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC); na disciplina Gênero e Mídia, ministrada pela Profa. Flávia de Almeida Moura no Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOMPro/UFMA); no 7º Colóquio Mulher e Sociedade, organizado pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo e Gênero do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPG Jornalismo) e pelo

projeto de extensão Elos – Jornalismo, Direitos Humanos e Formação Cidadã da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) – em especial à Profa. Paula Melani Rocha; no V Encontro de Jovens Investigadores da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM); no 11º Encontro de Pesquisa em Comunicação (Enpecom); e no XV Seminário Internacional de Metodologias Transformadoras da Rede Temática Comunicação, Cidadania, Educação e Integração na América Latina (AMLAT).

Agradeço a todas e todos que divulgaram a pesquisa em eventos nacionais e internacionais e durante as aulas em diversas disciplinas pelas quais eu pude participar. À Rede de Jornalistas e Comunicadoras com visão de Gênero e Raça (RIPVG Brasil), Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e sindicatos de jornalistas de várias partes do Brasil, e ao grupo de pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS).

Sobretudo, agradeço a cada mulher que participou da pesquisa, mesmo aquelas que não conseguiram concluir o *survey*. Recebi muitos comentários de apoio, desabafos, reflexões, e percebi o quanto essas mulheres querem ser realmente vistas, ouvidas e compreendidas. É importante mencionar que o trabalho foi desenvolvido em tempos de pandemia da COVID-19, de modo que, embora tivéssemos tantas preocupações, problemas e incertezas, muitas pessoas se dispuseram a participar, compartilhar, comentar. Reitero que esta dissertação é resultado da dedicação de uma estudante maranhense que sempre acreditou no potencial transformador da educação, da luta de docentes da UFMA tanto para a criação quanto o crescimento do PPGCOM/UFMA, especialmente da confiança de muitas cidadãs e cidadãos na pesquisa que é desenvolvida nas universidades públicas do Brasil.

Por fim, agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão, vulgo “Mãe FAPEMA”.

“Uma teoria feminista de gênero adequada deve simultaneamente ser uma teoria da diferença racial nas condições históricas específicas de produção e reprodução.”

(Donna Haraway, 2004)

## RESUMO

SOUSA, Nayara Nascimento de. **Entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero a partir da feminização do jornalismo no Brasil**. 2022. 200f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2022.

Esta pesquisa tem por objetivo principal analisar os fatores que dificultam a produção de conteúdo jornalístico com perspectiva de gênero entre mulheres do jornalismo brasileiro, verificando se há diferenças quando se considera formação (dimensão individual) e trabalho (dimensão organizacional). Também nos interessa relacionar aspectos interseccionais, em especial, de gênero e raça, no fenômeno da feminização do jornalismo, além de contribuir na produção de dados sobre o perfil feminino na área. A metodologia utilizada é a quantitativa não-probabilística do *survey*, direcionado a mulheres que trabalham ou já trabalharam no mercado do jornalismo (mídia ou fora da mídia), desde que tivessem alguma experiência com produção jornalística. Os dados foram coletados entre 2 de junho e 3 de setembro de 2021, e validamos 217 respondentes de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal. A partir da análise descritiva, temos como principais resultados: o perfil das respondentes corrobora levantamentos com profissionais do jornalismo, sendo mulheres cis, brancas, jovens e com alto nível de escolaridade. Sobre a formação, as informantes tiveram pouco contato com assuntos voltados ao gênero durante a graduação. Contudo, as mulheres mais jovens indicaram maior acesso a essas questões, o que evidencia possíveis mudanças recentes nos cursos de Jornalismo. Em relação aos aspectos do trabalho, verificamos uma maior diversidade racial entre as mulheres com vínculo a assessorias, ao passo que a mídia e a docência parecem apresentar maiores barreiras de acesso entre profissionais não-brancas. A principal dificuldade verificada para abordar a perspectiva de gênero na produção se refere ao fator organizacional: as pautas taxadas como militância se constitui em entrave, na medida em que o gênero é tratado como um tema proibido, estranho ao ambiente de trabalho e sem legitimidade no jornalismo. Por fim, as empresas precisam de mudanças verticais e horizontais, oferecendo espaço e naturalizando as discussões dessa natureza.

**Palavras-chave:** Feminização; Mulheres jornalistas; Jornalismo com perspectiva de gênero; Interseccionalidade; *Survey*.

## ABSTRACT

SOUSA, Nayara Nascimento de. **Barriers to journalistic production with gender perspective from the feminization of journalism in Brazil**. 2022. 200p. Dissertation (Master in Communication) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2022.

This research aims to analyze the factors that hinder the production of journalistic content with a gender perspective for women in Brazilian journalism, checking whether there are differences when considering education (individual dimension) and professionalization (organizational dimension). We are also interested in relating intersectional aspects, especially gender and race, in the phenomenon of the feminization of journalism, in addition to contributing to the production of data on the female profile in the area. The methodology used is a non-probabilistic quantitative survey, for women who work or have worked in journalism, provided they have some experience with journalistic production. The data were collected between June 2 and September 3, 2021, and we validated 217 respondents from all states of Brazil and the Distrito Federal. From the descriptive analysis, we have as main results: the profile of the respondents corroborates surveys with journalism professionals, being cis women, white, young, and with a high level of education. About education, the informants had little contact with issues related to gender during graduation. However, younger women indicated more access to these issues, which shows possible recent changes in Journalism courses. In relation to the work aspects, we verified a greater racial diversity among the women who work in consulting firms, while the media and the teaching profession seem to present greater barriers of access for non-white professional women. The main difficulty verified in approaching the gender perspective in the production refers to the organizational factor: the agendas billed as militancy constitute an obstacle, to the extent that gender is treated as a forbidden theme, strange to the work environment and without legitimacy in journalism. Finally, companies need vertical and horizontal changes, offering space and naturalizing discussions of this nature.

**Keywords:** Feminization; Women journalists; Journalism with a gender perspective; Intersectionality; Survey.

## RESUMEN

SOUSA, Nayara Nascimento de. **Entravas para a produção jornalística com perspectiva de gênero a partir da feminização do jornalismo no Brasil**. 2022. 200f. Disertación (Maestría en Comunicación) - Universidade Federal de Maranhão, Imperatriz, 2022.

Esta investigación tiene como objetivo principal analizar los factores que dificultan la producción de contenidos periodísticos con perspectiva de género entre las mujeres del periodismo brasileño, comprobando si existen diferencias al considerar la formación (dimensión individual) y el trabajo (dimensión organizativa). También nos interesa relacionar aspectos interseccionales, especialmente de género y raza, en el fenómeno de la feminización del periodismo, además de contribuir a la producción de datos sobre el perfil femenino en el área. La metodología utilizada es una encuesta cuantitativa no probabilística, dirigida a mujeres que trabajan o han trabajado en el mercado del periodismo, siempre que tengan alguna experiencia en la producción periodística. Los datos fueron recogidos entre el 2 de junio y el 3 de septiembre de 2021, y validamos 217 encuestados de todos los estados de Brasil y del Distrito Federal. Del análisis descriptivo, tenemos como principales resultados: el perfil corrobora las encuestas con profesionales del periodismo, siendo mujeres cis, blancas, jóvenes y con alto nivel de escolaridad. En cuanto a la formación, los informantes tuvieron poco contacto con cuestiones relacionadas con el género durante la graduación. Sin embargo, las mujeres más jóvenes indicaron un mayor acceso a estos temas, lo que pone de manifiesto posibles cambios recientes en los cursos de periodismo. En relación con los aspectos laborales, comprobamos una mayor diversidad racial entre las mujeres que trabajan en asesorías, mientras que los medios de comunicación y la enseñanza parecen presentar mayores barreras de acceso entre los profesionales no blancas. La principal dificultad para abordar la perspectiva de género en la producción se refiere al factor organizativo: las agendas consideradas como militancia constituyen un obstáculo, ya que el género es tratado como un tema prohibido, extraño al ámbito laboral y sin legitimidad en el periodismo. Por último, las empresas necesitan cambios verticales y horizontales, ofreciendo espacio y naturalizando las discusiones de esta naturaleza.

**Palabras clave:** Feminización; Mujeres periodistas; Periodismo con perspectiva de género; Interseccionalidad; Encuesta.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Bancos de dados de fontes femininas especialistas no Brasil.....	42
--	----

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Perspectiva de gênero nas pautas jornalísticas .....	53
<b>Figura 2</b> – Região do país correspondente às informantes .....	87
<b>Figura 3</b> – Outros movimentos sociais de identificação das respondentes .....	107
<b>Figura 4</b> – Outros tipos de empresas de trabalho das respondentes no jornalismo .....	118
<b>Figura 5</b> – Outros tipos de vínculos empregatícios das respondentes no jornalismo .....	120
<b>Figura 6</b> – Frequência de respondentes com outro emprego junto ao jornalismo ..	124
<b>Figura 7</b> – Outros empregos mantidos pelas respondentes junto trabalho principal no jornalismo .....	124
<b>Figura 8</b> – Outras funções citadas pelas respondentes.....	138
<b>Figura 9</b> – Outros temas abordados pelas respondentes nas produções com foco em mulheres.....	147
<b>Figura 10</b> – Outros fatores citados pelas respondentes que dificultam a produção com foco em mulheres.....	153
<b>Figura 11</b> – Outros fatores citados pelas respondentes que dificultam a produção com foco em mulheres.....	157
<b>Figura 12</b> – Outras situações citadas pelas respondentes para a busca por fontes femininas.....	159

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Sexo das/os estudantes dos cursos de Comunicação Social segundo o Enade.....	64
<b>Gráfico 2</b> – Perfil racial de concluintes dos cursos de Comunicação Social segundo o Enade.....	65
<b>Gráfico 3</b> – Identidade de gênero das respondentes.....	85
<b>Gráfico 4</b> – Faixa etária das respondentes.....	86
<b>Gráfico 5</b> – Cor/raça declarada pelas respondentes .....	87
<b>Gráfico 6</b> – Unidades Federativas correspondentes às informantes .....	88
<b>Gráfico 7</b> – Comparativo entre cor/raça e região das respondentes .....	89
<b>Gráfico 8</b> – Nível de escolaridade das respondentes .....	89
<b>Gráfico 9</b> – Comparativo entre cor/raça e nível de escolaridade.....	91
<b>Gráfico 10</b> – Comparativo entre faixa etária e nível de escolaridade .....	92
<b>Gráfico 11</b> – Cursos da graduação das respondentes .....	93
<b>Gráfico 12</b> – Tipo de instituição da graduação das respondentes.....	94
<b>Gráfico 13</b> – Comparativo entre cor/raça e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação.....	95
<b>Gráfico 14</b> – Incentivo docente para a produção com foco em mulheres.....	97
<b>Gráfico 15</b> – Comparativo entre faixa etária das respondentes e incentivo docente para a produção com foco em mulheres .....	97
<b>Gráfico 16</b> – Comparativo entre incentivo docente para produção com foco em mulheres e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação .....	98
<b>Gráfico 17</b> – Frequência do incentivo docente para consulta a fontes femininas.....	99
<b>Gráfico 18</b> – Comparativo entre faixa etária das respondentes e incentivo docente para consulta a fontes femininas.....	99
<b>Gráfico 19</b> – Comparativo entre incentivo docente para consulta a fontes femininas e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação .....	100
<b>Gráfico 20</b> – Acesso a atividades acadêmicas com enfoque parcial ou total de gênero .....	101
<b>Gráfico 21</b> – Comparativo entre faixa etária e acesso a atividades com enfoque de gênero .....	102
<b>Gráfico 22</b> – Comparativo entre faixa etária e acesso a atividades com enfoque de gênero .....	102
<b>Gráfico 23</b> – Comparativo entre acesso a atividades com enfoque de gênero e tipo de instituição das respondentes.....	103
<b>Gráfico 24</b> – Frequência de identificação das respondentes com movimentos sociais .....	106
<b>Gráfico 25</b> – Frequência de identificação das respondentes com movimentos sociais específicos .....	106
<b>Gráfico 26</b> – Situação atual de trabalho das respondentes.....	109
<b>Gráfico 27</b> – Comparativo entre cor/raça e situação de trabalho das respondentes .....	110
<b>Gráfico 28</b> – Comparativo entre nível de escolaridade e atual situação de trabalho das respondentes.....	112
<b>Gráfico 29</b> – Comparativo entre faixa etária e atual situação de trabalho das respondentes.....	113
<b>Gráfico 30</b> – Principal área de trabalho das respondentes no jornalismo .....	115

<b>Gráfico 31</b> – Comparativo entre cor/raça e área de trabalho das respondentes no jornalismo.....	116
<b>Gráfico 32</b> - Tipo de empresa de trabalho das respondentes no jornalismo .....	117
<b>Gráfico 33</b> – Comparativo entre área de trabalho e tipo de empresa das respondentes no jornalismo.....	118
<b>Gráfico 34</b> – Comparativo entre cor/raça e tipo de empresa de trabalho das respondentes no jornalismo .....	119
<b>Gráfico 35</b> – Tipo de vínculo empregatício das respondentes no jornalismo .....	120
<b>Gráfico 36</b> – Comparativo entre tipo de empresa e vínculo empregatício das respondentes no jornalismo .....	121
<b>Gráfico 37</b> – Comparativo entre cor/raça e tipo de vínculo empregatício das respondentes no jornalismo .....	122
<b>Gráfico 38</b> – Frequência de respondentes com vínculo a empresas especializadas em gênero e/ou raça no jornalismo .....	125
<b>Gráfico 39</b> – Carga horária diária de trabalho das respondentes no jornalismo.....	126
<b>Gráfico 40</b> – Comparativo entre tipo de empresa de vínculo das respondentes e carga horária de trabalho .....	127
<b>Gráfico 41</b> – Comparativo entre vínculo trabalhista e carga horária do trabalho das respondentes no jornalismo .....	128
<b>Gráfico 42</b> – Comparativo entre cor/raça e carga horária diária de trabalho das respondentes no jornalismo .....	128
<b>Gráfico 43</b> – Média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes.....	129
<b>Gráfico 44</b> – Comparativo entre tipo de empresa e média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes.....	130
<b>Gráfico 45</b> – Comparativo entre vínculo empregatício e média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes.....	130
<b>Gráfico 46</b> – Média de dias utilizados pelas respondentes para produzir cada material jornalístico .....	131
<b>Gráfico 47</b> – Comparativo entre tipo de empresa e média de dias utilizados pelas respondentes para produzir cada material jornalístico .....	132
<b>Gráfico 48</b> – Frequência de produção de diferentes tipos de conteúdo jornalístico pelas respondentes.....	133
<b>Gráfico 49</b> – Comparativo entre tipo de empresa e conteúdo jornalístico produzido frequentemente pelas respondentes.....	133
<b>Gráfico 50</b> – Comparativo entre área de trabalho e conteúdo jornalístico produzido frequentemente pelas respondentes.....	134
<b>Gráfico 51</b> – Funções exercidas pelas respondentes no jornalismo .....	136
<b>Gráfico 52</b> – Comparativo entre cor/raça e funções exercidas pelas respondentes no jornalismo.....	139
<b>Gráfico 53</b> – Percentuais de respondentes que produziram ou não a partir do foco em mulheres.....	143
<b>Gráfico 54</b> – Temas abordados pelas respondentes nas produções jornalísticas com foco em mulheres.....	144
<b>Gráfico 55</b> – Quantidade de temas abordados pelas respondentes na produção jornalística com foco em mulheres .....	145
<b>Gráfico 56</b> – Comparativo entre tipo de empresa de vínculo das respondentes e quantidade de temas abordados na produção com foco em mulheres .....	145
<b>Gráfico 57</b> – Frequência de temas considerados “mais fáceis” para a produção jornalística com foco em mulheres.....	148

<b>Gráfico 58</b> – Frequência de temas considerados “mais difíceis” para a produção jornalística com foco em mulheres .....	149
<b>Gráfico 59</b> – Frequência dos aspectos que dificultam a produção com foco em mulheres entre as respondentes que já elaboraram a partir dessa abordagem .....	151
<b>Gráfico 60</b> – Frequência dos aspectos que dificultam a produção com foco em mulheres entre as respondentes que nunca elaboraram a partir dessa abordagem .....	155
<b>Gráfico 61</b> – Frequência de situações em que as respondentes buscam fontes femininas.....	158

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	17
<b>1 ARTICULANDO ESTUDOS FEMINISTAS PARA PENSAR A PERSPECTIVA DE GÊNERO NO JORNALISMO.....</b>	<b>21</b>
1.1 Divisão sexual do trabalho .....	22
1.2 Problemas na universalização da mulher .....	25
1.3 Gênero e jornalismo.....	31
1.4 Orientações para uma perspectiva de gênero no jornalismo .....	37
1.5 Jornalismo com perspectiva de gênero .....	43
<b>2 ASPECTOS INTERSECCIONAIS NA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO BRASILEIRO .....</b>	<b>56</b>
2.1 A formação superior e nos cursos de Jornalismo no Brasil.....	57
2.2 Perfil de estudantes nos cursos de jornalismo .....	63
2.3 Ensino de jornalismo .....	67
2.4 O ingresso das mulheres no jornalismo .....	70
<b>3 O CAMINHO METODOLÓGICO .....</b>	<b>77</b>
3.1 A pesquisa com <i>survey</i> .....	78
3.2 Procedimentos metodológicos na coleta dos dados.....	79
<b>4 ENTRAVES PARA A PRODUÇÃO COM PERSPECTIVA DE GÊNERO A PARTIR DA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO .....</b>	<b>84</b>
4.1 Perfil sociodemográfico das informantes da pesquisa .....	85
4.2 Questões de gênero na formação.....	96
4.3 Movimentos sociais .....	105
4.4 Aspectos do trabalho.....	108
4.5 Perspectiva de gênero na produção jornalística.....	141
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	161
REFERÊNCIAS.....	167
APÊNDICE.....	180
ANEXO I.....	188
ANEXO II.....	191
ANEXO III.....	198

## INTRODUÇÃO

O jornalismo surge como produto do capitalismo e da industrialização (TRAQUINA, 2020; GENRO FILHO, 1987), como uma profissão masculinizada<sup>1</sup>, visto que a sociedade patriarcal tradicionalmente atribui espaços e papéis sociais para homens (por muito tempo vistos como responsáveis pelo sustento financeiro do lar, a partir do trabalho no âmbito público) e mulheres (no caso das brancas e de classes privilegiadas, cumpriam sobretudo as funções de mães e donas de casa no ambiente privado) (SANTOS; TEMER, 2018). Nesse sentido, o gênero é uma das instâncias que organizam a sociedade (SCOTT, 1995; MIGUEL; BIROLI, 2014), inclusive o jornalismo.

Se por um lado os meios de comunicação são encarados como mecanismos que reproduzem e estruturam as desigualdades de gênero (BIROLI, 2011), também é necessário reconhecer o potencial de ação política desses espaços para visibilizar as mulheres – brancas e não-brancas, além de outras minorias sociais (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020a). Dessa forma, as teorias feministas do Sul Global defendem que a comunicação não é somente um instrumento de dominação, se configurando também em lugar de resistência essencial para o combate às assimetrias de gênero e raça (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020a).

Assim, a partir das constantes transformações nas sociedades, tais como a institucionalização de direitos femininos e a ampliação da atuação das mulheres nos mais diversos âmbitos, no jornalismo também há uma crescente demanda pela maior visibilidade feminina. Porém, muito mais do que representatividade meramente quantitativa das profissionais nesses espaços, é importante pensar na diversidade racial e na perspectiva de gênero interseccional na produção.

Uma vez que o Brasil faz parte dos países cujas redações estão cada vez mais femininas (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017), ter mulheres no jornalismo ainda não é suficiente para que as pautas de gênero sejam veiculadas. Em outras palavras, o fenômeno da feminização não consegue se refletir na perspectiva adotada para a produção do conteúdo. Sobre isso, a literatura constata que os veículos de mídia corporativa tendem a privilegiar uma abordagem masculinista, com pouco espaço

---

<sup>1</sup> Casadei (2011) aponta que o mercado de trabalho jornalístico brasileiro foi um local exclusivamente masculino durante muito tempo, e que esse cenário mudou lentamente. A autora destaca a atuação de mulheres na imprensa alternativa desde o século XIX.

para as vozes femininas (SILVA, 2010; ROCHA; DANCOSKY, 2018; DIAZ, 2019; COSTA, 2018), mas também é importante levar em conta que a mídia independente não necessariamente é revolucionária (CARVALHO; BRONOSKY, 2017), de modo que a perspectiva de gênero aparece mais nas iniciativas especializadas no jornalismo feminista (COSTA, 2018; VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017).

Assim, a progressiva entrada das mulheres no mercado jornalístico não é acompanhada pelos conteúdos pensados para o público feminino (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Olhando para a imprensa tradicional, a literatura aponta que, em geral, mesmo as pautas definidas pelas jornalistas não priorizam temas femininos (ABREU; ROCHA, 2006), e quando as mulheres aparecem na mídia é de maneira estereotipada, com preferência para as brancas, de classe média e heterossexuais (COSTA, 2018).

Para se ter ideia, na pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro* (MAZOTTE; TOSTE, 2017), parte das profissionais entrevistadas indicou que, mesmo quando produzem matérias com viés de gênero, o texto sofre intervenções por editores homens. Outras mulheres não conseguem sequer emplacar a pauta, em virtude da resistência dos editores em aceitar matérias com foco nas assimetrias de gênero. Também é comum que o feminismo seja tratado como tema não verdadeiramente jornalístico.

Contudo, é importante problematizar quais mulheres ocupam as redações, já que pesquisas indicam que a atuação das negras é baixa. O *Perfil do Jornalista Brasileiro 2021* (LIMA et al., 2022), indica que somente 29,9% das/os jornalistas são negras/os, sendo 20,6% pardas/os e 9,3% pretas/os<sup>2</sup>. A pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro* (MAZOTTE; TOSTE, 2017) corrobora esses índices, apontando que 94,5% das mulheres respondentes disseram haver mais pessoas brancas do que negras em seus veículos.

Conforme Carneiro (2001, n.p.) questiona: “Quando falamos em garantir as mesmas oportunidades para homens e mulheres no mercado de trabalho, estamos garantindo emprego para que tipo de mulher?”. Desse modo, é necessário um olhar interseccional e decolonial para analisar a inserção das mulheres no jornalismo, uma vez que as redações continuam ocupadas predominantemente por pessoas brancas,

---

<sup>2</sup> Apesar da pesquisa verificar o baixo percentual de profissionais negras/os no jornalismo, o relatório aponta um relativo avanço em comparação ao levantamento de 2012 (MICK; LIMA, 2013), quando apenas 23% das/os jornalistas se declararam negras/os – 18% pardas/os e 5% pretas/os.

e isso pode impactar na perspectiva adotada para a produção do conteúdo. Assim, além do gênero, nos interessa incluir a raça para observar a feminização da profissão, embora a interseccionalidade não se resume a esses dois marcadores – destacamos outros como etnia, geração, regionalidade, deficiência etc.

A reflexão que colocamos é que o jornalismo brasileiro é majoritariamente feito por pessoas brancas falando sobre pessoas brancas; o que revela o atravessamento da colonialidade do saber, do gênero e da raça (LUGONES, 2014). Com efeito, as mulheres negras submetidas a formas de dominação precisam encontrar meios de resistência ao silenciamento, apagamento e subalternização (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020b), inclusive no jornalismo.

Diante desse contexto, esta pesquisa parte do pressuposto de que a perspectiva de gênero encontra dificuldades para ganhar espaço no jornalismo (COSTA, 2018; MAZOTTE; TOSTE, 2017). Dessa forma, levantamos a seguinte problemática: quais os entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero, considerando as dimensões individual e organizacional, por mulheres do jornalismo no Brasil? Temos como objetivo principal analisar os fatores que dificultam a utilização de uma perspectiva de gênero na produção de conteúdo, verificando se há diferenças quando se considera aspectos do perfil e formação (de ordem individual) e do trabalho (de ordem organizacional) de mulheres que atuam/atuaram no jornalismo brasileiro. Também nos interessa relacionar aspectos interseccionais, em especial de gênero e raça, no fenômeno da feminização do jornalismo, além de contribuir na produção de dados sobre o perfil feminino na área.

A pesquisa se justifica pela lacuna de trabalhos que tenham como objeto a/o própria/o jornalista, e a necessidade de ouvir essas/es profissionais para compreender as disputas internas da profissão (MASSUCHIN; TAVARES; SILVA, 2020), sendo que, neste caso, se referem à perspectiva de gênero na produção jornalística. Destacamos também a necessidade de analisar a relação entre gênero e jornalismo, na medida em que propicia reflexões sobre a temática, fortalece o campo científico e visibiliza as questões de gênero, contribuindo para a formação (CAMARGO; WOITOWICZ, 2018). Além disso, levantamentos sobre o estado da arte das pesquisas que articulam gênero e jornalismo chamam a atenção para a baixa produção de trabalhos sobre o tema, mas indicam o potencial crescimento na área (ALMEIDA, 2018; MARTINEZ; LAGO; SOUZA LAGO, 2016).

Para tanto, a metodologia empregada na construção do trabalho envolve a pesquisa bibliográfica, utilizada no desenvolvimento do referencial e embasamento dos dados coletados, e a empírica, na medida em que busca analisar um objeto concreto (MARTINO, 2018). A abordagem quantitativa articula o método do *survey*, predominantemente elaborado com perguntas fechadas, aplicado a mulheres que atuam ou já atuaram no jornalismo no Brasil. Ressaltamos que algumas perguntas são abertas, porém opcionais, acrescentadas para que as respondentes tivessem um espaço para detalhar experiências na profissão. O *survey* foi aplicado entre 2 de junho e 3 de setembro de 2021 e obtivemos 217 respondentes, sendo a análise descritiva utilizada na interpretação dos dados a partir das discussões teóricas.

O trabalho se estrutura da seguintes forma: o Capítulo I aborda gênero e jornalismo, refletindo os fatores que implicam na perspectiva de gênero na produção; o Capítulo II trata da feminização do jornalismo, tanto na dimensão individual da formação quanto no âmbito profissional, articulando discussões raciais ao observar as diferenças no ingresso das mulheres brancas e negras no mercado jornalístico; por conseguinte, no Capítulo Metodológico, apresentamos o método aplicado na pesquisa e os procedimentos seguidos para a coleta dos dados a partir do *survey*; posteriormente, no Capítulo Analítico apontamos os dados e discussões, seguido das Considerações Finais.

## 1 ARTICULANDO ESTUDOS FEMINISTAS PARA PENSAR A PERSPECTIVA DE GÊNERO NO JORNALISMO

Boa parte da literatura feminista ocidental considera a divisão sexual do trabalho como principal fator responsável pelas assimetrias de gênero na sociedade (FRASER, 2009; BIROLI, 2016). Contudo, autoras feministas negras criticam a produção teórica que universaliza as mulheres (hooks, 2015; KILOMBA; 2019a; OYĚWÙMÍ, 2020), ou seja, que não observa as diferenças fundamentais que impactam na subalternização de quem não faz parte do padrão branco, cis-heterossexual, mãe e casada, de classe média e intelectual.

Por vezes a literatura ocidental até reconhece que é importante fomentar o debate racial, mas tende a desconsiderar as diferenças entre mulheres brancas e não-brancas na análise efetiva ou apresentam a raça de maneira superficial. Ao invés de pesquisas efetivamente interseccionais (CRENSHAW, 2004), em geral as mulheres negras são apenas um “toque de cor” no texto – expressão utilizada por Carneiro (2001).

Nesse sentido, este trabalho adota a interseccionalidade como postura política, na medida em que não é possível falar sobre jornalismo brasileiro e perspectiva de gênero sem considerar as profundas diferenças que conferem privilégios a algumas/alguns e desvantagens a outras/os. Neste capítulo, partimos das teorias que defendem o jornalismo enquanto forma social de conhecimento e que cumpre um papel social, entendendo que o jornalismo precisa incluir transversalmente a perspectiva de gênero na produção. Outra questão importante para diminuir/superar as assimetrias no jornalismo é a diversidade das fontes. Para se ter ideia, segundo o Global Media Monitoring Project (GMMP) de 2020, as mulheres ainda têm pouco espaço enquanto sujeitas e fontes de notícias. Desse modo, o jornalismo precisa seguir o caminho da visibilidade de gênero, mas também pensando na diversidade.

As discussões apresentadas reúnem a literatura referente à perspectiva de gênero no jornalismo, reiterando que não há teoria sobre jornalismo de gênero, mas recomendações de práticas para esse tipo de produção (SANTORO, 2007). Contudo, buscamos apontar os avanços e questionar as lacunas nos estudos, a fim de contribuir nas reflexões que possam fortalecer e ampliar a perspectiva de gênero na produção jornalística.

## 1.1 Divisão sexual do trabalho

Afinal, qual a raiz das assimetrias de gênero nas sociedades? Em que momento e sob quais circunstâncias a opressão masculina se estabeleceu? Como o patriarcado se perpetua e reverbera nos emaranhados sociais? Questionamentos como estes são preocupações centrais na literatura feminista, de modo que a busca pelas origens sociais da relação desigual entre homens e mulheres é imprescindível para o feminismo (MIES, 2016).

Na tentativa de compreender tais problemáticas, feministas socialistas e marxistas ancoram suas análises na divisão sexual do trabalho (HARAWAY, 2004; FRASER, 2009; BIROLI, 2016). Mas, o que isso significa? Para melhor entendimento, relembremos uma matéria jornalística veiculada na imprensa brasileira que gerou um importante debate relativo à separação sexista do trabalho.

Em abril de 2016, a Revista Veja publicou o perfil da esposa do então vice-presidente da República Michel Temer<sup>3</sup>, com o título “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”<sup>4</sup>. O texto assinado pela repórter Juliana Linhares descreve a rotina da futura primeira-dama, destacando a total dedicação à maternidade, ao marido e ao lar, enquanto Michel Temer se detém a cumprir sua função na política. Em alguns dos trechos, lê-se:

Marcela é uma vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também [...]. Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana, uma vez que Temer mora de segunda a quinta-feira no Palácio do Jaburu, em Brasília, e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe [...]. Michel Temer é um homem de sorte. (VEJA, 2016).

Como consequência, uma série de críticas repercutiu, sobretudo nas plataformas digitais, por meio de campanhas mobilizadas pelas feministas. Sarmento e Chagas (2020) apontam que esse caso diz muito sobre as expectativas em relação ao papel das mulheres e de uma futura primeira-dama. Para a autora e o autor, a exaltação do vínculo exclusivo de Marcela Temer ao âmbito doméstico e familiar enquanto o marido trabalha na política institucional reforça e naturaliza os espaços

---

<sup>3</sup> Em agosto do mesmo ano, Michel Temer assumiria o posto mais alto após o golpe que retirou o cargo da presidenta Dilma Rousseff, única mulher a chefiar o país, eleita democraticamente por voto popular em 2010 e reeleita em 2014.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

historicamente atribuídos às mulheres – no ambiente privado – e aos homens – no domínio público. Desse modo, há uma clara distinção conservadora dos papéis em razão do gênero.

Assim, de acordo com Biroli (2016), a divisão sexual do trabalho se constitui na naturalização das relações de poder dos homens em subordinação das mulheres na sociedade, que impõe responsabilidades e delimita espaços desiguais conforme o gênero, mas que também atua no sentido de bloquear ou dificultar o acesso das mulheres a determinadas ocupações.

Silva (2018) explica que as sociedades patriarcais são alicerçadas na dominação dos homens e organizadas sob a perspectiva masculina, mas que essa visão androcêntrica se impõe como neutra. Nesse sentido, a distribuição sexual das tarefas é baseada na ideia da existência de atividades mais significativas e merecedoras de reconhecimento – dos homens – do que outras – das mulheres.

Assim, aos homens cabem todas as atividades associadas à objetividade, racionalidade e virilidade, entendidas como compatíveis a profissões ditas qualificadas, e, em oposição, às mulheres seriam atribuídos os trabalhos “sem qualificação”, associadas à sua emotividade e passividade. As “expectativas objetivas” de cada profissão estariam inscritas, implicitamente, nas definições que a estrutura reserva para as disposições de cada gênero. Estas seriam ainda reproduzidas também pela família e por toda a ordem social sobre a qual o cumprimento, por exemplo, das mulheres por optar seguir pelos caminhos conformados a seu gênero, pode ser fonte de recompensação. (SILVA, 2018, p. 113).

Fraser (2009) sustenta a análise da divisão sexual do trabalho a partir do capitalismo organizado pelo Estado. A autora argumenta que, para as feministas socialistas, o trabalho tem papel fundamental no estabelecimento das assimetrias sociais de gênero. Dessa forma, a essência do androcentrismo estaria na divisão sexista das funções entre homens e mulheres, que sistematicamente desvaloriza as atividades, tanto remuneradas quanto não remuneradas, executadas por elas ou associadas ao feminino (FRASER, 2009).

Biroli (2016) defende que o centro da opressão feminina está na divisão sexual do trabalho, por impactar não apenas na posição desigual das mulheres em relação aos homens, mas na organização das relações de poder de forma estrutural nas sociedades contemporâneas. Assim, a autora entende que essa distinção sexista é produtora do gênero, ainda que não seja responsável isoladamente.

Mies (2016) reforça que é importante ter em vista que, na divisão sexual do trabalho, as relações hierárquicas e exploratórias não são simples separação de

tarefas, mas distribuições intencionais. Em contribuição, hooks (2014) reflete que o trabalho do homem branco não é somente um papel, mas uma expressão do poder masculino em detrimento das mulheres. Biroli (2016) complementa que essas divisões sexistas existem sob a forma de desvantagem e opressão para as mulheres, mas também de privilégios aos homens.

Nesse sentido, é oportuno observarmos de que maneira a divisão sexual do trabalho incide não apenas nos espaços demarcados como masculinos e femininos, bem como na valorização ou desvalorização das funções conforme o gênero. Para tanto, consideramos o cenário do jornalismo corporativo, que nasceu como profissão masculina (CASADEI, 2011; SANTOS; TEMER, 2016), mas atualmente é ocupado majoritariamente por mulheres (MICK; LIMA, 2013).

A literatura aponta uma progressiva feminização do jornalismo, entretanto faz-se críticas quanto às hierarquias nos cargos, de modo que os homens tendem a exercer funções de chefia (MAZOTTE; TOSTE, 2017; LELO, 2019). Outro ponto que merece atenção é a definição das pautas conforme o gênero: as mulheres são associadas às editorias ligadas ao “universo feminino” (maternidade, moda, saúde, cultura etc.), enquanto atribui-se aos homens os assuntos considerados mais “sérios” (economia, tecnologia, política etc.). Nesse sentido, entre outros fatores, as mulheres têm menos chances de emplacar matérias de capa e, conseqüentemente, progredir na profissão, o que confere vantagens aos homens (LEITE, 2017). Assim, esses estereótipos de gênero não apenas incidem nas hierarquias no jornalismo, como se constituem em barreiras que dificultam o avanço das jornalistas para outros cargos e cobertura de determinadas editorias, por exemplo.

Posicionar a divisão sexual do trabalho no centro da opressão feminina foi fundamental para entendermos as estruturas que impactam as assimetrias de gênero, sobretudo no que diz respeito à organização familiar e ao mercado profissional. Por outro lado, a maior parte das teorias feministas ocidentais é ancorada em uma visão unilateral da mulher, o que abre caminhos para questionamentos quanto às lacunas na literatura. A seguir, abordaremos as principais críticas quanto à divisão sexual do trabalho do ponto de vista de feministas, especialmente teóricas negras, que observaram problemas na produção hegemônica.

## 1.2 Problemas na universalização da mulher

Parte das teorias feministas ocidentais defende que as mulheres, apesar de suas diferenças, possuem um ponto em comum que consegue uni-las em prol de uma causa. Biroli (2016) observa que a divisão sexual do trabalho assume formas diferenciadas segundo a classe e a raça das mulheres, mas, ainda assim, essas assimetrias impactam-nas principalmente em decorrência do gênero. Hooks (2015) defende que a similaridade entre as mulheres está na exploração e discriminação sexista.

Em contraponto, Butler (2003) propõe uma série de reflexões para repensar a suposta coalizão que une a categoria das “mulheres”. Acompanhando a discussão a respeito da desarticulação entre raça e classe nessa visão normativa de “mulheres”, a autora pondera que a insistência de uma “unidade” fragmenta as feministas.

Oyèwùmí (2020) reconhece o importante papel das feministas ocidentais em tornar públicos os problemas que eram tomados como particulares, na esfera privada, mas que, na verdade, estruturam as desigualdades de gênero na sociedade. O problema, sendo a autora, é que elas universalizaram uma categoria hegemônica do gênero como explicação para a opressão das mulheres sem levar em conta os diferentes contextos sociais.

Pesquisadoras feministas utilizaram o gênero como modelo explicativo para a subordinação e a opressão das mulheres em todo o mundo. De uma só vez, elas assumem a categoria “mulher” e sua subordinação como universais. Mas o gênero é acima de tudo uma construção sociocultural. (OYÈWÙMÍ, 2020, p. 173).

Desse modo, a universalidade é pautada na mulher branca, cisgênera, heterossexual, casada e mãe, escolarizada/intelectual e de classe média/alta. Embora a literatura feminista adote o termo “Estudos de Gênero”, se percebe que, na prática, boa parte dos trabalhos retoma efetivamente a categoria “mulher” tal como foi amplamente utilizada na primeira onda do feminismo<sup>5</sup>. Assim, se a categoria “gênero”

---

<sup>5</sup> Ressaltamos que este trabalho cita as ondas do feminismo hegemônico para contextualizar as categorias de análise propostas pela literatura feminista do ponto de vista acadêmico. Nessa classificação, a primeira onda do movimento feminista argumenta que a categoria “mulher” era utilizada em oposição ao “homem” – considerado universal e, como tal, excluía as questões específicas das mulheres (PEDRO, 2005; COSTA, 2018). Já no feminismo de segunda onda, a crítica à categoria “mulher” se tornou mais enfática, na medida que as mulheres que não faziam parte do círculo hegemônico (brancas, intelectuais, classe média, heterossexuais) acabavam sendo invisibilizadas (PEDRO, 2005). O sexo já não poderia ser utilizado como única característica que unisse as mulheres em prol de uma mesma luta, já que, apesar desse elemento em comum, elas têm origens, condições,

foi incorporada para tentar dar conta das diferenças não apenas entre o binário homem-mulher, mas entre mulher-mulher e homem-homem (COSTA, 2018), por vezes a produção literária acaba negligenciando ou considerando de maneira superficial as desigualdades que tornam os grupos heterogêneos.

Nesse sentido, Crenshaw (2004) aborda a interseccionalidade como imprescindível nas análises de gênero. Esse termo se refere à relação entre marcadores, tais como classe, raça e gênero, de forma que essas discriminações não operam separadas ou excludentes, mas juntas. Assim, já não se pode olhar para o gênero de maneira isolada, desconsiderando os outros fatores que impactam na opressão das mulheres.

Em crítica, hooks (2015) pondera que as feministas socialistas conseguem tratar do gênero e da classe, contudo tendem a negar a raça ou até reconhecem que é importante fomentar o debate racial, mas, logo em seguida, continuam apresentando uma análise em que a raça é desconsiderada. Kilomba (2019a) complementa que a literatura feminista ocidental falhou em reconhecer que o gênero afeta as mulheres de formas diferentes, tornando as *negras* invisíveis [grifo da autora].

Mas, por que a maioria das autoras feministas brancas não conseguem incluir, de fato, mulheres negras em suas análises? Nesse ponto, é oportuno falar sobre a branquitude como uma identidade privilegiada (KILOMBA, 2019a). Não se trata de culpabilizar feministas brancas, na medida em que elas encontram-se imersas num sistema que torna sujeitas/os brancas/os universais – enquanto as/os sujeitas/os racializadas/os são os “Outros” (KILOMBA, 2019a).

Em entrevista ao jornal El País, Grada Kilomba discorre a respeito da branquitude da seguinte forma:

É esse privilégio de não ser marcado que produz o poder, essa ideia de que a branquitude é a condição humana e que, portanto, não precisa ser mencionada, porque, quando falamos de pessoas, falamos de pessoas brancas. E quando falamos de mulheres, falamos de mulheres brancas. E depois falamos sobre os outros. (KILOMBA, 2019b).

Schucman (2012) entende que a branquitude permite sistematicamente uma série de vantagens aos brancos e brancas, como o acesso à saúde, educação, emprego, moradia e diferentes formas de bem estar-social. A autora reforça que, para

---

problemas e reivindicações diferentes. A categoria “mulher” foi então substituída por “mulheres”, a fim de respeitar as múltiplas diferenças que existem dentro da diferença (PEDRO, 2005). Na terceira onda do feminismo, a categoria “mulheres” foi questionada e o uso do termo “gênero” se tornou consensual nas teorias e nos movimentos feministas.

além de pesquisas direcionadas às desvantagens de negros e negras, também é necessário um olhar focado nos privilégios de brancos e brancas.

Desse modo, feministas negras avaliam que mulheres racializadas são oprimidas tanto por homens (brancos e/ou não-brancos) quanto por mulheres brancas, de forma que essas problemáticas são invisibilizadas no feminismo hegemônico. Sobre isso, hooks (2015, p. 208) reflete que “as mulheres brancas podem ser vitimizadas pelo sexismo, mas o racismo lhes permite atuar como exploradoras e opressoras de pessoas negras”. Por sua vez, Kilomba (2019a, p. 103) ratifica:

Ao conceituar o gênero como o único ponto de partida da opressão, teorias feministas ignoram o fato de que mulheres *negras* não são somente oprimidas por homens – *brancos* e *negros* – e por formas institucionalizadas de sexismo, mas também pelo racismo – tanto de mulheres *brancas* quanto de homens *brancos* –, além de por formas institucionalizadas de racismo. [Grifos da autora].

Como exemplo dessas opressões perpetuadas pelas mulheres brancas, hooks (2015) reflete que, conforme reivindicação do feminismo hegemônico, ser dona-de-casa passou a ser considerado um serviço inferior para as mulheres brancas, escolarizadas e de classe média. Não obstante, para as negras esse continuaria sendo o trabalho adequado, já que, entre as pautas feministas, não houve problematização da posição de subalternidade delas. Sobre essa ausência do olhar voltado às mulheres negras, hooks (2015, p. 67) conclui: “as mulheres negras, sobre quem eles acreditavam que não tinham dignidade e auto-respeito, não sentissem vergonha em fazerem o trabalho servil”.

Na perspectiva do feminismo marxista ocidental, as relações familiares no âmbito doméstico são a fonte da opressão feminina e a base da divisão sexual do trabalho (BIROLI, 2016). Fundamentando a análise da categoria gênero a partir de epistemologias e experiências culturais africanas, Oyěwùmí (2020) questiona a literatura que universaliza a família nuclear, conforme o padrão euro/estadunidense. Segundo a autora, “para as mulheres, nessa configuração, a identidade da esposa é totalmente definidora. [...] Parece que a unidade de análise é o domicílio da família nuclear que, teoricamente, reduz a mulher à esposa” (OYĚWÙMÍ, 2020, p. 175).

No Brasil, a família nuclear não pode ser considerada a norma. Desde o período colonial, boa parte das mulheres, até mesmo as brancas, já eram chefes de família e exerciam as mais diversas profissões, uma vez que a presença do marido era incerta

(BAUER, 2001). Priore (2016), por sua vez, aponta que muitas mulheres de classe média estavam à frente de fazendas e outras atividades agrícolas, inclusive dirigindo engenhos.

Por outro lado, é importante ressaltar a exploração das mulheres negras escravizadas, independente do gênero de quem estivesse no topo da hierarquia de poder. Bauer (2001) informa que as mulheres escravizadas realizavam quase todo tipo de função nos engenhos de açúcar, não somente os trabalhos domésticos e amadeirados. Priore (2016) corrobora, indicando que elas faziam serviços tal como os homens. Logo, seria possível reduzir todas as mulheres ao cuidado no lar tal como o feminismo hegemônico na maioria das vezes faz?

A despeito dos arranjos familiares, a literatura aponta o crescimento da diversificação na composição dos domicílios brasileiros (CAVENAGHI; ALVES, 2018). Segundo o relatório Fatos e Números: Arranjos Familiares no Brasil (BRASIL, 2021), com base nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o percentual referente à família nuclear reduziu entre 1995 e 2015, passando de 57,7% para 42,3%. O número de casais sem filhos subiu de 12,9% para 19,9%. Por outro lado, nesse período, as composições familiares mulheres com filhos aumentaram de 15,8% para 16,3%, já as monoparentais masculinas cresceram de 1,8% para 2,2%, ao passo que unipessoais quase dobrou, passando de 7,9% para 14,5%.

Desse modo, a literatura feminista ocidental tende a desconsiderar que os arranjos familiares são diferentes conforme a estrutura das sociedades, o que não significa que inexistente uma lógica de poder sexista que privilegia alguns e oprime outros. A crítica está na universalização de um modelo de família que não corresponde à realidade e cristaliza a mulher na posição de esposa submetida ao marido e reduzida ao papel de mãe.

Feministas que contestam o modelo hegemônico, sobretudo lésbicas e transfeministas, apontam para uma cisnormatividade e heteronormatividade compulsória como padrão nessa visão de mulher universalizada. Para Ferreira (2021), boa parte da produção do conhecimento sobre gênero é baseada numa narrativa cissexista, em que todos os indivíduos que não se encaixam nessa norma são considerados exceções à regra e, portanto, invisibilizados.

Butler (2003) questiona a divisão binária pela qual as feministas hegemônicas baseiam suas análises, distinguindo gênero como uma construção social, mas o sexo

como biológico. Nesse sistema dual, o homem se refere somente ao corpo masculino, enquanto mulher se aplica ao corpo feminino. A autora defende que o sexo também é “o meio discursivo/cultural pelo qual ‘a natureza sexuada’ ou ‘um sexo natural’ é produzido e estabelecido como ‘pré-discursivo’, anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra *sobre a qual age a cultura*” (BUTLER, 2003, p. 25, grifos da autora). Logo, tanto o gênero quanto o sexo são perpassados pela cultura.

Wittig (2019, p. 92) pontua que “a heterossexualidade é um sistema social baseado na opressão das mulheres pelos homens e que produz a doutrina da diferença entre sexos para justificar a opressão”. Nesse sentido, as mulheres são objetificadas e apropriadas como sendo um destino natural pertencer aos homens, algo que é reforçado pelas teorias feministas que não problematizam essa questão.

Rich (2012, p. 26) compactua desse pensamento, ao refletir que “as mulheres têm sido convencidas de que o casamento e a orientação sexual voltada aos homens são vistos como inevitáveis componentes de suas vidas”. Para a autora, a heterossexualidade compulsória é um meio de assegurar o direito dos homens ao acesso físico, econômico e emocional das mulheres.

Por sua vez, Ferreira (2021) entende que a cisgeneridade atua muito mais como um ideal de disciplinamento dos corpos do que de fato uma escolha individual. O autor reforça que, mesmo para sujeitos/as cisgêneros/as, a sujeição à cisgeneridade pode ser um fardo. Isso significa que não basta ser mulher ou homem, é preciso ser “mulher e homem de verdade”, aderindo a um sistema de normas, crenças, práticas, lógicas que fazem com que um corpo seja legitimado como feminino ou masculino.

Diante das contradições expostas, seria possível a utilização de uma única categoria de análise que precise incluir a diversidade de gênero? É viável homogeneizar mulheres tão plurais e com reivindicações diferentes? Para Butler (2003), as feministas devem reconhecer as contradições e agir a partir das múltiplas convergências e divergências, sem a necessidade de um ponto compulsório que possa uni-las. “As opressões não podem ser sumariamente, classificadas, relacionadas causalmente, e distribuídas entre planos pretensamente correspondentes ao que é ‘original’ e ao que é ‘derivado’” (BUTLER, 2003, p. 34). Nesse sentido, não se trata de identificar quem é mais oprimida, mas entender as diferenças e trabalhar diante delas.

Biroli (2016) também admite que as desvantagens que atingem as mulheres não são suficientes para fazer delas um grupo homogêneo quando se fala sobre divisão sexual do trabalho. Em crítica, Rich (2012) acredita que as feministas não devem tratar simplesmente da desigualdade de gênero, da dominação da cultura por parte dos homens ou o tabu contra a homossexualidade, mas também da heterossexualidade compulsória enquanto forma de assegurar o poder masculino. Haraway (2004) defende que uma teoria feminista de gênero deve englobar uma teoria da diferença racial nas condições históricas específicas de produção e reprodução.

Nesse cenário, as feministas já não podem lutar somente pela superação do patriarcado olhando exclusivamente o espaço doméstico e baseadas no binário homem-mulher. A sociedade brasileira é estruturada em sistemas que privilegiam alguns/algumas e exploram outros/as, de modo que não apenas o sexismo atua nas assimetrias. Conforme Kilomba (2019a, p. 100, grifo da autora), “não podemos entender de modo mecânico o gênero e a opressão racial como paralelos porque ambos afetam e posicionam grupos de pessoas de forma diferente e, no caso das mulheres *negras*, eles se entrelaçam”. E, aqui, ampliamos para outras formas discriminatórias que operam em conjunto, como a classe, identidade de gênero e orientação sexual.

É válido destacar que as críticas ao feminismo hegemônico não são feitas com o objetivo de desqualificar ou desconsiderar essas teorias. Ao contrário, o conhecimento produzido permite que possamos avançar até certo ponto e as lacunas são questionadas e reformuladas por outras vozes. Conforme hooks (2015, p. 202) pontua, “resistimos à dominação hegemônica do pensamento feminista insistindo que ele é uma teoria em formação, em que devemos necessariamente criticar, questionar, reexaminar e explorar novas possibilidades”. A autora complementa:

Apesar de criticar aspectos do movimento feminista como o conhecemos até agora – crítica que às vezes é dura e implacável – eu o faço não em uma tentativa de diminuir a luta feminista, mas de enriquecer, de compartilhar o trabalho de construção de uma ideologia libertadora e de um movimento libertador. (hooks, 2015, p. 208).

Tendo em vista a discussão exposta, este trabalho se incorpora aos Estudos de Gênero, utilizando a categoria “mulheres” no sentido interseccional, em convergência com a raça e a classe. Entendemos que “gênero” possibilita a abrangência de múltiplas e complexas identidades, porém nos interessa observar

mulheres em específico, sem a pretensão de alcançar toda a diversidade feminina. Falar em “mulher” como uma unidade reduz as experiências plurais, ao passo que “mulheres” interseccionalmente nos parece ser a forma mais adequada para tentar fugir das armadilhas da universalização ou da generalização. É importante, ainda, ressaltar os limites dessa categoria neste trabalho, na medida em que não será possível adentrar em temas que merecem o devido aprofundamento, tais como transexualidade, transgeneridade, lesbianidade, bissexualidade etc., ainda que envolvam questões femininas.

Ao longo desses primeiros tópicos, apresentamos pistas do jornalismo como nossa área de investigação, partindo da concepção de que os meios de comunicação podem tanto constituir mecanismos que reproduzem e estruturam as desigualdades de gênero (BIROLI, 2011), quanto lugar de resistência essencial para o combate às assimetrias de gênero e raça (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020a). A seguir, discutiremos a visão de jornalismo que guia o trabalho, com atenção a esse movimento dialético que perpassa o modo de produção das notícias. Posteriormente os tópicos se concentram na inserção de fontes femininas nas matérias até o jornalismo com perspectiva de gênero.

### **1.3 Gênero e jornalismo**

Na clássica obra brasileira “O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo” (1987), Adelmo Genro Filho discorre sobre o jornalismo enquanto forma social de conhecimento, a partir das três categorias hegelianas que se entrelaçam: o singular, o particular e o universal. Para o teórico, a particularidade do fato é a matéria-prima do jornalismo, que por sua vez está inserido num contexto particular, e conseqüentemente seu conteúdo se associa à universalidade.

Nessa perspectiva, Meditsch (1997) acrescenta que o jornalismo deixa de ser apenas um meio de comunicação, para se tornar um meio de conhecimento que possui uma maneira própria de produção e reprodução. Assim, “o Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais” (MEDITSCH, 1997, p. 3).

Nesse contexto, o jornalismo pode reproduzir as desigualdades e contradições da sociedade no qual está inserido, mas não é o único responsável pelas assimetrias sociais.

É inegável que os meios de comunicação tem um poder muito grande no meio social, mas é difícil determinar até que ponto este poder é exercido de forma autônoma e até que ponto funciona apenas como instrumento de outros poderes instituídos. [...] A manipulação do sistema democrático, a disparidade crescente entre o topo e a base das sociedades, a disseminação dos preconceitos, estereótipos e ideologias dos poderosos não são criações do Jornalismo, embora ele eventualmente participe de tudo isso. (MEDITSCH, 1997, p. 11).

Genro Filho (1987) reconhece que o jornalismo informativo é um produto do capitalismo, mas que possui potencialidades para contradições no movimento da dialética. Na visão do autor, a atividade jornalística não pode ser exclusivamente reduzida a uma forma de manifestação e reprodução de ideologias das classes dominantes, assim como as notícias não são somente mercadorias. Para Vizeu (2009), a mídia prepara e apresenta a realidade a partir das normas e regras do campo jornalístico, atuando como lugar de referência e mediação que contribui na percepção que as/os sujeitas/os constroem sobre o mundo.

Contudo, de que modo o jornalismo atua nesse campo de disputas de sentidos? Vamos observar exemplos sobre a complexidade do conhecimento produzido pelo jornalismo. Cardoso (2015) analisou notícias com o tema estupro veiculadas na mídia, concluindo que há uma tendência em culpabilizar a vítima pela violência sofrida. A autora aponta que isso acontece especialmente quando o texto evidencia o comportamento feminino antes do crime como um possível gatilho para a violência, ou seja, quando é estabelecida relação entre uma mulher pegar carona com um homem e por isso foi estuprada, por exemplo. Assim, Cardoso (2015) reflete que a mídia pode contribuir na naturalização dos discursos que atuam na manutenção da estrutura hegemônica do masculino.

Em contraponto, Pereira (2011) observou que a mídia pode se constituir num importante potencializador para as denúncias de violência contra as mulheres. A partir de entrevista com mulheres em situação de violência atendidas pela Subsecretaria de Políticas Públicas para as Mulheres em Macaé-RJ, a autora identificou que a mídia é o principal meio pelo qual elas têm conhecimento a respeito da Lei Maria da Penha. Além disso, apesar de considerar que a mídia por vezes faz uma cobertura sensacionalista de diversos crimes contra as mulheres, Pereira (2011) verificou que as entrevistadas utilizam muitos casos veiculados nos meios de comunicação como referência do que elas não querem para a vida delas e para a procura de atendimento em instituições que possam ajudá-las a romper com o ciclo de violência. Dessa forma,

a autora defende que a informação passada pela mídia é imprescindível para reduzir a violência, na medida em que pode esclarecer a população.

Nesse sentido, esse duplo papel do jornalismo é avaliado por Meditsch (1997) enquanto atividade que produz e reproduz conhecimento de forma válida e útil para as sociedades e seus indivíduos, mas também que contribui na degradação de saberes. Para o autor, isso acontece porque a maneira particular como o conhecimento é produzido pelo jornalismo possui limites lógicos e a produção apresenta problemas estruturais, já que está sempre condicionada histórica e culturalmente ao contexto e subjetividade de quem o produz.

Meditsch (1997) posiciona as/os jornalistas não mais como meras/os comunicadoras/es, mas produtoras/es e reprodutoras/es de conhecimento. Genro Filho (1987) vai além, argumentando que as/os jornalistas são sujeitas/os sociais e políticas/os, e não individuais, pois não expressam suas opiniões no conteúdo jornalístico, mas as contradições de classe e interesses de grupos do qual correspondem.

Assim, uma das principais demandas atuais no jornalismo é a diversidade de vozes nas redações, embora parte da literatura aponte que a mera inserção de profissionais plurais não garante de fato uma produção com diversos pontos de vista. Olhando para a feminização do jornalismo, por exemplo, Damian-Gaillard, Frisque e Saitta (2009) argumentam que o aumento de mulheres nas redações não levaria automaticamente a uma transformação das práticas e conteúdos jornalísticos. Isso porque, entre os fatores, há uma lógica sexista de distribuição de editorias e pautas, pouca autonomia para as profissionais, além da presunção de que todas as mulheres têm interesse em adotar uma perspectiva de gênero feminina.

Contudo, é essencial não cristalizar o discurso de que a pluralidade quantitativa nas redações em nenhuma hipótese alcançará a diversidade de vozes, ao contrário, já que a produção não depende apenas da/o repórter e seria necessário uma reestruturação equitativa em todos os setores das empresas jornalísticas. Para ilustrar a importância da atuação feminina nas redações, Santos e Temer (2016) apresentam a pesquisa *Where the women are: measuring female leadership in the new journalism ecology* desenvolvida por Meg Heckman, em 2013, no qual foi identificado que, na cobertura das eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2012, 80% das fontes citadas por repórteres homens eram masculinas, enquanto as repórteres mulheres equilibraram mais, citando homens em 52% das matérias sobre o mesmo tema. Isso

não significa que as fontes femininas e masculinas demonstraram argumentos heterogêneos, mas já indica que as repórteres mulheres oportunizam maior representatividade de gênero no conteúdo.

Por outro lado, a literatura indica que o jornalismo alternativo apresenta maior potencial para visibilizar assuntos e grupos sociais que geralmente não são noticiados nos veículos hegemônicos ou trata os fatos de uma forma diferente do discurso da grande mídia (PERUZZO, 2009; CARVALHO; BRONOSKY, 2017; COSTA, 2018; PACHI FILHO; SOUZA; MOLIANI, 2019). Na visão de Woitowicz e Pedro (2010), a mídia alternativa é vinculada a grupos e movimentos sociais e possui características próprias, com parâmetros diferenciados dos meios convencionais no que se refere às suas formas de produção, circulação e consumo.

Para Carvalho e Bronosky (2017), todo jornalismo alternativo é independente, uma vez que não tem relações de dependência (editorial/financeira) com grupos empresariais, o que, em tese, confere maior autonomia às/aos profissionais. Já o jornalismo *mainstream*, em geral, possui interesses comerciais e visa manter o *status quo* (CARVALHO; BRONOSKY, 2017; PACHI FILHO; SOUZA; MOLIANI, 2019).

É importante ressaltar que a contraposição à grande mídia não significa necessariamente que os veículos alternativos são contra-hegemônicos (CARVALHO; BRONOSKY, 2017; PACHI FILHO; SOUZA; MOLIANI, 2019). Carvalho e Bronosky (2017) apontam que, por vezes, o alternativo acaba reproduzindo os modos de produção de conteúdo do convencional, ainda que as propostas de pautas sejam diferenciadas.

Em se tratando da produção de conteúdo com foco em mulheres, Chaher (2007a) argumenta que a mídia *mainstream* têm maiores dificuldades em incluir matérias sobre temas de gênero, além da rejeição dessas pautas por editores e outros jornalistas. Para se ter ideia, a pesquisa Mulheres no Jornalismo Brasileiro (MAZOTTE; TOSTE, 2017) investiga as dimensões das vivências e percepções de jornalistas sobre diversos temas, como gênero e cobertura midiática. Algumas profissionais entrevistadas indicaram que, mesmo quando produzem matérias com viés de gênero, o texto sofre intervenções por parte dos editores homens. Outras mulheres não conseguem sequer emplacar a pauta, em virtude da resistência dos editores em aceitar matérias com foco nas assimetrias de gênero. Também é comum que o feminismo seja tratado como tema não verdadeiramente jornalístico.

Isso não significa que as questões de gênero e feminismos nunca são abordadas na mídia convencional, apesar das dificuldades. É interessante citar a pesquisa de Sarmiento (2017), que verificou a cobertura jornalística sobre o movimento feminista no veículo tradicional Folha de S. Paulo, entre 1921 e 2016. A partir de uma amostra estatística, a autora selecionou 579 notícias, reportagens e textos opinativos. Em conclusão, Sarmiento (2017) enfatiza que não se pode falar de silêncio sobre o feminismo ou de invisibilidade do movimento no jornal, mas de uma cobertura profundamente dinâmica.

Por outro lado, se observa que as iniciativas de jornalismo independente nativo digital e especializado em gênero e feminismos têm maior preocupação em veicular matérias que questionam estereótipos, a partir da visibilidade e empoderamento social das mulheres (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Assim, as profissionais se apropriam das potencialidades do jornalismo alternativo para alcançar públicos segmentados, como mulheres cientistas, mulheres negras, mulheres adolescentes, mulheres feministas, entre outros nichos (ROCHA; DANCOSKY, 2018).

No que se refere aos portais jornalísticos alternativos com foco em gênero, Chaher (2007a) aponta como uma das principais vantagens a maior autonomia de trabalho entre as profissionais que, em tese, podem atuar sem interferência da lógica da mídia.

*Ventajas de los medios alternativos: autonomía sobre las notas, enfoque y estilo; forma de trabajo no intervenida por la lógica de los medios; posibilidad de instalar en la agenda periodística y política temas que de otra forma serían “cajoneados” en las redacciones. (CHAHER, 2007a, pp. 113-114).*

Entretanto, a autora observa que essas jornalistas acabam escrevendo para o nicho feminista, além dos portais enfrentarem o problema do financiamento. Nas palavras de Chaher (2007a, p. 114) *“desventajas de los medios alternativos: escribir sólo para el “ghetto” feminista o interesado en temas de género; dificultades de financiamiento y, por lo tanto, de subsistencia en el tiempo”*.

Assim, Chaher (2007a) aponta como uma das principais vantagens de divulgação de conteúdo com foco em gênero nos meios de comunicação de massa a maior repercussão que o material pode alcançar. Nesse sentido, ainda que a mídia alternativa esteja mais focada em guetos, observamos o tensionamento entre os portais independentes e os veículos convencionais, o que se mostra positivo para tratar de questões de gênero para além dos nichos feministas.

Corroborando essa premissa, é válido mencionar o Relatório Ponto de Inflexão (LAFONTAINE; BREINER, 2017) que investiga 100 *startups* de jornalismo digital independente em quatro países na América Latina, entre eles o Brasil (junto à Argentina, Colômbia e México). Dos sites pesquisados, 72% indicaram que o material jornalístico produzido por eles influenciaram a cobertura de veículos de comunicação nacionais em seus países.

Sobre isso, Bonfim e Nunes (2019) verificaram que a campanha #PrimeiroAssédio, organizada nas redes sociais pela ONG jornalística feminista Think Olga em 2015<sup>6</sup>, repercutiu em vários veículos da mídia tradicional, tais como nas revistas *Época* e *Istoé* e nos jornais *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo* e *O Povo*. O objetivo da iniciativa foi chamar atenção para a violência contra a mulher, no sentido de combater e potencializar denúncias.

Desse modo, há indícios de que a mídia *mainstream* está mais aberta a tratar das questões de gênero, tanto em virtude das transformações na sociedade, bem como do tensionamento advindo dos veículos alternativos, dos movimentos feministas e do público, e não podemos deixar de mencionar os interesses financeiros que implicam essas mudanças. Quanto às iniciativas independentes, principalmente as especializadas, se propõem a visibilizar pautas de gênero e são essenciais para suprir essa lacuna, ainda que não consigam o mesmo alcance de público tal como os veículos da grande mídia.

Contudo, as discussões apresentadas sugerem que o jornalismo com foco nas mulheres possui problemas tanto na mídia convencional quanto na alternativa, mas ressaltamos que não existe uma fórmula que deve ser seguida para garantir a cobertura ideal. Sendo o jornalismo aqui entendido como uma forma de conhecimento (GENRO FILHO, 1987; MEDITSCH, 1997) e a mídia um lugar de referência e mediação pelo qual as/os sujeitas/os constroem percepções sobre o mundo (VIZEU, 2009), a perspectiva das mulheres também é necessária nesses espaços. Pensando nisso, o próximo tópico reúne orientações elaboradas por diversos canais para guiar jornalistas na produção de conteúdo a partir do gênero e consulta a fontes femininas.

---

<sup>6</sup> A ONG Think Olga nasceu em 2013, fundada pela jornalista Juliana de Faria, com o objetivo de atuar junto à sociedade civil no combate aos preconceitos e assimetrias de gênero a partir da comunicação. A ONG se destaca pela realização de campanhas feministas no ambiente online, como *Chega de Fiu Fiu* (2013) e *#PrimeiroAssédio* (2015), o desenvolvimento de ferramentas para jornalistas, como os *minimanuais de jornalismo humanizado* (2016), e a elaboração de relatórios de impacto para a sociedade, a exemplo do *Mulheres em Tempos de Pandemia* (2020).

#### 1.4 Orientações para uma perspectiva de gênero no jornalismo

As problemáticas relativas à ausência/baixa presença e estereotipação das mulheres na mídia se tornaram preocupações centrais para contribuir com o avanço feminino na sociedade. O comitê da Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (CEDAW)<sup>7</sup>, instrumento internacional mais importante de promoção dos direitos das mulheres, na Recomendação Geral n. 35 aconselhou que o Brasil implemente políticas efetivas junto à mídia visando eliminar a discriminação de gênero.

- d) Adotar e implementar medidas efetivas para encorajar todas as mídias, inclusive publicidade e mídias sociais ou on-line, a eliminar a discriminação das mulheres em suas atividades, incluindo representações prejudiciais e estereotipadas de mulheres ou grupos específicos de mulheres, como defensoras de direitos humanos das mulheres. Essas medidas devem incluir:
- i. Incentivar a criação ou o fortalecimento de mecanismos de autorregulação pelos meios de comunicação, incluindo as mídias sociais ou on-line, visando à eliminação de estereótipos de gênero relativos a mulheres e homens, ou a grupos específicos de mulheres, e o enfrentamento da violência de gênero contra as mulheres que se realizam por meio de seus serviços e suas plataformas;
  - ii. Oferecer diretrizes para a cobertura apropriada pelos meios de comunicação de casos de violência de gênero contra as mulheres; e
  - iii. Estabelecer e/ou fortalecer a capacidade das instituições nacionais de direitos humanos para monitorar ou tratar reclamações relativas a qualquer mídia que retrate imagens discriminatórias ou conteúdo que objetifique ou degrade as mulheres ou promovam masculinidades violentas. (BRASIL, 2019, pp. 28-29).

Nesse sentido, entre outros pontos, o documento indica a necessidade de uma cobertura diferenciada para tratar a violência de gênero, delegando essa responsabilidade também ao Estado brasileiro.

Em 1995, na IV Conferência Mundial Sobre a Mulher, realizada em Pequim, a Organização das Nações Unidas (ONU) reconheceu a relação entre as mulheres e a mídia como uma das 12 áreas críticas de especial preocupação para o avanço das mulheres<sup>8</sup>. A Declaração e Plataforma de Ação (ONU, 1995) considera que as

<sup>7</sup> Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (CEDAW) é um protocolo aprovado em 1979 e assinado por 189 países, pelo qual se comprometem a garantir os direitos das mulheres e a combater a discriminação de gênero. O Brasil ratificou a CEDAW em 1981 e passou a implementar e aprimorar políticas públicas voltadas às mulheres a partir das recomendações do documento periodicamente estabelecidas por meio de relatórios (PITHAN; RABELO, 2021).

<sup>8</sup> O documento Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher (ONU, 1995) estabeleceu 12 áreas críticas de especial preocupação para o avanço das mulheres. São elas: 1. Mulheres e pobreza; 2. Educação e Capacitação de Mulheres; 3. Mulheres e Saúde; 4. Violência contra a Mulher; 5. Mulheres e Conflitos Armados; 6. Mulheres e Economia; 7. Mulheres no Poder e na

questões femininas não podem ser isoladas como interesse unicamente das mulheres: “o avanço das mulheres e a conquista da igualdade entre mulheres e homens são uma questão de direitos humanos e uma condição para a justiça social; não devem, portanto, ser encarados isoladamente, como um problema feminino” (ONU, 1995, p. 162).

Desse modo, em relação aos meios de comunicação e mídia, os principais pontos de debate são a veiculação das imagens estereotipadas das mulheres e a desigualdade do acesso e atuação feminina nesses espaços. Embora ratifique o gradual aumento feminino no setor das comunicações, o documento chama atenção para a baixa quantidade de mulheres nas posições de decisão ou direção dos veículos e organizações.

Assim, são estabelecidas estratégias e ações para combater as assimetrias e imagens estereotipadas das mulheres na mídia, mas entendendo que os órgãos governamentais, ONGs, empresas e a sociedade civil devem contribuir para as transformações necessárias. Sendo assim, uma das recomendações é garantir o acesso das mulheres na mídia, tanto na produção quanto nas tomadas de decisões.

A Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher (ONU, 1995) avança em outro aspecto fundamental: pontua a demanda para a incorporação de uma perspectiva de gênero na mídia. Ainda que o assunto seja tratado de maneira breve e superficial, o documento é essencial para guiar políticas e estratégias no que se refere às questões de gênero na mídia em diversos países. Assim, apesar dessa limitação, avaliamos o papel da declaração no reconhecimento de que a perspectiva de gênero deve ser adotada para o alcance da equidade feminina na mídia e na sociedade.

Especificamente pensando no jornalismo no Brasil, a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e a Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres) elaboraram o Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia, em 2011. O objetivo é oferecer uma ferramenta para auxiliar jornalistas e estudantes de jornalismo na tarefa de cobrir os temas com recorte de gênero, raça e etnia no dia a dia da imprensa (BASTHI, 2011).

O guia reflete sobre as desigualdades existentes entre mulheres brancas e não-brancas e destaca o papel do Movimento Negro no tensionamento da mídia. A

---

liderança; 8. Mecanismos institucionais para o Avanço das Mulheres; 9. Direitos Humanos das Mulheres; 10. Mulheres e a mídia; 11. Mulheres e Meio Ambiente; 12. Direitos das Meninas.

importância desse material está no foco ao racismo e etnocentrismo, para além do sexismo, enquanto problemas centrais que impactam a forma como as mulheres negras e indígenas atuam (ou deixam de atuar) e são representadas no jornalismo.

Entre as recomendações, o guia pontua que a perspectiva de gênero com recorte de raça e etnia deve ser aplicada de forma consciente nos critérios de seleção e produção do conteúdo jornalístico. Desse modo, seguem as orientações:

- 1) assumir uma postura diversificada na escolha da pauta;
- 2) utilizar critérios de gênero, raça e etnia para escalar a fonte da matéria;
- 3) definir, em caso de situação de risco da fonte, os critérios de abordagem;
- 4) usar uma linguagem na perspectiva de gênero, raça e etnia;
- 5) optar, sempre que possível, por imagens positivas de mulheres negras e indígenas para ilustrar o conteúdo de qualquer notícia digitalizada, impressa, eletrônica ou sonora. (BASTHI, 2011).

Em síntese, o material indica que a perspectiva de gênero com recorte de raça e etnia no jornalismo prioriza a pauta, as fontes, a linguagem e os recursos imagéticos (imagens, ilustrações) e/ou sonoros. Vale ressaltar que não se trata de desqualificar o papel masculino nas reportagens e notícias, mas estimular o tratamento equitativo entre homens e mulheres visando a diversidade de gênero, raça e etnia.

O relatório *The Missing Perspectives of Women in News* (KASSOVA, 2020), produzido com a finalidade de verificar o desempenho de indicadores de igualdade de gênero e fornecer estratégias para os veículos jornalísticos, também chama a atenção para o tema das reportagens e a escolha das fontes como pontos relevantes para superar as assimetrias de gênero no jornalismo. O relatório cita a pesquisa da Brunswick Insight, pela qual concluiu, a partir da análise de conteúdo global, que a cobertura dentro da discussão sobre igualdade de gênero na mídia tradicional tende a se concentrar em quatro temas-chave: questões do local de trabalho, eventos femininos (como o Dia Internacional da Mulher), políticas/iniciativas e violência.

Kassova (2020) também menciona o estudo do Media Ecosystems Analysis Group, indicando que a cobertura da igualdade de gênero em seis países (Reino Unido, África do Sul, Quênia, Índia, Nigéria, Estados Unidos) está focada em quatro temáticas: mulheres (direitos das mulheres, Dia Internacional da Mulher, empoderamento das mulheres etc.), política/governo, finanças e trabalho.

Desse modo, se observa a limitação dos temas nas pautas jornalísticas, principalmente nos veículos tradicionais, que tendem a estabelecer “nichos femininos” para as reportagens. Para Kassova (2020), isso acontece porque, em geral, as/os jornalistas na mídia corporativa não consideram as temáticas de gênero como

importantes para o interesse público, devido à falta de compreensão dessas questões, causando uma cobertura escassa e marginalizada.

Para superar essas barreiras, o relatório *The Missing Perspectives of Women in News* recomenda que, ao relatar questões de desigualdade de gênero, por exemplo, as/os jornalistas possam vincular a questões mais direcionadas ao papel dos órgãos governamentais e aos impactos que podem afetar o público. Os veículos, em especial, devem ofertar treinamento com foco nas questões de gênero para a equipe jornalística<sup>9</sup>. Quanto à formação universitária, o documento enfatiza que é necessário apoiar o ensino da igualdade de gênero como módulo obrigatório às/aos estudantes de jornalismo.

Em se tratando das fontes, o relatório indica como principais estratégias (KASSOVA, 2020): monitorar a proporção de protagonistas femininas e masculinos nas reportagens, verificando os possíveis excessos de fontes e personagens homens e buscando o equilíbrio proporcional em termos de gênero; diversificar mulheres em diferentes notícias, tais como cientistas e representantes políticas, por exemplos; criar lista de colaboradoras e especialistas femininas para que as/os jornalistas possam consultar.

Segundo o relatório do Brasil no Global Media Monitoring Project (GMMP) de 2020<sup>10</sup>, maior monitoramento de representações de gênero nas notícias, os *media mainstream* brasileiros oferecem pouco espaço para as mulheres enquanto sujeitas e fontes. De acordo com os resultados da pesquisa, das matérias em que as mulheres apareceram, elas ocupavam um lugar central em apenas 24%. Quando as mulheres foram ouvidas, em 59% das notícias suas falas eram baseadas nas experiências pessoais.

Sobre isso, é válido citar a pesquisa de Lima, Sousa e Tavares (2021), na qual as autoras notaram cenários diferentes quando observaram as fontes citadas em reportagens com foco feminino em um telejornal de alcance nacional e outro regional.

---

<sup>9</sup> O relatório indica que “*Training programs should cover: understanding the numerous issues arising from lack of gender equality; the impact of gender inequality on different sections of society; women’s rights; anti-discrimination; gender stereotypes; and gender-sensitive language. This will help journalists understand the benefits of gender-sensitive journalism*” (KASSOVA, 2020, p. 121).

<sup>10</sup> O Global Media Monitoring Project (GMMP) é um monitoramento realizado a cada cinco anos desde 1995, coletando notícias de diversos países em um dia específico, para analisar a presença das mulheres na mídia. Na edição de 2020, 116 países participaram da coleta dos dados em 29 de setembro. No Brasil, foram selecionados 23 maiores veículos da mídia *mainstream*, incluindo jornais impressos, emissoras de rádio, telejornais, portais de notícias na internet e perfis de jornais no Twitter. Relatório disponível em: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/1-Relatorio-GMMP-Brasil-portugues-12-07-21-completo-1.pdf>

Foram selecionadas 48 edições de 2019 do Jornal Hoje e do JMTV 1ª Edição, do Maranhão, sendo que somente 3,5% das matérias apresentaram a abordagem de gênero. Em conclusão, ambos jornais citaram mais mulheres nas reportagens que tiveram foco feminino, porém no Jornal Hoje elas aparecem muito mais para compartilhar opiniões pessoais sobre o assunto abordado ou para relatar experiências individuais, enquanto o JMTV escuta mulheres que são porta-vozes de instituições, ou seja, ocupam uma posição de maior destaque na narrativa (LIMA; SOUSA; TAVARES, 2021).

Dessa forma, pesquisas que verifiquem veículos jornalísticos para além daqueles de alcance nacional são relevantes para observarmos o que há de avanços ou retrocessos quando se trata de fontes femininas na cobertura. Também é necessário identificar o espaço das mulheres não apenas nas matérias com abordagem de gênero, mas em qualquer pauta.

Para Santoro (2007), a produção do jornalismo com perspectiva de gênero precisa repensar as fontes: *“para hacer periodismo de género debemos acudir a nuestras propias fuentes fiables, ya que si las oficiales reproducen el imaginario sexista reinante, hay que buscar por otro lado”* (SANTORO, 2007, p. 140). A autora defende o equilíbrio entre fontes femininas e masculinas, e pontua que é importante ouvir especialistas nas mais diversas áreas, mas que preferencialmente tenham enfoque em gênero por conseguirem se aprofundar melhor nos assuntos.

Nesse sentido, destacamos iniciativas que se propõem a contribuir na divulgação de fontes femininas, com foco também em mulheres negras. No Brasil, o projeto Entreviste uma Mulher<sup>11</sup> foi pioneiro no que se refere a construir um banco de dados colaborativo e gratuito, formado exclusivamente por fontes femininas especialistas em diversas áreas, todas disponíveis para contribuir em matérias jornalísticas. A ONG feminista Think Olga é a responsável por criar a planilha em 2014, sendo também parceira no projeto Entreviste um Negro, lançado em 2015 pela jornalista Helaine Martins.

Por conseguinte, diversos bancos gratuitos de fontes femininas foram elaborados visando auxiliar no combate à baixa presença ou ausência de mulheres

---

<sup>11</sup> O link de acesso ao banco de fontes Entreviste uma Mulher está indisponível. Questionamos a equipe da ONG Think Olga em contato via Instagram Direct e recebemos a seguinte resposta: “O Banco Entreviste uma Mulher foi descontinuado devido a outras demandas e projetos da Think Olga. Estamos em constante atualização das nossas atuais plataformas – tanto o site da Think Olga, quanto no Laboratório Think Olga, nosso projeto de exercícios de futuro em tempos de pandemia”.

no conteúdo jornalístico veiculado na mídia. Para além dos jornais, esses projetos também servem aos pesquisadores e pesquisadoras, estudantes, organizações, empresas etc. No Quadro 1, destacamos os principais ativos atualmente:

**Quadro 1 – Bancos de dados de fontes femininas especialistas no Brasil**

Projeto	Lançamento	Descrição
Politólogas <sup>12</sup>	2016	Projeto ligado à Red de Politólogas - #NoSinMujeres, que reúne o contato de centenas de mulheres baseadas em 24 países, especialistas em Ciência Política latinoamericana.
Mulheres Também Sabem <sup>13</sup>	2017	Inspirado no projeto estadunidense <i>Women Also Know Stuff</i> <sup>14</sup> , o site inclui mulheres especialistas nas áreas das Ciências Sociais, Sociais Aplicadas e Humanidades.
Catálogo Intelectuais Negras Visíveis <sup>15</sup>	2017	E-book gratuito que compila 181 nomes de profissionais negras do Brasil, atuantes em variados campos. O projeto é organizado pelo Grupo de Estudos e Pesquisas Intelectuais Negras da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
Fale com Elas <sup>16</sup>	2019	Vinculado ao projeto Celina <sup>17</sup> do jornal O Globo, o banco reúne mulheres especialistas em diversas áreas. É necessário realizar um cadastro simples e gratuito para ter acesso.
Mulheres do Mato <sup>18</sup>	2020	A plataforma virtual foi idealizada pela jornalista Ana Flávia Côrrea, com o objetivo de oferecer fontes femininas do Mato

<sup>12</sup> [https://www.nosinmujeres.com/politologas/directorio\\_pais/brasil/](https://www.nosinmujeres.com/politologas/directorio_pais/brasil/)

<sup>13</sup> <https://www.mulherestambemsabem.com/>

<sup>14</sup> Lançado em 2016, o site *Women Also Know Stuff* promove o trabalho de mulheres na Ciência Política de diversos países do mundo. Além do contato, também disponibiliza os temas de interesse das pesquisadoras. Disponível em: <https://womenalsoknowstuff.com/>

<sup>15</sup> <https://www.intelectuaisnegras.com/copia-vista-nossa-palavra-flip-2016>

<sup>16</sup> <https://infograficos.oglobo.globo.com/celina/fontes.html>

<sup>17</sup> Celina é um projeto criado em 2019 pelo jornal O Globo, com o objetivo de veicular conteúdo que enfoque nas temáticas ligadas às mulheres. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/>

<sup>18</sup> <https://anafacorrea.wixsite.com/mulheresdomato>

		Grosso. O diferencial está no regionalismo das especialistas.
--	--	---

Fonte: elaboração própria (2022).

O Catálogo Intelectuais Negras Visíveis é considerado uma obra de referência em termos de registro e mapeamento de dados sobre a atuação de mulheres negras no mercado de trabalho (XAVIER, 2017), diferente dos demais projetos que não priorizam a cor/raça das especialistas.

Desse modo, é oportuno mencionar bancos colaborativos formados por fontes negras mulheres e homens, no sentido de reconhecer iniciativas que se preocupam com aspectos raciais, ainda que não sejam exclusivamente focadas no gênero feminino. Em 2020, as jornalistas Marília Marasciulo e Luísa Martins criaram o Guia de Fontes Jornalismo Antirracista<sup>19</sup>, para uso da imprensa. No mesmo ano, inspirado na proposta deste projeto, o coletivo jornalístico Ceará Crioulo lançou o Guia de Fontes Negras do Ceará<sup>20</sup>, de caráter regional e direcionado a produtores de conteúdo. Ambos materiais são colaborativos e gratuitos, porém é necessário solicitar acesso às moderadoras e moderadores por motivo de segurança dos dados.

Nesse sentido, a literatura entra em consenso quanto à importância de adotar um foco feminino nas pautas e ouvir mais mulheres como fontes, observando ainda qual papel elas vão desempenhar quando são consultadas. Contudo, esses fatores são suficientes para que tenhamos um jornalismo com perspectiva de gênero? Basta que as mulheres estejam presentes no conteúdo para que determinado material se enquadre dentro dessa perspectiva? Ou uma produção pode falar sobre mulheres e, ainda assim, não se enquadrar nessa abordagem? Ao tratar de gênero, outros marcadores como raça e classe estão incluídos? Há um parâmetro para dizer o que é e o que não é perspectiva de gênero no jornalismo? Esses questionamentos guiam o próximo tópico na tentativa de apresentarmos reflexões, sem a pretensão de encontrarmos as respostas.

## 1.5 Jornalismo com perspectiva de gênero

<sup>19</sup> <http://www.sjpdf.org.br/noticias-teste/4137-guias-de-fontes-conheca-iniciativas-por-um-jornalismo-antirracista>

<sup>20</sup> <https://cearacriolo.com.br/ceara-crioulo-inicia-mapeamento-colaborativo-para-compor-guia-de-fontes-negras-a-imprensa-inscreva-se/>

Nos tópicos anteriores, abordamos de que modo a literatura feminista hegemônica universaliza as mulheres e negligencia quem não se enquadra no padrão branco, heterossexual, cisgênero, esposa e mãe. Esse problema tem relação com o sistema colonial, racista e cis-heteronormativo pelo qual a sociedade brasileira é fundamentada. Por outro lado, teóricas feministas que criticam essa visão hegemônica apontam a necessidade de uma análise interseccional para compreendermos a divisão sexual do trabalho para além do binário homem-mulher.

Sendo o jornalismo aqui entendido como uma forma de conhecimento e que cumpre o papel de mediar as/os sujeitas/os a agir no mundo, adotar uma perspectiva de gênero no conteúdo e visibilizar mulheres como fontes são posturas essenciais que podem contribuir na busca pela equidade social. Retomando a crítica à visão da mulher universal, tão importante quanto pluralizar vozes, no sentido quantitativo, a diversidade racial (entre outros marcadores interseccionais) no jornalismo também deve ser preocupação das empresas e dos cursos de formação.

Diante das discussões levantadas, questionamos: o que seria uma perspectiva de gênero no jornalismo? Toda pauta com foco nas mulheres se enquadra nesse viés? Perspectiva de gênero inclui obrigatoriamente outros marcadores, como raça e classe? Esse jornalismo está presente apenas na mídia alternativa especializada?

Para início de conversa, Santoro (2007) pontua que não há teoria sobre jornalismo de gênero, apenas práticas, experiências, análises, informações e instituições que se referem ao assunto. Nesse sentido, observamos uma dificuldade em delimitar o que é perspectiva de gênero, ou mesmo se é possível uma matéria falar sobre mulheres e ainda assim não apresentar esse viés.

No Brasil, as mulheres são pauta e atuam no jornalismo desde o nascimento da própria imprensa. A obra “Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XIX”, de Constância Lima Duarte, lançado em 2016, apresenta 143 jornais e revistas que circularam no país durante o século XIX, tanto de autoria de mulheres, quanto de homens. Para a literatura, é consensual distinguir jornalismo feminino e feminista a partir das especificidades no conteúdo veiculado nessa época.

Bandeira (2015) entende que o jornalismo feminino inicialmente era pensado para as mulheres e nasceu com o propósito de tratar de questões consideradas tipicamente femininas, como moda, beleza, educação dos filhos, sexo e carreira profissional. A autora reflete que o mercado viu o potencial de consumo do público

feminino, mas que as mulheres, além de leitoras, também produziam – ainda que poucas.

Embora os periódicos femininos que se ocupavam de assuntos como moda, culinária e cuidados domésticos fossem mais expressivos, os órgãos feministas se multiplicaram com rapidez a partir de 1870, problematizando a condição da mulher, questionando a política e reivindicando os direitos à educação, propriedade, ao voto e trabalho fora do lar (DUARTE, 2017; WOITOWICZ, 2008).

Bandeira (2015) pontua que o jornalismo feminista é uma das formas de manifestação do feminismo – de primeira onda –, pelo qual as mulheres utilizaram a imprensa para fortalecer o movimento e disseminar as pautas reivindicatórias, como as situações de opressão, direito à educação, independência financeira. Debértolis (2002, p. 25) ratifica que “os jornais feministas foram um dos instrumentos de organização do feminismo, como processo de movimento, e de reflexão para a produção de uma teoria que se contrapõe ao patriarcado”.

Ainda que tenhamos essas distinções, Bandeira (2015) entende que a imprensa feminina e a imprensa feminista não podem ser colocadas em posição de antagonistas, mas como paralelas, visto que os conteúdos podem tanto se divergir, quanto convergir. De forma geral, muitos impressos feministas eram voltados à defesa dos direitos das mulheres na maternidade, educação, mas também tratavam da moda e manifestações literárias. Assim, mesmo hasteando a bandeira dos direitos e do crescimento intelectual da mulher, o discurso esteve ligado ao papel da mulher enquanto mãe, esposa e dona de casa (BANDEIRA, 2015, p. 195).

Debértolis (2002) corrobora, indicando que o conteúdo de alguns folhetins mesclavam características femininas e feministas:

Nas décadas de 1870 e 1880 surgiram outros periódicos que se preocupavam tanto com a defesa da maternidade, dos direitos e aptidões das mulheres, mas por outro lado, também se dedicavam a informações sobre saúde, cuidados domésticos e cultura. (DEBÉRTOLIS, 2002, pp. 27-28).

No período da ditadura militar (1964-1985), a imprensa alternativa e feminista se torna mais engajada nas reivindicações pelos direitos das mulheres e pela superação das assimetrias de gênero na sociedade. Debértolis (2002, p. 24) ressalta que “na perspectiva da discussão da diferença, desde o final da década de 70, ampliou-se a abordagem dos grupos feministas que trouxeram à luz a questão das mulheres negras e das lésbicas, por exemplo”. Kucinski (2001) e Escosteguy (2018)

acrescentam que, nesse período, a imprensa alternativa passou por transformações, trazendo discussões pautadas em diversos assuntos, como feminismo, ecologia, homossexualismo, etc.

Entre os periódicos que se destacaram na época, temos *Brasil Mulher* (1975-1980), *Nós Mulheres* (1976-1978) e *Mulherio* (1981-1987)<sup>21</sup>. Leite (2003) argumenta que o *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres* atuaram nas raízes de alguns problemas das mulheres, como a denúncia da violência doméstica, reivindicação dos direitos trabalhistas e assuntos relacionados à sexualidade, aborto, pílulas anticoncepcionais, mas também abordavam temas da política, como eleições e anistia. Debértolis (2002) reitera que *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres* e *Mulherio* inauguraram a fase da imprensa alternativa feminista brasileira. Para Woitowicz (2012b), os três jornais tiveram papel inegável na contribuição para o debate das desigualdades entre os sexos e o fortalecimento das reivindicações dos movimentos feministas.

Na imprensa tradicional, Bandeira (2015) destaca as seções e suplementos femininos em jornais e as revistas segmentadas. A autora indica que, desde os anos 1940, *O Estado de S. Paulo* publicava uma página feminina até transformá-la em suplemento em 1953. As revistas *Claudia*, lançada em 1961, e *Nova*, em 1973, se dirigem às mulheres modernas e emancipadas. Para Debértolis (2002), a década de 1980 marca a consolidação das revistas femininas, contribuindo também para a especialização na área da nova geração de jornalistas.

No século XIX, com a crescente utilização das plataformas digitais, o jornalismo independente nativo digital também passou a ser espaço de visibilização das mulheres. O relatório *Ponto de Inflexão* (LAFONTAINE; BREINER, 2017) aponta que as mídias sociais e ferramentas de web design fáceis de usar tornaram possível o

---

<sup>21</sup> Em 1975, a jornalista Joana Lopes lança o *Brasil Mulher*, considerado o primeiro alternativo feminista brasileiro. Kucinski (2001) aponta que os principais temas no jornal eram: saúde, especialmente o problema de morte decorrente do aborto clandestino, educação, prostituição infantil. Woitowicz (2008, p. 11) complementa que, “no *Brasil Mulher*, o destaque é para o discurso da igualdade e das lutas pelas causas democráticas, que envolvem homens e mulheres”. Em 1976 surge o *Nós Mulheres*, criado pela jornalista Anamércia Veinsecher. Esse alternativo é visto como muito mais engajado do que o *Brasil Mulher*, por se posicionar pelo feminismo (KUCINSKI, 2001). Para Woitowicz (2008, p. 11), o *Nós Mulheres* “[...] enfatiza o comprometimento com questões específicas das mulheres, a partir das quais desenvolve, ao longo da sua existência, um importante trabalho de base com mulheres de classes populares”. Já *Mulherio* é fundado em 1981, editado por Adélia Borges e considerado o mais importante jornal feminista dessa época, devido ao tempo de duração e popularidade (PINTO, 2003, KUCINSKI, 2001). Apesar de receber apoio financeiro da Fundação Ford e da Fundação Carlos Chagas, fugindo da prática econômica da imprensa alternativa, o periódico conservou características dos alternativos feministas. Woitowicz (2008) aponta que o *Mulherio* dava destaque para questões ligadas ao comportamento e sexualidade, conseguindo repercutir de forma notável.

lançamento de empreendimentos de mídia digital quase que inteiramente com patrimônio e esforço próprio.

À medida que a disrupção da mídia vai criando oportunidades e desafios, um número crescente de meios nativos digitais está construindo audiências e gerando receita. Eles variam de pequenos projetos, apoiados por voluntários e que atendem a públicos segmentados, a importantes organizações de notícias que alcançam dezenas de milhões de usuários através de sites, podcasts e redes sociais. (LAFONTAINE; BREINER, 2017, p. 12).

O Mapa do Jornalismo Independente, projeto realizado pela Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo<sup>22</sup>, identificou 79 iniciativas espalhadas por 12 estados brasileiros até 2016. Esse mapeamento é utilizado em diversas pesquisas que analisam ou citam portais independentes especializados em feminismo e gênero (KIKUTI; ROCHA, 2017; ROCHA; DANCOSKY, 2018; COSTA, 2018), tais como AzMina, Capitolina, Catarinas, Cientista que virou mãe, Gênero e Número, Lado M, Nós, Mulheres da Periferia e Think Olga.

Uma das mudanças notadas em boa parte dessas pesquisas é a utilização do termo “jornalismo com perspectiva de gênero” ou “jornalismo independente sobre gênero” (ROCHA; DANCOSKY, 2016, 2018) ao invés/como sinônimo de “jornalismo feminista”. Vecchio-Lima e Souza (2017, p. 149), por exemplo, não adotam nomenclatura, citando que as iniciativas independentes especializadas são “de mulheres/para mulheres’ e, por que não dizer, sobre mulheres”. Costa (2018) aborda “Jornalismo Feminista” e “jornalismo com perspectiva de gênero” como sinônimos.

Os trabalhos elencam características do conteúdo produzido pelos portais independentes especializados na perspectiva de gênero. Vecchio-Lima e Souza (2017) apontam as questões da mulher como prioridades nas matérias produzidas, mas com enfoques e temáticas diversificadas. A presença das mulheres também é preferida nas fontes, nas ilustrações e imagens utilizadas, nas pautas, nos temas, no enfoque, além da autoria.

Considerando o recorte de portais independentes especializados no trabalho de Rocha e Dancosky (2018), as autoras concluem que a perspectiva de gênero se constitui como um valor-notícia. Além disso, o gênero é uma referência na abordagem,

---

<sup>22</sup> O Mapa do Jornalismo Independente é um levantamento das iniciativas independentes no Brasil, realizado pela Agência Pública. Os critérios para a seleção dos portais incluem aqueles que produzem conteúdo jornalístico (blogs não são considerados), que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>

na composição do texto, foto, vídeo e infográfico do conteúdo. Para as autoras, as fontes plurais também ocupam espaço central e os discursos travados no conteúdo apresentam novas percepções sobre as temáticas, diferente do que geralmente é abordado nos veículos tradicionais.

Costa (2018), por sua vez, realiza entrevista em profundidade com jornalistas de um portal feminista, observando que as profissionais entendem que todos os assuntos podem ter perspectiva de gênero. Nesse viés, os principais pontos são a contraposição ao discurso do jornalismo hegemônico, a valorização de vozes que comumente são invisibilizadas na mídia tradicional, enfoque não estereotipado e multiplicidade das fontes.

Chaher (2007b) defende que o jornalismo com abordagem de gênero deve partir do questionamento sobre como os assuntos afetam mulheres e homens de forma diferente. *“El periodismo con enfoque de género se propone analizar la información con la que trabajamos preguntándonos si afecta de manera diferente a mujeres y varones teniendo en cuenta la construcción social sobre sus roles”* (CHAHER, 2007b, p. 126). Por outro lado, conforme já discutimos, as assimetrias na sociedade vão além do binário homem-mulher, de forma que é pertinente incluir avaliações do modo como os assuntos afetam diferentes grupos de mulheres – assim como diferentes grupos de homens.

Partindo dos trabalhos que investigam as características do conteúdo produzido por esses portais segmentados, verificamos que a perspectiva de gênero também está presente nas produções de outras iniciativas independentes não especializadas, sendo algumas delas: Agência Pública, The Intercept Brasil, Jornalistas Livres, Marco Zero Conteúdo, Ponte Jornalismo, Nexo (SOUSA, 2020). A partir de entrevista e aplicação de questionário a jornalistas que produzem sob a perspectiva de gênero em portais independentes não especializadas, as profissionais indicaram a preocupação em transversalizar a perspectiva de gênero em pautas que não sejam apenas aquelas “tipicamente femininas” e priorizar fontes mulheres em diferentes assuntos, pensando também na interseccionalidade e posição delas na sociedade. As entrevistadas indicaram que as redações plurais e a autonomia de trabalho são facilitadores para produzir sob a perspectiva de gênero.

Desse modo, a perspectiva de gênero no jornalismo pode ser observada para além da mídia especializada. Conforme Chaher (2007b), o jornalismo com perspectiva

de gênero deve estar presente em todos os jornais, de forma que não se restringe a temas específicos.

*El enfoque de género es una mirada que todas/os las/os periodistas y comunicadores/as deberíamos tener, más allá de la sección o el medio en el que trabajemos. Al ser un enfoque transversal, puede ser aplicado tanto en notas de chismes, como de cultura, o sobre temas internacionales.* (CHAHER, 2007b, p. 128).

Para tanto, Chaher (2007b) defende que a abordagem de gênero deve passar pelas redações de todas as mídias, seja impressa, audiovisual, radiofônica, digital, e todas as seções, assim como na formação de jornalistas e comunicadoras/es. Nesse sentido, a autora contribui ao não responsabilizar mulheres como únicas capazes de produzir a partir da perspectiva de gênero, delegando essa tarefa a todas/os as/os profissionais de qualquer mídia. Outra questão é que as jornalistas não precisam escrever sempre a partir desse viés como uma obrigação porque são mulheres (SOUSA, 2021).

Como exemplo de produção que apresenta a perspectiva de gênero na mídia independente não especializada, citamos a reportagem “Ilegalidade do aborto reforça injustiça reprodutiva para mulheres negras”<sup>23</sup>, assinada pela repórter Débora Britto para a Marco Zero Conteúdo. A matéria publicada em 4 de outubro de 2019 problematiza as condições do aborto especificamente entre as mulheres negras, que são mais atingidas do que as brancas. As fontes citadas são uma pesquisadora na temática e a representante da Rede de Mulheres Negras, além de dados do Ministério da Saúde – Ver a matéria em Anexo I.

N’AzMina, portal independente especializado em gênero, esse tema também foi discutido na matéria postada em 28 de setembro de 2017, com o título “Criminalização do aborto mata mais mulheres negras”<sup>24</sup>. A reportagem assinada por Thais Folego aponta dados e informações do IBGE, da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS), do Ministério da Saúde e da Fundação Oswaldo Cruz. Pesquisadoras e um pesquisador explicam o cenário de desvantagem para mulheres negras, e há ainda o depoimento de uma enfermeira e o caso de uma vítima para contextualizar – Ver a matéria em Anexo II.

---

<sup>23</sup> Disponível em: <https://marcozero.org/ilegalidade-do-aborto-reforca-injustica-reprodutiva-para-mulheres-negras/> Acesso em: 18 mai. 2022.

<sup>24</sup> Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/precisamos-falar-de-aborto-e-como-ele-mata-mulheres-negras/> Acesso em: 18 mai. 2022.

O jornal tradicional Folha de S. Paulo também tratou do assunto, na matéria de 19 de novembro de 2020 intitulada “No Brasil, aborto vitima mais mulheres negras do que brancas”<sup>25</sup>, de Thaiza Pauluze. Enquanto as duas reportagens dos portais independentes são longas e aprofundadas, o texto da Folha apenas compila dados divulgados pelo IBGE sem minimamente consultar uma fonte especialista para contribuir no debate – Ver a matéria em Anexo III.

Observando esses exemplos, seria possível dizer que uma matéria pode tratar de mulheres mas não possuir perspectiva de gênero? O enfoque de gênero implica produzir matérias aprofundadas? A criticidade e problematização sempre devem estar presentes nessa perspectiva? A carência de estudos que consigam de fato delimitar o que constitui e o que não constitui uma perspectiva de gênero no jornalismo impedem que este trabalho ofereça respostas fechadas para tais questionamentos, mas a literatura propõe reflexões conforme veremos a seguir.

Sobre isso, é oportuno citar o posicionamento de Chaher (2007b), no qual a autora argumenta que há diferenças entre o jornalismo com perspectiva de gênero e as notas e artigos que tornam a vida das mulheres visível. Chaher (2007b) defende que os jornais tradicionais estão cada vez mais pressionados a incluir uma agenda feminina na produção, mas os veículos fazem isso sem o conhecimento de todas as dimensões do tema e sem a capacitação das/os profissionais para abordar os assuntos. Outro problema é que as mulheres jornalistas são responsabilizadas por essas matérias e conseqüentes distorções, logo a assinatura delas nos textos parece ser suficiente para dizer que há mudanças na mídia.

Nesse contexto, é interessante mencionar o neoliberalismo como um dos propulsores das ambíguas pautas e posições das mulheres, especialmente – mas não limitada – em se tratando da mídia corporativa. Brown (2021) explica que o neoliberalismo organiza as sociedades em virtude do mercado, de modo que os princípios da racionalidade neoliberal perpassam todos os setores sociais. Assim, a inserção das pautas feministas no jornalismo *mainstream* também visa beneficiar o mercado.

Fraser (2009) analisa que, a partir da segunda onda do feminismo, o neoliberalismo “ressignificou” as reivindicações feministas, utilizando-as para a legitimação do sistema. “As ideias feministas se submeteram a uma mudança sutil de

---

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/11/no-brasil-aborto-vitima-mais-mulheres-negras-do-que-brancas.shtml> Acesso em: 18 mai. 2022.

validade no contexto alterado” (FRASER, 2009, p. 28). Na visão de hooks (2015), a ideologia da “opressão comum” entre as mulheres é usurpada pelo mercado para justificar o interesse dos burgueses. Nesse sentido, se a demanda é a inclusão das pautas das mulheres no jornalismo, a mídia “cumpre” seu papel abordando temas femininos, mas geralmente de uma forma equivocada.

Estabelecendo relação entre essas questões e a mídia tradicional, podemos citar o trabalho de Bertasso e Rosa (2021). Ao analisarem o discurso da revista *Claudia* ao longo de uma década (2009-2019), as autoras observam mudanças recentes nas temáticas, como a progressiva preocupação em sair dos temas estereotipados. Elas notaram uma certa aproximação com a luta pelos direitos das mulheres, sem que o termo “feministas” seja utilizado no *corpus* pesquisado. Apesar dos avanços, há uma consolidação do padrão feminino como sendo a mulher branca, heterossexual, casada, com filhos e que obtém sucesso em diversas áreas da vida, tanto pessoal quanto profissional. Desse modo, por vezes as pautas feministas são utilizadas pela mídia sem o devido reconhecimento da luta dos movimentos político-sociais.

Contudo, Chaher (2007b) ressalta que não espera que todos os veículos contemplem uma perspectiva de gênero no jornalismo. Na visão da autora, mesmo as notas e artigos que visibilizam mulheres também têm importância. Assim, não é possível dizer que a mídia corporativa nunca trata de mulheres no conteúdo, já que a produção pode apresentar uma abordagem de gênero ou apenas relatar informações sem que se adote uma perspectiva feminista.

Para Mano (2017), a produção do jornalismo com foco no gênero na mídia *mainstream* parte muito mais de atitudes profissionais individuais do que das mudanças significativas nos veículos. A pesquisadora analisou nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo a cobertura relativa aos eventos onde as mulheres são protagonistas de ações políticas diretas (1985 a 2005). Entre os resultados, Mano (2017) indica que os veículos cobriram manifestações como 8 de Março, mas com predomínio de uma linguagem sexista quando, por exemplo, citam “os manifestantes” e “os organizadores” para se referirem às mulheres.

Santoro (2007) enfatiza que a linguagem não sexista no jornalismo é essencial para uma sociedade mais igualitária e se torna um desafio constante. A respeito disso, a pesquisadora Tamires Coêlho problematizou o fato de boa parte da mídia convencional brasileira demonstrar tratamento sexista às sujeitas e sujeitos,

naturalizando estereótipos. Segundo ela (informação verbal)<sup>26</sup>, quando os jornais citam as mulheres pelo primeiro nome, isso gera uma informalidade e desvalorização no discurso feminino, enquanto se referir aos homens pelo sobrenome indica formalidade e seriedade. Coêlho exemplifica que os veículos da mídia usam “Dilma”, quando falam sobre a ex-presidenta Dilma Rousseff, enquanto o ex-presidente Michel Temer é citado como “Temer”, quando ambos sobrenomes isolados poderiam compor as narrativas sem prejuízo de entendimento.

Anteriormente tratamos da imprensa feminina e feminista como primeiros espaços para abordar temas relativos às mulheres (em geral, brancas, de classe média, intelectuais, heterossexuais), sendo que, em muitos momentos, o conteúdo delas se assemelhava. Posteriormente, a mídia alternativa feminista se caracterizou pelas denúncias dos problemas e reivindicações, já vislumbrando uma maior diversidade de mulheres (negras, lésbicas, das classes populares, nordestinas etc.) nas pautas. Mais recente, o jornalismo independente nativo digital, principalmente o especializado, propõe transversalizar a perspectiva de gênero para além dos “temas femininos” e pensando na interseccionalidade. Assim, podemos compreender que a perspectiva de gênero no jornalismo não é estática, ao contrário, se transforma na medida em que a sociedade também se modifica e invisibilidades são apontadas.

Ao verificarmos a presença da perspectiva de gênero em portais independentes não especializados (SOUSA, 2020), levantamos a reflexão sobre a não consolidação de um conceito ou uma teoria no jornalismo. Naquele momento, propúnhamos uma designação da seguinte forma:

Para fins conceituais, compreendemos o jornalismo com perspectiva de gênero como transversal e especializado, que se contrapõe à mídia hegemônica e heteronormativa, priorizando a interseccionalidade das mulheres (raça, gênero, classe social) na produção do conteúdo com abordagem de gênero (desde a escolha da pauta e as fontes, até a forma de apresentação do conteúdo, como ilustração, foto). (SOUSA, 2020, pp. 14-15).

A partir das discussões aqui apresentadas, é necessário desconstruir alguns equívocos nessa conceituação proposta. A não consolidação de uma teoria para a perspectiva de gênero no jornalismo pode ser explicada pelo fato de não se constituir em um jornalismo especializado, mas um conjunto de características que conseguem construí-la.

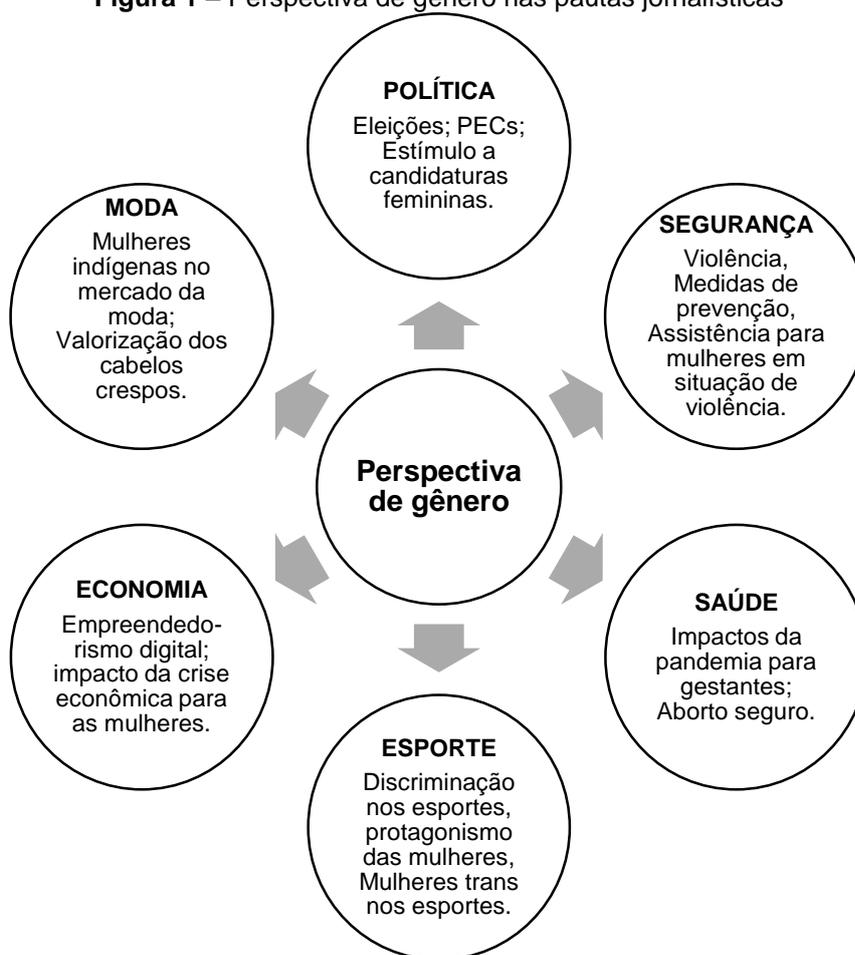
---

<sup>26</sup> Informação fornecida pela Prof. Dra. Tamires Coêlho durante a disciplina Transformações no Mundo do Trabalho da(o)s Jornalistas, na aula referente ao “Painel 8: Desigualdades de gênero e raça na construção da cultura jornalística”, em 14 jul. 2021.

Podemos dizer que o jornalismo político trata da cobertura das disputas eleitorais, decisões no Senado, discussões das Propostas de Emenda à Constituição (PEC) etc. O jornalismo ambiental se ocupa das denúncias de exploração das reservas ambientais, ações de preservação das florestas etc. O jornalismo de moda tem foco nas tendências e comportamento. Mas a perspectiva de gênero perpassa todas as áreas. Assim, não se trata da construção de uma especialização do jornalismo, mas a incorporação da perspectiva de gênero interseccional na produção, nas pautas, enfoque, fontes, inclusive nos recursos imagéticos e sonoros.

Tendo em vista a transversalidade da perspectiva de gênero no jornalismo, elaboramos a Figura 1 para fins de ilustração sobre possíveis incorporações desse viés em diferentes pautas. Entre as editorias, destacamos aquelas tradicionalmente vistas como “masculinas”, como política, esporte e economia, bem como observando outras abordagens entre pautas consideradas “femininas”, como moda e saúde.

**Figura 1** – Perspectiva de gênero nas pautas jornalísticas



Fonte: elaboração própria (2022).

Por conseguinte, outra questão que merece reformulação no conceito que sugerimos a priori é a “contraposição à mídia hegemônica e heteronormativa” (SOUSA, 2020). A perspectiva de gênero no jornalismo se opõe ao discurso hegemônico, sexista, misógino, racista, classista, universalizante, cis-heteronormativo etc., que estrutura as assimetrias na sociedade (KIKUTI; ROCHA, 2017; COSTA, 2018). Ou seja, não se trata de contestar a mídia tradicional em si, na medida em que a perspectiva de gênero no jornalismo pode estar presente em qualquer veículo.

Uma das lacunas observadas é que a literatura não deixa claro de que modo essa perspectiva deve ser adotada. Os trabalhos, em sua maioria, se ocupam em verificar características dos portais especializados em gênero, ressaltar os pontos positivos e criticar o que pode ser melhorado nas produções. Porém, qual o parâmetro para determinar o que é e o que não é perspectiva de gênero no jornalismo?

Apesar das organizações produzirem manuais com orientações, conforme vimos no tópico anterior, as indicações se referem basicamente ao uso da linguagem não sexista e não racista, além da recomendação para a consulta a fontes mulheres. Mas, como pensar em pautas que fujam do hegemônico? O uso de relatórios de pesquisas governamentais ou não-governamentais também é recorrente nas produções com viés de gênero. Essa seria uma característica fundamental nessa perspectiva?

A identificação e/ou o contato com movimentos sociais, como feminismos e organizações antirracistas, parece ser uma questão importante para problematizar o modo como as mulheres são ou devem figurar no jornalismo. Como ilustração desse cenário, citamos: a pesquisa de Costa (2018) explicita que o Portal de Notícias Feministas é formado por jornalistas feministas, já a ONG Think Olga é apontada como feminista (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 201; COSTA, 2018), além disso, em pesquisa com jornalistas vinculadas a portais independentes não especializados verificamos que todas as entrevistadas indicam a ligação com feminismos e/ou movimentos LGBTQIA+<sup>27</sup> (SOUSA, 2020). Assim, a identificação/atuação como feminista seria um diferencial para pensar de que maneira o gênero pode transversalizar as pautas?

---

<sup>27</sup> Neste trabalho, a sigla LGBTQIA+ corresponde a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Transgêneros, Queer, Intersexual, Assexuais e demais identidades, orientações e expressões de gênero. Ressaltamos que há variações da sigla, que podem tanto incluir letras, quanto suprimir.

Tendo em vista as discussões levantadas, refletimos a falta de uma sistematização da perspectiva de gênero no jornalismo. Vimos que a perspectiva de gênero pode e deve estar presente nos mais variados veículos, mas os portais da mídia independente especializada parecem mais preocupados em tratar dessas questões. Ainda assim, cada vez mais é possível notar que a mídia corporativa e os veículos independentes sem especialização de gênero também estão atentos aos debates. Por outro lado, nos parece que as mulheres são “encarregadas” de produzir a partir da perspectiva de gênero, de maneira que os homens se “desobrigam” desse conteúdo.

Em síntese, este trabalho entende o jornalismo com perspectiva de gênero como a produção que tem foco nas mulheres, priorizando (mas não limitando) as jornalistas enquanto repórteres e questões feministas nas pautas transversais, no enfoque, nos recursos imagéticos e sonoros, além das fontes femininas. O uso de dados advindos de relatórios se mostra um ponto importante nesse tipo de produção, daí o papel dos institutos e organizações na elaboração de pesquisas que consigam contribuir no jornalismo. Não obstante, ressaltamos que não é obrigatório e nem sempre é possível ou cabível utilizar dados nas matérias.

O conteúdo que possui perspectiva de gênero preferencialmente envolve o aprofundamento das discussões a partir de diferentes pontos de vista, fugindo das notas que se configuram em relatos dos assuntos que envolvam mulheres. É relevante destacar que a produção com perspectiva de gênero também deve contemplar outros marcadores interseccionais, como a raça e etnia, classe, deficiência, regionalismo, geração etc. Não basta falar sobre mulheres, é necessário visibilizar a diversidade.

O próximo capítulo trata da feminização do jornalismo, com foco na formação e no trabalho a partir do olhar interseccional. Partimos das problematizações: quem ocupa os cursos de jornalismo? Quais concepções estão presentes nos espaços de formação? Quem é jornalista? Como a raça e a classe atuam na inserção das mulheres no mercado jornalístico? Nosso objetivo é refletir de modo relacional a perspectiva de gênero como fruto da entrada das mulheres no jornalismo, pensando no perfil das profissionais – bem como as implicações do padrão feminino – para posteriormente identificarmos os entraves que elas encontram para produzir sob esse viés, considerando fatores de ordem individual e organizacional.

## 2 ASPECTOS INTERSECCIONAIS NA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO BRASILEIRO

Propor reflexões a partir do fenômeno da feminização do jornalismo no Brasil é uma tarefa árdua, especialmente em virtude das poucas referências que levam em conta os estudos da mídia com viés feminista e decolonial. Desse modo, faz-se necessário buscar embasamento em outras áreas, tais como Sociologia, Antropologia e Ciência Política, por exemplo, para refletir a entrada das mulheres no jornalismo do ponto de vista interseccional.

Como ponto de partida, Abreu e Rocha (2006) realizaram um estudo sobre a imprensa brasileira na transição do regime autoritário para o democrático, entre 1974 a 1985, e apontam que, nesse período, o jornalismo estava se tornando cada vez mais feminino. As autoras argumentam que os principais fatores que contribuem para essa transformação profissional são: a economia, na medida que as mulheres passaram a atuar cada vez mais no mercado de trabalho; a escolaridade, tendo em vista que elas são maioria nas escolas e universidades.

Importante referência nos trabalhos que abordam jornalismo e gênero, uma das principais pesquisadoras que investiga o processo de feminização do jornalismo brasileiro é a professora doutora Paula Melani Rocha (ROCHA, 2004; ROCHA; SOUSA, 2011; ROCHA; DANCOSKY, 2018; ROCHA; SANTOS, 2019). Para a autora, a feminização das redações é impulsionada pelo processo de profissionalização, em especial com o aumento dos cursos de graduação, pelas instabilidades do mercado profissional e das relações de trabalho.

A pesquisa “Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias”, de Márcia Veiga da Silva (2010), oferece caminhos para diversas discussões nos estudos que fazem a interface entre jornalismo e gênero. A autora realiza uma pesquisa etnográfica numa redação de televisão da RBS, com o objetivo de entender as relações do jornalismo com a cultura, com a formação de valores e as relações de gênero. O trabalho tem foco nas rotinas de trabalho das/os jornalistas e demais profissionais envolvidas/os no processo e nos modos de produção de notícias, concluindo que a perspectiva do jornalismo é masculina.

Posteriormente, Fabiana Moraes e Marcia Veiga da Silva (2019) contribuem com o artigo intitulado “A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora”. No trabalho, a partir dos estudos

decoloniais e feministas, as autoras discutem que a noção dominante de objetividade jornalística se constitui a partir das estruturas epistêmicas do sistema-mundo capitalista, patriarcal, ocidental, moderno. Nesse sentido, o jornalismo reproduz ideologias, como machismo e racismo, ancorado na justificativa da objetividade.

Desse modo, as pesquisas têm avançado nas problematizações entre jornalismo e gênero. Já não é possível pensar a feminização dessa área apenas pela categoria do gênero, sem considerar o atravessamento de outros marcadores essenciais que atuam na estruturação do jornalismo, como a raça – destacamos ainda a classe, geração, origem regional, deficiência. Assim, é necessário analisar com maior profundidade os aspectos da feminização do jornalismo, de modo que a formação e a profissionalização se constituem em fatores importantes para entender esse fenômeno, mas que precisam de olhar interseccional. Em resumo, a entrada das mulheres no jornalismo é desigual entre brancas e não-brancas, e a baixa diversidade nos espaços de produção jornalística pode impactar no conteúdo entregue ao público.

Neste capítulo, será abordada a formação em cursos de jornalismo e a profissionalização, a partir do debate de gênero e raça – em alguns momentos o marcador de classe é acionado como intrínseco no processo para entender os demais, já que no Brasil, em geral, as classes sociais têm cor/raça. Considerando que a literatura aponta esses fatores como essenciais no fenômeno da feminização, nos interessa discutir as assimetrias na ocupação das mulheres brancas e não-brancas nos cursos de formação e conseqüentemente no mercado jornalístico.

## **2.1 A formação superior e nos cursos de Jornalismo no Brasil**

Até o século XIX, no Brasil, o ensino formal não era permitido à maioria das mulheres, com exceção daquelas que dispunham da instrução particular, ou seja, especialmente as brancas que pertenciam às classes dominantes (PINTO, 2003; COSTA, 2018). Antes disso, Goulart (2009) aponta o papel das preceptoras, em geral portuguesas, francesas e alemãs, que eram encarregadas da instrução de mulheres privilegiadas. Desse modo, elas aprendiam basicamente prendas domésticas, religião, línguas estrangeiras, como francês e inglês, além das aulas de piano e música, visando a formação de boas esposas.

Com o processo de industrialização, o desenvolvimento do pensamento iluminista e a reivindicação pelos direitos das mulheres, a sociedade paulatinamente

vai entendendo que a educação feminina é importante para o progresso do país. Por outro lado, inicialmente o ensino formal feminino continuou atrelado à formação de boas esposas, com aulas de prendas domésticas, por exemplo, o que não acontecia no ensino voltado para os meninos (GOULART, 2009).

Convém às mulheres, portanto, uma educação que lhes permita serem educadoras de crianças. Interessa, então, aos republicanos, educar tais educadoras de acordo com a moral e costumes que deverão ensinar à crianças: o amor à Pátria e ao trabalho, a honra, a bravura [...]. Sem esquecer, evidentemente, do aprendizado das tarefas domésticas especificamente destinadas às mulheres: em vez das aulas de matemática, geografia ou ciências, todas as atividades feitas com agulhas, tais como costura, bordado e tapeçaria, além de padaria [...], importantes para o bom andamento de uma casa. (MONTEIRO, 2012, p. 3076).

Assim, a educação feminina no Brasil, desde as primeiras experiências, esteve ligada ao cuidado, distinguindo espaços que deveriam ser ocupados por mulheres e homens. À elas, cabia o ensino de afazeres domésticos, enquanto eles aprendiam matemática e ciências, por exemplo. Nesse sentido, se percebe que o ensino superior brasileiro atual ainda é estruturado nesses estereótipos, conforme será discutido adiante.

De excluídas do ensino formal, as mulheres atualmente são maioria em todos os níveis da educação. Segundo dados do Censo da Educação Superior 2019, o último realizado no país, o número de estudantes que ingressaram em cursos de graduação no Brasil foi de 3.633.320 – sendo 15,4% em instituições públicas e 84,6% em estabelecimentos privados. Distinguindo o ingresso entre os sexos, baseado no binário feminino e masculino, as mulheres representam 57%, enquanto os homens são 43%. Os percentuais vão ao encontro dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2019<sup>28</sup>, indicando que as mulheres são maioria entre a população brasileira, representando 51,8%, ao passo que os homens são 48,2%.

Por outro lado, quando observamos a cor/raça, o Censo da Educação Superior 2019 indica que o perfil das/os estudantes é branco. É importante ressaltar a superficialidade no tratamento dos dados apresentados no relatório, que aponta

---

<sup>28</sup> As estimativas da população brasileira de 2020 a 2021 não são consideradas neste estudo porque o IBGE não incluiu o fator pandemia da COVID-19 (SARS-CoV-2) nas projeções. Já o Censo, o maior levantamento populacional feito no país, deveria ter sido realizado em 2020, mas foi prorrogado para 2022. As informações da PNAD Contínua de 2019 estão disponíveis em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> Acesso em: 14 set. 2021.

generalizações, sem deixar claro os percentuais. Assim, num país em que a maioria da população é não-branca, o ensino superior ainda não representa a diversidade – em 2019, 42,7% da população brasileira se declara branca e 57,3% não-branca, sendo 46,8% parda, 9,4% preta e 1,1% amarela ou indígena<sup>29</sup>.

Os dados relativos ao perfil das/os concluintes apresentam taxas um pouco mais elevadas quanto à distância entre sexo e cor/raça das/os egressas/os do ensino superior. Em 2019, participaram do Censo da Educação Superior 1.250.076 concluintes de cursos de graduação, sendo 60,2% mulheres e 39,8% homens. Olhando para a cor/raça, 45,2% das/os concluintes eram brancas/os – o Resumo Técnico do Censo não indica os percentuais separados entre as demais cores/raças, sendo que 54,8% se dividem entre pardas/os, pretas/os, indígenas, amarelas/os e não declaradas/os.

É interessante notar que, apesar das mulheres constituírem maioria na educação superior, a atuação delas ainda é predominantemente voltada a áreas tradicionalmente ditas femininas, sobretudo com formação ligada às profissões do cuidado, saúde e educação. De acordo com o Censo da Educação Superior 2019, entre os 20 cursos com maior número de matrículas, as mulheres lideram em 14, sendo (na ordem): Pedagogia (92%), Serviço social (90%), Enfermagem (84%), Nutrição (83%), Psicologia (80%), Gestão de pessoas (78%), Fisioterapia (77%), Odontologia (72%), Farmácia (71%), Arquitetura e Urbanismo (67%), Medicina (60%), Contabilidade (56%), Direito (55%) e Administração (54%).

Já os homens se matriculam mais em cursos ligados às engenharias e ciências exatas: Engenharia mecânica (90%), Sistemas de informação (86%), Engenharia civil (70%), Engenharia de produção (66%), Educação física (65%) e Educação física formação de professor (61%).

Assim, os cursos de Pedagogia, Serviço Social, Enfermagem e Nutrição, por exemplo, são formados quase que exclusivamente por mulheres, ao passo que as engenharias são ocupadas majoritariamente por homens. Nesse sentido, apesar dos avanços na atuação feminina no ensino superior, o sexismo estrutural atua na educação, no sentido de atribuir espaços para homens e mulheres, e, conseqüentemente, naturalizar quem ocupa as profissões.

---

<sup>29</sup> Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html>. Acesso em: 21 set. 2021.

Para se ter ideia, o relatório *Dream Jobs? Teenagers' Career Aspirations and the Future of Work* (OECD, 2020), formulado a partir das pesquisas realizadas entre 2000 e 2018 pelo Programme for International Student Assessment (PISA), indica diferenças na carreira dos sonhos entre meninas e meninos. Em 41 países participantes do estudo, inclusive o Brasil, mais de 500 mil adolescentes com idade de 15 anos desejam seguir em um número limitado de profissões tradicionais.

Entre as meninas, as dez carreiras mais citadas em 2000 foram, na ordem: professora, médica, advogada, psicóloga, enfermeira e parteira, administradora de empresas, veterinária, escritora/jornalista, secretária, cabeleireira. Em 2018, as funções não mudaram muito, mas é possível perceber algumas alterações nos trabalhos para além do cuidado, sendo: médica, professora, administradora de empresas, advogada, enfermeira e parteira, psicóloga, designer, veterinária, policial e arquiteta.

Já entre os meninos, as dez profissões dos sonhos em 2000 foram, na ordem: administrador de empresas, profissional de TI, engenheiro, médico, atleta, professor, advogado, mecânico de veículos, arquiteto e policial. Em 2018, as carreiras desejadas pelos garotos não mudaram: engenheiro, administrador de empresas, médico, profissional de TI, atleta, professor, policial, mecânico de veículos, advogado e arquiteto. Assim, é notável que as expectativas quanto ao trabalho masculino se mantêm ao longo desse período, com funções ligadas às engenharias, ao corpo/exercícios, proteção das pessoas.

Segundo o relatório do PISA (OECD, 2020), não apenas o gênero, mas a classe social também interfere de maneira expressiva nas aspirações de trabalho das/os jovens. Entre as carreiras citadas apenas por adolescentes de baixa renda<sup>30</sup>, temos: cabeleireira, mecânico de veículos, enfermeiras e parteiras. Desse modo, esse grupo tende a almejar determinadas profissões consideradas de menor prestígio social, que muitas vezes não necessitam do ingresso no ensino superior. Em contrapartida, as carreiras mencionadas somente entre as/os jovens de condições mais privilegiadas são: psicóloga/o, arquiteta/o, veterinária/o, escritor(a)/jornalista.

Os dados oferecem indícios sobre o quanto o sexismo e as desigualdades de classes podem impactar a escolha das profissões, mas as pesquisas em geral não abordam os marcadores raciais, inviabilizando a observação de um cenário mais

---

<sup>30</sup> Considerando o *ranking* das dez carreiras dos sonhos em 2000 e 2018.

contundente do racismo estrutural. Por outro lado, as classes sociais desfavorecidas no Brasil estão diretamente ligadas às pessoas pretas e pardas, o que sugere um problema estrutural quando meninas negras e meninos negros demonstram poucas ambições por empregos de maior prestígio, como se estivessem condicionadas/os aos trabalhos considerados subalternos<sup>31</sup>.

Sobre a relação entre pobreza e cor/raça, o relatório Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil, produzido a partir dos dados da PNAD 2018, indica que a população preta e parda constitui a maior força de trabalho no país (54,9%), entretanto 47,3% estava na informalidade. Entre as pessoas brancas, 34,2% ocupavam trabalhos informais. Considerando as/os desocupadas/os, 64,2% eram negras/os, sendo que esse percentual sobe para 66,1% entre trabalhadoras/es subutilizadas/os. Sobre a distribuição de renda, pretos e pardos representavam 75,2% do grupo formado pelos 10% da população com os menores rendimentos e somente 27,7% das pessoas entre os 10% com os maiores rendimentos.

Portanto, não apenas o gênero é um marcador com impacto para distinguir espaços femininos e masculinos na educação formal e, conseqüentemente, na profissão. Raça e classe são elementos indissociáveis quando consideramos o contexto brasileiro, na medida em que a sociedade tem base no sistema colonial. Para além da educação formal e do mercado de trabalho, a hierarquização das classes pode interferir de maneira muito mais profunda nas sujeitas e nos sujeitos.

Sobre isso, Brown (2015) argumenta que a classe não pode ser entendida somente pela relação com os meios de produção, conforme o pensamento marxista clássico. Para a autora, a classe se entranha nas sutilezas dos padrões de comportamento aprendidos pelas pessoas desde a infância, influenciando o modo de agir, pensar e sentir, as suposições básicas sobre a vida, o que esperam de si mesmas e das outras. Brown (2015) defende que são esses padrões comportamentais de classe que devem ser reconhecidos, compreendidos e alterados.

*Class is much more than Marx's definition of relationship to means of production. Class involves [how] your behavior, your basic assumptions about life, your experiences (determined by your class) validate those assumptions, how you are taught to behave, what you expect from yourself and from others, your concept of a future, how you understand problems and solve them, how you think, feel, act. It is these behavioral patterns cemented in childhood that cause class conflicts in the various movements. It is these behavioral patterns that middle class women resist recognizing although they may be perfectly*

---

<sup>31</sup> É importante ressaltar que a crítica não é feita à escolha da carreira, mas ao condicionamento imposto pelo racismo, sexismo e desigualdade de classes.

*willing to accept class in Marxist terms, a neat trick that helps them avoid really dealing with class behavior and changing that behavior in themselves. It is these behavioral patterns which must be recognized, understood and changed.* (BROWN, 2015, p. 222).

Tice (2015, p. 220) pondera que a classe não é uma determinação permanente na vida das sujeitas e sujeitos, mas “um conjunto caleidoscópico de dinâmicas materiais e subjetivas que também são generificadas e racializadas”. Para ela, classe engloba trabalho, renda, poder, status, educação, origens familiares e comunitárias, acesso à educação, moradia, saúde, alimentação etc., e tem efeitos profundos sobre o senso de si mesma/o. A autora reflete que a classe contribui na formação da identidade, no senso de controle e de confiança que se tem na vida cotidiana, nos sonhos e desejos, medos de exposição por não se encaixar, na vergonha e constrangimentos<sup>32</sup>.

Observando a questão dos conflitos em salas de aula, hooks (2020) verifica que a classe, possivelmente ainda mais que a raça, era um dos fatores que podia afastar estudantes umas/uns das/os outras/os pelas diferenças de experiências e perspectivas. Uma vez que é recente a inclusão de alunas e alunos não-brancas/os e das classes desprivilegiadas no ensino superior, hooks (2020) indica que muitas/os alunas/os tinham medo de expressar suas opiniões por receio de ofender ou afastar colegas, enquanto outras/os não mediam esforços para confrontar e desafiar aos outros. Assim, as desigualdades de classe interferem no modo como as pessoas entendem o mundo e nele se comportam, mas sem que isso se dê de forma linear e imutável, já que temos subjetividades.

É importante reconhecer que o Brasil tem avançado em termos de políticas de ações afirmativas para o ingresso em universidades públicas, com a reserva de cotas no Sistema de Seleção Unificada (Sisu) para estudantes de baixa renda, oriundos da rede pública de ensino, pessoas com deficiência (PcD) e Pretos, Pardos e Indígenas (PPI). Por outro lado, a permanência de discentes não-brancas/os, em especial aquelas/es pertencentes às classes desfavorecidas, é dificultada por vários fatores,

---

<sup>32</sup> Original: “Class encompasses labor, income, wealth, power, position, status, education, mentorship and networks, moral value and stigma, security, debt and vulnerability, family and community origins, access to education, housing, health care, transportation, safety, food, and leisure and has profound effects on one’s sense of self. It helps to choreograph our life experiences, our sense of self, our comfort zones, our sense of control and confidence in daily life, our dreams and desires, our fears of exposure for not fitting in, shame and awkwardness, and the exhausting challenges of passing, upward mobility, and class hybridity. Class is not a permanent home address, a rigid typology of characteristics neatly delineating various classes and their dispositions and resources, but rather a kaleidoscopic array of material and subjective dynamics that is also gendered and racialized”. (TICE, 2015, p. 220).

desde as despesas financeiras, até por motivo de ataques racistas e classistas, violência de gênero etc.

Nesse cenário, é comum os veículos jornalísticos noticiarem crimes envolvendo a raça e o gênero ocorridos inclusive nos espaços de ensino. Em agosto de 2021, o G1 publicou o caso do universitário negro que denunciou por injúria racial um estudante da mesma turma. A matéria informa: “entre as ofensas proferidas pelo colega, está o hábito de chamá-lo de ‘sujo’ e ‘fedido’, e de dizer que Thiago ‘só está na faculdade por causa das cotas raciais’, por exemplo”<sup>33</sup>.

Em se tratando da violência de gênero no ensino superior, em dezembro de 2021, o Fantástico tornou público os abusos morais e sexuais cometidos por um professor universitário ao longo de pelo menos 14 anos. Na reportagem, entre muitos relatos, é destacado que o criminoso utilizava a necessidade econômica das alunas bolsistas para conseguir vantagens sexuais, já que as estudantes dependiam da remuneração advinda da pesquisa para permanecerem no curso. Um dos trechos indica que “muitas autoras das denúncias abandonaram a carreira acadêmica, depois de anos de esforços e investimento público. Uma delas já estava no exterior quando abandonou o doutorado e devolveu o dinheiro recebido do governo”<sup>34</sup>.

Nesse sentido, as estruturas da sociedade brasileira do período colonial ainda impactam os espaços ocupados pelas mulheres negras, empurradas ao subalterno, uma vez que o racismo estabelece a inferioridade social delas (CARNEIRO, 2001). Com efeito, pela lógica da dominação, “mulher negra, naturalmente, é cozinheira, faxineira, servente, trocadora de ônibus ou prostituta” (GONZALEZ, 1984, p. 226).

## 2.2 Perfil de estudantes nos cursos de jornalismo

Sobre o perfil discente nos cursos de jornalismo, é oportuno mencionar as características das/os estudantes de Comunicação Social a partir dos relatórios elaborados pelo Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade). Para observarmos um panorama mais completo, selecionamos as últimas cinco edições do

---

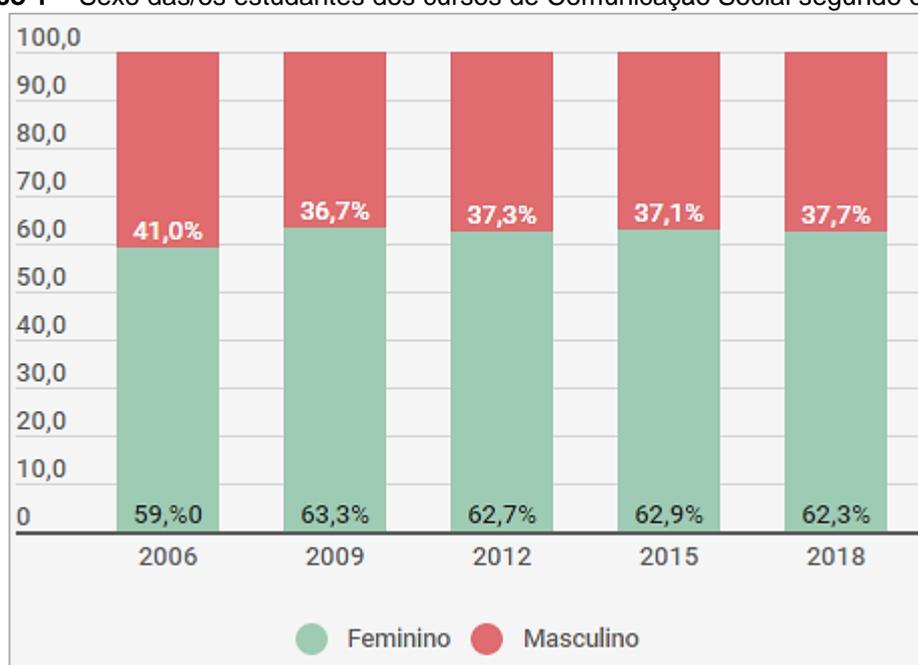
<sup>33</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2021/08/27/estudante-negro-denuncia-colega-que-o-impediu-de-entrar-em-elevador-de-faculdade-sujo-e-fedido-nao-entra.ghtml> Acesso em: 26 mai. 2022.

<sup>34</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/12/13/ele-destroi-a-vida-e-os-sonhos-de-muita-gente-diz-aluna-de-professor-da-unirio-acusado-de-assedio.ghtml> Acesso em: 26 mai. 2022.

exame que incluíram a avaliação de cursos de Jornalismo, sendo em 2006, 2009, 2012, 2015 e 2018.

O Enade reúne dados de discentes do Ensino Superior vinculadas/os a instituições públicas e privadas, geralmente na modalidade presencial. Conforme aponta o Gráfico 1, as mulheres são maioria durante todo o período considerado. É importante ressaltar que o ensino à distância (EAD) vem crescendo no Brasil, enquanto o presencial apresenta baixa<sup>35</sup>. Dessa forma, o Enade não alcança ambas modalidades, deixando de indicar se há uma possível migração estudantil para o EAD em se tratando dos cursos de jornalismo.

**Gráfico 1** – Sexo das/os estudantes dos cursos de Comunicação Social segundo o Enade



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade.

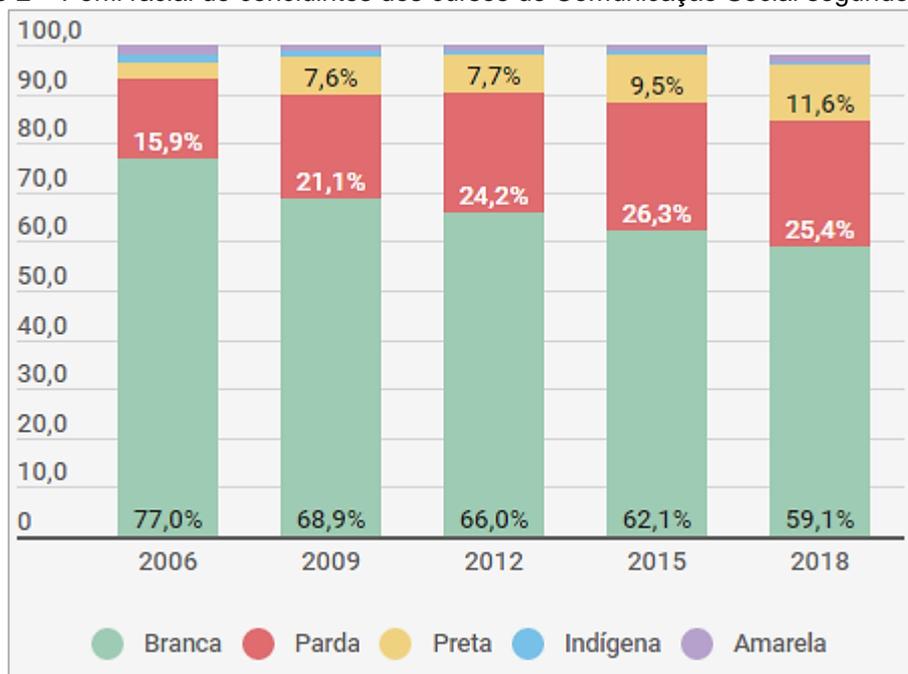
Quanto à cor/raça das/os discentes, utilizaremos como base os dados das/dos concluintes<sup>36</sup> dos cursos de Comunicação Social – Jornalismo nas edições de 2006, 2009, 2012, 2015 e 2018 do Enade. O Gráfico 2 indica um cenário mais positivo no perfil racial das/os estudantes, de modo que progressivamente aumentou o percentual de pardas/os e pretas/os nos cursos avaliados. Outra informação é que as mulheres são maioria em todas as declarações de cor/raça: o Enade 2012, por exemplo, mostra

<sup>35</sup> De acordo com o Censo da Educação Superior, entre 2018 e 2019 a modalidade a distância teve uma variação positiva de 15,9%, já que nos cursos presenciais houve um decréscimo de -1,5%.

<sup>36</sup> Exceto os dados de 2015 do Enade, que não distingue o perfil racial entre estudantes ingressantes e concluintes, mas de forma conjunta.

que 41,5% das/os estudantes que se identificaram como brancas/os eram mulheres e 24,5% homens, pardas/os se dividiam entre 15,3% do sexo feminino e 9% masculino, 4,4% entre pretas/os eram mulheres e 3,2% homens.

**Gráfico 2** – Perfil racial de concluintes dos cursos de Comunicação Social segundo o Enade



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade.

Um dos fatores que contribui para essa mudança é a aplicação das políticas de ações afirmativas e de inclusão social. O Enade 2018, por exemplo, confirma que um número maior de alunas/os que se declaram pretas/os, pardas/os ou indígenas ingressaram nos cursos de graduação de Comunicação Social – Jornalismo, na modalidade presencial, pelas cotas segundo a cor/raça. É relevante destacar ainda o papel dos movimentos político-sociais, tais como Antirracistas e Feminismo Negro, que atuam no sentido de valorizar a identidade negra, entre tantas causas, e consequentemente mais pessoas passam a se declararem pretas e pardas.

O Perfil Racial da Imprensa Brasileira (BANDEIRA, 2021) corrobora que, entre profissionais de redação jornalística, a utilização de programas de financiamento e de políticas de cotas na primeira graduação é relativamente mais intensa para negras/os. O Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (Fies) foi utilizado por 11,9% das/os entrevistadas/os negras/os e o Programa Universidade Para Todos (ProUni) por 17%, enquanto esses percentuais caem para 5,4% e 5,7%, respectivamente, entre profissionais brancas/os. Já a política de cotas raciais

alcançou 22,4% das/os entrevistadas/os negras/os. O relatório da pesquisa argumenta que a população negra é atingida por desvantagens socioeconômicas e que as políticas de ações afirmativas são importantes por contribuir significativamente no acesso de estudantes à universidade.

Ainda que as edições do Enade apontem para um crescimento da diversidade racial nesses cursos, os dados indicam que discentes pardas/os e pretas/os possuem maior déficit entre o número de concluintes em relação aos ingressantes. Na edição do exame em 2006, que explicita essa informação, foram registradas/os entre brancas/os 70,1% de ingressantes e 77,0% de concluintes, ao passo que contabilizou-se entre negras/os (pardas/os + pretas/os) 26,8% de ingressantes e somente 19,6% de concluintes. Uma das hipóteses levantadas no relatório é a maior evasão entre estudantes negras/os.

Assim, se observa a predominância de mulheres brancas nos cursos de jornalismo avaliados pelo Enade (2006, 2009, 2012, 2015, 2018), mas com potencial crescimento no número de mulheres pardas e pretas nesses espaços. As assimetrias de raça e classe são notadas quando olhamos para o perfil feminino branco e a maior utilização de políticas de ações afirmativas, sobretudo cotas raciais, e programas de financiamento estudantis entre negras e negros. Assim, chamamos atenção para o fortalecimento dessas iniciativas e pesquisas que possam verificar as causas da evasão entre discentes nos cursos de jornalismo.

Nesse âmbito, o jornalismo aparece como trabalho ligado às mulheres e ao elitismo, se levarmos em conta que, no relatório PISA de 2000, ficou entre as dez profissões sonhadas por meninas e por quem pertence às classes sociais privilegiadas. Outro dado importante é que o jornalismo foi mais citado entre adolescentes que apresentaram alto desempenho na leitura, tanto no ranking de 2000 quanto em 2018. Em contrapartida, essa profissão não foi citada entre as 10 mais almeçadas pelas/os jovens que demonstraram baixo desempenho na leitura nos períodos analisados. Em geral, pode-se concluir que o jornalismo também é relacionado ao trabalho intelectual (TRAQUINA, 2020).

Sobre isso, na obra “As diferentes formas de ser jornalista”, Pereira (2020) aponta um número expressivo de jornalistas entrevistadas/os que mostram gosto pela escrita, a leitura de livros e jornais, as artes, cinema, história, por exemplo, de maneira que a escolha pelo jornalismo seria uma forma de conseguir estabelecer vínculo com essa intelectualidade. Para ilustrar, destacamos o depoimento da jornalista

identificada como Clara, que mesmo sem saber concretamente o que é a prática jornalística, optou pela profissão com o propósito de estar em contato com o que lhe dava prazer: “[...] era uma oportunidade, ainda que indireta, de eu tratar do que eu realmente gostava: cinema, música e literatura. Até hoje eu tenho essa relação com a arte” (PEREIRA, 2020, p. 55).

Desse modo, a maior presença das mulheres nos cursos de jornalismo, entre outros fatores, também está ligada a essa característica da intelectualidade (TRAQUINA, 2020), o “manejo com as palavras”, possibilitada pelo acesso das meninas à educação formal. Assim, se entende que o jornalismo pode ser encarado como espaço de subversão feminina, já que elas não apenas passam a ocupar esses espaços historicamente demarcados como masculinos, mas superam o número de homens nesses cursos que não estão relacionados ao cuidado e à pedagogia. Se por um lado há avanços quanto à atuação das mulheres nos cursos de jornalismo, se observa que a diversidade racial ainda é baixa entre não-brancas.

Outro fator que implica no fenômeno da feminização da área é o aumento dos cursos de jornalismo no Brasil (ROCHA; SANTOS, 2019) e a expansão das instituições de ensino superior aos municípios interioranos. Para o levantamento do Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012, foi identificado que o número de cursos de jornalismo no Brasil quintuplicou entre 1990 e 2010 (MICK, 2013). Como efeito, o acelerado crescimento do número de formandas/os anualmente é um dos elementos que pode ter modificado as características das/os profissionais no mercado, sendo cada vez mais mulheres e jovens (MICK, 2013).

### **2.3 Ensino de jornalismo**

Tratando do ensino nos cursos de jornalismo, Silva (2015) realizou pesquisa no âmbito da formação universitária das/os jornalistas para analisar de que forma os valores sociais e os sistemas classificatórios de diferença hegemônica se manifestam e são problematizados nos processos de ensino e aprendizagem. Para a autora, as práticas pedagógicas dos cursos de jornalismo são perpassadas por racionalidades do sistema-mundo capitalista, masculinista, racista, heterossexista e ocidentalista nas relações de poder e saber.

Silva (2015) chama a atenção para a prevalência de modelos de ensino e normas institucionais como herança do poder colonial, conforme as visões de mundo

dominantes. Sobre isso, trazemos as contribuições das epistemologias do Sul Global e estudos a partir das colonialidades, a fim de contextualizar as racionalidades hegemônicas que perpassam os cursos de formação no Brasil.

Para Quijano (2005), os modos de conhecimento do Norte Global eurocêntrico são alocados como racionalidade hegemônica, colonizando e se sobrepondo aos demais. O autor também aponta que o estabelecimento da raça foi fundamental para a relação entre quem pode explorar e quem é explorado. Isso significa que não apenas o Norte Global é tido como o padrão ideal, como indica quem é inferior, inclusive no conhecimento (saber).

Ampliando as discussões, Lugones (2014) argumenta que a colonialidade não é somente uma forma de classificação entre os povos, mas o processo de desumanização das pessoas, em especial de mulheres não-brancas. A autora propõe tratar da colonialidade de gênero nesse projeto colonial das sociedades do Sul Global, na medida em que as mulheres são as mais oprimidas nessas relações.

Kilomba (2019a) se insere nessa discussão a partir do olhar para sujeitas/os racionalizadas/os. Para ela, a academia não é um espaço neutro, assim como não é somente um lugar de conhecimento e ciência, se constituindo também em espaço de violência que desqualifica o discurso das pessoas negras como subjetivo, parcial e opinião.

Ele [o centro acadêmico] é um espaço *branco* onde o privilégio de fala tem sido negado para as pessoas *negras*. Historicamente, esse é um espaço onde temos estado sem voz e onde acadêmicas/os *brancas/os* têm desenvolvido discursos teóricos que formalmente nos construíram como a/o “*Outras/os*” inferior, colocando africanas/os em subordinação absoluta ao *sujeito branco*. (KILOMBA, 2019a, p. 50, grifos da autora).

Kilomba (2019a) corrobora a crítica quanto ao conhecimento considerado universal e válido na universidade, de modo que esses saberes são produzidos por homens brancos e mulheres brancas. Contudo, a autora reforça que essas construções hegemônicas não indicam uma falta de resistência da comunidade negra. A questão é que o sistema racista e colonial tem silenciado e desqualificado sistematicamente as vozes subalternas, ou então brancos se colocam como “especialistas” na cultura e experiências das/os sujeitas/os negras/os. Nesse sentido, Kilomba (2019a) reflete a urgente necessidade de descolonizar a ordem eurocêntrica do conhecimento, especialmente na academia.

Ainda sobre a perspectiva da colonialidade do poder, Segato (2021) compactua da crítica ao pensamento eurocêntrico nas universidades, argumentando que o ensino é baseado em teorias que não correspondem à realidade local.

Aprendemos a observar o mundo com olhos que não estão situados na nossa realidade. Por causa da divisão internacional do trabalho intelectual, a produção teórica se encontra no Norte geopolítico, e nós somos encaminhados a nos tornar somente importadores, consumidores e aplicadores de teoria. Os valores, a subjetividade e o poder continuam estruturados pela “colonialidade”, ou seja, pelo viés imposto pela colonização. A perspectiva crítica da colonialidade questiona essa visão desenraizada da nossa real situação. (SEGATO, 2021, online).

Por sua vez, Freire (1967) enfatiza a necessidade de abandonar teorias que nada têm em comum com o Brasil, criticando ainda a falta de estímulo à pesquisa nas instituições. “Nada ou quase nada existe em nossa educação, que desenvolva no nosso estudante o gosto da pesquisa, da constatação, da revisão dos ‘achados’” (FREIRE, 1967, p. 95). Em consequência a esses modelos de ensino, as/os educandas/os, termo pelo qual Paulo Freire se refere a alunas e alunos, não desenvolveriam a capacidade crítica.

Desse modo, o conhecimento é perpassado tanto pela racionalidade eurocêntrica quanto androcêntrica, já que as universidades são formadas com base em valores tradicionalistas. Assim, os cursos de jornalismo também se inserem nesse contexto, reproduzindo práticas da colonialidade do saber/poder e do gênero, sobretudo com discursos masculinistas, heteronormativos e racistas.

Por outro lado, não se pode cristalizar os processos de ensino e aprendizagem desconsiderando a dialética das iniciativas de resistência. O feminismo se faz presente na academia desde a década de 1970 (PINTO, 2003), atuando tanto na produção de pesquisas, quanto influenciando o ensino, os debates acadêmicos e científicos.

Recentemente, Bertasso, Nascimento e Gustafson (2020) exploraram a experiência da oferta da disciplina Jornalismo e Gênero no curso de Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Segundo as autoras, as aulas oportunizaram às alunas e alunos a pensarem sobre as práticas sociais e jornalísticas sob outro olhar, entendendo que as questões de gênero perpassam todas as temáticas abordadas pelo jornalismo.

Camargo e Woitowicz (2018) complementam que é importante incluir questões de gênero de maneira transversal nas disciplinas dos cursos de Jornalismo para que

as/os alunas/os consigam repensar nas relações de poder na sociedade e na profissão. Isso significa que é importante instituir disciplinas que enfoquem em questões de gênero, mas para além disso é necessário que os debates perpassem todo o currículo dos cursos, não se restringindo a momentos pontuais.

Dessa forma, Sovik (2009) explica que a universidade é uma instituição conservadora, mas também é um espaço necessário de reflexão. “É lugar-comum que assumimos posições políticas na produção de conhecimento, em um processo circular de influência mútua entre discurso e contexto” (SOVIK, 2009, p. 28). Sendo assim, quando as pesquisas não são meramente confirmatórias ajudam a definir epistemologias.

Contudo, além da pouca diversidade racial observada nos cursos de jornalismo a partir dos dados do Censo da Educação Superior e do Enade, a literatura evidencia práticas de ensino baseadas na racionalidade colonial de um sistema-mundo masculinista, racista etc. – ainda que tenhamos iniciativas de resistência. Conforme as mulheres constituem maioria nesses cursos, a formação precisa trazer reflexões sobre gênero, já que se referem diretamente a elas não apenas enquanto alunas, mas futuras profissionais e sujeitas políticas atuantes na sociedade.

O tópico seguinte trata da carreira das mulheres no jornalismo, na tentativa de aprofundar o debate sobre a feminização desses espaços. Para tanto, partimos da discussão sobre formação para refletirmos as assimetrias na profissão, em especial levando em conta a interseccionalidade.

## **2.4 O ingresso das mulheres no jornalismo**

É fato que as mulheres estiveram excluídas da educação formal até o século XIX, sendo que o processo de inclusão das meninas nas escolas foi muito mais demorado para as não-brancas (negras e indígenas, em especial) e pobres. Em relação às mulheres brancas de classes privilegiadas, parte delas já dispunha de uma instrução particular, muitas vezes voltada ao ensino de prendas domésticas e da cultura elitizada – línguas estrangeiras, leitura etc.

Duarte (2017) argumenta que os jornais se constituem nos primeiros e principais veículos da produção letrada feminina, de modo que a intelectualidade das mulheres tem papel importante nesse marco. Nesse sentido, o ingresso das mulheres brancas letradas na imprensa foi mais propício do que para negras – e homens

negros. Ressaltamos que isso não significa que mulheres negras não conseguiram publicar em jornais, mas tão somente que, uma vez excluídas do acesso à instrução formal, seria muito mais difícil atuar nesse espaço.

A literatura aponta que o ideal de beleza nas sociedades ocidentais é um dos fatores que interfere no padrão de profissionais do jornalismo. Na obra “As diferentes formas de ser jornalista”, Pereira (2020) traz uma série de depoimentos de 32 jornalistas do Brasil e, entre outros aspectos, aborda a escolha pela profissão. Nesse ponto, um dos entrevistados indica que “se você é inteligente, você trabalha no impresso; se você é bonito você trabalha na televisão” (PEREIRA, 2020, p. 230).

Assim, o jornalismo ainda apresenta estereótipos quanto à aparência das/os profissionais. Para se ter ideia, Martino e Zancoper (2017) observaram o perfil das apresentadoras dos principais telejornais da TV aberta e avaliam um padrão branco, mais jovens do que os homens, e dentro de um tipo físico considerado “magro”, com pouco espaço para jornalistas fora desse modelo. O autor e a autora refletem que a opção das mulheres para os telejornais parece ter uma forte ligação com essa estética considerada ideal.

Sobre a relação entre estereótipos da beleza e raça, Fanon (2008, p. 60) explica a dualidade branco-negro: “ser branco é como ser rico, como ser bonito, como ser inteligente”, e acrescenta que “negro é o símbolo do Mal e o do Feio. Cotidianamente, o branco coloca em ação esta lógica” (FANON, 2008, p. 154). Desse modo, para o estereótipo de raça presente na sociedade brasileira, ser bonito é ser branco, de modo que esse padrão funciona como dispositivo que distingue quais espaços as/os profissionais devem ocupar.

Durante o 1º Congresso Nacional de Jornalistas Negras e Negros, promovido pelo Coletivo Lena Santos e realizado em maio de 2021, a repórter de TV e apresentadora negra Ethel Corrêa relatou de que modo o padrão branco perpassa sua atuação no telejornalismo:

O estereótipo criado em torno do jornalista é aquele da mulher branca, loira, dos olhos claros, ou no máximo ela tem cabelos pretos, mas ela tem a pele branca. No momento em que você se coloca [na TV], a primeira coisa que eles querem é colocar você para trabalhar na produção. Você está atrás das câmeras... Pelo menos era assim quando eu entrei. [...] Eu já tive que escovar muito o meu cabelo, eu tive que fazer alongamento para que eu coubesse no estereótipo do repórter ou da repórter de TV. Você tem que ser magrinha [...]. Quando eu comecei a trabalhar eu era obrigada a vestir preto, bege e alguma

coisa parecida. [...] Tinha que ser aquilo ali para você ser tolerado. (Informação verbal)<sup>37</sup>.

Sobre isso, Borges (2007) pontua que os veículos televisivos brasileiros são moldados por um código estético que exclui ou dificulta a atuação de profissionais negras e negros. “A gramática de produção de nossa televisão diz que o ‘estar bem’ / ‘se sair bem’ no vídeo corresponde a um conjunto de atributos estéticos que, normalmente, nós negros não somos portadores” (BORGES, 2007, online).

Ampliando o debate sobre a questão racial, Carrera (2020) argumenta que, no contexto brasileiro, a branquitude se organiza para colocar outras raças em situação de inferioridade, mas, sobretudo, para se privilegiar. A autora explica que o privilégio da branquitude se instaura como parte do racismo institucional ou sistêmico, como componente da dimensão estrutural. No jornalismo, a branquitude pode tirar proveito de cargos de prestígio, por exemplo, enquanto não-brancas/os são alocadas/os a outros espaços.

Sobre os motivos para a decisão de se tornar jornalista, Pereira (2020) aponta, a partir de entrevistas, que os principais são: a existência de jornalistas de referência que inspiram as pessoas, o interesse pessoal pelo trabalho da/o jornalista e o pelo estilo de vida de quem pratica a profissão. Nesse sentido, para a maioria das/os entrevistadas/os de Pereira (2020), a escolha pelo jornalismo é influenciada por jornalistas de referência.

É compreensível que uma parte das imagens sobre a profissão seja construída pela projeção que os entrevistados fazem do trabalho de alguns jornalistas de referência. Eles estão presentes na construção de um imaginário baseado em noções como sucesso ou competência na profissão. (PEREIRA, 2020, p. 52).

A jornalista negra Etiene Martins relembra como as referências de profissionais negras na mídia contribuíram para sua escolha pela carreira no jornalismo:

Ao contrário de algumas pessoas que não sabem porque quis ser jornalista, eu quis ser jornalista logo quando eu vi aquela revista Raça Brasil pela primeira vez. E eu tive a certeza de que eu podia ser jornalista quando eu vi a Ethel Corrêa na TV de tranças [...]. Se a Ethel está lá, eu também posso estar. O corpo dela comunicava com o meu, me dava permissão de sonhar. (Informação verbal)<sup>38</sup>.

<sup>37</sup> Informação fornecida pela jornalista Ethel Corrêa durante o 1º Congresso Nacional de Jornalistas Negras e Negros, promovido pelo Coletivo Lena Santos, na mesa “Enegrecendo a tela: profissionais negros no telejornalismo”, em 15 mai. 2021.

<sup>38</sup> Informação fornecida pela jornalista Etiene Martins durante o 1º Congresso Nacional de Jornalistas Negras e Negros, promovido pelo Coletivo Lena Santos, na mesa “Enegrecendo a tela: profissionais negros no telejornalismo”, em 15 mai. 2021.

Com efeito, sendo o telejornalismo a representação visual da atuação das/os jornalistas, de acordo com o padrão de beleza da mulher branca e do homem branco, como negras e negros podem se inspirar em jornalistas de referências para a escolha da profissão?

Assim, o jornalismo é atravessado pelo racismo estrutural, na medida em a atuação das mulheres negras e homens negros ainda é baixa na área. De acordo com o Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (LIMA et al., 2022), o percentual de jornalistas negras/os na amostra do levantamento corresponde a 29,9%. Já na investigação Mulheres no Jornalismo Brasileiro (MAZOTTE; TOSTE, 2017), 94,5% das jornalistas respondentes disseram haver mais pessoas brancas do que negras em seus veículos, o que mostra a permanência do padrão da branquitude nesses espaços.

Uma vez que as mulheres negras são submetidas a múltiplas formas de dominação, é essencial encontrar meios de resistência ao silenciamento, apagamento e subalternização (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020b), inclusive no jornalismo. Conforme Gonzalez (2011), as mulheres negras precisam ocupar todos os espaços possíveis, para que a sociedade brasileira consiga refletir e reconhecer as desigualdades raciais.

Se por um lado, a atuação das mulheres nos espaços comunicativos, inclusive no jornalismo, é importante para diminuir as disparidades de gênero no mercado de trabalho, por outro lado, a progressiva feminização das redações não garante que as pautas femininas sejam visibilizadas na mídia (ABREU; ROCHA, 2006). Embora as mulheres sejam maioria no jornalismo no Brasil<sup>39</sup>, mesmo as pautas definidas por elas tendem a não privilegiar temas femininos ou que poderiam interessar a esse público (ABREU; ROCHA, 2006). Desse modo, o machismo estrutural também impacta o conteúdo produzido no jornalismo.

O sexismo na questão da ocupação dos cargos de chefia também é um fator importante. Os homens brancos são os que mais ocupam essas funções, o que pode incidir nas pautas e na forma como o conteúdo é produzido (SILVA, 2010). Conforme aponta a pesquisa Mulheres no Jornalismo Brasileiro (MAZOTTE; TOSTE, 2017), realizada pela organização feminista Gênero e Número em parceria com a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), 65,4% das jornalistas respondentes

---

<sup>39</sup> Segundo a pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (LIMA et al., 2022), 57,8% das respondentes se identificam com o gênero feminino e 41,9% com o masculino.

indicaram que, em seus locais de trabalho, há mais homens exercendo funções de liderança, como editores, coordenadores, diretores etc.

A mera ocupação quantitativa das mulheres nas redações não é suficiente, sendo que é necessário incluir outros fatores para que o jornalismo consiga de fato suprir a invisibilidade das mulheres, em especial as negras, tanto na profissão quanto nas produções. A reflexão que se faz é que a pouca diversidade no jornalismo pode incidir na forma como o conteúdo é produzido e sobre quais pessoas e assuntos estão sendo privilegiados, já que essa profissão se mantém em normativa branca e masculinista.

Tendo em vista que os levantamentos de 2012 e 2021 do Perfil do Jornalista Brasileiro indicam a atuação expressiva de jornalistas profissionais na área denominada fora da mídia, especialmente em assessorias<sup>40</sup>, também é relevante discutir a atuação feminina no mercado do jornalismo para além das redações. Mick e Lima (2013) verificaram que as mulheres jornalistas estão muito mais presentes fora da mídia (68,8%) do que nos demais segmentos jornalísticos.

Rosso (2017) reflete as divergências que existiam entre jornalistas da mídia e assessoria no que diz respeito ao que se entende por atividade jornalística:

Há uma mescla nas ações entre assessores de imprensa e jornalistas de mídia na constituição do campo jornalístico brasileiro. Durante o início do ciclo da redemocratização, os primeiros ainda eram vistos de forma negativa pelos segundos – uma herança do período da Ditadura Militar. Contudo, com a profissionalização e institucionalização do subcampo, a atuação dos assessores de imprensa passa a ser notada como qualificada pelos colegas de mídia. O subcampo passa a ser uma opção de atuação na área com possibilidades de melhores condições de trabalho e remuneração. (ROSSO, 2017, p. 273).

Para Figaro (2013), as assessorias de comunicação são necessárias à produção nas redações, de modo que a autora defende a impossibilidade do trabalho em veículos de mídia sem o jornalismo de assessoria. Rosso (2017) argumenta que a atuação em assessorias pode ser mais vantajosa para jornalistas do que na mídia, especialmente pela possibilidade de melhor remuneração (ROSSO, 2017). A partir de entrevistas com jornalistas, Pereira (2020) identifica que a estabilidade e melhores condições de trabalho levam profissionais a ingressarem no setor da assessoria.

---

<sup>40</sup> O Perfil do Jornalista Brasileiro 2012 (MICK; LIMA, 2013) aponta que 40,0% das/os profissionais estavam fora da mídia – 68,3% em assessorias de imprensa ou comunicação. No levantamento de 2021, 34,9% das/os jornalistas têm emprego principal na área fora da mídia, sendo que 43,3% se concentram em assessorias de imprensa (LIMA et al., 2022).

Outro fator que pode contribuir nesse cenário é o enxugamento das empresas de mídia, como jornais impressos e TV (KIKUTI; ROCHA, 2018), levando as/os profissionais a buscarem opções de emprego fora da mídia.

É nesse contexto que a literatura observa a feminização e a juvenilização desses espaços (FIGARO, 2013; ROSSO, 2017; MOLIANI, 2020). Sobre isso, Kikuti e Rocha (2018) analisaram a trajetória profissional de jornalistas mulheres entre 2012 e 2017, a partir da base de participantes da pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2012. As autoras verificaram que a assessoria corresponde ao setor que mais empregou jornalistas entre as respondentes (31,96%) – ao mais, atuantes na mídia representavam 22,67% e docência com 5,43%.

Citamos alguns mapeamentos que contribuem para reforçar o dado (BUENO; FONSECA, 2020; ZAMPIERI, 2018; COSTA et al., 2021). Olhando para o perfil da/o profissional que trabalha em assessoria de imprensa em Imperatriz, segunda maior cidade do Maranhão, Bueno e Fonseca (2020) apontam a predominância de mulheres no setor. As autoras destacam que assessoria de imprensa é a principal área de atuação entre graduadas/os em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – campus Imperatriz, e argumentam que a expansão desse setor no município se deu a partir da criação do curso.

Zampieri (2018) verifica resultado semelhante ao observar que, entre 2007 a 2017, as mulheres eram maioria entre graduadas/os do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), com trabalho principal em assessoria de comunicação. Costa et al. (2021) ratifica o perfil feminino de egressas/os no curso de Comunicação – Jornalismo pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), com expressiva atuação em assessoria.

Apesar da feminização no setor da assessoria, a literatura tende a se concentrar nos espaços das redações. Entre os trabalhos que exploram assessoria, alguns temas de interesses estão ligados à atividade em si e disputas no campo jornalístico (ROSSO, 2017; MOLIANI, 2020), análise de trajetórias profissionais (ROSSO; MICK, 2020) e levantamentos de perfis (BUENO; FONSECA, 2020). Sobre as pesquisas que possuem o foco de gênero, o assédio sofrido por mulheres jornalistas que atuam em assessoria é uma temática expressiva (LIMA; SANTOS; TAVARES, 2019; BUENO; CARVALHO; LIMA, 2022).

Tratando especificamente de mulheres jornalistas, Leite (2017) observa que há profissionais que procuram outras áreas de atuação no mercado do jornalismo, como em assessorias, quando se tornam mães e não conseguem conciliar a rotina nas redações. No entanto, é importante destacar que a assessoria constitui um setor jornalístico legítimo e não pode ser reduzida a “outra opção” que necessariamente se contrapõe ao trabalho nas redações. Gehlen, Bueno e Paula (2018), por exemplo, verificaram que a maioria das/os egressas/os do curso de Jornalismo da UFMA, campus de Imperatriz, iniciou sua vida profissional em assessoria de comunicação.

Assim, o trabalho das mulheres em assessorias precisa ser explorada pelas investigações, na medida em que há expressiva atuação de jornalistas nesses espaços extra-redação. Outro ponto que deve ser considerado é o tensionamento entre assessoria e mídia, quando se tem uma retroalimentação nesses setores, o que indica uma relação de interdependência. Nesse sentido, analisar aspectos de gênero nas assessorias se torna tão relevante quanto as pesquisas na mídia.

Em síntese, a persistência de um padrão no jornalismo, tanto nos cursos quanto no mercado de trabalho, pode constituir um dos fatores que incidem na pouca diversidade de gênero no conteúdo veiculado pelo jornalismo. Por outro lado, a produção jornalística com perspectiva de gênero ou a falta dela não pode ser atribuída unicamente ao perfil da força de trabalho. Desse modo, assim como é importante observar as invisibilidades e as iniciativas de resistência para o jornalismo com foco em gênero, se faz necessário também identificar os constrangimentos que perpassam esse tipo de produção a partir de quem produz, em especial, mulheres profissionais.

### 3 O CAMINHO METODOLÓGICO

Ao longo dos capítulos teóricos, as discussões apontaram que, apesar da feminização do jornalismo, as relações de poder e o próprio modo de produção do conteúdo tendem a se basear numa perspectiva masculinista. Assim, fatores como a formação essencialmente voltada para uma abordagem hegemônica (branca, masculina, eurocêntrica e colonial) e a rotina de produção (que muitas vezes inviabiliza as mulheres de refletirem sobre seu trabalho, levando à reprodução de assimetrias de gênero) podem se constituir em barreiras para produções com perspectiva de gênero.

Diante desse contexto, esta pesquisa partiu do problema: quais os entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero, considerando as dimensões individual e organizacional, por mulheres do jornalismo no Brasil? Outras questões que norteiam o trabalho são: quais as diferenças e similaridades percebidas entre o perfil interseccional de mulheres que atuam/atuaram no jornalismo e aspectos da formação e trabalho? O pouco/nenhum contato com questões de gênero durante a formação é uma barreira apontada pelas mulheres para a produção jornalística com essa perspectiva? Igualmente, os fatores ligados à rotina de trabalho e a área de atuação são dificuldades encontradas pelas profissionais?

Assim, com o objetivo de fazer inferências entre as dificuldades para a produção jornalística com perspectiva de gênero e as dimensões individual e organizacional, este trabalho se constitui em pesquisa quantitativa e utilizamos o *survey* como método. Como recorte, consideramos quem se identifica como mulher e atua ou já atuou no mercado do jornalismo no Brasil, seja na mídia ou fora da mídia (assessoria, agência etc.) – desde que tivessem alguma experiência com produção jornalística.

A escolha pela abrangência nacional e a aplicação do questionário se devem ao fato de que esta pesquisa pretendia relacionar variáveis para encontrar padrões nos constrangimentos que perpassam a produção jornalística com perspectiva de gênero. Dessa forma, pela dimensão individual (ligadas ao perfil sociodemográfico das mulheres), foi possível observar entrecruzamentos das questões de ordem da faixa etária, cor/raça, região do país e formação, bem como na dimensão organizacional (relacionadas à profissão) correlacionamos carga horária de trabalho, tipo de vínculo

empregatício, tipo de empresa, funções exercidas etc. com as barreiras para a produção com perspectiva de gênero.

A seguir, discutimos as implicações quanto ao uso do método na pesquisa quantitativa e do *survey*, com posterior apresentação dos procedimentos na coleta dos dados e reflexões sobre os limites do trabalho.

### 3.1 A pesquisa com *survey*

Para Cendón, Ribeiro e Chaves (2014, p. 29), “*surveys* são investigações que colhem dados de amostra representativa de uma população específica, que são descritos e analiticamente explicados”. Nesse sentido, é consenso na literatura que pesquisas realizadas a partir da aplicação de questionário e *survey* possuem vantagens e desvantagens – assim como qualquer método e técnica de pesquisa.

Como pontos positivos, Marconi e Lakatos (2003) e Novelli (2005) destacam que o questionário permite a coleta de uma grande quantidade de dados de um alto número de informantes, o alcance da abrangência mais ampla das áreas geográficas, a liberdade nas respostas em razão do anonimato, além de menos riscos de distorções pela não influência da pesquisadora ou do pesquisador.

Não obstante, o *survey* também pode ter déficit na taxa de respondentes e a impossibilidade de ajudar as/os informantes caso tenham dificuldades de compreensão (MARCONI; LAKATOS, 2003). Para solucionar o problema das possíveis dúvidas entre as/os informantes para o entendimento das questões, é recomendável a aplicação do pré-teste.

Desse modo, as perguntas mal formuladas, ambíguas e de difícil linguagem podem ser alteradas a partir do pré-teste, utilizado com o objetivo de corrigir erros na preparação do questionário definitivo (MARCONI; LAKATOS, 2003; CENDÓN; RIBEIRO; CHAVES, 2014). Novelli (2005) argumenta que o pré-teste do *survey* é essencial na coleta dos dados, e deve ser aplicado aos membros que participam do universo da pesquisa, de forma que não precisa envolver uma grande quantidade de respondentes.

Quanto à amostra, a literatura pontua que pode ser probabilística ou não-probabilística (MARCONI; LAKATOS, 2003; NOVELLI, 2005). Nesta pesquisa, empregamos a não-probabilística, que não permite inferir os resultados para a totalidade do universo, mas oferece indícios da realidade (MARCONI, LAKATOS,

2003). Desse modo, “embora não possua a mesma representatividade que a amostra probabilística, muitos *surveys* utilizam a amostragem não probabilística” (NOVELLI, 2005, p. 168).

O alcance de informantes e os desfalques na taxa de respostas também são considerados problemas na aplicação do *survey* online. Dessa forma, é importante avaliar os motivos que levam as pessoas a abandonarem as pesquisas, para tentar minimizar o índice de desistentes. Sobre isso, Cendón, Ribeiro e Chaves (2014) identificaram que os fatores de ordem pessoal, institucional e de infraestrutura tecnológica são as principais causas de desistência no *survey* aplicado a docentes de universidades federais brasileiras. As autoras avaliam que são baixos os índices de respondentes que não concluem as pesquisas em razão de problemas técnicos – tais como exigências do questionário e problemas na plataforma.

Assim, o abandono de informantes do questionário online foge do controle da equipe de pesquisadoras e pesquisadores, de modo que as causas dessa desistência podem não estar relacionadas às perguntas formuladas, mas se referem a motivos pessoais. Diante das discussões sobre pesquisa com *survey*, o próximo tópico apresenta os procedimentos da coleta dos dados.

### **3.2 Procedimentos metodológicos na coleta dos dados**

Uma pesquisa não começa com a coleta dos dados, essa é apenas uma das etapas. Para investigar, é necessário buscar embasamento teórico. Mas a pesquisa não necessariamente tem início por esse ponto. Observar as relações sociais, atuar no ambiente e identificar os problemas são os primeiros passos, de modo que o trabalho realizado pretende responder aos questionamentos que surgem.

Como etapas na construção deste manuscrito, a pesquisa bibliográfica se fez presente em todos os momentos. Para a parte empírica, foi necessário consultar trabalhos que partem do objeto semelhante, ou seja, mulheres jornalistas (MICK; LIMA, 2013; MAZOTTE; TOSTE, 2017).

A elaboração do roteiro de perguntas foi iniciada em março de 2021 e levou em conta os objetivos da pesquisa. Nesse momento, o roteiro passou por alterações a partir das reuniões de orientação. Assim, ficou definido que a pesquisa seria de abrangência nacional, já que a escolha de determinadas regiões poderia inviabilizar a

coleta dos dados, tendo em vista as dificuldades de alcançarmos respondentes do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, por exemplo.

Optamos pelo recorte de mulheres que trabalham ou já trabalharam no mercado do jornalismo (mídia ou fora da mídia, como em assessoria e agência) no Brasil, desde que tivessem alguma experiência com produção jornalística. Essa delimitação leva em conta que há mulheres que já atuaram no mercado jornalístico, mas que podem estar em outra área (como a docência, por exemplo), porém elas são habilitadas a responderem as questões da pesquisa. Esse recorte é justificável na medida em que a pesquisa não nos interessava o mercado em si, mas verificar a trajetória, experiência e dificuldades das profissionais enquanto atuantes na área.

O roteiro de perguntas foi transferido para a plataforma online da *SurveyMonkey*<sup>41</sup> (<https://pt.surveymonkey.com/>) em abril de 2021, passando por mais alterações, tais como perguntas estratificadas e escolha dos formatos das respostas (múltipla escolha, seleção única, matriz/escala de avaliação, respostas abertas curtas ou longas). No questionário, acrescentamos o texto inicial de autorização de participação na pesquisa, para explicar às respondentes quais eram os objetivos do estudo, além do enquadramento do perfil para a validação das informantes – ou a desclassificação daquelas que não se encaixavam no público-alvo. Desse modo, as participantes deveriam: 1) se identificar como mulher; 2) estar trabalhando ou já ter trabalhado no jornalismo (seja a partir de estágio, vaga efetiva, *freela* ou PJ, na mídia, assessoria ou docência).

O questionário levou em contas cinco eixos: 1) Dados sociodemográficos (nome, idade, identidade de gênero, cor/raça, cidade/estado); 2) Formação (nível de escolaridade estratificado entre aquelas que ingressaram ou não na graduação, curso da graduação, o contato com questões de gênero durante a formação); 3) Movimentos sociais (se as respondentes se identificam ou não com movimentos sociais); 4) Trabalho (situação atual empregatícia, tipo de vínculo, tipo de empresa, funções exercidas, tipo de conteúdo jornalístico produzido, carga horária de trabalho etc.); 5) Produção com perspectiva de gênero (com questões estratificadas entre aquelas que produziram ou não a partir da perspectiva de gênero, com base nos temas já

---

<sup>41</sup> Agradecimento à Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares, orientadora deste trabalho, por financiar o uso da plataforma *SurveyMonkey*, o que possibilitou a construção de um questionário mais completo e o acesso às funções relevantes, tais como informações sobre taxa de respostas e desistência, o tempo médio estimado para responder ao *survey* e a exportação dos dados para análise.

produzidos, nos temas que consideram mais fáceis ou difíceis para abordar quando possui perspectiva de gênero, os fatores que podem facilitar ou dificultar a produção, as situações em que as fontes femininas são consultadas).

Além disso, incluímos perguntas abertas e opcionais, para que as respondentes pudessem relatar possíveis situações vivenciadas no que se refere a aspectos de gênero no jornalismo e/ou para comentários adicionais. No final do questionário, perguntamos se as informantes teriam interesse em participar de futuras pesquisas e acrescentamos o espaço para que elas pudessem deixar o contato (telefone e/ou e-mail). Desse modo, foi possível elaborar uma lista de mulheres dispostas a contribuir em investigações posteriores.

Após a preparação do *survey*, aplicamos inicialmente um questionário piloto a um grupo de mulheres convidadas, no mês de maio de 2021. O objetivo foi identificar questões que pudessem causar difícil entendimento entre as respondentes. Parte das mulheres selecionadas eram integrantes do grupo de pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), do qual a autora faz parte, além de outras profissionais atuantes no mercado<sup>42</sup>. As questões que geraram dúvidas foram alteradas mediante o *feedback* das convidadas nessa fase pré-teste.

A versão final do questionário contou com o total de 44 perguntas, mas com a estratificação o número máximo de questões que as participantes poderiam responder chegava a 40, incluindo as opcionais. O tempo médio de resposta foi estimado automaticamente pela *SurveyMonkey* em 16 minutos. A aplicação oficial do *survey* aconteceu entre 2 de junho e 3 de setembro de 2021.

É importante mencionar as estratégias de divulgação adotadas para a circulação do *survey*. Inicialmente, uma lista de contatos de potenciais participantes e/ou divulgadoras/es foi levantada, incluindo nome, número para contato via WhatsApp e redes sociais (Twitter, Instagram, Facebook), tanto de profissionais quanto de organizações. A partir desse levantamento, solicitamos apoio de instituições que atuam no jornalismo para difundirem a pesquisa, tais como a Rede de Jornalistas e Comunicadoras com visão de Gênero e Raça (RIPVG Brasil), a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e sindicatos de jornalistas de todo o Brasil e do Distrito Federal.

---

<sup>42</sup> Agradecimento às mulheres integrantes do COPS e atuantes do mercado do jornalismo no Paraná que contribuíram no desenvolvimento do questionário na fase do pré-teste, em especial a partir da rede de contatos da Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares, orientadora da pesquisa.

O *survey* também foi divulgado em encontros e congressos de comunicação e jornalismo<sup>43</sup>, nas listas de discussão de organizações da área<sup>44</sup> e durante aulas em disciplinas de Programas de Pós-Graduação<sup>45</sup>. Para a divulgação nas redes sociais do Facebook, Instagram e Twitter, foram elaborados *cards* personalizados. Nesse espaço, recebemos apoio do Grupo de Pesquisa COPS e de perfis de diversos sindicatos de jornalistas que atuaram na circulação dos posts, além da contribuição individual de pessoas que se prontificaram a compartilhar a pesquisa.

Após dois meses de aplicação do questionário, em agosto foi realizada a avaliação do alcance das respondentes, para identificarmos se as participantes contemplavam todos os estados do país e do Distrito Federal. Mediante o diagnóstico da baixa ou nenhuma participação de mulheres do Espírito Santo, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Paraíba, Mato Grosso do Sul, Amapá, Amazonas, Roraima, Rondônia e Tocantins, adotamos outras estratégias para a abrangência desses estados.

Após observado que alguns sindicatos possivelmente não tinham muito engajamento ao compartilharem o questionário, a estratégia adotada foi focar nas universidades. Em tese, as instituições de ensino possuem uma ligação com profissionais do jornalismo e ao mesmo tempo poderiam potencializar a circulação do *survey* por constituírem em ambientes mais propícios à pesquisa.

Assim, a lista de contatos foi atualizada com dados das coordenações de cursos de Jornalismo e Programas de Pós-Graduação em Comunicação e Jornalismo dos estados com nenhuma ou com baixo número de informantes do *survey*. Também optamos por enviar o questionário às assessorias de comunicação e imprensa de órgãos governamentais, no qual observamos (de modo exploratório) que existia produção jornalística, tais como prefeituras, governo estadual, secretarias da mulher, secretarias de saúde. A partir disso, obtivemos retorno dos contatos das universidades

---

<sup>43</sup> Agradecemos as professoras da organização do 7º Colóquio Mulher e Sociedade, realizado entre 28 a 30 de junho de 2021, que contribuíram na divulgação do *survey*. Reconhecemos igualmente o espaço oferecido pelo encontro virtual do lançamento do e-book “Pesquisa em Comunicação: Jornalismo, Raça e Gênero”, realizado por professoras/es e discentes do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre (UFAC), em julho de 2021.

<sup>44</sup> Especialmente as listas de discussão da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS) e da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

<sup>45</sup> Destacamos a divulgação na disciplina em rede “Transformações no mundo do trabalho da(o)s jornalistas”, realizada na modalidade remota, ofertada pela Universidade Federal do Ceará (UFC) em parceria com 12 PPG’s do Brasil: UFC, UEPG, UFRR, USP, UFMG, UFPI, UFMS, UFPB, UFMT, UFG, UFMA, UFS. Com a participação de estudantes de diversos estados brasileiros, foi oportuno compartilhar o *survey* durante os encontros online.

e assessorias, e conseguimos fechar o *survey* com respondentes de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal.

Após a coleta, a próxima etapa se deu com a limpeza dos dados, para excluir respostas incompletas e/ou incorretas do questionário. A plataforma da *SurveyMonkey* contabilizou 328 pessoas que começaram a responder ao *survey*, porém obtivemos 217 respostas completas que compõem o *corpus* desta pesquisa, representando 66,1% da taxa de respostas.

Observamos que entre 33,9% das participantes que não concluíram a pesquisa, boa parte abandonou o questionário já no primeiro bloco de perguntas, quando solicitamos o nome e dados sociodemográficos. Embora não tenhamos claro quais os motivos das desistências, um dos fatores pode estar relacionado a uma possível insegurança em compartilhar informações pessoais, mesmo que o *survey* garanta o sigilo das informantes.

Na fase da tabulação dos dados, utilizamos a planilha do Excel exportada da *SurveyMonkey* para categorizar as variáveis. Os gráficos e figuras foram geradas na plataforma online *Infogram* (<https://infogram.com>), por possuir diversas opções de formatos e uma variedade de tonalidades que pudessem melhorar a distribuição dos dados. O próximo tópico apresenta a discussão das variáveis da pesquisa.

#### 4 ENTRAVES PARA A PRODUÇÃO COM PERSPECTIVA DE GÊNERO A PARTIR DA FEMINIZAÇÃO DO JORNALISMO

Nos capítulos teóricos, vimos que a divisão sexual do trabalho é questão central nas pesquisas feministas, sobretudo de viés marxista/socialista. Contudo, a literatura ocidentalista tende a se basear num sistema de opressão binário (homem-mulher) e na universalização de um perfil de mulher branca, de classe média, intelectualizada, mãe e esposa, que não corresponde à realidade brasileira. Assim, os estudos de gênero já não podem partir desse ideal feminino, desconsiderando a interseccionalidade, em especial da raça.

Tendo em vista o jornalismo enquanto forma social de conhecimento, que atua como lugar de referência e mediação para as/os sujeitas/os, a mídia se torna espaço essencial para atuação e visibilidade das mulheres. A literatura aponta o processo de feminização do jornalismo brasileiro (ROCHA, 2004; VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017; LEITE, 2017), contudo levantamentos indicam que o perfil é de mulheres brancas com tendência a juvenilização (MICK; LIMA, 2013; LIMA et al., 2022). Outra problemática se refere à perspectiva de gênero do jornalismo que, em geral, privilegia o masculino (SILVA, 2010). Embora as mulheres sejam maioria no jornalismo, as pautas transversalizadas pela perspectiva de gênero são pouco produzidas, principalmente quando olhamos para a mídia convencional (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017).

Esta pesquisa parte do pressuposto de que a perspectiva de gênero, nesse caso, consideramos a categoria “mulheres”, encontra dificuldades para ganhar espaço no jornalismo. Nesse sentido, quais seriam os entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero, considerando as dimensões individual e organizacional, por mulheres do jornalismo no Brasil? A partir desse problema, temos como objetivo principal analisar os fatores que dificultam a utilização de uma perspectiva de gênero na produção, verificando se há diferenças quando se considera aspectos da formação e do trabalho. Também nos interessa relacionar aspectos interseccionais no perfil feminino de profissionais do jornalismo brasileiro, observando possíveis assimetrias raciais no fenômeno da feminização da área.

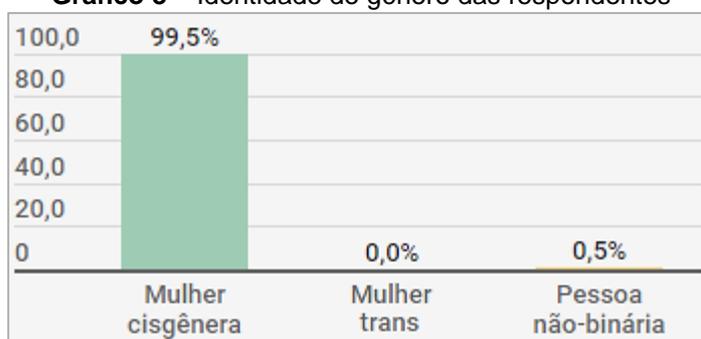
Para cumprir com a finalidade do trabalho, realizamos pesquisa quantitativa com o método do *survey*, aplicado a mulheres que atuam ou atuaram no mercado jornalístico brasileiro. Ao todo, foram 217 respondentes, representantes de todos os estados do Brasil e Distrito Federal. Este capítulo está disposto em cinco blocos,

sendo: (I) perfil sociodemográfico, (II) questões de gênero formação acadêmica, (III) movimentos sociais, (IV) aspectos do trabalho no jornalismo e (V) perspectiva de gênero na produção jornalística. A seguir, discutiremos os dados coletados junto às respondentes com base na análise descritiva a partir da interseccionalidade.

#### 4.1 Perfil sociodemográfico das informantes da pesquisa

A pesquisa se direciona a mulheres que trabalham ou já trabalharam no mercado do jornalismo, por isso, inicialmente nos interessou verificar como elas entendem as próprias identidades de gênero. As opções do *survey*, indicadas no Gráfico 3, são as seguintes: mulher cisgênera, sendo àquela que se identifica com o sexo que lhe foi atribuído ao nascer, nesse caso, o feminino; mulher trans, quem se entende pelo feminino, embora tenha recebido uma designação oposta ao nascer; e identidade não-binária/e, quem não se reconhece com o que é designado como feminino e masculino.

**Gráfico 3** – Identidade de gênero das respondentes



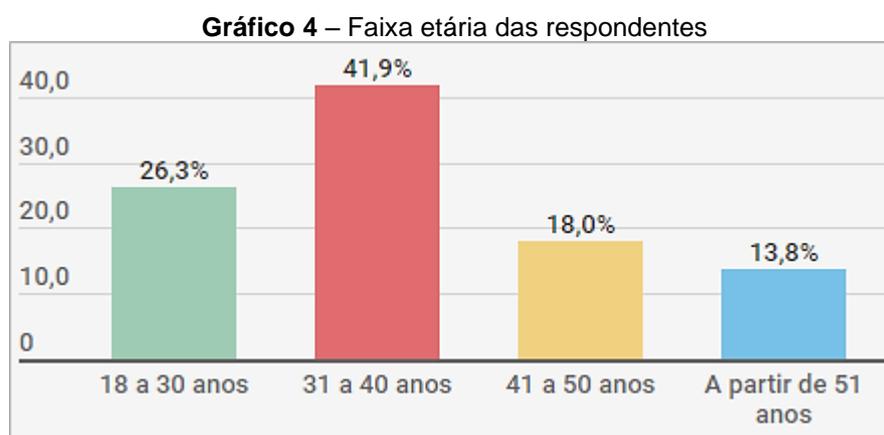
Fonte: elaboração própria (2022).

Desse modo, 99,5% das respondentes se reconhecem como mulher cisgênera, apenas 0,5% se identifica como pessoa não-binária/e e nenhuma das participantes se entende como trans. Nesse ponto, ressaltamos que a parte inicial do *survey*<sup>46</sup> apresentava opções para validar ou desclassificar a participação das informantes, no qual elas obrigatoriamente deveriam se identificar como mulheres. Assim, a forma de deferir o acesso das respondentes ao *survey* pode ter sido uma barreira para o maior alcance de mulheres trans e pessoas não-binárias/es.

<sup>46</sup> Ver em Apêndice.

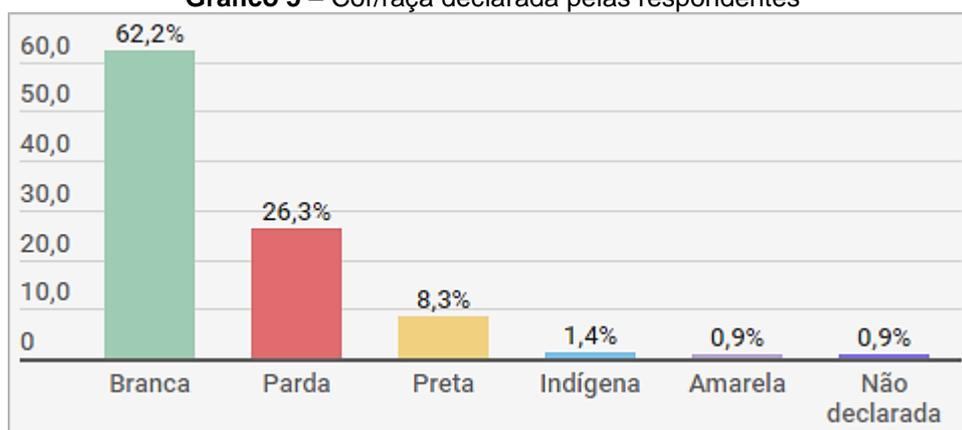
Por outro lado, precisávamos delimitar o público-alvo da pesquisa, e partimos da premissa de que convencionalmente as/os sujeitas/os se apresentam como mulher ou homem na maioria das vezes, já que a sociedade atribui essas designações em diversos momentos e espaços. O IBGE, por exemplo, utiliza essas categorias nas pesquisas realizadas. O objetivo dessa variável foi observar se as respondentes que convencionalmente se apresentam como mulheres entendem suas identidades de gênero para além da cisgeneridade. Desse modo, os índices apontam para uma cisonormatividade entre as mulheres do jornalismo que responderam a presente pesquisa.

O Gráfico 4 informa a faixa etária das participantes, sendo que a maioria delas (68,2%) possui até 40 anos. Em específico, 26,3% têm idade entre 18 a 30 anos, 41,9% entre 31 a 40 anos, 18,0% de 41 a 50 anos, e 13,8% têm a partir de 51 anos. Posteriormente será comparada a faixa etária das respondentes e a situação atual de trabalho, observando uma possível tendência de juvenilização do mercado.



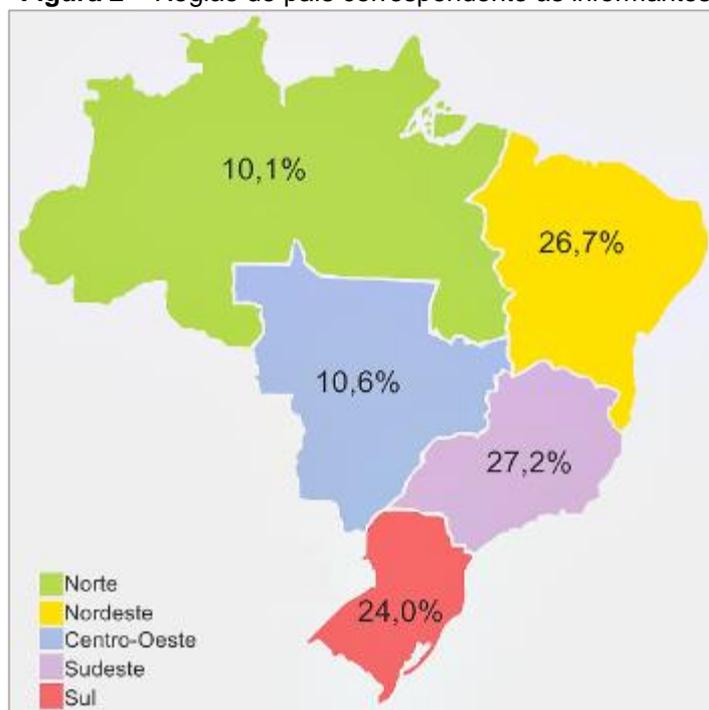
Fonte: elaboração própria (2022).

Sobre a cor/raça das respondentes, o Gráfico 5 indica maioria declarada branca (62,2%), corroborando outros levantamentos (MICK; LIMA, 2013; MAZOTTE; TOSTE, 2017; BANDEIRA, 2021; LIMA et al. 2022). As informantes negras representam 34,6% do total, sendo 26,3% pardas e 8,3% pretas. O percentual de indígenas e amarelas é baixo, com 1,4% e 0,9%, respectivamente. Desse modo, o perfil das mulheres do jornalismo no Brasil se mostra cisonormativo e com hegemonia branca.

**Gráfico 5 – Cor/raça declarada pelas respondentes**

Fonte: elaboração própria (2022).

Sobre a região do Brasil correspondente às informantes (Figura 2), é relevante notar que a pesquisa alcançou um relativo equilíbrio entre mulheres do Sudeste (27,2%), Nordeste (26,7%) e Sul (24,0%). O Centro-oeste (10,6%) e o Norte (10,1%) tiveram menor número de participantes<sup>47</sup>.

**Figura 2 – Região do país correspondente às informantes**

Fonte: elaboração própria (2022).

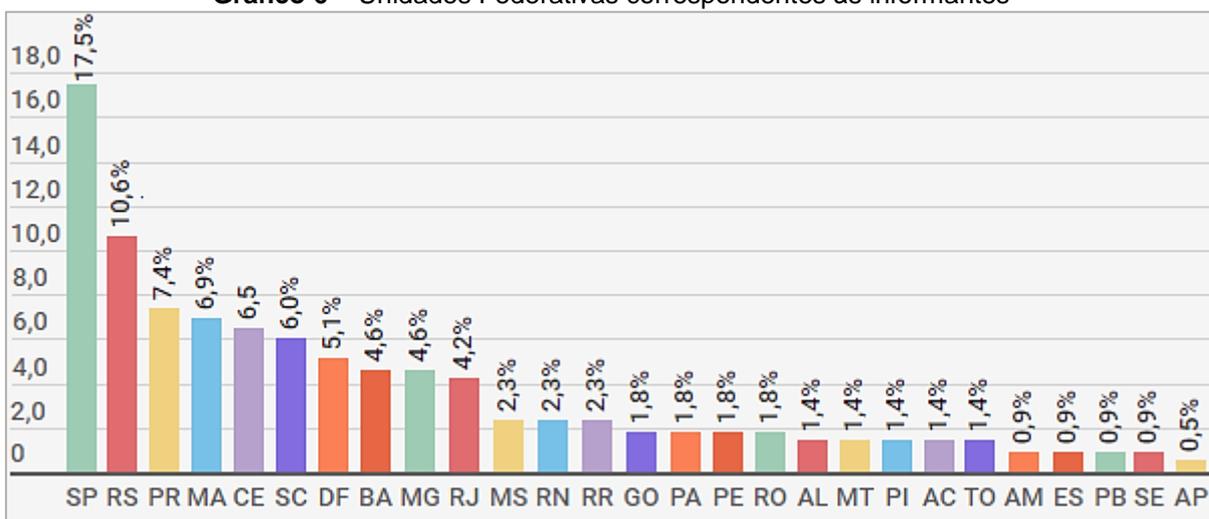
Essa diferença quantitativa regional já foi apontada por outras pesquisas e levantamentos realizados com profissionais do jornalismo, que indicam um maior

<sup>47</sup> Há ainda 1,4% de respondentes que estavam fora do Brasil no momento da pesquisa, mas que podem ter atuado no país durante a trajetória profissional.

contingente de profissionais no Sudeste do país, especialmente em São Paulo (MICK, 2013; MAZOTTE; TOSTE, 2017; BANDEIRA, 2021). Em seguida, Sul e Nordeste são regiões que abrigam boa parcela de jornalistas, ao contrário do Centro-Oeste e Norte. Nesse sentido, a própria atuação de profissionais do jornalismo em determinadas localidades é baixa. Considerando que esta pesquisa é não-probabilística, não se trata de um possível déficit de respondentes, mas reflexo da diferença existente na dinâmica regional de profissionais do jornalismo brasileiro.

O Gráfico 6, por sua vez, indica as Unidades Federativas (UF) correspondentes às informantes, para observarmos quais possuem maior e menor representatividade na pesquisa. São Paulo (17,5%), Rio Grande do Sul (10,6%) e Paraná (7,4%) são os estados com maior número de respondentes, contabilizando 35,5%. Conforme mencionado, o grande número de profissionais do jornalismo atuantes nas metrópoles do país é um fator relevante para os consideráveis percentuais de participantes.

**Gráfico 6 – Unidades Federativas correspondentes às informantes**

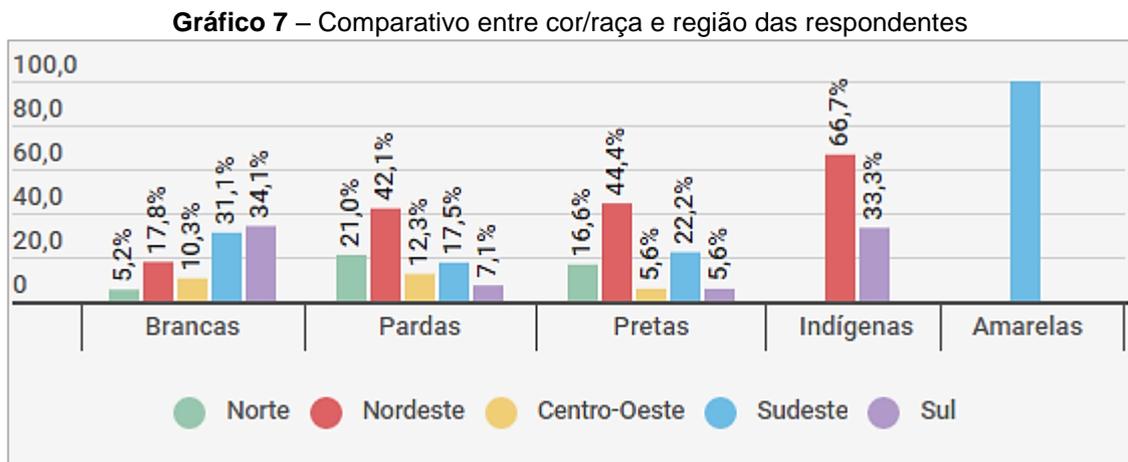


Fonte: elaboração própria (2022).

Por outro lado, Maranhão (6,9%) e Ceará (6,5%) também conseguiram relativa participação, sendo importante para observarmos dados para além do eixo Sul-Sudeste. Ressaltamos que a pesquisa desenvolvida numa universidade no interior do Maranhão pode ter sido um fator que contribuiu para a maior participação de mulheres do estado, tendo em vista a facilidade de contato e circulação do *survey*.

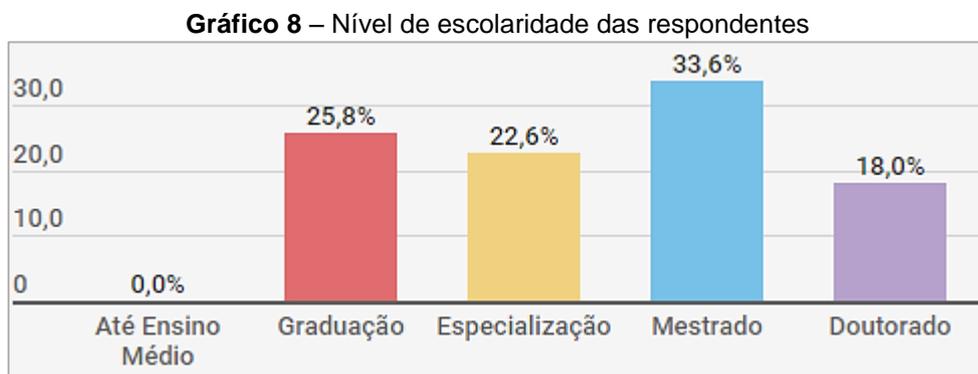
A seguir, no Gráfico 7, nos interessa comparar a cor/raça e a região das informantes, com o objetivo de verificarmos se há diferenças no perfil racial considerando a localização regional. É interessante observar que a prevalência de

participantes brancas e negras se distingue a depender das regiões: 65,2% das respondentes brancas se concentram no Sul (34,1%) e no Sudeste (31,1%). O Nordeste obteve mais respondentes negras: 42,1% entre as pardas e 44,4% das mulheres pretas estavam nessa região. É relevante esse olhar interseccional para os dados na medida em que especificidades raciais, bem como assimetrias, também podem ter relação com a origem regional, já que os dados indicam diferenças de predomínio racial nas localidades.



Fonte: elaboração própria (2022).

O nível de escolaridade (completo ou em andamento) é apresentado no Gráfico 8, indicando um expressivo grau de pós-graduação entre as respondentes – 51,6% possuem/estão cursando Mestrado (33,6%) ou Doutorado (18,0%). Nenhuma das participantes da pesquisa tem nível de escolaridade abaixo da graduação – 25,8% são graduadas ou graduandas.



Fonte: elaboração própria (2022).

Outros mapeamentos mostram que as/os profissionais de jornalismo no Brasil tendem a buscar a pós-graduação: em 2021, o Perfil do Jornalista Brasileiro (LIMA et al., 2022) indica que 49,6% das/os profissionais têm formação acima da graduação<sup>48</sup>. Olhando especificamente para o perfil feminino, a pesquisa Mulheres no Jornalismo Brasileiro (MAZOTTE; TOSTE, 2017) aponta que a pós-graduação (completa ou incompleta) é a escolaridade de 44,8% das respondentes<sup>49</sup>. Já o relatório Mães Jornalistas e o Contexto da Pandemia (RIOS et al., 2020) mostra que 41,97% das informantes têm formação além da graduação<sup>50</sup>.

De fato, a literatura constata que as profissionais do jornalismo têm a preocupação em continuar a formação, possivelmente em busca de melhores cargos e remuneração. Por outro lado, é importante mencionar que, embora a pós-graduação seja crescente, o resultado particular desta pesquisa com alto percentual de mestras/mestrandas e doutoras/doutorandas pode ter relação com o público alcançado na circulação do *survey*. No período da coleta dos dados, o questionário foi melhor recebido entre a comunidade acadêmica de instituições federais públicas, especialmente nos Programas de Pós-Graduação, o que pode ser explicado pelo ambiente mais propício à pesquisa.

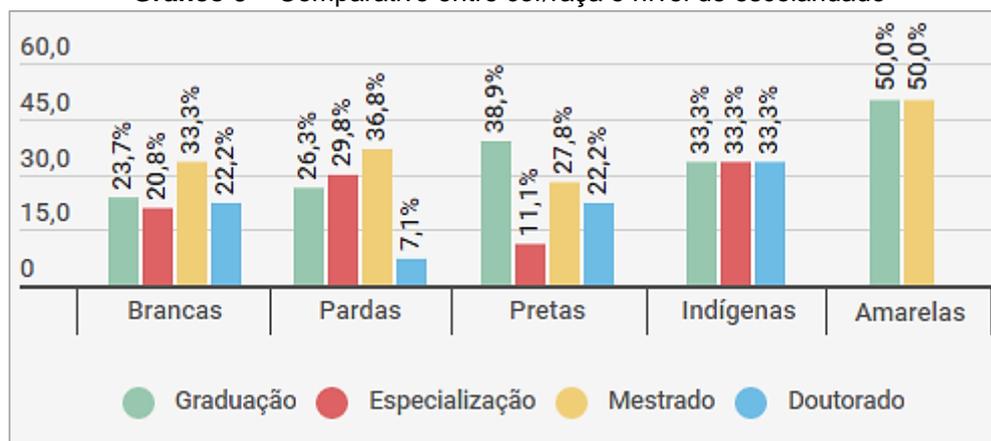
Comparando cor/raça e o nível de escolaridade das informantes da pesquisa, o Gráfico 9 indica percentuais relevantes entre pardas (36,8%) e brancas (33,3%) no Mestrado (completo ou em andamento). Respondentes pretas apresentam taxa um pouco abaixo para o Mestrado, mas também é considerável (27,8%). Nesse sentido, embora não seja possível generalizar os dados, o resultado é um indicativo positivo de que mulheres negras vêm conquistando mais vagas no Ensino Superior e na Pós-Graduação, mas que as pretas podem sentir mais dificuldade de ingressar nesses espaços. Reforçamos o papel das políticas de ações afirmativas na educação e acrescentamos a necessidade de se pensar não apenas no ingresso, mas na garantia da permanência das/os discentes nos cursos.

---

<sup>48</sup> De acordo com o Perfil do Jornalista Brasileiro de 2021 (LIMA et al., 2022), 28,6% das/os jornalistas possuem Especialização, 14,7% Mestrado, 4,7% Doutorado e 1,6% Pós-Doutorado. Ademais, 42,3% têm Ensino Superior completo e 8,0% outros níveis de formação.

<sup>49</sup> A pesquisa Mulheres no Jornalismo Brasileiro (MAZOTTE; TOSTE, 2017) contou com a participação de 31,9% de respondentes que possuem Pós-Graduação *Latu Sensu*, 7,1% Mestrado completo, 4,6% Mestrado incompleto, 0,2% Doutorado completo e 1,0% Doutorado incompleto. A amostra obteve ainda 41,3% informantes com Ensino Superior completo, 12,2% Ensino Superior incompleto e 1,3% com escolaridade até o Ensino Médio completo.

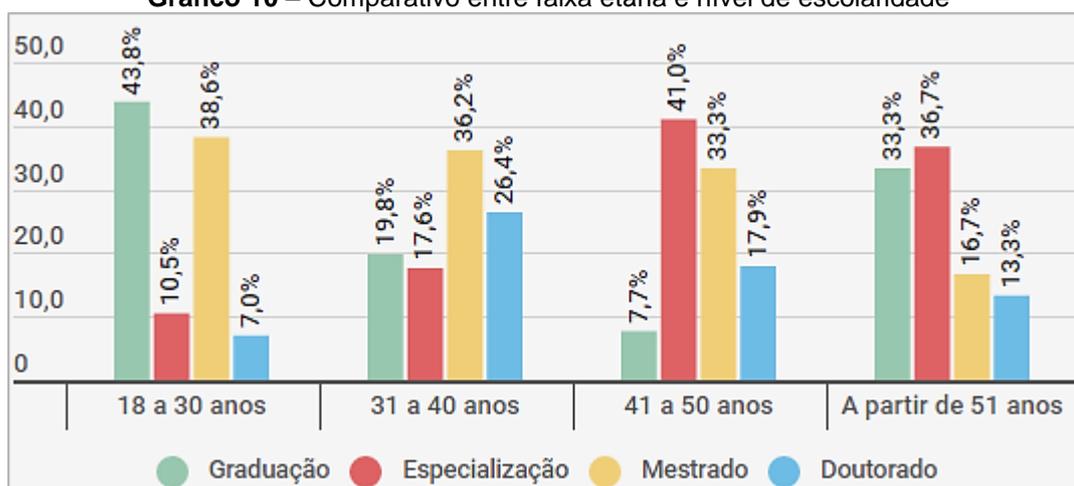
<sup>50</sup> O relatório Mães Jornalistas e o Contexto da Pandemia (RIOS et al., 2020) indica que 14,94% das informantes possuem Mestrado, 3,66% Doutorado, 0,64% Pós-Doutorado e 22,73% outro nível de formação. As graduadas correspondem a 57,39%, ao passo que o Ensino Médio representa 0,64%.

**Gráfico 9 – Comparativo entre cor/raça e nível de escolaridade**

Fonte: elaboração própria (2022).

De modo geral, se observa a considerável formação entre todos os grupos raciais, apontando para uma característica entre as profissionais que atuam/atuaram no jornalismo. Por outro lado, o nível somente da graduação é mais frequente entre as mulheres pretas (38,9%), o que pode impactar, por exemplo, a posição delas no mercado, como o cargo ocupado. Assim, se nota avanços na formação das/os profissionais do jornalismo, mas as assimetrias podem convergir em desvantagens para aquelas que apresentam escolaridade mais baixa.

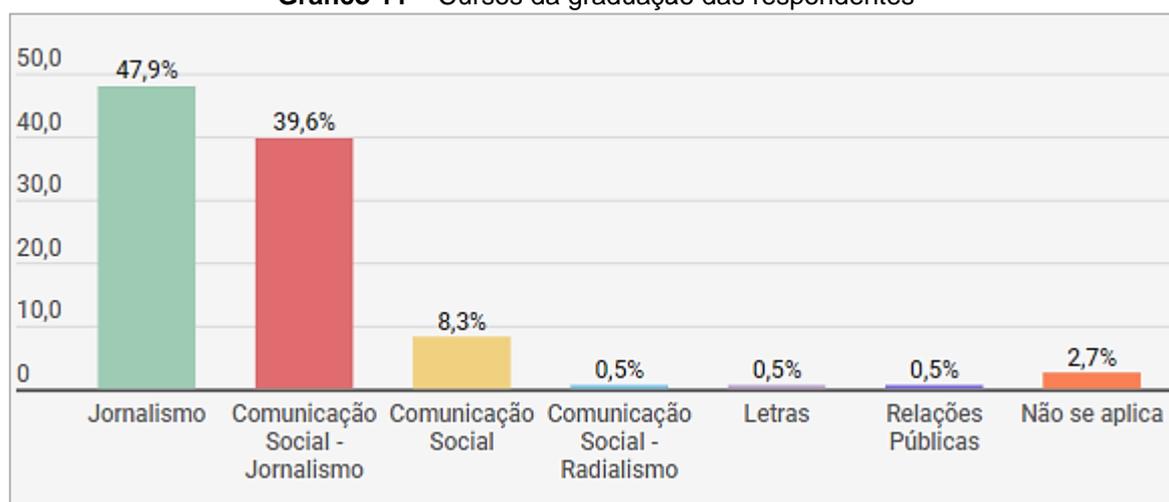
Verificamos também a faixa etária das respondentes em comparativo ao nível de escolaridade, no sentido de observar se há diferenças entre gerações. O Gráfico 10 demonstra que mulheres mais jovens e com idade intermediária parecem ter mais acesso ao mestrado do que especialização. Na faixa etária entre 18 a 30 anos, 38,6% são mestras/mestrandas e apenas 10,5% estuda/possui especialização, e na faixa etária entre 31 a 40 anos, 36,3% possuem mestrado completo/em andamento e 17,6% correspondem a especialização. É importante ressaltar que essa pode ser uma tendência da geração, com o crescimento dos cursos de mestrado, ou um reflexo do público alcançado na pesquisa, sendo mais mulheres ligadas aos programas de pós-graduação.

**Gráfico 10** – Comparativo entre faixa etária e nível de escolaridade

Fonte: elaboração própria (2022).

O nível da graduação é mais observado tanto entre informantes jovens quanto mais experientes. Já esperávamos identificar maior percentual de graduadas e graduandas entre 18 a 30 anos (43,8%) pelo próprio tempo que a pós-graduação demanda. Por outro lado, mulheres a partir dos 51 anos possivelmente tiveram menos oportunidades de ingressar no mestrado e doutorado – 33,3% delas são graduadas ou graduandas, enquanto apenas 16,7% são mestras/mestrandas e 13,3% doutoras/doutorandas. Assim, verificamos transformações no perfil educacional das mulheres do jornalismo a partir das gerações, de modo que profissionais mais jovens e em idade intermediária parecem ter maior acesso ao mestrado e doutorado, acompanhando também as mudanças na academia, como o crescimento dos programas de pós-graduação no país.

Quanto ao curso da graduação, o Gráfico 11 demonstra que 96,3% das respondentes possuem formação no Jornalismo/Comunicação Social – 47,9% em Jornalismo, seguido de 39,6% em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, 8,3% em Comunicação Social e 0,5% habilitação em Radialismo. O Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (LIMA et al., 2022) também mostra que a graduação entre 91,9% da amostra é em Jornalismo ou Comunicação com habilitação em Jornalismo. Desse modo, observamos que o jornalismo brasileiro é majoritariamente formado por profissionais capacitadas por meio do ensino superior.

**Gráfico 11** – Cursos da graduação das respondentes

Fonte: elaboração própria (2022).

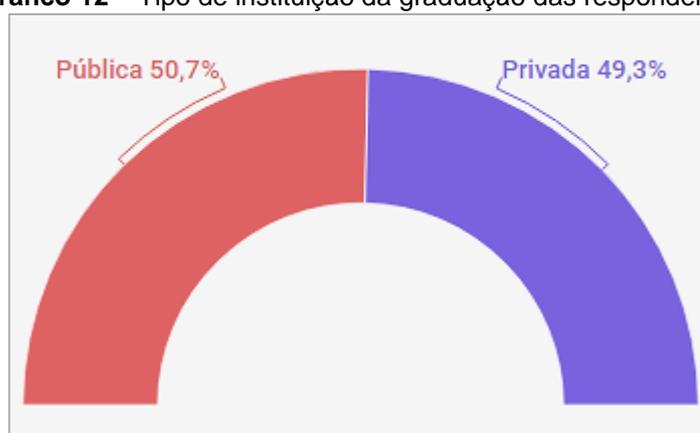
No *survey*, uma vez que a pergunta sobre o curso da graduação permitia a indicação livre das participantes, encontramos alguns problemas para a tabulação dos dados em decorrência da diversidade de respostas. Por outro lado, o campo em aberto no questionário foi oportuno para que as informantes pudessem mencionar o curso de formação de acordo com o entendimento delas. Assim, as principais designações foram Jornalismo, Jornalismo e Audiovisual, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas, Comunicação Social, Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Comunicação Social com habilitação em Radialismo.

Apenas 1,0% das respondentes possui formação fora do Jornalismo ou da Comunicação Social, sendo Letras (0,5%) e Relações Públicas (0,5%). Em 2,7% não foi possível identificar o curso ou a resposta gerou dúvidas. É interessante notar que o campo em aberto também permitiu que algumas informantes indicassem outras graduações somadas ao Jornalismo/Comunicação Social, sendo Direito, Economia, Gastronomia, História, Psicologia, Ciências Sociais e Letras. Nesse sentido, além do nível de escolaridade mais elevado, parte das respondentes também possui formação para além do jornalismo, o que nos leva a dois cenários: elas conseguem agregar/potencializar os conhecimentos de outros campos na profissão no mercado jornalístico e/ou buscam outras opções de carreiras em áreas diferentes.

Por conseguinte, no Gráfico 12, verificamos o tipo de instituição da graduação das informantes entre pública e privada. Ressaltamos que no momento da elaboração do *survey* não nos interessou questionar se as respondentes tiveram/têm vínculo a estabelecimentos de ensino público ou privado na graduação, de modo que

solicitamos apenas o nome da faculdade/universidade. Posteriormente avaliamos a relevância da variável, sobretudo na análise conseguinte dos dados sobre questões de gênero na formação. Assim, a partir dos nomes das instituições indicadas pelas informantes foi possível realizar pesquisa online para determinar entre públicas e privadas. Para as participantes que responderam mais de uma instituição de formação consideramos somente a de vínculo com Jornalismo/Comunicação.

**Gráfico 12** – Tipo de instituição da graduação das respondentes

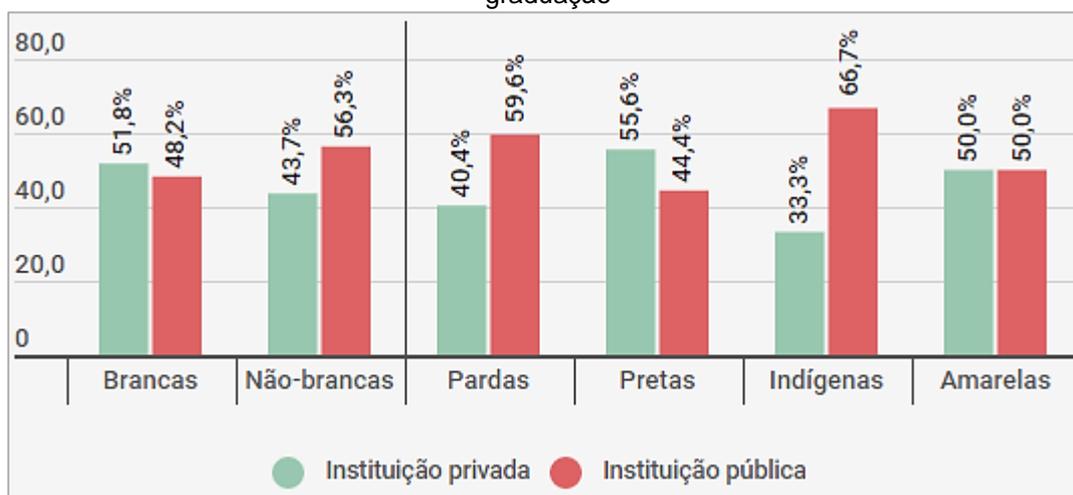


Fonte: elaboração própria (2022).

Os dados do Gráfico 12 revelam que 50,7% das respondentes possuem graduação ou estão se graduando em instituições públicas, confirmando que o *survey* foi melhor recebido entre a comunidade acadêmica de universidades públicas. Em se tratando do cenário nacional, o Censo da Educação Superior mostra que os cursos de jornalismo são mais ofertados em estabelecimentos privados. O Perfil Racial da Imprensa Brasileira (BANDEIRA, 2021) pontua que a graduação da maioria das/os jornalistas de redação foi realizada em instituições privadas (66,0%). Contudo, é importante mencionar que este resultado não inviabiliza a pesquisa, já que estamos observando um recorte não-probabilístico, de modo que reforça a dificuldade de coletar dados com sujeitas/os exclusivamente no mercado – sem o apoio no meio acadêmico – e reitera a contribuição dos achados deste trabalho.

O Gráfico 13 compara a cor/raça das respondentes e o tipo de instituição da graduação. Tendo em vista a maior participação de graduadas/graduandas com vínculo a universidades públicas, observamos que esses espaços podem ser mais diversificados quando se trata da cor/raça. Entre respondentes não-brancas, 56,3% estudaram/estudam em instituições públicas na graduação, enquanto as informantes brancas, 51,8% advém de instituições privadas.

**Gráfico 13** – Comparativo entre cor/raça e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação



Fonte: elaboração própria (2022).

Olhando especificamente as respondentes negras, 59,6% entre as declaradas pardas e 44,4% entre as pretas indicam vínculo a instituições públicas na graduação. Sobre isso, é importante relacionar aos dados regionalizados, no qual boa parte das respondentes negras estão no Nordeste, apontando para o possível crescimento dos cursos de jornalismo no ensino superior público nesta região.

Ainda sobre o maior vínculo entre mulheres negras a instituições públicas, um dos fatores que pode contribuir para explicar esse resultado é o papel das políticas de ações afirmativas que utilizam critérios raciais – entre outros, como a renda – para o ingresso em universidades federais e boa parte das estaduais. Embora a pesquisa não permita determinar a forma de entrada das respondentes no ensino superior, a literatura pontua que as políticas de ações afirmativas são relevantes para garantir a maior diversidade racial nas universidades. A exemplo, conforme visto, o relatório do Enade 2018 dos cursos de graduação presencial de Comunicação Social – Jornalismo assinala que um número maior de alunas/os que se declaram pretas/os, pardas/os ou indígenas ingressaram pelas cotas raciais.

A partir do levantamento dos dados sociodemográficos das respondentes, é possível observar que o padrão da mulher branca, jovem e com alto nível de formação se mantém no jornalismo brasileiro. Por outro lado, observamos indícios de avanços, sobretudo entre mulheres negras. Conforme verificado, as mulheres não-brancas, especialmente pardas, também possuem grau de escolaridade considerável, o que pode auxiliar na ocupação de bons cargos no mercado de trabalho, por exemplo.

Tendo em vista que a maioria das participantes negras estão no Nordeste, isso também mostra o desenvolvimento do Ensino Superior e da Pós-Graduação nessa região, fortalecendo o campo do jornalismo/comunicação. Por outro lado, os dados apontam assimetrias que atingem parte das informantes declaradas pretas – elas apresentam maior percentual de graduadas/graduandas.

A seguir, variáveis do perfil sociodemográfico das respondentes serão relacionadas aos dados mais específicos sobre questões de gênero na formação e, posteriormente, aspectos da profissão. O objetivo é utilizar variáveis da idade/geração e escolaridade (grau e tipo de instituição da graduação) na análise, para compararmos se há diferenças interseccionais quando consideramos tais elementos.

#### **4.2 Questões de gênero na formação**

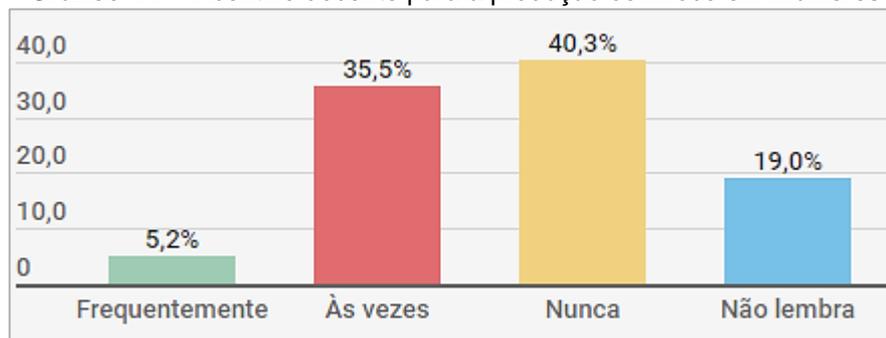
Tratando em específico de aspectos da formação, nos interessa verificar entre as respondentes em que medida houve iniciativa/apoio do corpo docente para trabalhar questões de gênero na graduação. Sobre isso, Camargo e Woitowicz (2018) argumentam que é importante incluir questões de gênero de maneira transversal nas disciplinas dos cursos de Jornalismo (e ampliamos para as demais graduações), para que as/os alunas/os consigam repensar as relações de poder na sociedade e na profissão.

Para esta seção utilizaremos apenas os dados das graduadas/graduandas em Jornalismo e Comunicação Social (habilitações em Jornalismo e Radialismo), totalizando 211 respondentes. Delimitamos dessa forma por entendermos que necessariamente essas informantes tiveram contato com produção jornalística durante a formação. As variáveis analisadas são: (I) o incentivo docente para produzir conteúdo com foco nas mulheres; (II) consulta a fontes femininas; e (III) o contato com atividades acadêmicas com enfoque parcial/total no gênero. Também nos interessa comparar: (a) se há diferenças entre as respondentes que estudaram/estudam em instituições públicas e privadas, e (b) se há mudanças entre as gerações/faixas etárias.

Inicialmente questionamos em que medida as informantes tiveram incentivo das professoras e professores para produzir conteúdo com foco nas mulheres durante a graduação. O Gráfico 14 demonstra que 40,3% nunca receberam esse tipo de estímulo ao longo da graduação, ao passo que somente 5,2% tiveram esse incentivo

frequentemente – 35,5% às vezes e 19,0% não se recordam de vivenciar esse apoio em algum momento.

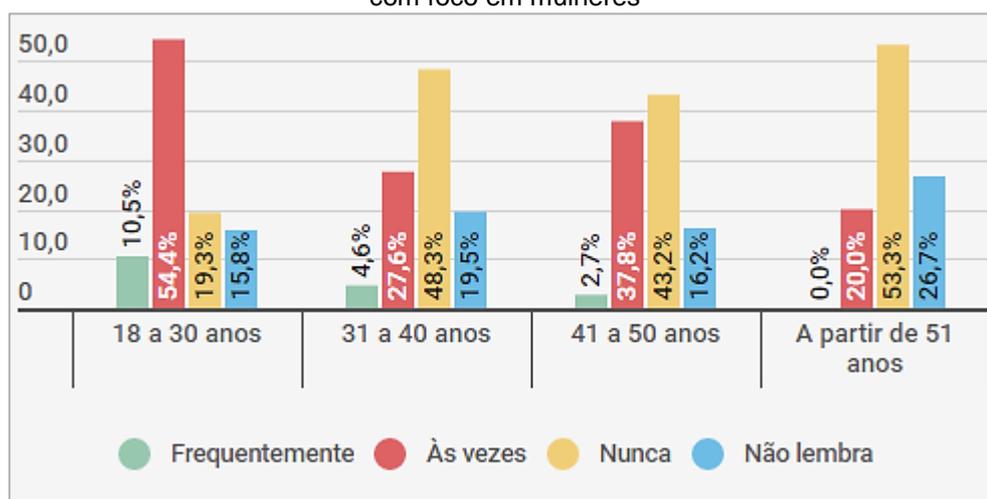
**Gráfico 14** – Incentivo docente para a produção com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Comparando entre as faixas etárias e o incentivo docente para produção de conteúdo com foco nas mulheres, o Gráfico 15 demonstra cenários diferentes entre as gerações. Entre os maiores percentuais para quem nunca recebeu esse tipo de estímulo estão as respondentes de 31 a 40 anos (48,3%), 41 a 50 anos (43,2%) e a partir dos 51 anos (53,3%). É interessante notar que nenhuma informante com idade a partir dos 51 anos assinalou ter sido incentivada frequentemente a elaborar conteúdo que priorizasse mulheres.

**Gráfico 15** – Comparativo entre faixa etária das respondentes e incentivo docente para a produção com foco em mulheres



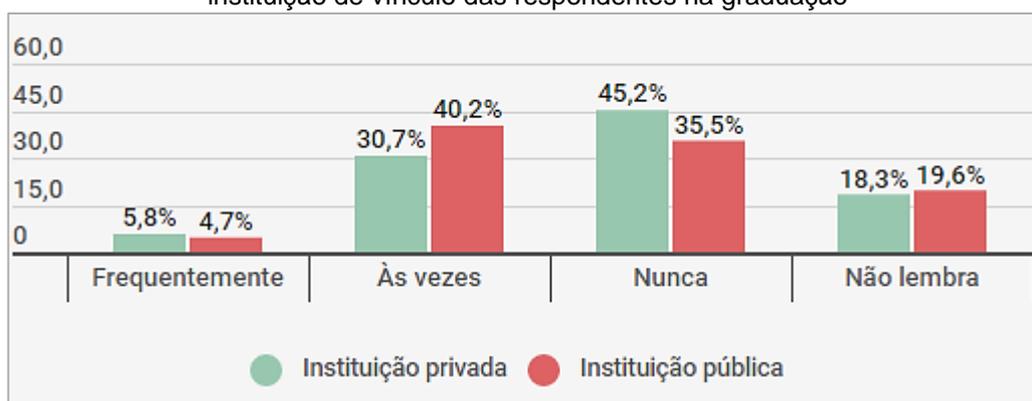
Fonte: elaboração própria (2022).

Por outro lado, as participantes mais jovens, entre 18 a 30 anos, tiveram muito mais apoio das/os professoras/es nesse quesito – 54,4% apontam que às vezes e

10,5% frequentemente foram incentivadas a produzir conteúdo com foco nas mulheres. Desse modo, observamos indícios de mudanças recentes nos cursos de jornalismo, nesse caso considerando o corpo docente, para trabalhar essas questões em sala de aula.

No próximo Gráfico, comparando entre os tipos de instituições, observamos que as universidades públicas se mostram mais preocupadas e/ou possuem maior espaço para incentivar as discentes a elaborar produções com foco nas mulheres. Sobre isso, os dados apontam que 44,9% entre as informantes advindas de instituições públicas foram incentivadas em alguma medida, sendo que 40,2% assinalaram às vezes e 4,7% frequentemente. Ao contrário, 45,2% entre as respondentes com vínculo ao ensino privado nunca tiveram esse apoio.

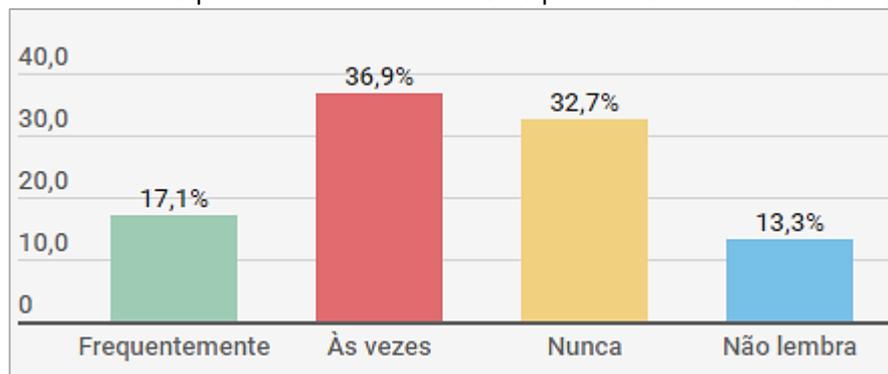
**Gráfico 16** – Comparativo entre incentivo docente para produção com foco em mulheres e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação



Fonte: elaboração própria (2022).

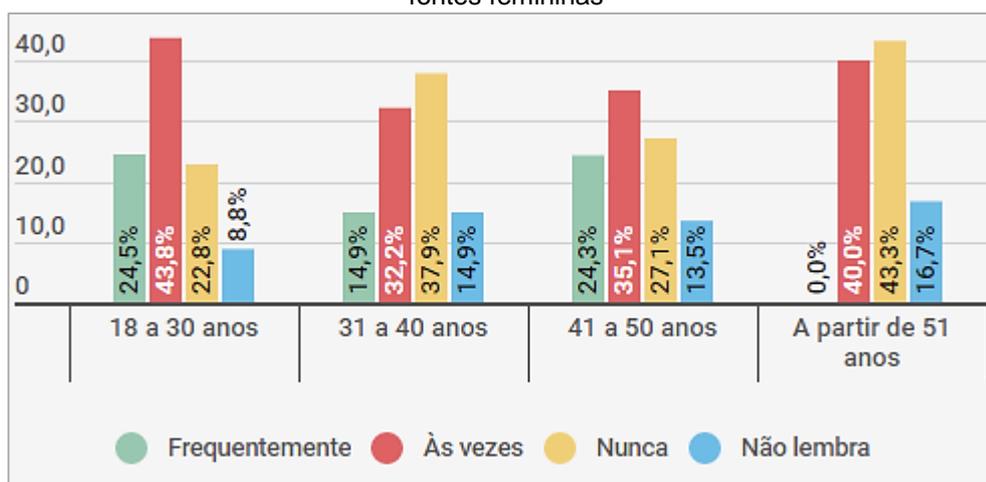
Em resumo, as respondentes indicam que receberam pouco incentivo para elaborar produções com foco nas mulheres, entretanto o comparativo entre as faixas etárias indica mudanças recentes para tratar dessas questões em sala de aula. Verificando entre os tipos de instituições de vínculo das informantes na graduação, os dados apontam que as universidades públicas podem ser mais abertas para abordar as temáticas de gênero.

A variável seguinte diz respeito ao incentivo do corpo docente para que as respondentes consultassem fontes femininas nas produções durante a graduação, independente da pauta estar associada ou não a mulheres. Nos dados dispostos no Gráfico 17 notamos um cenário mais animador: 54,0% das respondentes indicam que receberam, em algum grau, estímulo das/os professoras/es para buscar fontes mulheres – 36,9% às vezes e 17,1% frequentemente.

**Gráfico 17** – Frequência do incentivo docente para consulta a fontes femininas

Fonte: elaboração própria (2022).

No Gráfico 18, verificamos se há diferenças no incentivo do corpo docente para consulta a fontes femininas nas produções durante a graduação comparando a faixa etária das informantes. Os dados apontam expressivo percentual de respondentes entre 18 a 30 anos que assinalaram ter recebido, em alguma medida, apoio para ouvir fontes mulheres (68,3%) – 43,8% às vezes e 24,5% frequentemente. Também é positivo o resultado observado entre as informantes dos grupos de 31 a 40 anos e 41 a 50 anos, nas quais 47,1% e 59,4%, respectivamente, tiveram esse incentivo em algum grau.

**Gráfico 18** – Comparativo entre faixa etária das respondentes e incentivo docente para consulta a fontes femininas

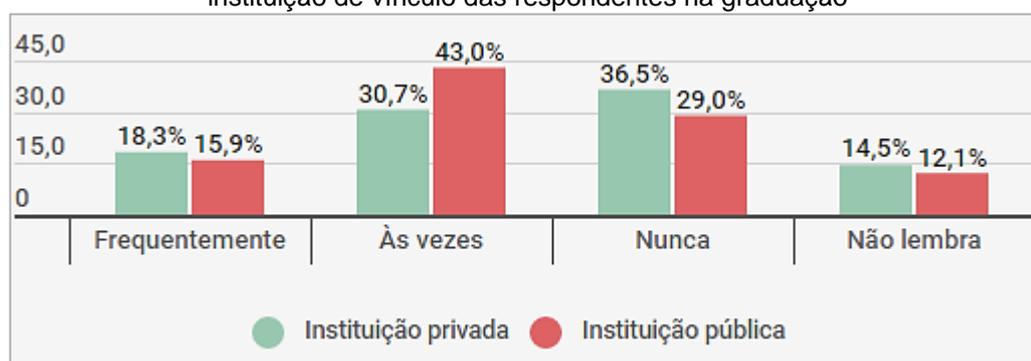
Fonte: elaboração própria (2022).

Por outro lado, as respondentes com idades a partir dos 51 anos constituem o grupo com mais mulheres que nunca foram estimuladas a consultar fontes femininas

na graduação, com 43,3%. O resultado reforça a premissa de que a mudança para tratar das questões de gênero nos cursos de jornalismo é recente.

Os dados do Gráfico 19 informam que 58,9% das informantes advindas de universidades públicas foram incentivadas pelas/os professoras/es, em alguma medida, a consultar fontes femininas – 43,0% às vezes e 15,9% frequentemente. O percentual de respondentes com vínculo a instituições privadas que receberam esse estímulo também é relevante (49,0%) – 30,7% às vezes e 18,3% sempre. Entretanto, considerando aquelas que assinalaram que nunca foram apoiadas nesse sentido, o resultado é maior para as mulheres que estudaram/estudam em estabelecimentos de ensino particular (36,5%).

**Gráfico 19** – Comparativo entre incentivo docente para consulta a fontes femininas e tipo de instituição de vínculo das respondentes na graduação



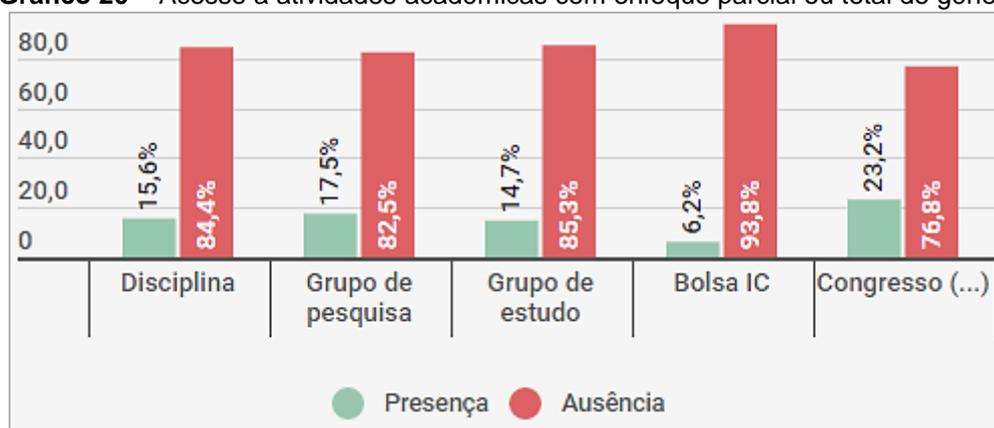
Fonte: elaboração própria (2022).

Em síntese, o incentivo para buscar fontes femininas parece ser mais recorrente, o que pode ter relação com os cargos ocupados pelas mulheres ouvidas e não necessariamente com o foco de gênero na pauta. Desse modo, as mudanças identificadas podem partir muito mais de iniciativas individuais de professoras/es do que um esforço coletivo institucional e curricular, o que demanda pesquisas mais aprofundadas para entender os cenários. Conforme verificado que as respondentes tiveram pouco incentivo para elaborar produção com foco nas mulheres, o corpo docente pode ter uma dificuldade maior em trabalhar transversalmente a perspectiva de gênero em sala de aula, o que pode indicar: (I) falta de conhecimentos específicos sobre como abordar um foco feminino, (II) práticas de ensino voltadas a uma abordagem hegemônica/masculinista, e/ou (III) barreiras para a transversalidade da perspectiva de gênero, como resistência ideológica da instituição, por exemplo. Assim, reforçamos a necessidade de mudanças nos cursos de jornalismo, em especial (mas

não limitado) no ensino privado – já que notamos mais avanços entre as informantes advindas de universidades públicas.

Para a próxima variável, selecionamos uma série de atividades acadêmicas comuns em instituições de ensino para verificarmos em que medida as respondentes participaram quando se trata do enfoque parcial ou total de gênero. As categorias são: disciplina, grupo de pesquisa coordenado por professoras/es, grupo de estudo formado por colegas, bolsa de pesquisa de Iniciação Científica (IC), congresso/seminário/encontro. O Gráfico 20 aponta a presença ou ausência no acesso às atividades, mostrando altos percentuais de mulheres que não participaram de tais ações que possuem enfoque parcial ou total de gênero.

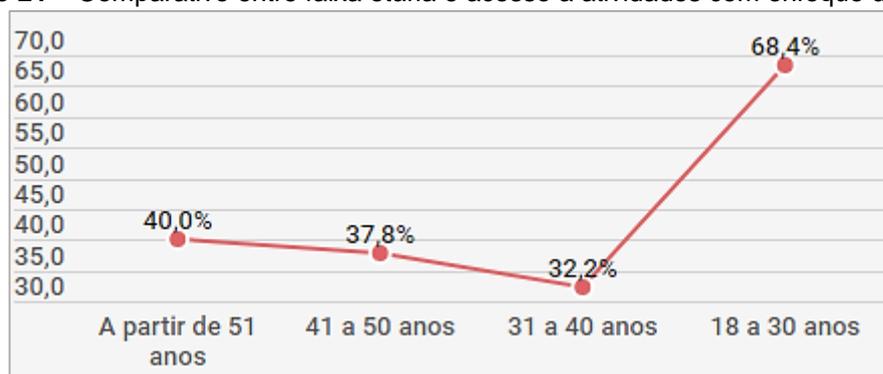
**Gráfico 20** – Acesso a atividades acadêmicas com enfoque parcial ou total de gênero



Fonte: elaboração própria (2022).

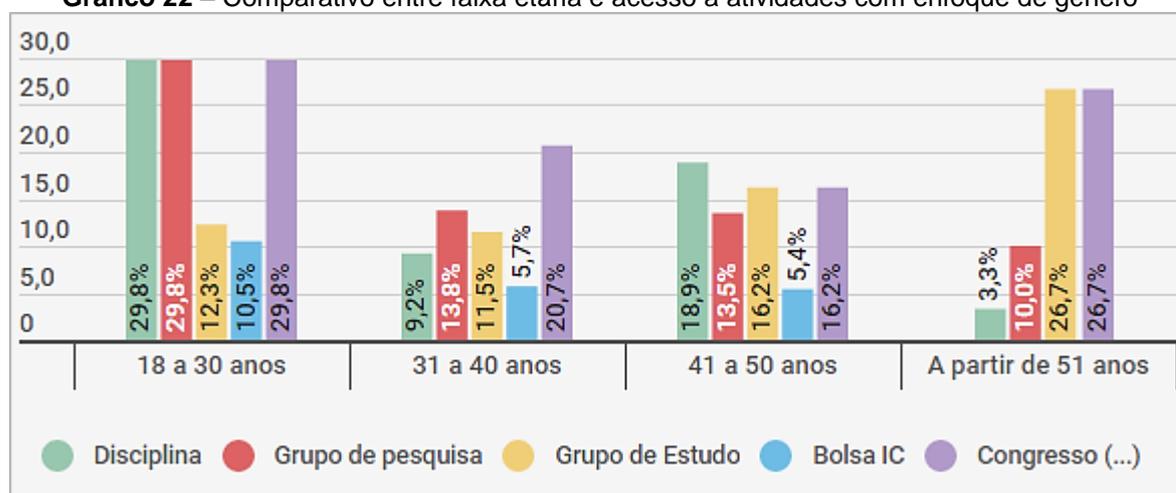
Os dados indicam que congresso/seminário/encontro é a atividade com enfoque parcial ou total de gênero pela qual as informantes mais participaram (23,2%), evidenciando a importância das programações incluírem cada vez mais debates pautados nessas questões, contribuindo para a formação das/os discentes. É interessante notar que a categoria grupo de pesquisa coordenado por professoras/es aparece com relativo percentual (17,5%), o que reforça o argumento de iniciativas individuais de docentes para trabalhar com foco em gênero, de modo que as disciplinas abordam pouco (15,6%).

O Gráfico 21, a seguir, avalia somente a participação em atividades com enfoque parcial ou total de gênero em comparativo com as faixas etárias (em ordem decrescente para observarmos se houve avanços quantitativos entre as respondentes). Os índices apontam que as informantes mais jovens, entre 18 a 30 anos, tiveram maior acesso (68,4%).

**Gráfico 21** – Comparativo entre faixa etária e acesso a atividades com enfoque de gênero

Fonte: elaboração própria (2022).

Ainda sobre os dados do Gráfico 21, chama a atenção que também é positivo o percentual de mulheres com idades a partir dos 51 anos que participaram das ações com enfoque parcial ou total de gênero (40,0%). Sabendo disso, a seguir nos interessa identificar como os grupos etários se distribuem entre as atividades consideradas.

**Gráfico 22** – Comparativo entre faixa etária e acesso a atividades com enfoque de gênero

Fonte: elaboração própria (2022).

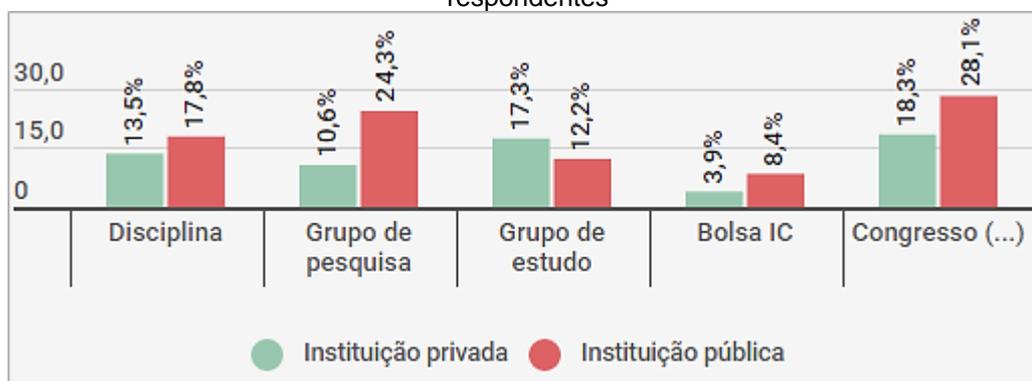
O Gráfico 22 mostra diferenças importantes quando se considera o acesso a atividades com enfoque parcial ou total de gênero entre as gerações: as informantes com idades a partir dos 51 anos participaram muito mais do grupo de estudo formado por colegas (26,7%) do que as demais respondentes. Por outro lado, elas são as mulheres que menos tiveram acesso ao grupo de pesquisa (10,0%) e nenhuma obteve bolsa de IC. Analisando que, entre as faixas etárias, paulatinamente houve aumento de respondentes que atuaram em grupo de pesquisa coordenado por professoras/es (13,5% entre mulheres de 41 a 50 anos, 13,8% entre 31 a 40 anos, 29,8% entre 18 a

30 anos), a hipótese é que as gerações mais longínquas tiveram menos oportunidades de participar desses espaços, mas isso era compensado com a formação de grupos de estudo por colegas para debater questões de gênero. Se progressivamente as/os docentes vão institucionalizando grupos de pesquisa que contemplem essas discussões, os grupos de estudo organizados por iniciativas das discentes diminuem, já que há outros espaços para fomentar os debates.

É importante observar que o acesso a bolsa de IC com enfoque parcial ou total de gênero aumentou conforme as gerações, ainda que o percentual de respondentes que foram bolsistas seja baixo – somente 5,4% entre mulheres de 41 a 50 anos, 5,7% de 31 a 40 anos e 10,5% de 18 a 30 anos. Tendo em vista as dificuldades em adquirir bolsa de IC, que vão desde a abertura de editais até a execução do projeto, reiteramos a necessidade de estímulo das instituições de ensino e de fomento à pesquisa para melhorar o cenário. Sobre disciplina, as informantes mais jovens tiveram expressiva participação (29,8% entre a faixa etária de 18 a 30 anos), fortalecendo a hipótese de transformações recentes nos cursos de jornalismo para tratar de questões de gênero em sala de aula.

A seguir, no Gráfico 23, verificamos se o percentual de participação em atividades com enfoque parcial ou total de gênero se difere entre aquelas que advém do ensino superior público ou privado. O comparativo informa que as respondentes que estudaram/estudam em instituições públicas na graduação atuaram/atuam mais em todos os segmentos categorizados, com exceção do grupo de estudo.

**Gráfico 23** – Comparativo entre acesso a atividades com enfoque de gênero e tipo de instituição das respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

Olhando atividades específicas com enfoque parcial ou total de gênero, tanto as respondentes que se graduaram/estão se graduando em universidades públicas

quanto em instituições privadas participaram mais de congresso/seminário/encontro – 28,1% e 18,3%, respectivamente. As informantes com vínculo a instituições públicas tiveram mais acesso ao grupo de pesquisa coordenado por professoras/es (24,3%) e bolsa de IC (8,4%), indicando que o desenvolvimento de pesquisas pode encontrar mais espaço nesses ambientes.

Tendo em vista que as respondentes graduadas/graduandas em estabelecimentos particulares tiveram menor contato com assuntos voltados para gênero, é interessante notar que 17,3% participaram de grupo de estudo formado por colegas. Os dados apontam que o acesso ao grupo de pesquisa e bolsa de IC apresentou menores percentuais entre essas informantes (respectivamente 10,6% e 3,9%), de modo que possivelmente a escassa institucionalização dessas atividades nas instituições privadas pode ser um dos fatores que contribui para que as próprias estudantes se organizem sob grupo de estudo.

Em espaço aberto no *survey* para que as participantes pudessem redigir impressões e contribuições sobre a pesquisa, recebemos de duas informantes, ambas de 34 anos, os seguintes comentários relativos à formação:

Me formei em Jornalismo em 2009, e, naquela época, não se discutia a transversalidade do gênero na produção jornalística, nas pautas nem mesmo se pensava sobre a importância desse tema.

Só parabenizar pelo seu questionário, bem construído. Me fez refletir que realmente na minha graduação não houve nenhum docente ou disciplina que instigasse a produção de conteúdo com perspectiva de gênero.

As reflexões das respondentes reiteram a pouca atuação docente para abordar gênero na sala de aula, conforme os dados indicaram. Contudo, é importante ressaltar que a produção de conteúdo com foco nas mulheres e consulta a fontes femininas não dependem exclusivamente do incentivo docente, já que a academia está imersa num sistema social masculinista. Conforme visto, as instituições públicas parecem mais abertas ou com maior autonomia para trabalhar essas questões, o que precisa é de pesquisas para entender os diferentes cenários nos cursos de jornalismo quando se trata da transversalidade de gênero no ensino.

A pesquisa mostra que, além da sala de aula, as discussões com foco nas mulheres são escassas em outros espaços no âmbito acadêmico, apontando para a necessidade de práticas mais simétricas em todos os espaços de formação. Em resumo, os dados indicam possíveis mudanças recentes no que concerne às questões de gênero nos cursos de jornalismo, mas ainda insuficientes. Sendo as mulheres,

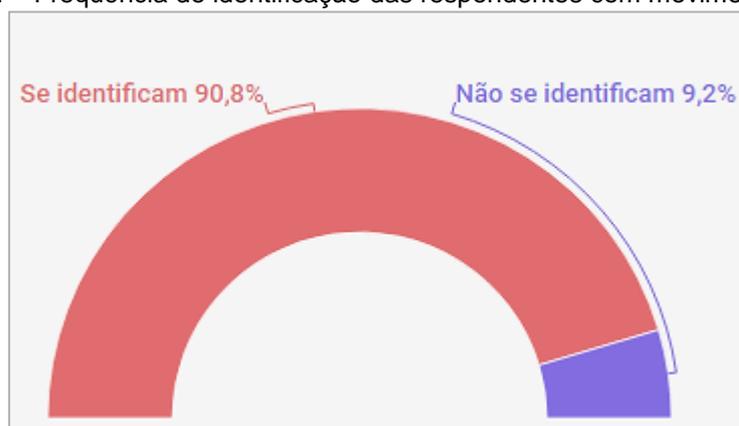
especialmente não-brancas, invisibilizadas e/ou estereotipadas na mídia, é urgente que essas transformações também aconteçam na academia para que aumente a chance de transformar a produção no mercado jornalístico. Posteriormente, analisaremos se as respondentes relacionam a formação aos entraves para a produção com perspectiva de gênero.

### **4.3 Movimentos sociais**

Tendo em vista que a perspectiva de gênero no jornalismo é mais adotada em portais especializados (como os portais feministas, por exemplo), partimos do pressuposto de que profissionais que se identificam com movimentos político-sociais, especialmente feminismos, seriam mais engajadas a propor pautas e produzir material com essa abordagem em seus ambientes de trabalho. Para tanto, neste tópico nos interessa verificar se as respondentes se identificam com movimentos sociais e, posteriormente, relacionaremos os dados à produção com perspectiva de gênero.

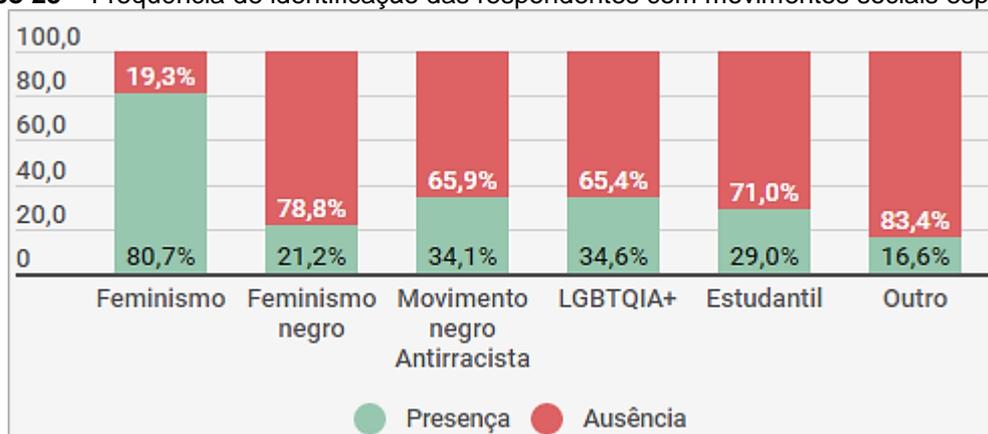
No *survey*, indicamos determinados movimentos político-sociais e as informantes poderiam marcar aqueles pelos quais se identificam. As opções eram: feminismo, feminismo negro, movimento negro/antirracista, LGBTQIA+ e movimento estudantil. Acrescentamos as categorias “outro”, com espaço aberto para a menção a outros movimentos, e “nenhum”. Não questionamos se, em alguma medida, elas participam ou já participaram ativamente de movimentos sociais, de modo que o objetivo é observar se essas mulheres se identificam minimamente pelas causas. Para a análise desta seção consideramos todas as respondentes, totalizando 217.

Sobre isso, o Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012 (MICK; LIMA, 2013) verificou que apenas um a cada três jornalistas participava de movimentos sociais, associações ou organizações, ao passo que 45% da amostra nunca atuaram. Em contraponto, o Gráfico 24 aponta que causas sociais são preocupações das respondentes que atuam/atuaram no jornalismo brasileiro, de maneira que 90,8% se identificam com algum tipo de movimento político-social. O resultado é relevante na medida em que mostra mulheres possivelmente mais conscientes das demandas sociais, ainda que elas não necessariamente atuem em movimentos, mas já é um indício de que essas questões podem de algum modo perpassar o trabalho no jornalismo.

**Gráfico 24** – Frequência de identificação das respondentes com movimentos sociais

Fonte: elaboração própria (2022).

Na sequência, demonstramos quais movimentos sociais as respondentes declaram se identificar. O feminismo foi assinalado por 80,7% e indica que as questões feministas são relevantes entre as profissionais do jornalismo. Mazotte e Toste (2017) pontuam que falar em feminismo nas redações ainda é um tabu, de forma que, por vezes, os colegas homens e editores tratam as pautas relacionadas ao movimento como não verdadeiramente jornalísticas. Assim, observamos que mulheres tendem a se identificar com o feminismo, mas ainda se nota ambientes de trabalho muito machistas. A literatura recomenda que os veículos invistam em capacitação para a equipe jornalística com foco nas questões de gênero, no intuito de combater práticas sexistas e machistas (MAZOTTE; TOSTE, 2017; KASSOVA, 2020).

**Gráfico 25** – Frequência de identificação das respondentes com movimentos sociais específicos

Fonte: elaboração própria (2022).

Levando em consideração que no *survey* as informantes poderiam marcar todos os movimentos sociais pelos quais elas se identificam, os demais aparecem com percentuais mais baixos, como LGBTQIA+ (34,6%). É interessante mencionar

que, entre essas mulheres que se identificam com pautas LGBTQIA+, 93,3% também se reconhecem com o feminismo. Para elas, as questões LGBTQIA+ não excluem as causas feministas, provavelmente tornando as preocupações mais amplas para sexualidade, identidade e orientação de gênero, por exemplo.

O movimento negro/antirracista foi assinalado por 34,1% das respondentes, sendo que, entre essas mulheres, 48,6% se declaram brancas e 45,9% negras. Assim, notamos que preocupações com antirracismo são observadas tanto entre profissionais brancas quanto negras do jornalismo, mas precisam de maior espaço. Incluímos especificamente o feminismo negro na medida em que as críticas quanto ao movimento hegemônico poderiam levar parte das mulheres a não se identificarem com o feminismo no sentido amplo. Contudo, somente 21,2% das informantes apontaram feminismo negro, o que nos leva a refletir sobre dois possíveis cenários: (I) elas podem não reconhecer diferenças entre os movimentos ou (II) há baixa adesão às particularidades discutidas pelo feminismo negro entre essas mulheres.

Temos ainda 16,6% de respondentes que mencionaram livremente outros movimentos sociais, de modo que alguns se repetem. Os mais citados podem ser verificados abaixo, na nuvem de palavras (Figura 3).

**Figura 3** – Outros movimentos sociais de identificação das respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

É oportuno notar que diferentes problemáticas possuem atenção entre essas profissionais do jornalismo, como o antirracismo. Sobre isso, em espaço aberto no *survey* destinado a comentários, uma das respondentes redigiu: “Senti falta das mulheres com deficiência, que costumam ser invisibilizadas nas produções jornalísticas”. De fato é necessário reconhecer que esta pesquisa não levou em conta a inclusão de perguntas sobre deficiência, o que nos leva a refletir sobre essa limitação que precisa ser observada em trabalhos posteriores. Os principais levantamentos

sobre profissionais do jornalismo não levam em conta esse fator importante, revelando um apagamento de pessoas com deficiência nos relatórios nacionais. Segundo dados de 2019 do IBGE, o Brasil contabilizou 17,3 milhões de pessoas com deficiência – ou 8,4% da população.

Em alguns casos foi possível verificar que a identificação a determinados movimentos pode ter relação com características pessoais e/ou profissionais das respondentes. Por exemplo: uma informante que atua como docente citou a causa pela educação, uma indígena apontou os movimentos indígena e ambientalista, já uma respondente declarada amarela mencionou a militância asiática.

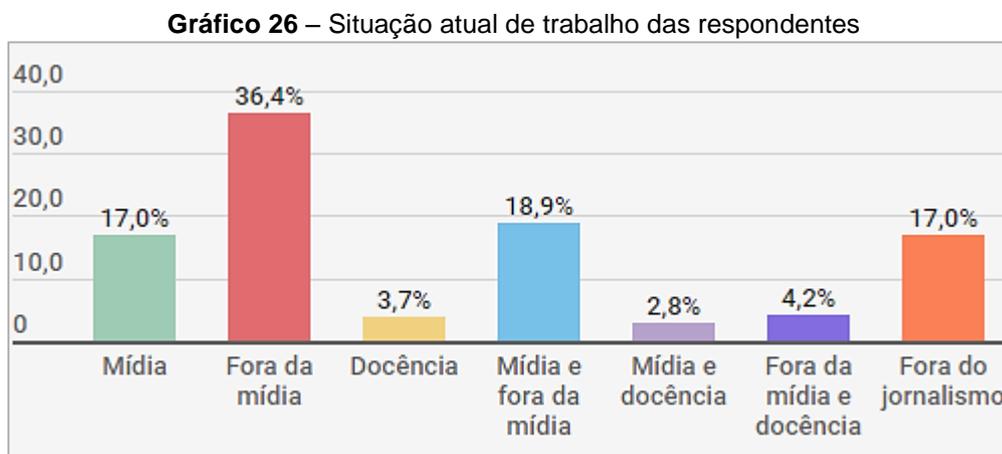
Em síntese, a identificação e/ou atuação em movimentos sociais são elementos que podem influenciar a forma como as/os sujeitas/os entendem e agem no mundo, incluindo o ambiente de trabalho no jornalismo. Os dados deixam claro que a maioria das informantes têm preocupação com causas político-sociais e de gênero, raciais, ambientais, de classe, deficiência, entre outras. Dessa forma, embora não seja possível verificar de que modo a identificação com movimentos sociais impacta a produção jornalística entre as respondentes, entendemos que essas questões são somatórias que podem contribuir em alguma medida na tomada de decisões, na definição das pautas, na escolha pelas fontes etc. O tópico a seguir discute aspectos do trabalho, relacionando ainda elementos interseccionais nas variáveis abordadas.

#### **4.4 Aspectos do trabalho**

Na medida em que o público da pesquisa se restringe à mulheres que possuem alguma experiência com produção jornalística, delimitamos a atual situação de trabalho das respondentes. Foram consideradas as seguintes categorias de trabalho: (I) exclusivamente na mídia (quem atua em redações), (II) somente fora da mídia (assessoria, agências, sindicatos etc., mas com produção informativa), (III) somente na docência em jornalismo (mas já trabalhou na mídia ou fora da mídia), (IV) mídia e fora da mídia, (V) mídia e docência, (VI) fora da mídia e docência, (VII) não trabalha no jornalismo, mas já trabalhou.

Os dados do Gráfico 26 apontam que a principal área de trabalho das respondentes é fora da mídia (36,4%). Outros levantamentos já indicam que boa parte das/os profissionais do jornalismo se concentra nesse setor: no Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012 (MICK; LIMA, 2013), 40% das/os informantes da amostra estavam

nessa área de atuação profissional, passando a corresponder a 35% na pesquisa de 2021 (LIMA et al., 2022).



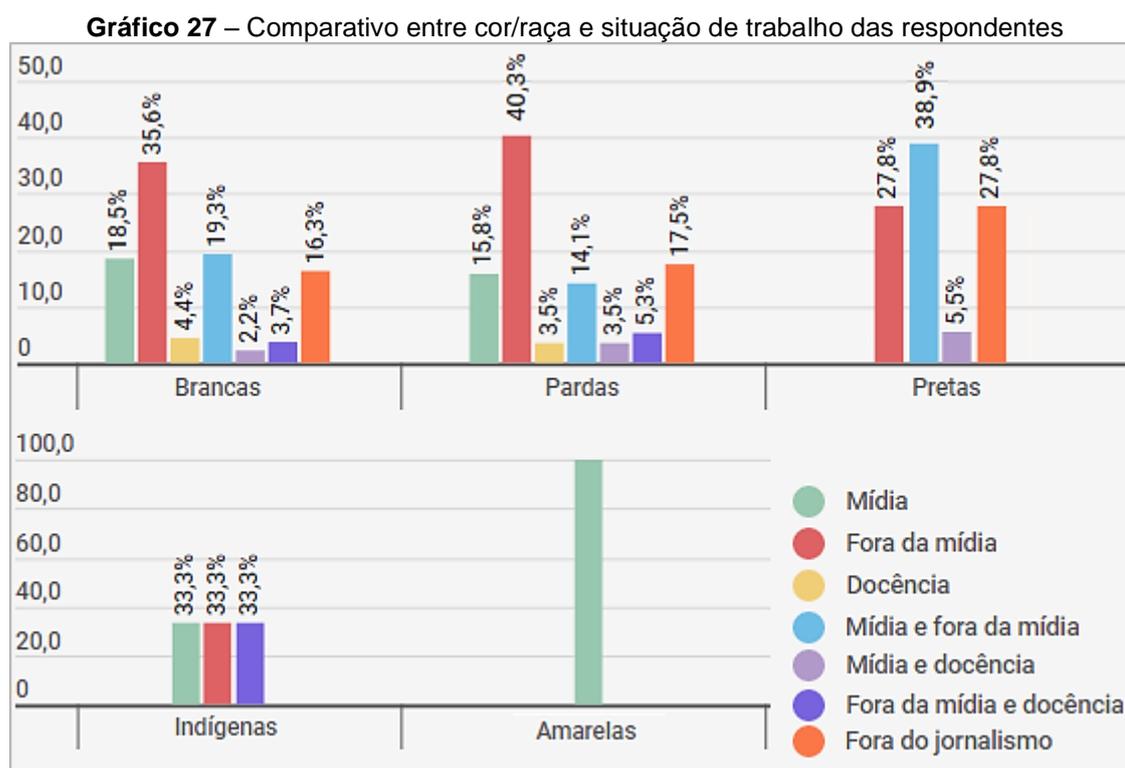
Fonte: elaboração própria (2022).

O duplo vínculo mídia e fora da mídia (18,9%) e exclusivamente na mídia (17%) são as demais áreas de trabalho com relativos percentuais entre as informantes. A literatura chama atenção para uma série de problemas que atingem mulheres na atuação profissional em redações (mídia). Em síntese dos apontamentos de Lelo (2018), destacamos a dificuldade em conciliar carreira e projetos familiares, daí a tendência do perfil de mulheres jovens e solteiras, desigualdade salarial, assédio e outras formas de violência, avaliação profissional baseada em padrões estéticos, especialmente no audiovisual, divisão sexista de pautas, editorias etc. Assim, as áreas fora da mídia parecem mais flexíveis para as mulheres do jornalismo.

É relevante observar o percentual de mulheres que já trabalharam no jornalismo, mas que no momento da participação no *survey* não atuavam na área (17%), sendo um ponto que merece atenção nas pesquisas. Kikuti e Rocha (2018) analisam a trajetória profissional de jornalistas entre 2012 e 2017, pontuando que, nesse período, houve uma queda maior no número de mulheres do que homens em diversas áreas do jornalismo (TV, jornal impresso, internet, rádio). Embora esta pesquisa não realize a comparação entre profissionais mulheres e homens, contribui ao corroborar discussões sobre a evasão feminina do jornalismo. Investigações posteriores podem observar quais motivos levam as mulheres a seguirem outra carreira e de que modo o gênero tem relação com essa escolha.

A seguir, nos interessa comparar cor/raça e situação de trabalho das informantes, no sentido de verificar possíveis assimetrias. Para esta análise

consideramos somente as respondentes que declararam cor/raça conforme o IBGE, totalizando 215. De maneira geral, o Gráfico 27 aponta que o trabalho fora da mídia se destaca entre os grupos raciais – corresponde a 35,6% entre brancas, 40,3% entre pardas e 27,8% entre pretas. O Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012 (MICK; LIMA, 2013) assinalou que a área fora da mídia teve mais participação de negras/os do que nos demais segmentos.



Fonte: elaboração própria (2022).

Observando diferenças raciais e a situação de trabalho, chama atenção que as mulheres pretas compõem o único grupo que não atua exclusivamente na mídia – ao contrário das 18,5% das mulheres brancas e 15,8% das pardas que estão na área. A docência em jornalismo foi assinalada somente entre as informantes brancas (4,4%) e pardas (3,5%). As respondentes pretas acumulam mais trabalho na mídia e fora da mídia (38,9%) – esse percentual cai para 19,3% entre brancas e 14,1% entre pardas. As respondentes pretas também apresentam o maior percentual na categoria fora do jornalismo (27,8%) – entre as brancas o índice corresponde a 16,3%, e 17,5% entre as pardas.

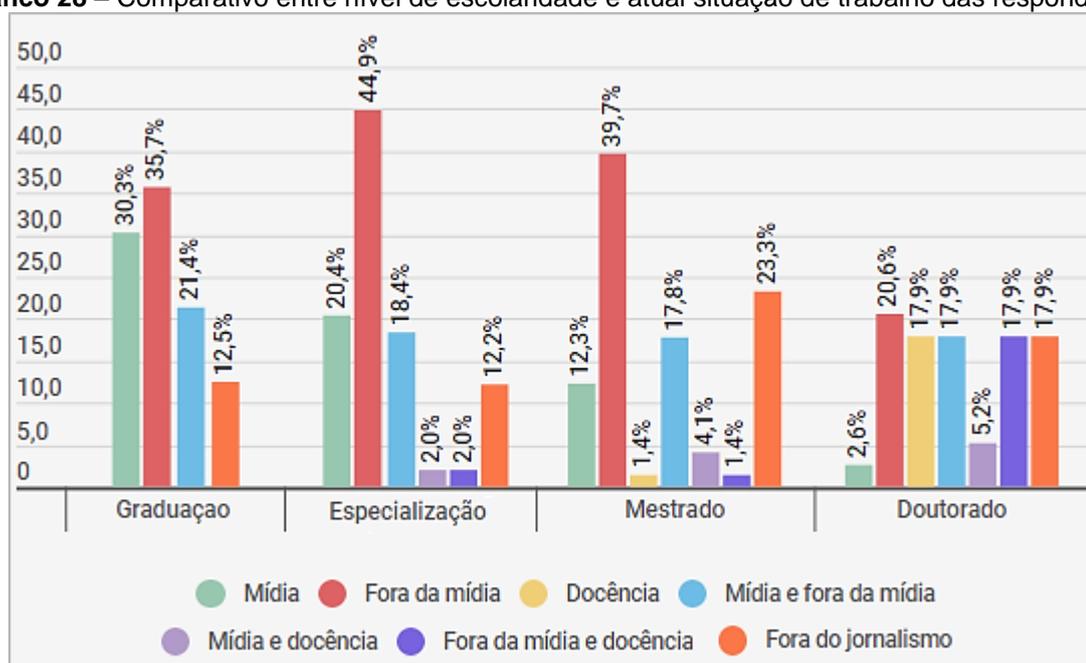
Desse modo, observamos possíveis áreas pelas quais as mulheres pretas podem ter mais dificuldade de acesso, como mídia e docência, apontando para o

racismo estrutural (BORGES, 2007). A literatura indica que o padrão estético branco ainda impacta o mercado do jornalismo, embora tenhamos notado avanços importantes. Já o trabalho fora da mídia parece absorver uma maior diversidade de profissionais femininas com menos barreiras raciais.

Sobre a docência, Rios e Mello (2019) verificam a omissão e precariedade de dados raciais nos relatórios da educação superior divulgados pelo Inep. A partir dos microdados do Censo da Educação Superior 2018, a pesquisadora e o pesquisador identificaram que, nesse nível de ensino, 52,9% das/os professoras/es são brancas/os e apenas 16,4% são negras/os (14,4% pardas/os e 2% pretas/os). Considerando o cenário geral, se por um lado o perfil discente é feminino e branco, a docência no ensino superior é majoritariamente formada por pessoas brancas com prevalência de homens. Nesse sentido, a docência no ensino superior pode apresentar entraves para o ingresso das mulheres, ao passo que o fator racial constitui um obstáculo a mais (e talvez mais excludente) entre mulheres negras e homens negros.

Ainda sobre a situação de trabalho das respondentes, é oportuno retomar os dados de escolaridade. Uma vez que informantes brancas e pardas apresentaram maiores graus de formação em pós-graduação, enquanto boa parte das mulheres pretas são graduadas/graduandas, conforme mostrado no primeiro tópico deste capítulo, essa diferença pode constituir um dos fatores que contribui na situação de trabalho notadamente assimétrica.

O Gráfico 28 mostra que respondentes de todos os graus de escolaridade estão mais presentes fora da mídia, embora o percentual seja mais baixo para aquelas com doutorado completo/em andamento (20,6%) – 35,7% entre graduadas/graduandas, 39,7% entre mestras/mestrandas e 44,9% entre as mulheres com/em especialização. Os dados informam que o duplo vínculo mídia e fora da mídia apresenta relevantes índices entre todos os grupos separados por nível de escolaridade, sendo que essa situação de trabalho específica é mais recorrente entre respondentes declaradas pretas. Assim, o acúmulo do trabalho na mídia e fora da mídia pode ser reflexo da precarização do trabalho das mulheres no jornalismo.

**Gráfico 28** – Comparativo entre nível de escolaridade e atual situação de trabalho das respondentes

Fonte: elaboração própria (2022).

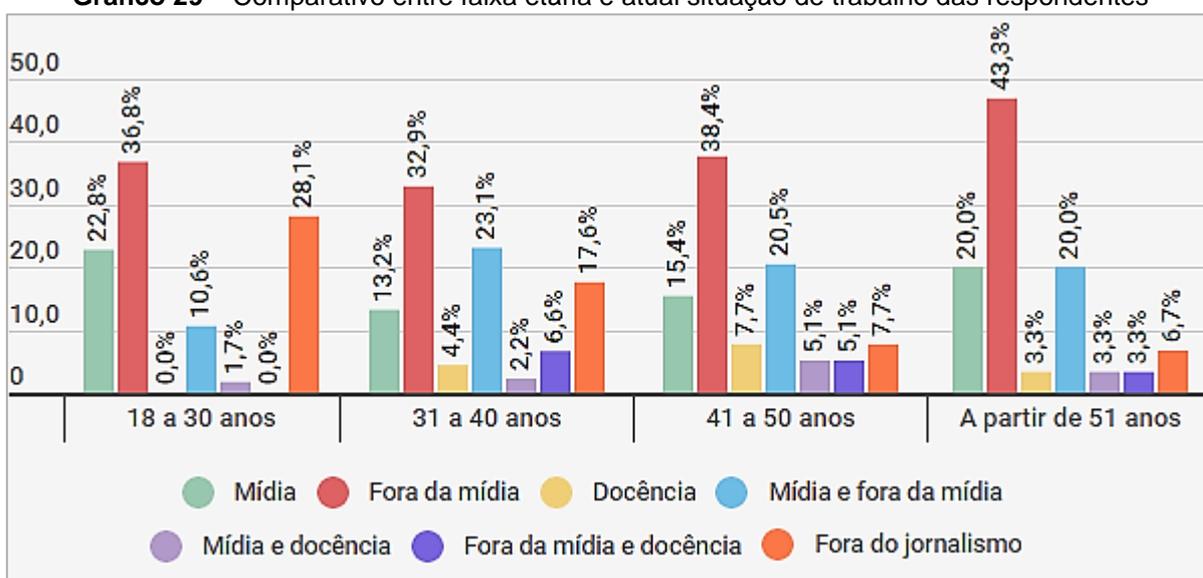
É relevante notar que 30,3% das graduadas/graduandas estão na mídia e que o percentual de respondentes exclusivamente nessa área vai diminuindo conforme o grau de escolaridade aumenta – 12,3% das mestras/mestrandas e somente 2,6% das doutoras/doutorandas assinalaram a mídia como espaço de trabalho principal. A hipótese é que elas buscam melhores condições de trabalho e remuneração a partir da formação mais elevada – a docência, por exemplo, foi apontada por 17,9% entre as mulheres com doutorado ou em doutoramento.

Olhando para a categoria “fora do jornalismo”, os percentuais são relevantes entre todos os grupos separados por nível de formação, porém mais altos entre as respondentes com mestrado completo/em andamento (23,3%) e doutorado completo/em andamento (17,9%). No *survey*, não questionamos às informantes os motivos da saída (temporária ou permanente) do jornalismo, de modo que um dos fatores que pode contribuir para explicar o resultado seja o público de mulheres alcançado entre a comunidade acadêmica. Assim, no momento da pesquisa, parte delas poderia estar se dedicando à formação e, conseqüentemente, fora do mercado. De qualquer modo, é relevante que outras investigações consigam analisar a evasão feminina do jornalismo, já que a literatura chama a atenção para o maior contingente de profissionais mulheres que deixam a área em comparação aos homens.

A seguir, comparamos faixa etária e situação de trabalho das respondentes, com a finalidade de verificarmos se há uma tendência de juvenilização entre essas

mulheres do jornalismo, conforme a literatura indica (MICK; LIMA, 2013; ROSSO; MICK, 2020; RATIER, 2015). O Gráfico 29 assinala que entre todos os grupos etários as informantes atuam mais fora da mídia, principalmente a partir dos 51 anos (43,3%). Sendo assim, observamos de maneira mais contundente que a feminização do jornalismo na categoria fora da mídia pode ser mais equitativa, já que diferentes perfis de mulheres (cor/raça, formação e faixa etária diversificadas) estão nessa área muito mais do que em outras – como a mídia e docência, por exemplo, que parecem restringir/difícultar o acesso de determinados grupos.

**Gráfico 29** – Comparativo entre faixa etária e atual situação de trabalho das respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

Sobre a juvenilização do jornalismo, não identificamos essa característica na amostra não-probabilística desta pesquisa quando consideramos faixa etária e atual situação de trabalho das respondentes. Olhando para a categoria da mídia, notamos que os maiores percentuais de informantes atuando exclusivamente nessa área correspondem aos grupos entre 18 a 30 anos (22,8%) e a partir dos 51 anos (20,0%). Esse resultado vai de encontro ao comparativo da formação: as informantes que possuem somente graduação estão mais na mídia e fazem parte justamente dessas faixas etárias citadas.

Em resumo, observamos que, quanto maior o nível de escolaridade, mais elas se distanciam das redações. Nesse sentido, a atuação das mulheres exclusivamente na mídia pode ter mais relação com a formação e isso também perpassa a faixa etária – já que as mulheres mais jovens possuem apenas a graduação ou estão se

graduando. Outras investigações precisam aprofundar quais aspectos incidem no fenômeno de juvenilização: essa característica estaria ligada a determinadas áreas (mídia ou fora da mídia), cargos e funções? O nível de escolaridade é um elemento que difere as áreas de atuação das mulheres? A faixa etária tem mais peso quando olhamos para profissionais da mídia do que fora da mídia?

Na categoria fora do jornalismo (desempregadas ou atuando em outra área), os dados mostram que elas correspondem às mais jovens – na faixa etária dos 18 a 30 anos, temos 28,1% de respondentes fora da área e entre 31 a 40 anos são 17,6%. Um fator já mencionado diz respeito ao público alcançado pela pesquisa entre a comunidade acadêmica, no qual parte das mulheres pode estar se dedicando à formação. Por outro lado, é importante considerar o cenário de desemprego no Brasil, que atinge sobretudo jovens. Em 2021, as/os desempregadas/os representavam 14,7% da população economicamente ativa, sendo que entre 18 a 24 anos o percentual era maior (31%). Além das/os mais jovens, o IBGE informou que o desemprego afetava mais mulheres<sup>51</sup>.

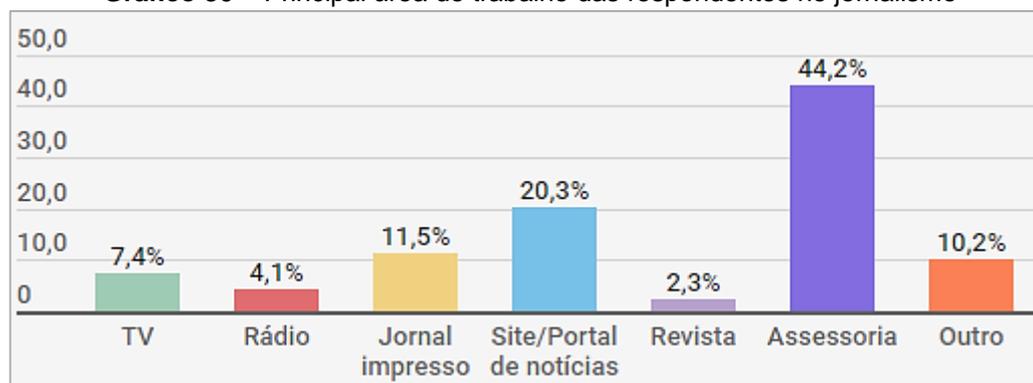
Ademais, o acúmulo do trabalho nas áreas da mídia e fora da mídia apresenta relativos percentuais entre todas as faixas etárias agrupadas, reforçando a hipótese da precarização do trabalho feminino no jornalismo mesmo entre aquelas com alta formação (Gráfico 28) e também em diferentes idades (Gráfico 29).

A seguir, no Gráfico 30, verificamos a principal área de trabalho das respondentes no mercado do jornalismo. Para este dado, solicitamos que as informantes considerassem o vínculo empregatício atual ou o emprego principal entre aquelas que possuem mais de um trabalho no mercado e da carreira daquelas que não atuam no jornalismo. Delimitamos as seguintes áreas: TV, rádio, jornal impresso, site/portal de notícias, revista, assessoria. A categoria “outro” reúne quem não conseguiu determinar uma única área de trabalho, mencionando múltiplas.

Em consonância aos dados que indicam a predominância de respondentes fora da mídia, o Gráfico 30 indica que a assessoria é a principal área de trabalho entre 44,2% das informantes. A pesquisa Mães Jornalistas e o Contexto da Pandemia (RIOS et al., 2020) obteve resultado semelhante: 43,72% das profissionais que participaram do estudo assinalaram que trabalham na assessoria de imprensa, seja em órgãos públicos, empresas privadas e terceiro setor.

---

<sup>51</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2021-08/pesquisa-aponta-que-os-jovens-sao-os-mais-afetados-pelo-desemprego> Acesso em: 24 jun. 2022.

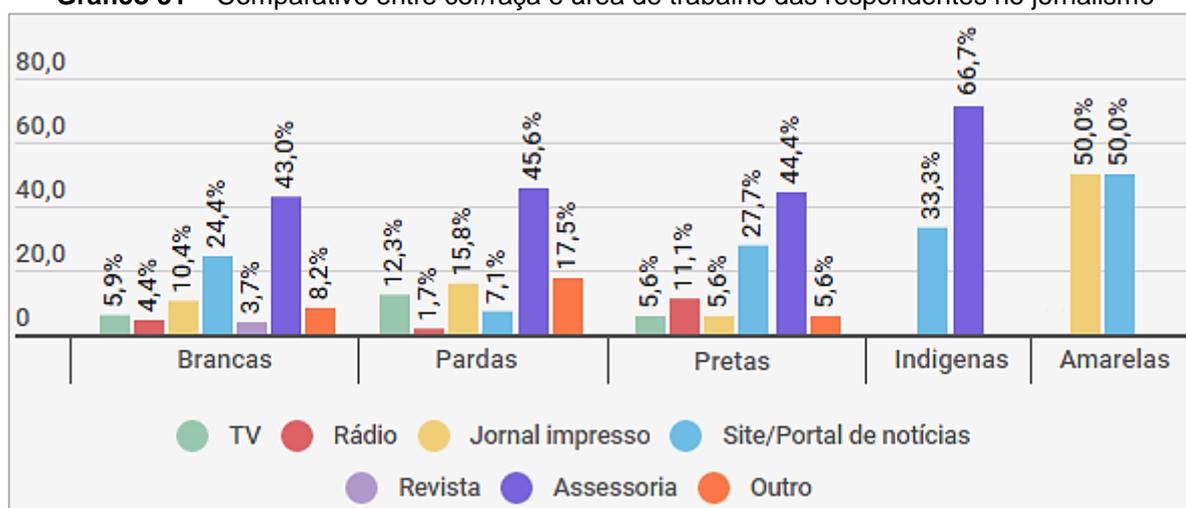
**Gráfico 30** – Principal área de trabalho das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

Site/Portal de notícias é a segunda principal área de trabalho das informantes (20,3%), indicando que as plataformas digitais superam as mídias convencionais (TV, jornal impresso) entre essas profissionais. A TV apresenta baixo percentual entre as respondentes (7,4%), o que pode ser explicado pelo enxugamento das equipes das emissoras (KIKUTI; ROCHA, 2018) ou até mesmo pelo número de funcionárias/os mais restrito ao tipo de função ligada à produção nessa área.

É interessante notar que no Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012 (MICK; LIMA, 2013) a maior parte das/os informantes atuava principalmente nos meios impressos (63,9%), seguido da internet (44,6%). Já o levantamento de 2021 (LIMA et al., 2022) mostra a mudança no cenário do mercado da mídia, com 61,5% das/os profissionais trabalhando no online. De maneira semelhante, o Perfil Racial da Imprensa Brasileira (BANDEIRA, 2021) aponta que Portal/Site de notícias é o tipo de veículo mais recorrente entre aquelas/es que atuam em redações (40,3%), sendo que o jornal impresso aparece com 20,0%. Assim, podemos notar as transformações no mercado jornalístico, sobretudo na mídia, que sai da hegemonia dos jornais impressos para as plataformas digitais.

No Gráfico 31, comparamos cor/raça e a principal área de trabalho das informantes no jornalismo, de modo que entre todos os grupos raciais é expressiva a atuação nas assessorias – entre as mulheres brancas o percentual representa 43,0%, 45,6% entre pardas, 44,4% entre declaradas pretas e para indígenas 66,7%. Esse resultado corrobora a literatura que indica uma maior diversidade racial nas áreas fora da mídia, especialmente em assessorias (MICK; LIMA, 2013).

**Gráfico 31** – Comparativo entre cor/raça e área de trabalho das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

Considerando os veículos da mídia, não observamos diferenças expressivas entre os grupos raciais. As principais colocações são: as respondentes brancas são as únicas que se distribuem em todas as áreas delimitadas, sendo a revista assinalada somente entre essas informantes (3,7%); os jornais impressos aparecem com relativos percentuais entre brancas (10,4%), pardas (15,8%), pretas (5,6%) e amarelas (50,0%); a TV foi mais apontada pelas mulheres pardas (12,3%), ao passo que o rádio aparece mais entre declaradas pretas (11,1%). Nesse sentido, os dados indicam um possível privilégio entre profissionais brancas que eventualmente conseguem transitar em mais setores.

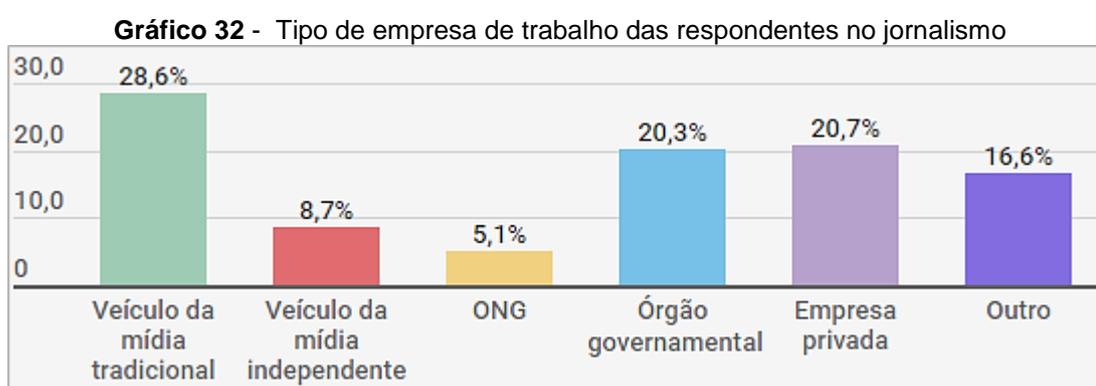
Optamos por não comparar faixa etária e nível de escolaridade na medida em que a principal área de trabalho não necessariamente condiz às atuais informações do perfil sociodemográfico das informantes – ao contrário da variável anterior que indica a situação de trabalho delas referentes ao momento da aplicação do *survey*. Sobre isso, uma das participantes relatou o seguinte:

As respostas fornecidas por mim foram com base na minha experiência enquanto repórter, até 2017, antes de entrar no mestrado. Respondi de acordo com o que era minha rotina na época, produzindo reportagens em uma emissora de televisão de canal aberto, em praças do interior do estado do RS [...].

Assim, seria inviável observar, por exemplo, se há uma tendência de mulheres com determinadas idades ou grau de formação atuarem mais na TV, quando as respondentes poderiam se referir a experiências de anos atrás. Por outro lado, a cor/raça é uma característica permanente e as assimetrias analisadas podem indicar

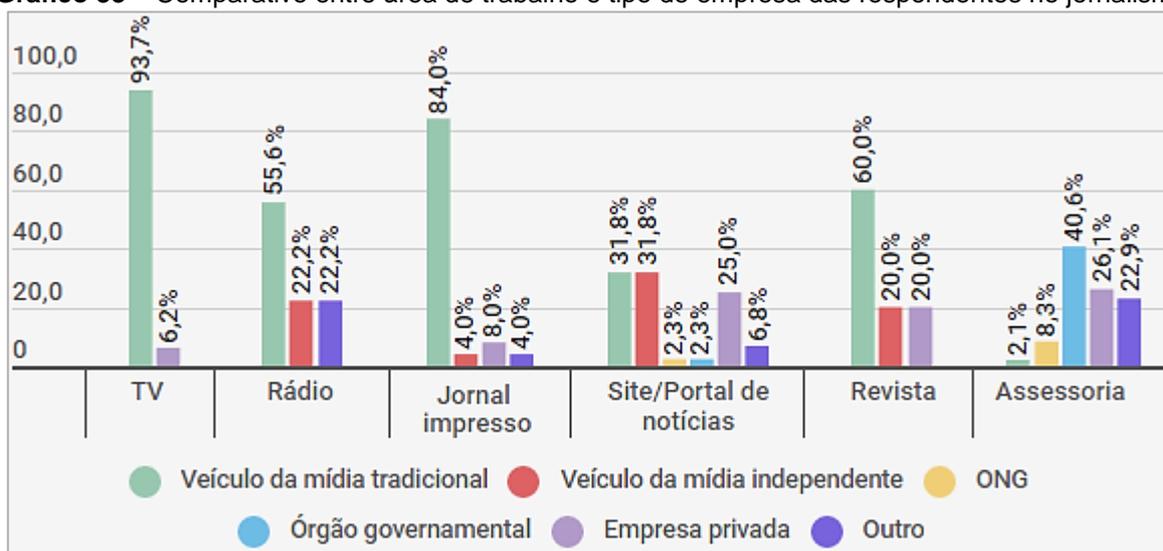
um problema estrutural. Ainda que seja possível mudar a autodeclaração de cor/raça, isso não implica desvincular-se das desigualdades que atingem determinados grupos.

A próxima variável se refere ao tipo de empresa de vínculo das respondentes, considerando o trabalho principal no jornalismo. As categorias são: veículo da mídia tradicional, veículo da mídia independente, organização não-governamental (ONG), órgão governamental, empresa privada. Os dados correspondentes ao Gráfico 32 indicam uma proximidade entre mídia tradicional (28,6%), órgão governamental (20,3%) e empresa privada (20,7%).



Fonte: elaboração própria (2022).

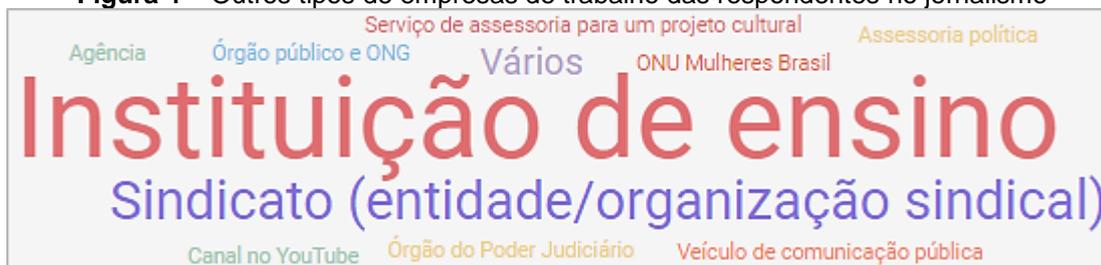
Para o Gráfico 33, realizamos o comparativo entre a área de trabalho no jornalismo e o tipo de empresa, para verificar se as respondentes têm/tiveram diversidade de espaços de atuação profissional dependendo do setor. As respondentes em mídias convencionais como principal área de trabalho majoritariamente indicam ligação com veículos tradicionais – 93,7% entre aquelas que atuam/atuavam na TV, 55,6% entre as profissionais no rádio e 84,0% no impresso. Já os sites/portais de notícias variam muito mais os tipos de empresas – 31,8% de quem trabalha/trabalhava nas plataformas digitais têm vínculo com o veículo da mídia independente, por exemplo. Já na assessoria, as respondentes se distribuem mais entre órgão governamental (40,6%), empresa privada (26,1%) e outro (22,9%). Corroborando o resultado, a pesquisa Mães Jornalistas e o Contexto da Pandemia (RIOS et al., 2020) aponta que os principais locais de trabalho em assessoria das participantes são órgãos públicos, empresas privadas e terceiro setor.

**Gráfico 33** – Comparativo entre área de trabalho e tipo de empresa das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

Nesse sentido, notamos que, para essas mulheres, determinadas áreas de trabalho apresentam poucas opções no tipo de empresa – como os jornais impressos que aqui se mostram predominantemente ligados aos veículos *mainstream*. Já as plataformas digitais oportunizam não apenas que outras empresas atuem no jornalismo, mas também uma maior quantidade e diversidade de mulheres nesses espaços. O relatório Ponto de Inflexão (LAFONTAINE; BREINER, 2017) conclui que as mulheres se destacam muito mais na fundação, nas equipes executivas e de gestão em empreendimentos de mídia nativos digitais do que em empresas de mídia tradicional na América Latina.

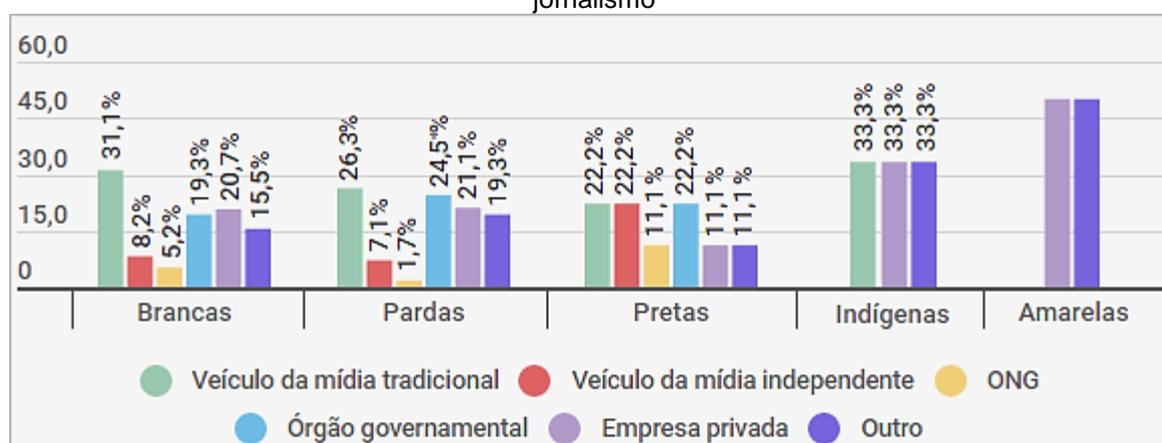
Entre os tipos de empresas categorizadas como “outro”, as respondentes citaram principalmente instituição de ensino e sindicato (também mencionado como entidade sindical e organização sindical), conforme ilustra a Figura 4. A maior parte das empresas categorizadas como “outro” está ligada ao trabalho em assessoria – entre as respondentes que atuam/atuaram em assessoria, 10,4% indicaram o tipo de empresa “instituição de ensino” e 7,3% mencionaram “sindicato”.

**Figura 4** – Outros tipos de empresas de trabalho das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

No Gráfico 34, comparamos cor/raça e tipo de empresa do trabalho principal das respondentes no jornalismo. Em geral, veículo da mídia tradicional aparece mais entre brancas (31,1%). É interessante notar que as organizações consideradas com maior potencial de contraposição às corporações hegemônicas são mais assinaladas entre as informantes declaradas pretas, como veículo da mídia independente (22,2%) e ONG (11,1%). Refletimos que esses espaços podem oferecer maior acesso às profissionais pretas e/ou elas podem ter mais interesse de atuação nesses tipos de empresas – em tese – contra-hegemônicas.

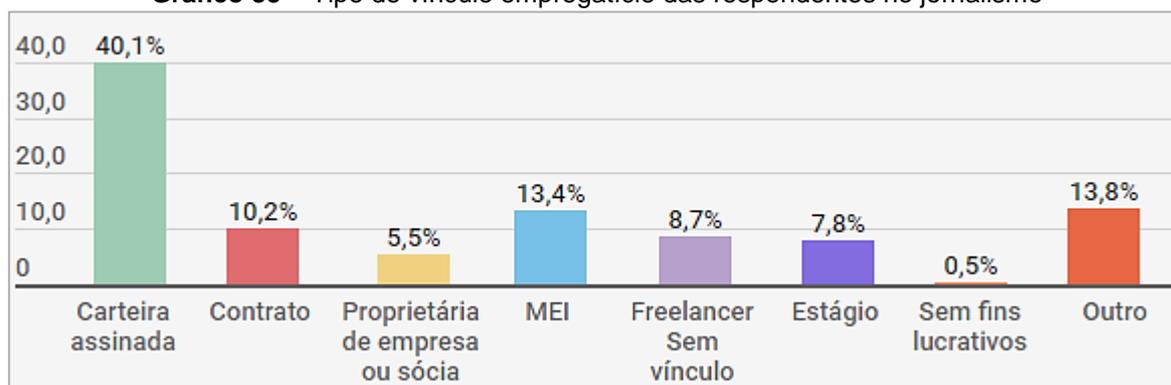
**Gráfico 34** – Comparativo entre cor/raça e tipo de empresa de trabalho das respondentes no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

Tendo em vista que, entre as respondentes, o tipo de empresa categorizado como órgão governamental é mais ligado ao trabalho em assessoria, o resultado reforça a premissa de que os espaços denominados fora da mídia podem apresentar maior diversidade racial de mulheres. Temos 22,2% das informantes pretas, 24,5% das pardas e 19,3% das brancas em órgãos governamentais.

Por conseguinte, no Gráfico 35, nos interessa verificar o tipo de vínculo no trabalho principal das respondentes no jornalismo a partir das categorias: carteira assinada, contrato, proprietária de empresa ou sócia, Microempreendedora Individual (MEI), *freelancer*/sem vínculo, estágio, sem fins lucrativos. Assim como outros levantamentos indicam (MICK; LIMA, 2012; RIOS et al., 2020; LIMA et al., 2022), as mulheres atuam no jornalismo brasileiro principalmente sob o vínculo empregatício da carteira assinada (40,1%).

**Gráfico 35** – Tipo de vínculo empregatício das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

É interessante notar os percentuais de respondentes que assinalaram formas de trabalho mais flexíveis e/ou esporádicas, com 13,4% para MEI, 10,2% para contrato, 8,7% *freelancer* e 7,8% com estágio. Para Leite (2017), determinados enquadramentos mais flexíveis, como *freelancer*, podem ter relação com a dificuldade em conciliar a rotina de trabalho nas empresas, especialmente em redações. Se por um lado, o vínculo menos rígido pode auxiliar as mulheres que precisam adaptar o tempo, também há críticas quanto à precarização, já que por vezes as profissionais deixam de ter a garantia de direitos trabalhistas. Outras pesquisas podem investigar as implicações do trabalho intermitente e como isso impacta o jornalismo.

A categoria “outro” aparece com o relevante percentual de 13,8% e a Figura 5 indica as menções das respondentes. O tipo de enquadramento “servidora pública” se destaca, seguido de “cargo comissionado” e “concursada”. As demais respostas são predominantemente múltiplos vínculos.

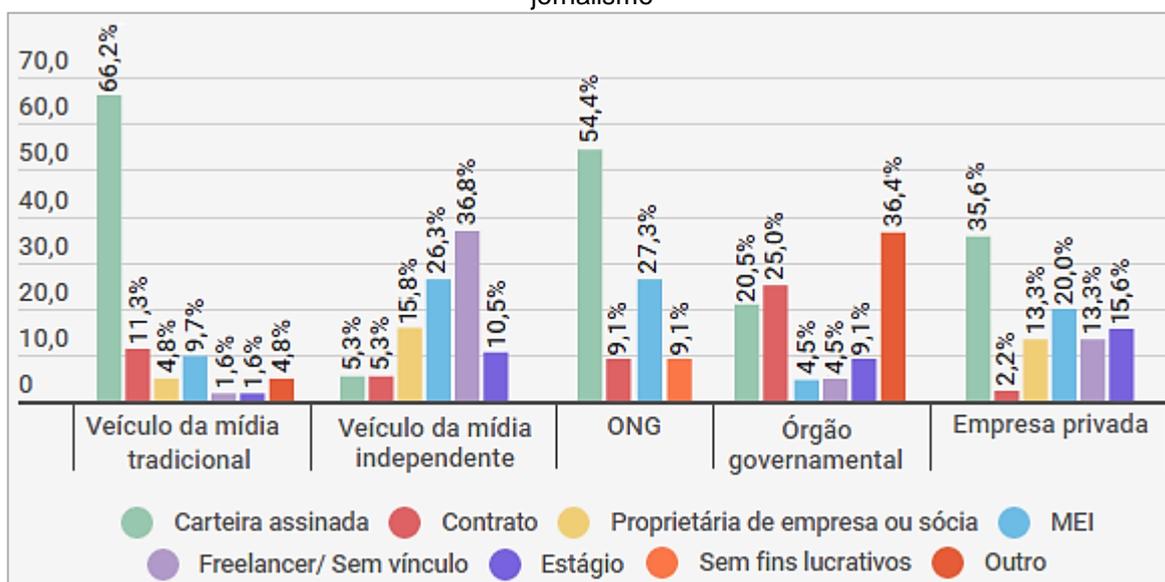
**Figura 5** – Outros tipos de vínculos empregatícios das respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

Comparamos o tipo de empresa e o vínculo empregatício, para verificarmos se determinados arranjos apresentam enquadramentos de trabalho regulares ou mais

instáveis considerando a amostra de respondentes. O Gráfico 36 aponta que a carteira assinada é mais observada entre as informantes atuantes em veículos da mídia tradicional (66,2%), ONG (54,4%) e empresa privada (35,6%). Tendo em vista que a assessoria é mais ligada a órgão governamental, 36,5% das mulheres que trabalham/trabalhavam nesse tipo de empresa indicam “outro” vínculo – especialmente servidora pública, cargo comissionado e concursada.

**Gráfico 36** – Comparativo entre tipo de empresa e vínculo empregatício das respondentes no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

É interessante perceber que boa parte das respondentes que realizam trabalhos *freelancer* indica veículo da mídia independente como emprego principal (36,8%). Sobre mulheres *freelancers*, Leite (2017) argumenta que muitas dessas profissionais buscam regimes de trabalho mais adaptáveis à rotina familiar, mas também é necessário analisar que, por vezes, isso se dá de forma compulsória – a autora indica que uma das jornalistas entrevistadas ficou desempregada e precisava “fazer frilas” para se manter. Assim, as informantes desta pesquisa podem encontrar mais flexibilidade de trabalho na mídia independente e/ou identificação com o tipo de conteúdo que circula nesses veículos, porém é necessário refletir sobre uma possível dificuldade dessas empresas oferecerem formas de vínculos regulamentados<sup>52</sup>.

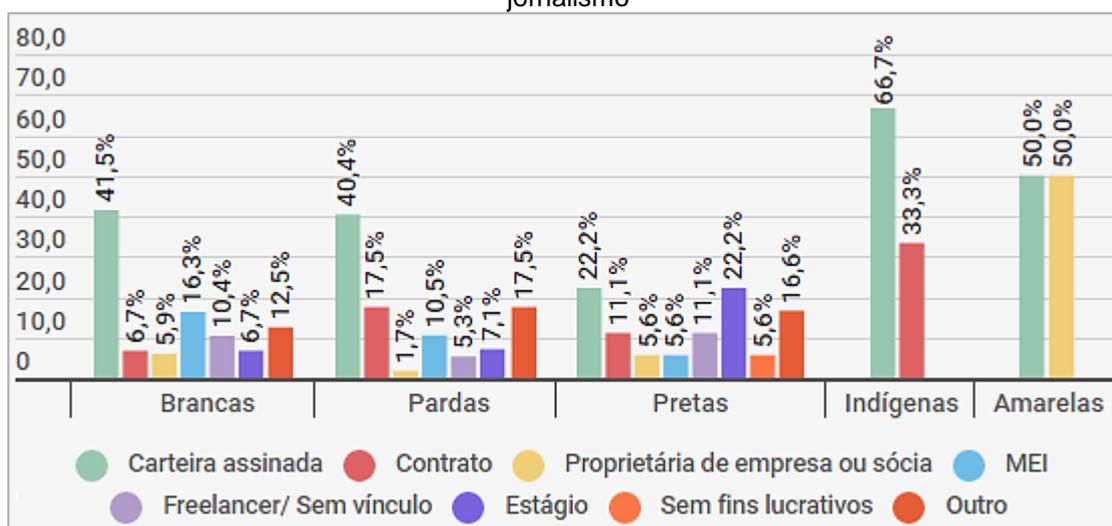
<sup>52</sup> Figaro et al. (2021) avaliam que muitos arranjos jornalísticos independentes e/ou alternativos possuem formas instáveis e desterritorializadas de organização, rotina mais flexível e produções colaborativas, que impactam na periodicidade de publicação indefinida, entre outros fatores. As autoras e os autores concluem que o principal desafio desses arranjos é viabilizar formas de sustentação financeira, o que recai na precarização do trabalho das/os jornalistas, por vezes voluntário ou *freelance*.

Os dados mostram um maior percentual de proprietárias ou sócias no tipo de empresa de veículos da mídia independente, com 15,8%. O relatório Ponto de Inflexão (LAFONTAINE; BREINER, 2017) indica a expressiva atuação de mulheres fundadoras ou co-fundadoras em empreendimentos de mídia nativos digitais na América Latina – entre 100 sites investigados, elas estão envolvidas na criação de 62%. Para o estudo, “esta constatação sugere que as mulheres estão tirando proveito das baixas barreiras de entradas nas *startups* de mídia para contornar as barreiras de gênero da mídia tradicional e construir suas próprias empresas de mídia” (LAFONTAINE; BREINER, 2017, p. 41).

Em síntese, olhando para as respondentes que atuam/atuavam em veículos da mídia independente é possível refletir uma possível precarização no sentido da remuneração para algumas mulheres, mas esses espaços também oportunizam o maior protagonismo feminino na liderança entre empresas de jornalismo.

O comparativo entre cor/raça e tipo de vínculo empregatício das respondentes no jornalismo (Gráfico 37) indica que o enquadramento designado como carteira assinada é mais frequente entre brancas (41,5%) e pardas (40,4%) do que pretas (22,2%). O resultado pode ter relação com o maior número de informantes brancas e pardas atuantes em veículos da mídia tradicional – já que predominantemente o vínculo nesse tipo de empresa entre as informantes se dá a partir do registro na carteira de trabalho.

**Gráfico 37** – Comparativo entre cor/raça e tipo de vínculo empregatício das respondentes no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

O tipo de vínculo classificado como “outro” é observado com relativo percentual entre pardas (17,5%), pretas (16,6%) e brancas (12,5%), apontando que os enquadramentos servidora pública, cargo comissionado ou concursada podem ser mais equilibrados entre os grupos raciais – reforçando a premissa da maior equidade em empresas ligadas a assessorias do que na mídia.

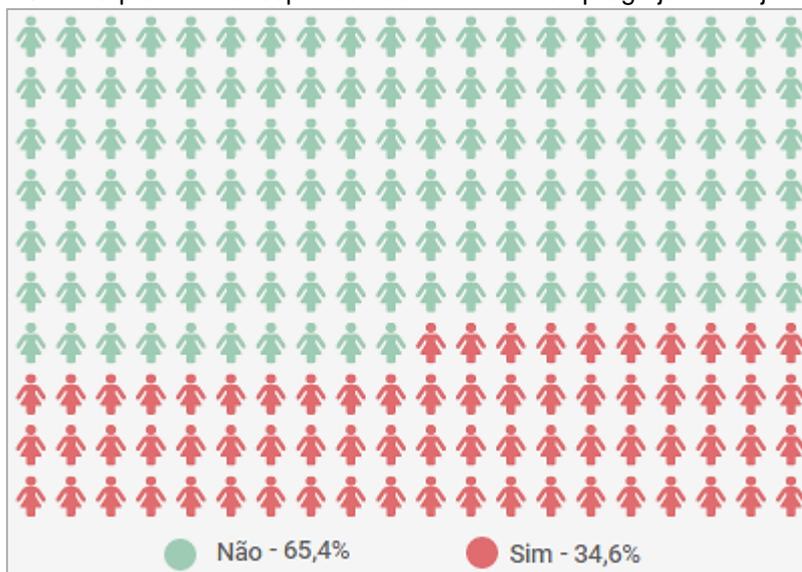
As informantes negras são as que mais se enquadram em formas de trabalho intermitentes, como estágio (22,2% entre pretas) e contrato (17,5% entre pardas), indicando uma possível precarização entre esse grupo racial. É interessante notar que o vínculo sem fins lucrativos aparece somente entre as mulheres pretas (5,6%) e pode ter relação com a maior atuação delas em ONGs – nesta pesquisa, esse tipo de empresa é a única com trabalho sem fins lucrativos.

Assim, notamos que diferentes grupos raciais se distribuem melhor quando o vínculo empregatício está ligado a órgãos governamentais, sobretudo assessorias. Relacionando vínculos trabalhistas flexíveis e intermitentes à precarização, embora os veículos da mídia independente possivelmente apresentam mais dificuldade em oferecer formas de trabalho regulamentadas, esses arranjos parecem ter maior potencial para o protagonismo das mulheres do que em outros tipos de empresas quando elas são proprietárias ou sócias. De modo geral, a carteira assinada é recorrente entre as informantes, entretanto as mulheres negras podem estar mais propensas a enquadramentos instáveis, como estágio e contrato.

Ainda que os vínculos trabalhistas tenham muito mais relação com o tipo de empresa pela qual as profissionais prestam serviço, aspectos raciais também impactam. Por exemplo, se a mídia tradicional impõe mais barreiras para o ingresso de mulheres negras, em consequência elas podem buscar outros espaços ou outras formas de se manterem financeiramente. Não que isso determine relações de trabalho precárias, mas são fatores que podem contribuir. É importante ressaltar que não estamos cristalizando e rotulando como precarizado o trabalho das mulheres negras no jornalismo, assim como os veículos da mídia independente, enquadramentos *freelance*, estágio e contrato, mas tão somente analisando possíveis cenários de desvantagens a partir da análise e da literatura.

Para a próxima variável, questionamos se as respondentes mantêm ou já mantiveram outro emprego junto ao jornalismo. A Figura 6 indica que a maioria não concilia/conciliou outro trabalho (65,4%), mas a cada dez mulheres, quase quatro delas realizam/já realizaram duas ou mais atividades remuneradas em concomitância.

**Figura 6** – Frequência de respondentes com outro emprego junto ao jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

A seguir (Figura 7), reunimos as atividades remuneradas citadas pelas participantes junto ao emprego no jornalismo. Entre as informações relatadas, algumas respondentes destacaram que os demais trabalhos foram mantidos por um período e outras trabalharam em mais de um tipo de empresa ao mesmo tempo, como redação e assessoria. Os empregos/funções que mais se repetem são docência ou professora, assessoria, fotógrafa ou fotografia, *freelancer* e produtora de conteúdo.

**Figura 7** – Outros empregos mantidos pelas respondentes junto trabalho principal no jornalismo

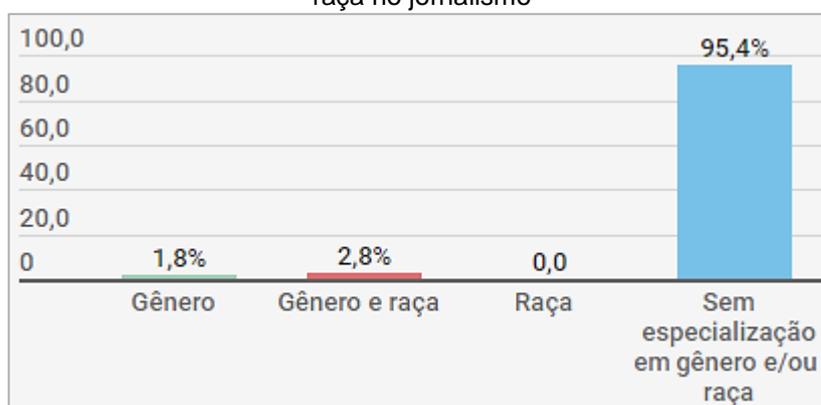


Fonte: elaboração própria (2022).

É interessante notar que muitas mulheres citam atividades ligadas à arte, como produção audiovisual, dramaturgia, produção artística, teatral, museu. A literatura indica essa característica bastante presente entre profissionais do jornalismo, conforme discorreremos nos capítulos teóricos. Na obra de Pereira (2020), o autor identificou que parte das/os jornalistas mostram gosto pela escrita, leitura, artes, cinema etc. Chama a atenção que, nesta pesquisa, muitas mulheres mencionaram a graduação em Comunicação Social ou Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, de modo que os cursos mais abrangentes podem contribuir para o exercício dessas atividades para além da produção jornalística.

Tendo em vista que a pesquisa trata da perspectiva de gênero no jornalismo, nos interessou identificar se as empresas do trabalho principal das informantes são especializadas em: (I) gênero, (II) gênero e raça ou (III) raça. O Gráfico 38 aponta que 95,4% das respondentes não atuam/atuaram em empresas focadas em gênero e/ou raça. Somente 1,8% indicou espaço de trabalho com produção especializada em gênero, distribuídas entre órgão governamental, veículo da mídia independente e empresa privada. Já 2,8% assinalam vínculo a empresas com foco em gênero e raça, sendo em ONGs, veículos da mídia tradicional e independente, além de “outro” tipo não classificado. O resultado mostra que, apesar do percentual baixo, as especializações em gênero e/ou raça são observadas em diferentes espaços e já indica que entre as respondentes há profissionais que produzem/produziam focando nesses marcadores.

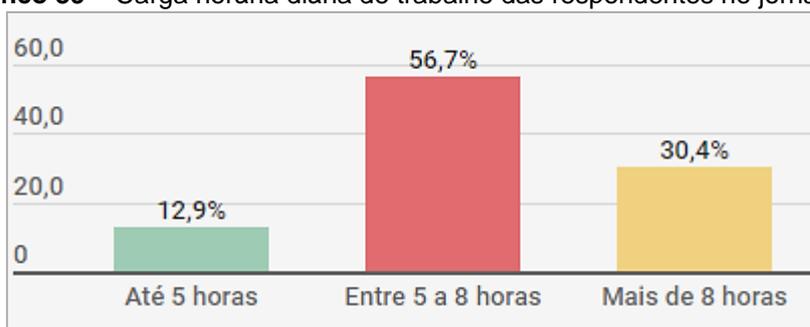
**Gráfico 38** – Frequência de respondentes com vínculo a empresas especializadas em gênero e/ou raça no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

No Gráfico 39, verificamos a carga horária de trabalho no emprego principal das informantes no jornalismo. No *survey*, indicamos opções considerando o expediente diário para facilitar as respostas, uma vez que quantificar a carga horária semanal poderia ser mais difícil. Desse modo, a maioria das mulheres indica carga horária diária entre 5 a 8 horas (56,7%), somente 12,9% apontam até 5 horas, enquanto 30,4% delas trabalham em média mais de 8 horas por dia.

**Gráfico 39** – Carga horária diária de trabalho das respondentes no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

A FENAJ reforça que, de acordo com Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), a jornada de trabalho tanto para jornalistas que atuam na mídia quanto em assessorias é de 5 horas diárias<sup>53</sup>. No entanto, muitas empresas determinam expediente de 8 horas diárias por entenderem que profissionais exercendo cargo de assessoras/es não se enquadram como jornalistas, embora também cumpram funções de elaborar e revisar textos, apurar informações, fotografar, editar etc.

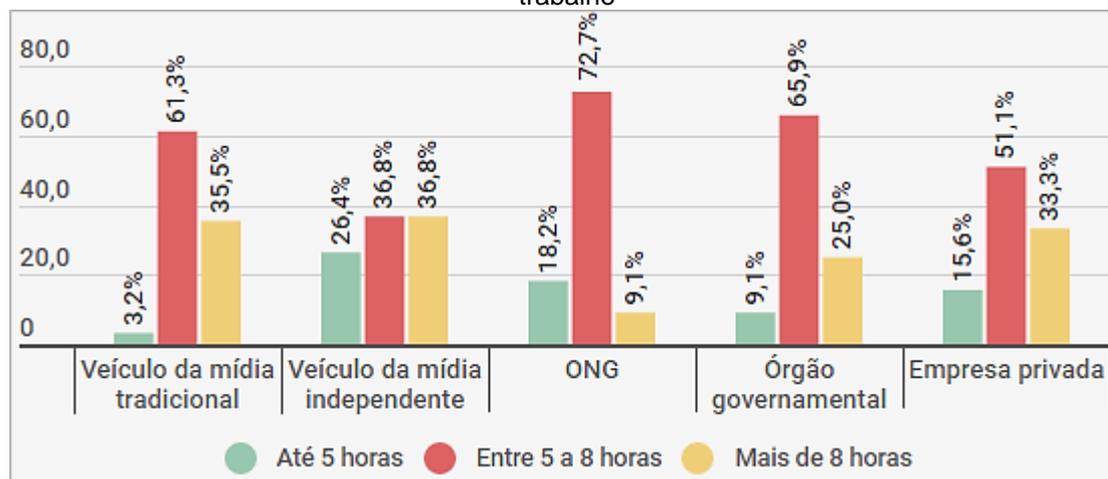
O Perfil do Jornalista Brasileiro 2012 (MICK; LIMA, 2013) indica que somente 11,6% das/os jornalistas possuíam carga horária diária de até 5 horas, 43,3% entre 5 a 8, enquanto 45,1% excediam 8 horas. Já o levantamento de 2021 (LIMA et al., 2022) mostra que a maioria cumpre expediente de até 8 horas (57,8%), mas 42,2% das/os profissionais trabalham mais de 8 horas por dia. Assim, observamos uma sobrecarga na jornada de trabalho no jornalismo. Nesse sentido, verificamos se há divergências de expediente a depender do tipo de empresa no trabalho principal das respondentes.

No Gráfico 40, os dados assinalam que o tipo de empresa com expediente menos padronizado é veículo da mídia independente, o que pode ter relação com o maior percentual de respondentes atuando como *freelancers* nesses espaços. Por

<sup>53</sup> Art. 303 - A duração normal do trabalho dos empregados compreendidos nesta Seção [dos jornalistas profissionais] não deverá exceder de 5 (cinco) horas, tanto de dia como à noite.

outro lado, é positivo destacar que as mulheres que prestam serviço para esse tipo de arranjo jornalístico são as que mais cumprem a carga horária de 5 horas por dia (26,4%).

**Gráfico 40** – Comparativo entre tipo de empresa de vínculo das respondentes e carga horária de trabalho



Fonte: elaboração própria (2022).

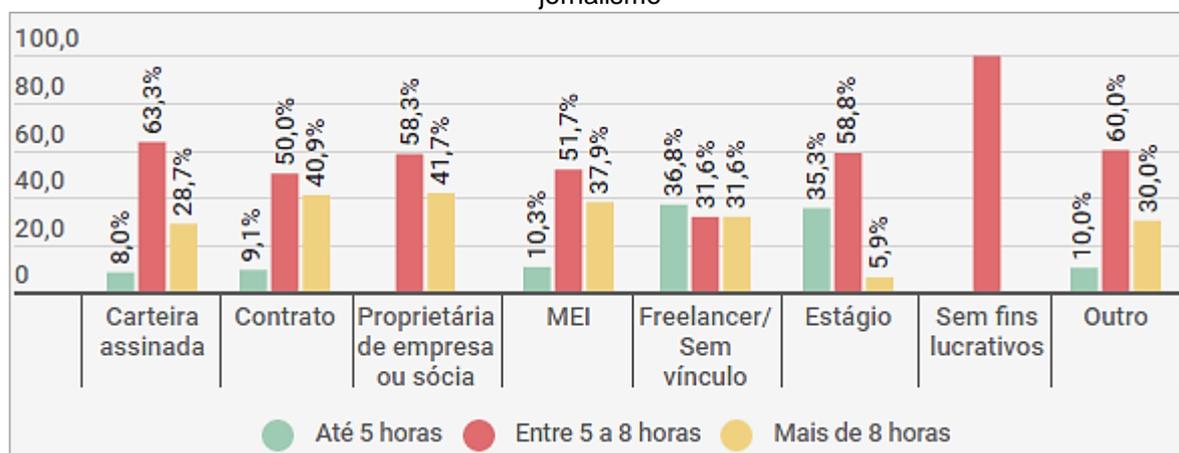
Quanto aos demais tipos de empresas, a maioria das mulheres trabalha até 8 horas diárias, especialmente em ONGs (72,7%), órgãos governamentais (65,9%) e veículos da mídia tradicional (61,3%). Tendo em vista que o expediente de jornalistas atuantes na mídia não deve exceder 5 horas por dia, a pesquisa indica que somente 3,2% das informantes com vínculo em veículos tradicionais estão dentro desse regime, ao passo que 35,5% vão além das 8 horas.

Para complementar a análise da carga horária de trabalho, comparamos também com o tipo de vínculo das respondentes. Os dados dispostos no Gráfico 41 assinalam que as profissionais com enquadramento da carteira assinada, junto a categoria “outro” (servidora pública, cargo comissionado e concursada), são as que mais trabalham/trabalhavam entre 5 a 8 horas por dia – sobretudo em veículos da mídia tradicional e assessorias de órgãos públicos, conforme vimos anteriormente.

Observamos que as informantes que atuam sob contrato, um tipo de vínculo trabalhista considerado intermitente, tiveram o maior percentual entre aquelas que excedem 8 horas diárias (40,9%). Já as *freelancers* e estagiárias assinalaram mais o expediente de até 5 horas – 36,8% e 35,3%, respectivamente. Contudo, a própria atividade do estágio já demanda uma jornada reduzida. As respondentes que realizam

frila possuem menor padrão na carga horária e vai de encontro a própria proposta desse tipo de trabalho, geralmente sem uma rotina rígida.

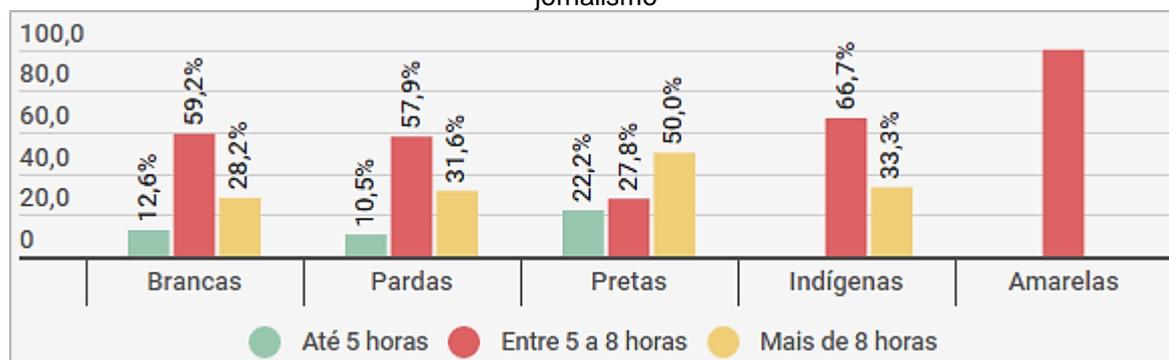
**Gráfico 41** – Comparativo entre vínculo trabalhista e carga horária do trabalho das respondentes no jornalismo



Fonte: elaboração própria (2022).

Comparando a cor/raça e a carga horária diária de trabalho (Gráfico 42), os dados indicam que respondentes brancas e pardas tendem a se enquadrarem mais no expediente de até 8 horas – 59,2% e 57,9%, respectivamente. Entre informantes declaradas pretas está o maior percentual de profissionais que excedem 8 horas (50,0%). Conforme vimos que os vínculos trabalhistas mais instáveis são verificados mais entre mulheres declaradas pretas, esse aspecto pode contribuir para o resultado.

**Gráfico 42** – Comparativo entre cor/raça e carga horária diária de trabalho das respondentes no jornalismo



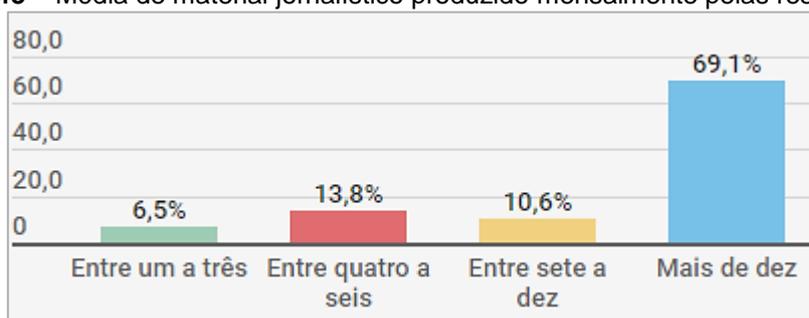
Fonte: elaboração própria (2022).

Assim, observamos que diversos fatores se entrecruzam no cenário de atuação das respondentes. Os espaços de assessorias, como órgão governamental e empresa privada, e veículos da mídia tradicional tendem a oferecer vínculos trabalhistas mais regulamentados e carga horária entre 5 a 8 horas diárias. Por outro lado, na mídia

tradicional, que deveria adequar o regime de trabalho da/o jornalista de acordo com a CLT, poucas mulheres assinalam a jornada de 5 horas por dia. Já o expediente de trabalho menos padronizado foi identificado entre informantes que atuam em veículos da mídia independente e aquelas que realizam serviço *freelance*, sendo que respondentes pretas são as que mais excedem 8 horas diárias. Nesse sentido, ponderamos que o trabalho *freelancer* não necessariamente significa uma escolha das profissionais pensando na flexibilidade da rotina, de modo que é importante levar em conta o cenário de desemprego que muitas vezes não permite que as mulheres tenham outras opções. Conforme visto a partir da análise, há indícios de precarização em empresas que possam apresentar mais dificuldade financeira e relações de trabalho instáveis, atingindo sobretudo profissionais negras.

A variável seguinte, indicada no Gráfico 43, diz respeito à média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes no emprego principal. Delimitamos dessa forma para observarmos se há diferenças a depender do tipo de empresa e de vínculo entre as profissionais. Os dados apontam que 69,1% das respondentes entregam/entregavam uma média superior a dez materiais jornalísticos por mês, ao passo que três a cada dez mulheres produzem/produziam menos do que essa quantidade.

**Gráfico 43** – Média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes

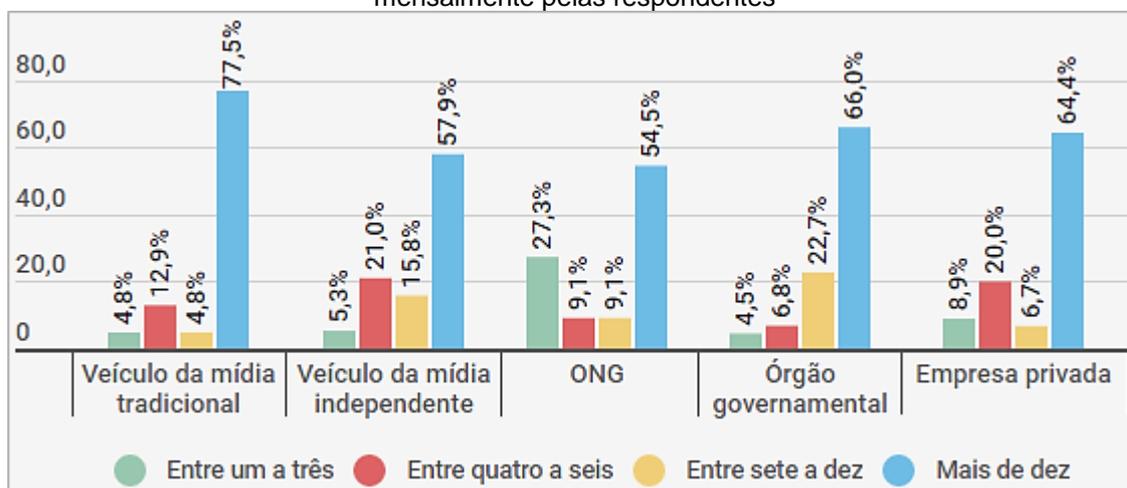


Fonte: elaboração própria (2022).

Uma vez observado que parte das informantes pode apresentar rotinas de produção diferentes, ainda que a maioria produza/produzia mais de dez materiais por mês, comparamos o tipo de empresa de vínculo delas. No Gráfico 44 notamos cenários aproximados, mas as mulheres com vínculo a veículos da mídia tradicional, órgão governamental e empresa privada possuem maiores médias de produção jornalística – 77,5%, 66,0% e 64,4%, respectivamente. É importante considerar

diversos fatores que implicam a produção, como periodicidade, competitividade, interesses econômicos e institucionais etc.

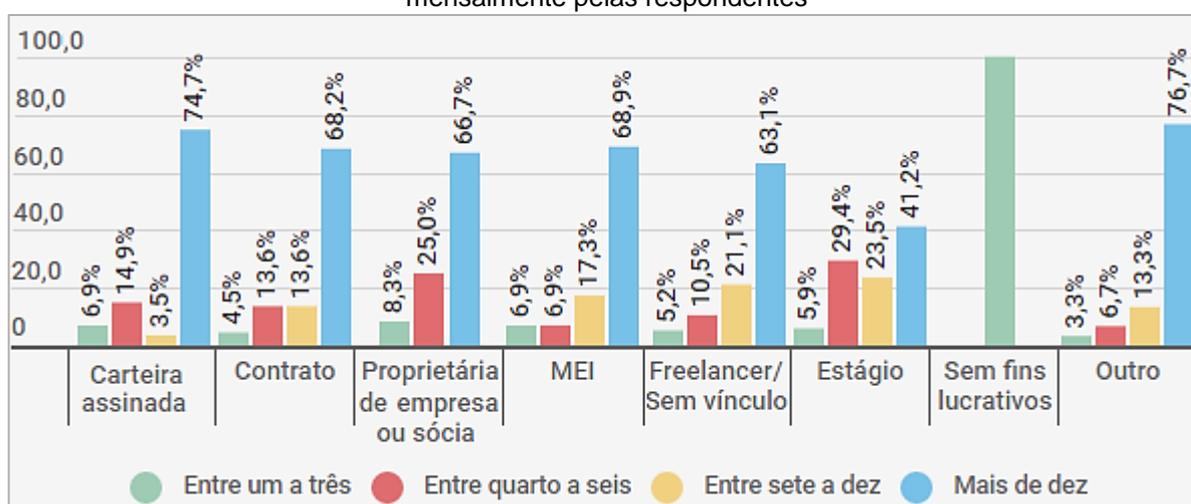
**Gráfico 44** – Comparativo entre tipo de empresa e média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

A seguir, no Gráfico 45, comparamos a produção de material jornalístico em quantidade mensal e o tipo de vínculo das informantes. Assim, a maioria das mulheres com vínculos empregatícios tanto mais sólidos quanto intermitentes indica que produz mais de dez materiais jornalísticos por mês, principalmente aquelas que possuem carteira assinada (74,7%) e enquadramentos classificados como “outro” (servidora pública, cargo comissionado, concursada) (76,7%).

**Gráfico 45** – Comparativo entre vínculo empregatício e média de material jornalístico produzido mensalmente pelas respondentes

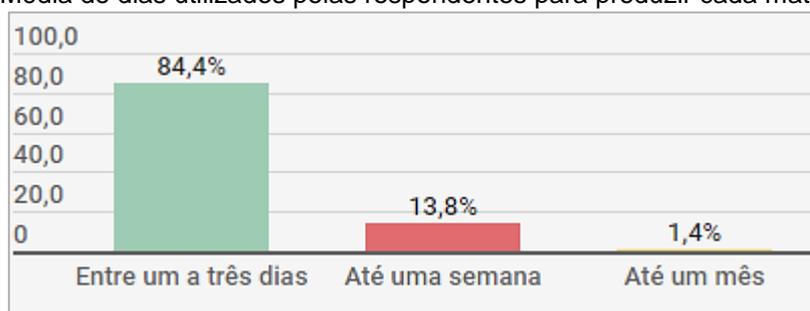


Fonte: elaboração própria (2022).

Anteriormente estabelecemos relação entre corporativismo dos veículos da mídia tradicional, assessoria em órgãos governamentais e empresas privadas a jornadas de trabalho mais rígidas. Não obstante, as relações trabalhistas mais flexíveis não necessariamente significam um ritmo de produção diferente, já que a maioria das *freelancers* também indicam que a quantidade de material produzido mensalmente ultrapassa dez (63,1%). A exceção é observada apenas entre as estagiárias, que podem produzir menos em razão da rotina de trabalho em tese diferenciada – 58,8% produzem até dez materiais por mês. Em síntese, o tipo de empresa parece ter maior peso na rotina de produção entre essas mulheres do que o vínculo empregatício, de modo que tanto aquelas mais estabilizadas quanto as profissionais com admissões intermitentes indicam condições semelhantes considerando a variável da produção.

Para verificarmos mais características do trabalho dessas profissionais, foi solicitado que as respondentes indicassem a média de dias utilizados para a produção de cada material jornalístico a partir das opções: entre um a três dias, até uma semana, até um mês. O Gráfico 46 aponta que, para 84,4% das informantes, a produção leva em média até três dias. Desse modo, é relevante levar em conta que as produções jornalísticas com perspectiva de gênero se diferem de notas sobre mulheres (CHAHER, 2007b), sendo em geral mais aprofundadas, recorrendo a dados e relatórios de pesquisas, com diferentes enfoques e variadas fontes, o que demanda um tempo maior para elaboração. Nesse sentido, os dados demonstram uma possível rotina de trabalho das informantes que dificulta a produção mais aprofundada.

**Gráfico 46** – Média de dias utilizados pelas respondentes para produzir cada material jornalístico

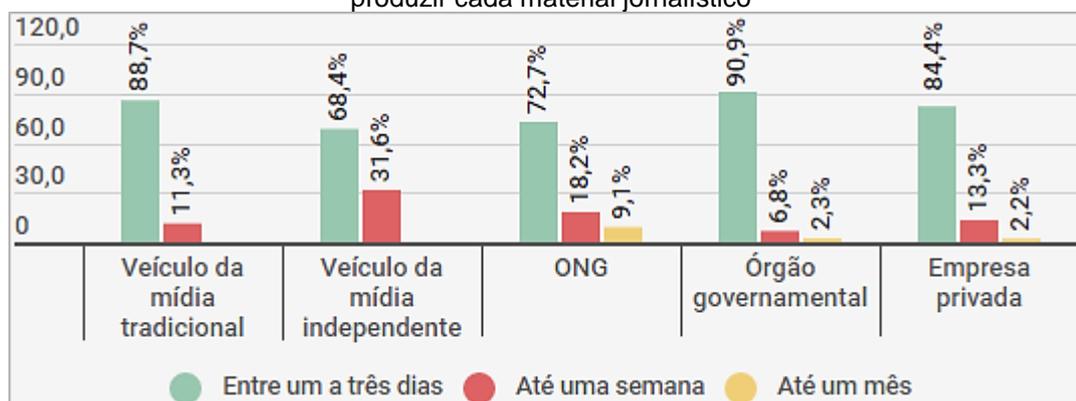


Fonte: elaboração própria (2022).

Tendo isso em vista, nos interessa identificar se há diferenças entre o tipo de empresa de vínculo dessas mulheres. No Gráfico 47, os dados reforçam que organizações não corporativas podem oferecer ritmos de trabalho diferenciados:

31,6% das respondentes ligadas a mídia independente levam até uma semana para produzir cada material jornalístico, e entre as informantes que atuam/atuavam em ONG, 9,1% produz/produzia em até um mês.

**Gráfico 47** – Comparativo entre tipo de empresa e média de dias utilizados pelas respondentes para produzir cada material jornalístico



Fonte: elaboração própria (2022).

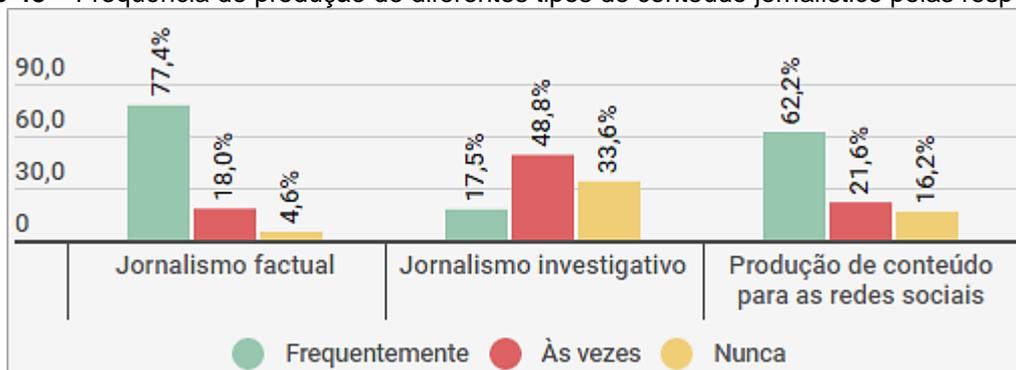
As respondentes que atuam/atuavam em órgão governamental indicam que produzem em menos tempo, comparado às mulheres ligadas aos demais tipos de empresa – 90,9% levam entre um a três dias. Entre as informantes que têm/tinham a mídia tradicional como espaço de trabalho, 88,7% produzem/produziam em até três dias, enquanto 11,3% indicam até uma semana. É importante levar em conta diversos fatores que podem influenciar o tempo de produção, como o tipo de conteúdo, formato, tema, periodicidade de publicação do veículo/empresa, a equipe de trabalho suficiente ou reduzida, entre outros.

A próxima variável se refere aos gêneros jornalísticos/tipos de conteúdo produzidos pelas respondentes no trabalho principal, considerando três opções: jornalismo factual (focado no conteúdo pontual do cotidiano), jornalismo investigativo (com conteúdo mais aprofundado e que demanda um tempo maior para a elaboração) e produção de conteúdo para as redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube etc.).

A partir dos dados indicados no Gráfico 48, observamos que as informantes produzem predominantemente jornalismo factual (77,4%) e conteúdo para as redes sociais (62,2%). Anteriormente verificamos que a maior parte das mulheres utiliza entre um a três dias para produzir cada material e, em média, entregam mais de dez produções por mês. Nesse sentido, essas variáveis condizem com o conteúdo factual elaborado mais frequentemente pelas profissionais. É interessante notar que 48,8% assinalaram que às vezes produzem/produziam jornalismo investigativo, indicando

um percentual expressivo tendo em vista que esse conteúdo demanda mais tempo, aprofundamento, pesquisas etc.

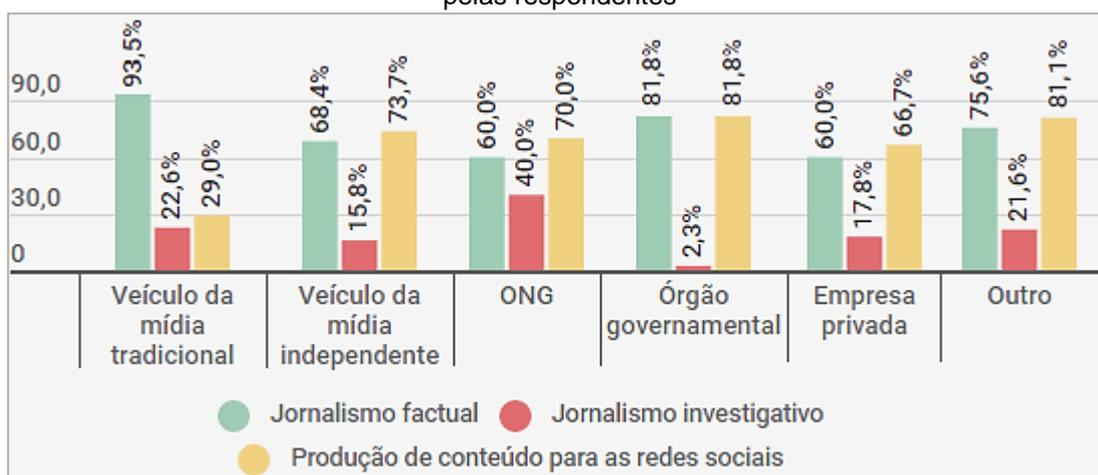
**Gráfico 48** – Frequência de produção de diferentes tipos de conteúdo jornalístico pelas respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

A partir dessas interpretações, comparamos os tipos de empresa e o conteúdo produzido frequentemente pelas informantes no trabalho principal (Gráfico 49). As mulheres que mais elaboram/elaboravam jornalismo investigativo de forma constante são aquelas que atuam/atuavam em ONG (40,0%). Olhando para o tempo utilizado para produzir cada material jornalístico, entre elas está o maior percentual de informantes que indicaram o período de até um mês (9,1%) – o que pode ter relação com o conteúdo investigativo mais presente nesse tipo de empresa.

**Gráfico 49** – Comparativo entre tipo de empresa e conteúdo jornalístico produzido frequentemente pelas respondentes



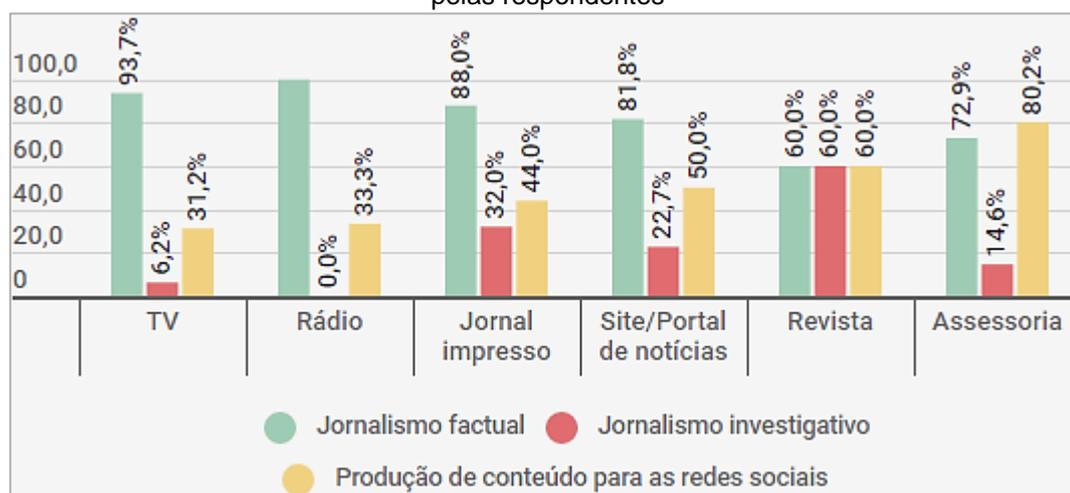
Fonte: elaboração própria (2022).

Com exceção das respondentes que trabalham/trabalhavam na mídia tradicional, as mulheres ligadas aos demais tipos de empresas majoritariamente produzem em maior frequência o conteúdo para as redes sociais e o jornalismo factual

– 73,7% das informantes ligadas a veículos da mídia independente elaboram material para as redes sociais e 68,4% produzem jornalismo factual, por exemplo. Nesse sentido, há indícios de que o expediente de boa parte das profissionais é dedicado a essa produção direcionada às plataformas digitais.

A seguir, nos interessa comparar o conteúdo produzido frequentemente entre as diferentes áreas de trabalho das respondentes no jornalismo. O Gráfico 50 indica que as mulheres que atuam/atuavam em assessoria produzem mais conteúdo para as redes sociais (80,2%) e jornalismo factual (72,9%). Moliani (2020) aponta que jornalistas de assessoria também produzem material jornalístico, mas que se difere da mídia: uma das entrevistadas relatou que define pautas, busca fontes, realiza entrevistas, visando levar o tema de interesse da empresa (ou seja, das/os clientes) aos veículos da mídia. Assim, as informantes indicam uma possível sobrecarga na rotina de trabalho.

**Gráfico 50** – Comparativo entre área de trabalho e conteúdo jornalístico produzido frequentemente pelas respondentes



Fonte: elaboração própria (2022).

Já a produção na mídia parece muito mais focada no jornalismo factual, ao passo que a elaboração de conteúdo para as redes sociais é menor – 81,8% das mulheres que atuam/atuavam em site/portal de notícias frequentemente produzem jornalismo factual e 50,0% elaboram material para as redes sociais, por exemplo. Nesse sentido, dados anteriores já indicaram que as profissionais da mídia focam nas especificidades da área de trabalho, como produção audiovisual para a TV, ao passo que as mulheres da assessoria parecem dar conta de uma variedade maior de produção, indicando importantes diferenças na feminização do jornalismo no Brasil.

Isso não significa que mulheres atuantes na mídia enfrentam menos dificuldades, mas tão somente que o trabalho feminino em assessoria (fora da mídia) também é intenso. Entre as similaridades das profissionais da mídia e fora da mídia, destacamos a carga horária de trabalho (entre 5 a 8 horas diárias), o tempo utilizado para produzir (um a três dias, em média), a quantidade de material elaborado mensalmente (mais de dez produções). Enquanto isso, as diferenças estão mais relacionadas ao tipo de conteúdo produzido. Enfatizamos, ainda, que o trabalho fora da mídia se mostra mais aberto à diversidade racial do que na mídia. O vínculo empregatício estabilizado foi mais observado em assessoria e veículo da mídia tradicional, ao passo que a mídia independente pode apresentar dificuldades em manter vínculos estáveis para uma parte das mulheres.

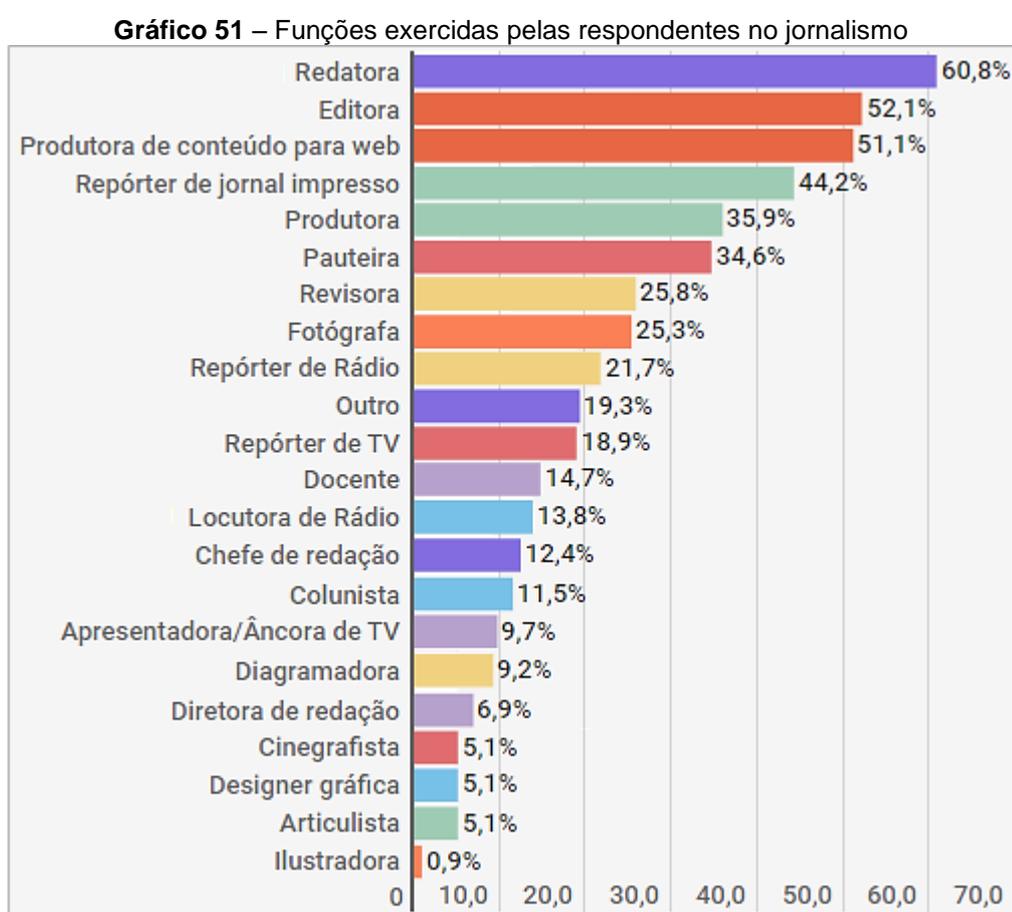
Tendo em vista que adotar um foco feminino na produção requer determinados elementos, tais como o aprofundamento do tema, o enfoque de gênero, a diversificação das fontes (para além de mulher e homem, pensar também no fator racial e em oferecer pontos de vista diversificados), observamos que os aspectos do trabalho também podem incidir no desenvolvimento dessas pautas. Os resultados apontam para rotinas de trabalho focadas em produções rápidas, muitas vezes com expediente de trabalho prolongado, além de uma parte das informantes acumularem diferentes vínculos empregatícios.

Por conseguinte, questionamos se, no trabalho principal, as respondentes elaboram/elaboravam pautas e/ou participam/participavam do processo de escolha. Foi verificado que 95,4% das profissionais se envolvem na escolha das pautas, sendo que 77,4% fazem isso frequentemente e 18,0% às vezes. Somente 4,6% nunca elaboraram ou contribuíram nas pautas. Assim, entendemos que a maioria delas, em alguma medida, possui papel ativo quanto aos assuntos que se tornam produção – o que não significa necessariamente o poder de decisão, mas já assinala uma participação.

Para concluir a análise da seção relativa aos aspectos do trabalho, solicitamos que as respondentes indicassem quais funções elas exercem ou já exerceram no jornalismo, a partir das opções: repórter de jornal impresso, repórter de TV, repórter de rádio, locutora de rádio, apresentadora/âncora de TV, redatora, fotógrafa, editora, produtora, cinegrafista, diagramadora, designer gráfica, diretora de redação, chefe de redação, ilustradora, produtora de conteúdo para web, articulista, pauteira, revisora, colunista, docente. Essas atribuições não se referem obrigatoriamente ao cargo

principal ocupado pelas informantes, mas ao que elas já realizaram enquanto profissionais do jornalismo.

Assim, no Gráfico 51, os percentuais acumulam mais de uma resposta, na medida em que as participantes podem ter realizado diversas funções ao longo da carreira. Os principais encargos da maioria das profissionais são: redatora (60,8%), editora (52,1%) e produtora de conteúdo para web (51,1%). Em seguida aparecem as funções repórter de jornal impresso (44,2%), produtora (35,9%), pauteira (34,6%), revisora (25,8%), fotógrafa (25,3%), repórter de rádio (21,7%).



Fonte: elaboração própria (2022).

De modo geral, as respondentes apontam funções mais operacionais, ligadas ao desenvolvimento do conteúdo, tais como pensar pauta, escrever/elaborar o conteúdo, revisar. Por um lado, a função gerencial de editora foi assinalada pela maioria delas (52,1%), entretanto não se pode dizer que esse dado é excepcional e positivo, na medida em que o cargo se tornou comum na mídia (MAZOTTE; TOSTE, 2017; RIOS et al. 2020; BANDEIRA, 2021; LIMA et al., 2022). Para cargos de maior

prestígio, 12,4% das mulheres desempenham tarefas de chefe de redação, ao passo que somente 6,9% indicaram a função de diretora de redação.

Entre as assimetrias de gênero no jornalismo, a questão do sexismo em cargos de chefia é um dos problemas mais apontados pela literatura. O relatório *Women and Leadership in the News Media 2022: Evidence from 12 Markets* (EDDY; SELVA; NIELSEN, 2022), do Reuters Institute for the Study of Journalism, verifica a atuação de mulheres editoras-chefes nos principais veículos de mídia online e off-line de 12 países. Entre 240 marcas da amostra, as mulheres representam apenas 21% das 179 pessoas que ocupam esse cargo. O Brasil aparece na última posição no ranking, com apenas 7% de mulheres editoras-chefes.

Levantamentos sobre profissionais do jornalismo demonstram que funções mais técnicas são pouco realizadas por jornalistas, tais como diagramação, ilustração, cinegrafia etc. (MAZOTTE; TOSTE, 2017; RIOS et al. 2020; BANDEIRA, 2021; LIMA et al., 2022). Levando em conta a função de diagramadora/diagramador, por exemplo, no Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (LIMA et al., 2022) apenas 0,4% das/os profissionais da mídia exerciam essa função como principal. No Perfil Racial da Imprensa Brasileira (BANDEIRA, 2021), esse percentual caiu para 0,1% entre jornalistas de redação. Mazotte e Toste (2017) identificaram entre as informantes da pesquisa Mulheres do Jornalismo Brasileiro apenas 0,4% na ocupação de diagramadora.

Uma das possíveis explicações para esse cenário pode ser a atribuição das tarefas técnicas aos profissionais com formações específicas, como designers. Contudo, nesta pesquisa verificamos percentuais relevantes entre mulheres que exercem/exerceram tarefas de diagramadora (9,2%), designer gráfica (5,1%) e cinegrafista (5,1%) – ressaltamos que não foi questionada a principal função das respondentes, mas todas pelas quais elas exercem ou já exerceram (no caso das informantes que estão fora da área).

Na Figura 8 reunimos as funções enquadradas como “outra” e citadas pelas informantes. Assessora de imprensa, assessora de comunicação e repórter de web são as mais citadas. Entre os cargos gerenciais, temos editora adjunta, editora-chefe, chefe de reportagem e chefe de comunicação social mencionadas uma vez, cada uma. Algumas informaram atividades ligadas à produção e edição de vídeo, video maker, produção gráfica.

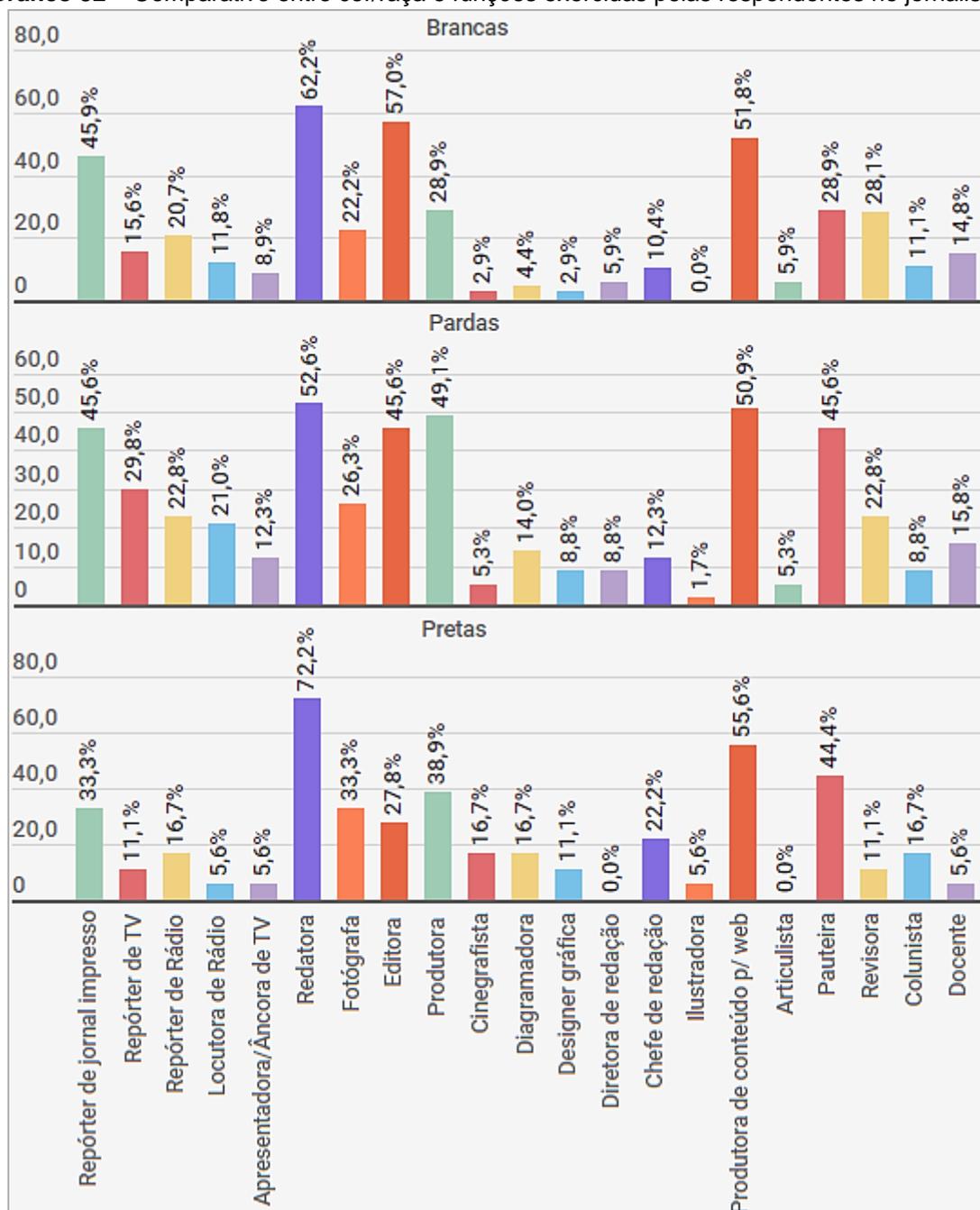
**Figura 8** – Outras funções citadas pelas respondentes

Fonte: elaboração própria (2022).

Nesse sentido, os dados apontam que as respondentes exercem múltiplas funções no jornalismo. Sobre isso, outras investigações discutem que, embora o acúmulo de funções seja observado entre todas/os as/os profissionais do jornalismo, as mulheres tendem a realizar mais atividades do que os homens (KIKUTI; ROCHA, 2018). A seguir, no Gráfico 52, observamos se funções operacionais e gerenciais tendem a ser mais exercidas entre respondentes brancas ou negras – optamos por considerar grupos raciais que possuem mais representantes.

Sabendo que a maioria dessas mulheres informantes atua fora da mídia (no setor da assessoria), é interessante observar o relevante percentual de respondentes que ocupam ou já ocuparam a função de repórter de jornal impresso, tanto entre respondentes brancas quanto negras – 45,9% entre as brancas, 45,6% entre as pardas e 33,3% entre pretas. Desse modo, embora jornais impressos não sejam um dos principais espaços de atuação delas, há indícios de que boa parte das informantes possui experiência com o trabalho nessa área tradicional, demonstrando uma possível mobilidade das mulheres no mercado.

Verificamos duas funções operacionais em comum à maioria das mulheres de todos os grupos raciais: produtora de conteúdo para web e redatora. Sobre diferenças, observamos que a função de editora é/foi exercida mais pelas respondentes brancas (57,0%) e pardas (45,6%) do que pretas (27,8%). As atividades definidas como produtora e pauteira, consideradas de menor prestígio, são indicadas por mais mulheres negras – 45,6% entre pardas e 44,4% entre pretas assinalam pauteira, sendo 28,9% entre brancas, de forma que 49,1% das pardas e 38,9% entre pretas sinalizam produtora, ao passo que o percentual cai para 28,9% das brancas.

**Gráfico 52** – Comparativo entre cor/raça e funções exercidas pelas respondentes no jornalismo

Fonte: elaboração própria (2022).

Chama a atenção que algumas tarefas técnicas são mais realizadas entre mulheres negras, como diagramadora, designer gráfica, ilustradora e cinegrafista. A hipótese é que profissionais negras tendem a ampliar as habilidades/conhecimentos para maiores chances de ingressar/permanecer no mercado, uma vez que a literatura discute que há maiores barreiras para mulheres não-brancas no jornalismo brasileiro (BORGES, 2007). Outro fator que deve ser mencionado é que a sobrecarga de

funções pode atingir mais essas mulheres, embora já indicamos que o acúmulo de atividades é observado entre todos os grupos raciais.

Sobre isso, a região geográfica também pode ter relação, uma vez verificado que as profissionais brancas estão concentradas no eixo Sul-Sudeste e possivelmente atuam em espaços de trabalho um pouco mais estruturados do que em outras localidades. Por outro lado, as profissionais negras se encontram mais no Nordeste, região em que o jornalismo enfrenta diversas dificuldades. De acordo com a edição de 2021 do Atlas da Notícia, 62,4% dos municípios nordestinos são considerados desertos de notícias, apesar do crescimento de iniciativas digitais e rádios em comparação ao levantamento anterior<sup>54</sup>. Soma-se a isso o encerramento das atividades em grandes jornais da região, como o Estado do Maranhão<sup>55</sup>, jornal maranhense de maior circulação, e a versão impressa do Diário do Nordeste<sup>56</sup>, sediado no Ceará. Assim, pelo fato de possivelmente atuarem em espaços menos estruturados, que inclui o quadro mais reduzido de funcionárias/os, essas profissionais podem se encarregar (ou serem encarregadas) de cumprir também as funções técnicas de diagramação, cinegrafia etc.

É interessante notar que funções gerenciais, como chefe de redação, aparecem mais entre as respondentes pretas (22,2%), do que pardas (12,3%) e brancas (10,4%), enquanto diretora de redação é assinalada apenas entre pardas (8,8%) e brancas (5,9%). Quanto ao opinativo, as colunistas correspondem a 16,7% entre mulheres declaradas pretas, 11,1% entre brancas e 8,8% entre pardas, enquanto apenas informantes brancas (5,9%) e pardas (5,3%) são/foram articulistas. Assim, é possível dizer que há avanços para as mulheres negras entre algumas funções de prestígio, como chefe de redação e colunista, mas verificamos que as profissionais brancas concentram a força de trabalho em um menor número de atividades comparadas às negras – em outras palavras, respondentes que se autodeclaram pardas e pretas exercem muito mais funções, o que indica uma sobrecarga maior

---

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/analise/internet-e-radio-encolhem-desertos-de-noticias-no-nordeste/> Acesso em: 28 jun. 2022.

<sup>55</sup> Em 2021, O Estado do Maranhão encerrou as atividades do impresso e do portal. Em nota, o jornal informou que parte da equipe de profissionais seria integrada ao Portal Imirante, pertencente ao Grupo Mirante de Comunicação. Disponível em: <https://oestadoma.com/noticias/2021/10/23/o-estado-do-maranhao-e-um-pedaco-da-historia-da-imprensa-do-maranhao/> Acesso em: 28 jun. 2022.

<sup>56</sup> O encerramento da versão impressa do Diário do Nordeste provocou a demissão de dezenas de profissionais em fevereiro de 2021. Disponível em: <https://fenaj.org.br/nota-oficial-sindjorce-e-fenaj-lamentam-fim-da-edicao-impressa-do-diario-do-nordeste/> Acesso em: 28 jun. 2022.

entre elas ou, ainda, a necessidade de ampliar a atuação profissional é mais frequente entre jornalistas não-brancas.

A pesquisa evidencia que as mulheres negras, sobretudo pretas, tendem a se encontrar em situação de desvantagem no jornalismo. A partir do que foi observado com a interpretação dos dados, é oportuno retomar as discussões propostas por Carrera (2020) no que se refere ao privilégio da branquitude. Para a autora, o racismo estrutural impacta as posições de brancas/os, a quem são reservadas vagas de privilégios, e não-brancas/os na sociedade, colocadas/os em situações de inferioridade. Desse modo, embora as respondentes tenham pontos em comum, tais como a formação elevada e as múltiplas funções realizadas no mercado, ressaltamos que um grupo racial se mostra em desvantagem, pelo menos entre as respondentes desta pesquisa.

Contudo, nosso objetivo não é vitimizar mulheres negras, ao contrário, enfatizamos que o cumprimento de diversas funções mostra a resistência dessas mulheres para se manterem no mercado do jornalismo. Somado ao fator racial, é imprescindível levar em conta também o regional, na medida em que a precarização das/os jornalistas pode impactar mais os mercados de determinadas localidades.

Na seção a seguir, analisaremos as variáveis relativas à perspectiva de gênero na produção jornalística, olhando para aspectos da formação e da profissão das respondentes.

#### **4.5 Perspectiva de gênero na produção jornalística**

Esta pesquisa tem como problema: “quais os entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero, considerando as dimensões individual e organizacional, por mulheres do jornalismo no Brasil?”. A opção por investigarmos mulheres partiu da premissa de que elas podem ter mais interesse na produção com foco no protagonismo feminino ou, ainda, os veículos atribuem a elas as pautas com esse enfoque. Nos tópicos anteriores, analisamos o perfil das mulheres participantes do *survey*, bem como características do trabalho delas no jornalismo. Pudemos verificar também as diferenças nos resultados a partir dos marcadores de geração e raça.

Na dimensão individual, foi considerado o perfil sociodemográfico, questões de gênero na formação e a identificação das mulheres com movimentos sociais. Já entre

os aspectos organizacionais, levamos em conta a área de trabalho, o vínculo empregatício, tipo de empresa, expediente/carga horária, gêneros jornalísticos produzidos e funções exercidas. Entre os principais resultados, os dados reiteram o padrão branco e cis entre as mulheres do jornalismo brasileiro, porém verificamos que os grupos raciais podem se diversificar mais em determinadas regiões, como o Nordeste. Na formação, a maioria das informantes teve pouco contato com questões de gênero na graduação, mas há indícios positivos de mudanças recentes no modo como os cursos vêm tratando dessas demandas. Elas se mostram interessadas nas causas de diversos movimentos político-sociais, especialmente o feminismo, indicando que as mulheres do jornalismo brasileiro possuem preocupação com o debate de gênero, pelo menos entre as que responderam a presente pesquisa.

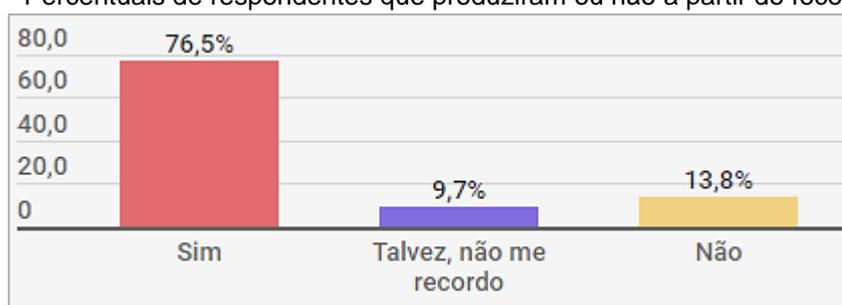
Já na dimensão organizacional, a pesquisa corrobora outros levantamentos que indicam a predominância das mulheres fora da mídia, sobretudo em assessorias. Assim, em assessorias e veículos da mídia tradicional, as respondentes indicam uma possível maior estabilidade de trabalho, enquanto em veículos da mídia independente elas parecem ter um vínculo intermitente. Por outro lado, é interessante notar a maior quantidade de mulheres proprietárias de empresa ou sócias nos veículos da mídia independente e um expediente menos padronizado, o que pode indicar mais flexibilidade nesses espaços. As informantes que atuam/atuaram em assessorias também se mostram mais sobrecarregadas em relação à produção, embora em todas as áreas seja notável esse cenário entre as mulheres. Nesse sentido, determinados tipos de empresas podem oferecer mais estabilidade (mídia tradicional, assessoria), porém uma carga maior de trabalho, ao passo que outros setores parecem disponibilizar mais autonomia para as mulheres.

As variáveis a seguir pretendem relacionar esses resultados discutidos e a produção jornalística com perspectiva de gênero. Para verificarmos se as informantes já produziram algum tipo de conteúdo jornalístico (texto, áudio, foto/imagem, audiovisual) com foco exclusivo nas mulheres, no *survey* foi pontuado que “o jornalismo com perspectiva de gênero pretende focar nas mulheres desde a definição da pauta, no tema e enfoque do conteúdo, nas fontes femininas, recursos imagéticos (fotos, ilustrações, gráficos) etc.”.

O Gráfico 53 assinala que 76,5% das respondentes já produziram algum material com foco em mulheres – 13,8% indicam que nunca elaboraram conteúdo com essa perspectiva. Ressaltamos que esta pesquisa não avalia as produções das

profissionais para determinar se o conteúdo pode ser “enquadrado” ou não na perspectiva de gênero. Uma vez questionado se elas já desenvolveram conteúdo com foco nas mulheres (na pauta, fontes, enfoque etc.), as respostas afirmativas indicam, em alguma medida, o contato com questões de gênero na produção.

**Gráfico 53** – Percentuais de respondentes que produziram ou não a partir do foco em mulheres



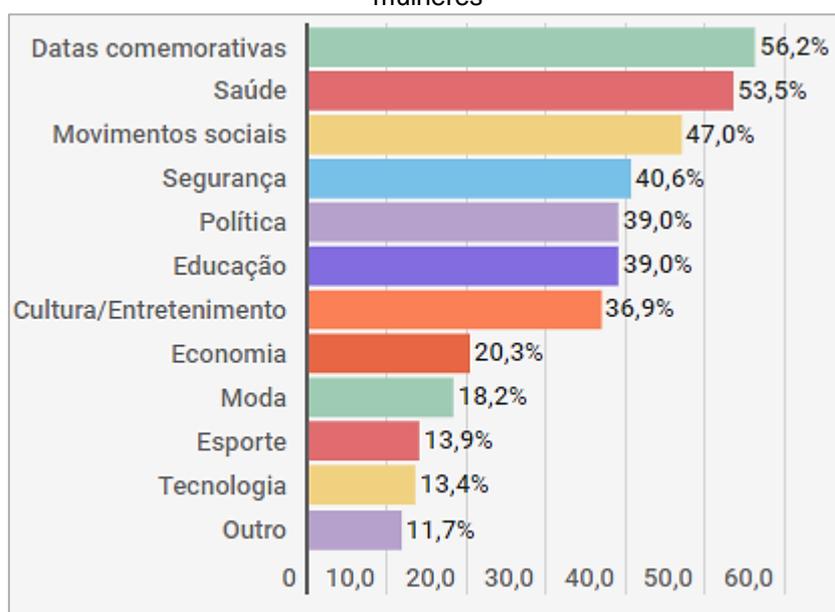
Fonte: elaboração própria (2022).

O resultado é positivo por sustentar a premissa de que boa parte das mulheres que atuam no jornalismo se preocupa em trazer uma abordagem de gênero à produção. Na pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro* (MAZOTTE; TOSTE, 2017), 56,6% das entrevistadas afirmaram já ter publicado, mais de uma vez, matérias que tinham foco em alguma questão de gênero, sendo que 14,6% produziram pelo menos uma vez.

Os próximos dados são estratificados entre dois grupos de respondentes: (I) aquelas que já produziram com foco em mulheres, incluindo quem indicou a opção “talvez, não me recordo”; e (II) informantes que nunca produziram. Entre as respondentes do primeiro grupo, inicialmente nos interessa verificar aspectos relativos ao tema das produções com foco feminino. A literatura problematiza que há uma tendência de definição das pautas conforme o gênero (LEITE, 2017; LELO, 2019), de modo que as mulheres são associadas a editorias ligadas ao “universo feminino” (maternidade, saúde, cultura etc.), e atribui-se aos homens os assuntos considerados mais “sérios” (economia, tecnologia, política etc.).

Para o Gráfico 54, perguntamos quais temas as respondentes já abordaram nas produções jornalísticas com foco exclusivo nas mulheres, para observar se há concentração em determinadas temáticas. As opções foram selecionadas de forma intencional e elas poderiam indicar todos os temas já elaborados entre os seguintes: segurança, cultura/entretenimento, economia, política, saúde, esporte, educação, tecnologia, movimentos sociais, datas comemorativas, moda.

**Gráfico 54** – Temas abordados pelas respondentes nas produções jornalísticas com foco em mulheres

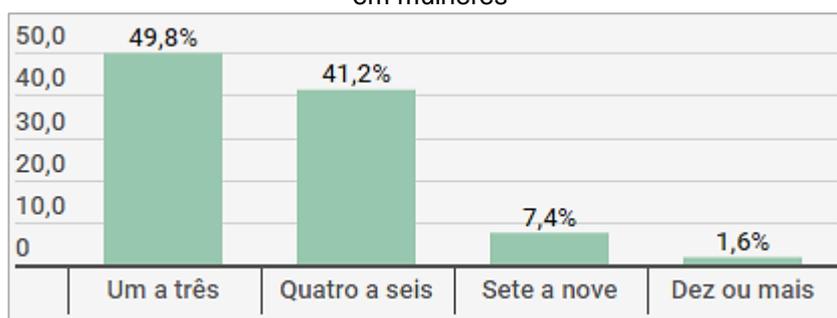


Fonte: elaboração própria (2022).

O Gráfico 59 aponta que datas comemorativas (56,2%), saúde (53,5%) e movimentos sociais (47,0%) são os temas mais explorados pelas profissionais quando a produção tem foco em mulheres, o que reforça uma possível predominância de pautas voltadas ao “universo feminino”. É importante ressaltar que esses temas devem ser discutidos, mas também se faz necessário ampliar para outros assuntos e sob diferentes enfoques. Chama a atenção que política apresentou um percentual relevante (39,0%) e destacamos o papel das feministas e outros movimentos de mulheres para a atuação feminina na política institucional, tensionando o jornalismo a debater cada vez mais esse assunto. Já as temáticas menos abordadas são tecnologia (13,4%) e esporte (13,9%).

Os dados reiteram que há uma concentração em determinados temas quando o foco da produção está nas mulheres, mas também é possível notar avanços, como o relevante percentual de profissionais que produziram sobre política. Sendo assim, em consequente, verificamos a quantidade de temáticas abordadas pelas informantes (Gráfico 55) ao longo da carreira no mercado do jornalismo, considerando as opções: entre um a três temas, quatro a seis, sete a nove, dez ou mais.

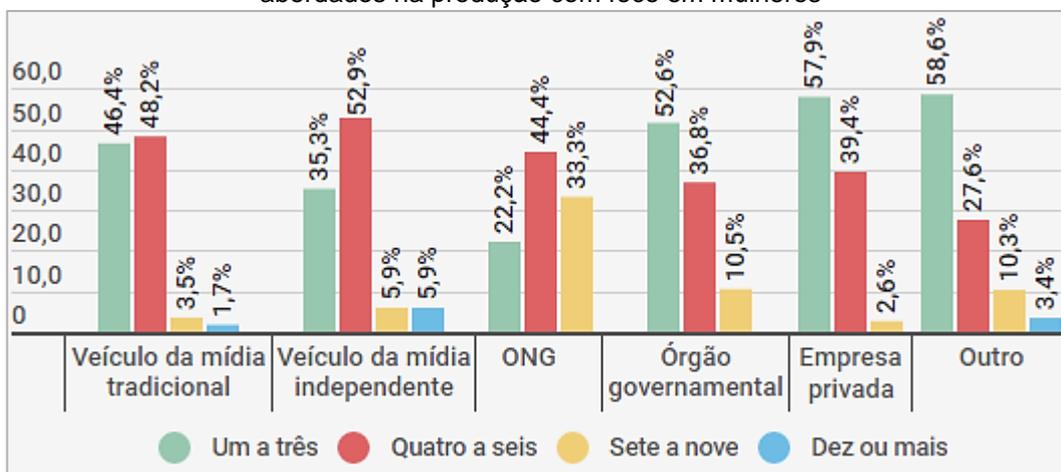
**Gráfico 55** – Quantidade de temas abordados pelas respondentes na produção jornalística com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Os dados do Gráfico 55 indicam que a maior parte das respondentes abordou apenas entre um a três temas nas produções focadas em mulheres (49,8%), o que indica um possível entrave para que elas consigam desenvolver mais assuntos. Tendo em vista esse cenário, nos interessa comparar se a quantidade de diferentes temas abordados pelas profissionais na produção jornalística com foco em mulheres se altera a depender do tipo de empresa de vínculo profissional.

**Gráfico 56** – Comparativo entre tipo de empresa de vínculo das respondentes e quantidade de temas abordados na produção com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Os dados do Gráfico 56 apontam que, entre as respondentes ligadas aos tipos de organizações que, em tese, possuem a proposta de contraposição às empresas corporativas, a quantidade de diferentes temas abordados nas produções com perspectiva feminina é maior – 52,9% das informantes que trabalham/trabalhavam na mídia independente indicam entre quatro a seis temáticas, sendo que entre elas está o maior percentual de mulheres que desenvolveram entre dez ou mais (5,9%); e entre

aquelas que atuam/atuavam em ONGs, 33,3% já abordaram entre sete a nove temas variados.

Já esperávamos que entre as respondentes ligadas a assessorias de órgãos governamentais, empresas privadas e outros (sindicatos, instituição de ensino) houvesse uma limitação maior para desenvolver temáticas quando a produção possui foco em mulheres, de modo que a maioria delas tende a abordar apenas entre um a três temas diferenciados. Por outro lado, boa parte das informantes que atua/atuava na mídia tradicional também desenvolveu poucas temáticas – 46,4% das mulheres assinalam entre um a três e 48,2% entre quatro a seis temas.

Nesse sentido, ainda que a mídia tenha maior potencial para oferecer uma variedade temática, uma vez que os veículos lidam com informações diversas, fatos, acontecimentos etc., notamos que no jornalismo *mainstream* há pouca diversidade de temas quando a produção possui o foco em mulheres. De modo semelhante, as assessorias também parecem alternar menos nos assuntos abordados, o que pode ter relação com os objetivos de trabalho nesses espaços mais voltados a clientelas específicas. Sobre isso, é interessante perceber o olhar crítico de uma das informantes da pesquisa que corrobora o resultado dos dados mencionando o seguinte: “Em veículos mais tradicionais ou assessorias, acredito que as pautas de gêneros são bem mais limitadas que outros com propostas mais plurais”.

Outra participante do *survey* redigiu um importante relato sobre o espaço da assessoria, apontando que o ambiente predominantemente masculino pode ser um entrave até mesmo no sentido de inibir que as/os profissionais consigam propor pautas com foco em minorias. Ao longo da pesquisa foi discutido que, em geral, as produções com foco em mulheres ainda são voltadas a temas limitados. Contudo, em muitos contextos, o desenvolvimento dessas pautas representa um grande avanço, ainda que abordem poucas temáticas – e a partir disso é possível ampliar as discussões para outros enfoques. A informante menciona:

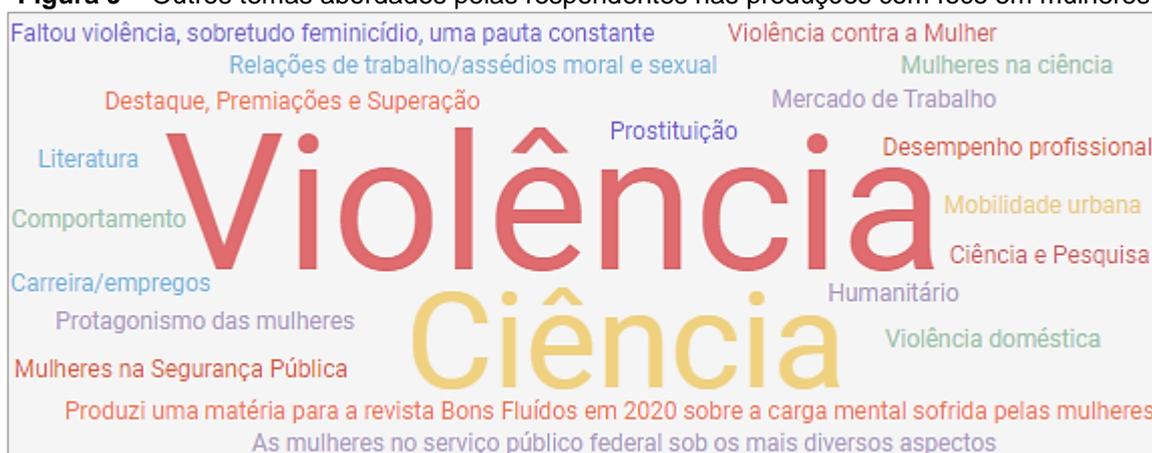
Construir e pautar conteúdos voltados a pluralidade e defesa dos direitos das mulheres, pessoas negras, diversidade religiosa, pessoas LGBTQI+ é um desafio cotidiano. No Órgão que eu trabalho, sou assessora de imprensa concursada de um Tribunal de Justiça, quando tomei posse não faziam pautas voltadas para esses públicos, pois todos os meus chefes imediatos eram homens e a equipe de jornalista era composta por homens, que não tinham essa consciência ou não enxergavam a necessidade de trazer essa pluralidade de vozes para os produtos da assessoria. Então, foi um desafio começar a emplacar pautas voltadas para a temática de gênero. Mas, conforme uma ou outra pauta eu conseguia soltar, especialmente, vinculada às datas comemorativas, como Dia Internacional da Mulher, a equipe de

gestão tanto do setor, quanto administrativa da instituição também foi tendo mais mulheres nas lideranças e conselhos deliberativos e os conteúdos começaram a ser publicados e debater os temas de uma forma não superficial ou com a presença de estereótipos. Mas, o caminho ainda é grande, porém, continuo produzindo, pensando e pesquisando a questão.

Destacamos a contribuição da participante quando ela reflete a necessidade da pluralidade de vozes também nos produtos da assessoria. Nesse sentido, a urgência desses debates não deve ser de interesse apenas dos veículos da mídia, mas do jornalismo como um todo, bem como da sociedade em geral. Outra participante menciona: “A produção de conteúdo jornalístico em órgãos e/ou entidades públicas é bastante atrelada às atividades fins daquele órgão/ou entidade, o que dificulta a diversificação e proposição de pautas com perspectiva de gênero”. Assim, é imprescindível reconhecer as iniciativas de resistência das profissionais que utilizam “brechas” para trazer discussões de gênero e que contemplem outras minorias.

Na Figura 9, reunimos os temas indicados livremente pelas respondentes na categoria “outro”. As principais menções são violência (violência contra a mulher, violência doméstica, feminicídio) e ciência/ciência e pesquisa. Notamos que pautas ligadas ao mercado de trabalho também são recorrentes, como carreira/empregos, desempenho profissional, relações de trabalho/assédios moral e sexual, mulheres no serviço público federal.

**Figura 9** – Outros temas abordados pelas respondentes nas produções com foco em mulheres

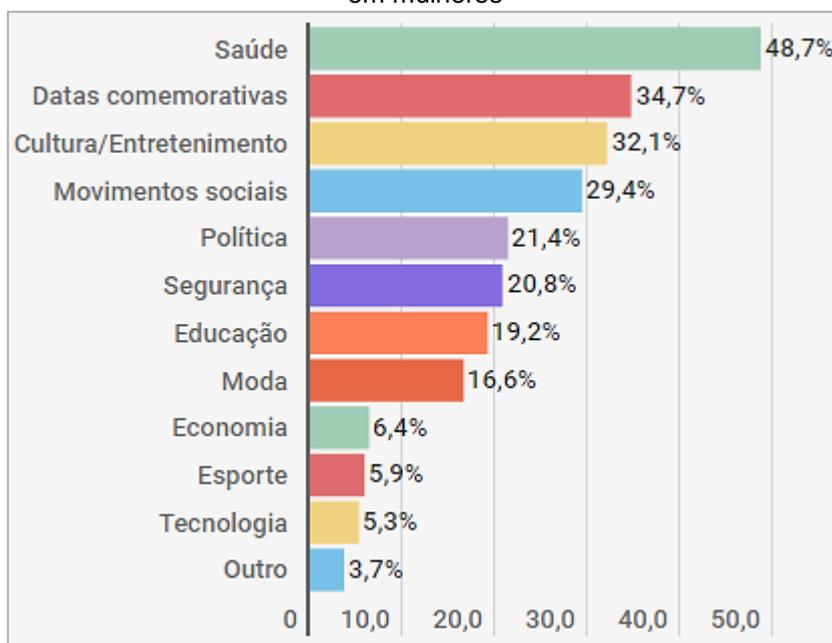


Fonte: elaboração própria (2022).

Tendo em vista que determinados temas são mais produzidos do que outros quando possuem foco em mulheres, levantamos a hipótese de que abordar alguns assuntos pode ser mais fácil, ao passo que outros são mais difíceis. Assim, solicitamos que as respondentes indicassem três temáticas que elas consideram mais fáceis de

elaborar quando o foco está em mulheres, a partir das mesmas opções da variável anterior. Os dados dispostos no Gráfico 57 mostram que saúde (48,7%), datas comemorativas (34,7%) e cultura/entretenimento (32,1%) são os mais assinalados.

**Gráfico 57** – Frequência de temas considerados “mais fáceis” para a produção jornalística com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Entre as menções das respondentes para a categoria “outro”, temos “carreira” e “Mulheres na Ciência”. É interessante refletir as respostas abertas de algumas informantes: uma delas citou “Violência de Gênero e violência doméstica e familiar contra à mulher, pois trabalho na assessoria de Comunicação de um Tribunal de Justiça”, de modo que ela considera mais fáceis os temas pelos quais têm mais contato no próprio ambiente de trabalho.

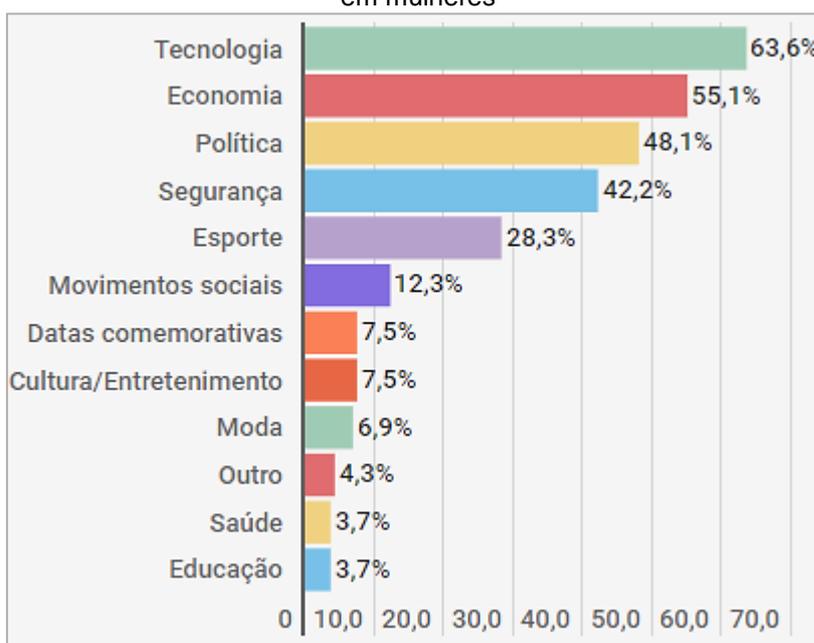
Outras participantes redigiram: “Qualquer tema é fácil, basta pesquisar. Não acho que tenha um tema mais fácil”; “Achei essa pergunta esquisita. [...] Perguntaríamos o mesmo a respeito de homens? Não há mais fáceis ou mais difíceis. Isso me faz lembrar o odioso conceito de ‘universo feminino’”. Consideramos essas ponderações positivas, já que as mulheres refletem que nem todas as profissionais sentem dificuldade quanto ao tema das produções com foco feminino – e não é nosso objetivo generalizar as experiências das profissionais. É essencial pontuar que a elaboração do conteúdo jornalístico, seja qual for, não depende exclusivamente do empenho das mulheres em pesquisar, já que diversos fatores perpassam o trabalho

de qualquer profissional. A literatura indica (e a pesquisa corrobora) uma predominância em temáticas específicas quando a produção possui foco nas mulheres, evidenciando que há temas que possivelmente são mais fáceis de lidar, ao passo que outros podem precisar de estímulo e capacitação tanto nos cursos de formação quanto nas empresas.

Enfatizamos que esse problema não é exclusivo do jornalismo brasileiro. Conforme discutimos nos capítulos teóricos, os relatórios globais citados por Kassova (2020) verificam que a cobertura dentro da discussão sobre igualdade de gênero na mídia tradicional tende a se concentrar em quatro temas-chave: questões do local de trabalho, eventos femininos (como o Dia Internacional da Mulher), políticas e iniciativas, violência. Desse modo, os resultados reforçam uma questão estrutural que precisa ser investigada.

Por conseguinte, solicitamos que as respondentes indicassem três temas que consideram mais difíceis para a produção com foco em mulheres. O Gráfico 58 aponta que tecnologia (63,6%), economia (55,1%) e política (48,1%) podem apresentar mais dificuldades quando se coloca uma perspectiva de gênero. Retomando os dados sobre os temas das produções com foco em mulheres já abordados pelas informantes, tecnologia e economia são justamente alguns dos menos citados.

**Gráfico 58** – Frequência de temas considerados “mais difíceis” para a produção jornalística com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Por outro lado, política e segurança aparecem entre os temas mais abordados pelas respondentes nas produções com foco em mulheres, e são também considerados mais difíceis. Nesse sentido, o fato das profissionais encontrarem dificuldade em determinadas temáticas não significa que deixarão de produzir sobre elas. Contudo, os temas mais assinalados como difíceis de trazer uma perspectiva de gênero são aqueles tradicionalmente ligados aos homens, o que reitera a importância dos cursos de jornalismo e das empresas se organizarem para oferecer capacitação com foco nessas temáticas, visando tornar a cobertura menos sexista.

Na categoria “outro”, as informantes citaram “música” e “urbanismo”. Uma das respondentes mencionou que: “Os mais difíceis são temas que não domino”, o que reforça a necessidade de estímulo e formação para que as mais variadas temáticas sejam abordadas. Outras citaram: “Não acredito que tenha algum mais difícil, é apenas uma questão de perspectiva, pois há pautas em todas as editorias que podem ser voltadas para as mulheres”; “[...] Considero muito ruim esse questionamento. Não o faríamos referindo-nos a respeito de homens”; “Não acho difícil nenhum tema”; “[...] Não existe tema difícil quando há pesquisa aprofundada e fontes. Atualmente as mulheres estão em todos os lugares”.

Dessa forma, é interessante notar a consciência de uma das mulheres em refletir que em todas as editorias podem ser desenvolvidas pautas femininas. Outras indicam que não sentem dificuldades em nenhum tema e enfatizamos que é positivo a atuação de profissionais que conseguem abordar todas as temáticas. Em relação à respondente que cita se o mesmo questionamento seria feito em se tratando de homens, pontuamos que, uma vez imersas/os na cultura sexista (inclusive no trabalho), mulheres e homens podem sentir maior facilidade assim como dificuldade em abordar certos temas, na medida em que ambos são empurrados para nichos.

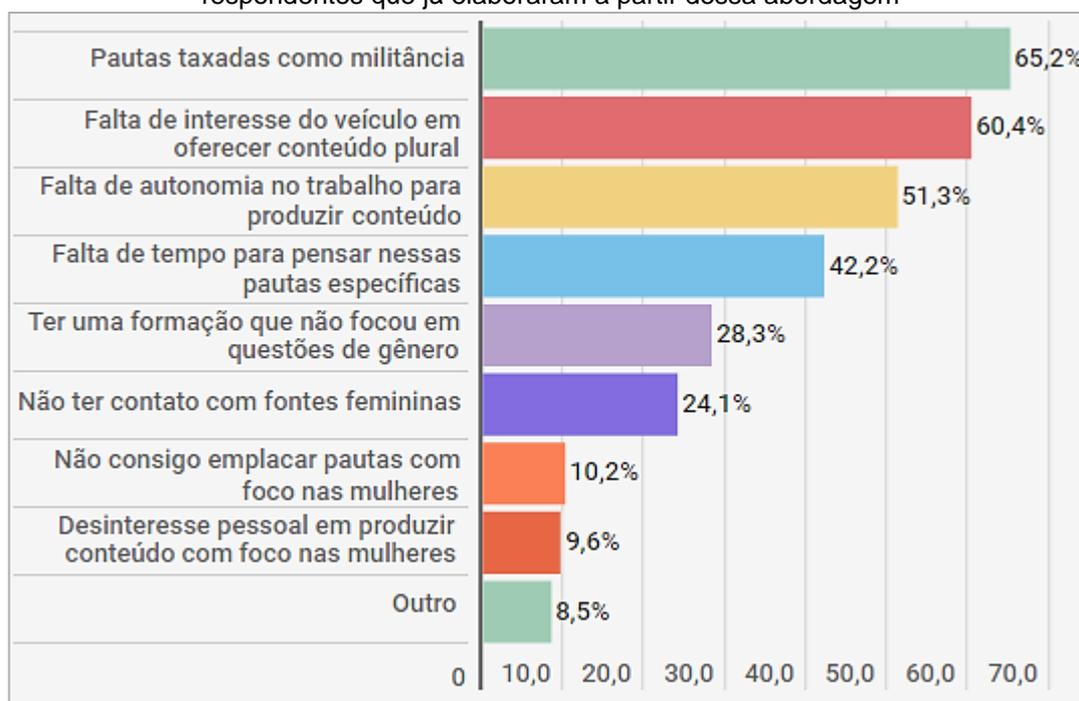
Em síntese, a pesquisa ratifica que boa parte das profissionais pode sentir dificuldade em determinados assuntos com foco em mulheres, ao passo que os homens possivelmente encontram muito mais barreiras nesse aspecto, já que são temáticas pelas quais, em tese, eles não dominam. Assim, as questões de gênero precisam acompanhar a formação e o trabalho de jornalistas independente de mulheres e homens jornalistas.

Para as próximas variáveis, elaboramos uma série de fatores, com base na literatura, que podem tanto contribuir para facilitar quanto dificultar a abordagem com foco em mulheres na produção jornalística. Optamos por formular as alternativas

previamente para que pudéssemos relacionar de modo intencional às dimensões individual e organizacional e, a partir disso, analisar os possíveis cenários. A livre resposta das informantes poderia inviabilizar o cumprimento dos objetivos desta pesquisa pela eventual dificuldade em encontrar padrões nas subjetividades das experiências das profissionais. Por outro lado, também oferecemos espaço aberto opcional para que elas pudessem discorrer as impressões e contribuições a respeito da investigação, e que associaremos à análise.

Para as respondentes que já abordaram temas com foco em gênero na produção jornalística, solicitamos que assinalassem três motivos que dificultam esse processo. Seguem as opções do Gráfico 59: (I) de ordem individual – ter uma formação que não focou em questões de gênero; desinteresse pessoal em produzir conteúdo com foco nas mulheres; (II) da dimensão organizacional – falta de autonomia no trabalho para produzir conteúdo; falta de interesse do veículo em oferecer conteúdo heterogêneo; pautas taxadas como militância; não ter contato com fontes femininas; falta de tempo para pensar nessas pautas específicas; não consigo emplacar pautas com foco nas mulheres.

**Gráfico 59** – Frequência dos aspectos que dificultam a produção com foco em mulheres entre as respondentes que já elaboraram a partir dessa abordagem



Fonte: elaboração própria (2022).

Entre as alternativas delimitadas, o principal problema assinalado pela maioria das informantes é a associação negativa das pautas de gênero com a militância (65,2%). Sobre isso, uma das participantes do *survey* relata: “Acredito que o mais difícil em produzir pautas e matérias com o foco nas mulheres, seria a impressão da matéria ser para fins de militância”. Nesse sentido, observamos que em muitos ambientes de trabalho a produção com foco em mulheres é diminuída, tida como “interesse particular”, constituindo assim uma barreira para a proposição das pautas.

Desse modo, entre outros fatores, refletimos sobre uma visão masculinista de objetividade no jornalismo, utilizada para rotular as produções com foco em gênero como subjetivas e, sendo assim, para deslegitima-las. Uma das respondentes comenta essa questão da seguinte forma:

Eu fiquei um pouco incomodada no momento em que, na parte das dificuldades encontradas para abordar a perspectiva de gênero, apresentam "militância" como algo que é pejorativo. O jornalismo não é imparcial e deveria, inclusive, ser militância. Deveria ser uma ferramenta da reivindicação das necessidades do povo e os jornalistas, de modo geral, deveriam ser mais inseridos nos espaços políticos da categoria.

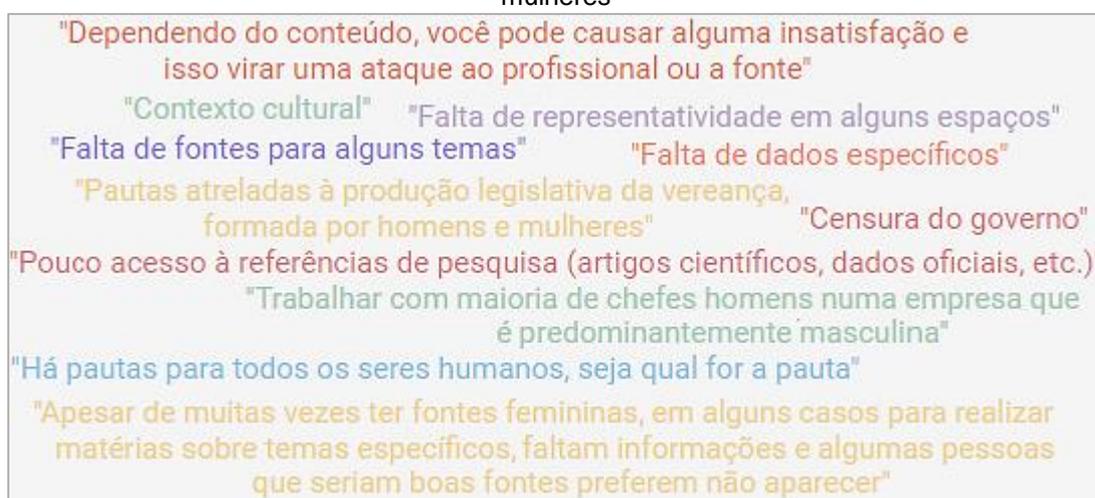
Nesse ponto, retomamos a literatura metodológica quando indica que uma das dificuldades na aplicação do *survey* é a impossibilidade de sanar as dúvidas das/os respondentes. A militância não é utilizada como pejorativa pela pesquisa, mas tão somente partimos do contexto de que, em determinados ambientes de trabalho, o termo pode ser empregado dessa forma e isso seria uma barreira para a produção com foco em mulheres – assim como em outros espaços a militância pode ser vista como legítima e isso não seria um entrave. Contudo, a informante contribui ao tratar do jornalismo enquanto ferramenta de reivindicação e instrumento político-social.

Ainda sobre a dimensão organizacional, para 60,4% das respondentes, a falta de interesse do veículo em oferecer conteúdo diversificado é outro fator com grande potencial de dificultar a produção jornalística com perspectiva de gênero. Pouco mais da metade das informantes (51,3%) indica a falta de autonomia no trabalho e o pouco tempo para pensar nas pautas também é um dos principais entraves (42,2%).

Nesse sentido, os problemas que envolvem relações e condições de trabalho se mostram muito mais potencializadores para dificultar que as profissionais consigam abordar gênero nas pautas. Por outro lado, os fatores de ordem individual são pouco assinalados. A seguir, a Figura 10 reúne os fatores classificados como “outro”, citados livremente pelas respondentes. Destacamos que a falta ou o pouco acesso a dados é

apontada por algumas mulheres como entrave para a produção com foco em gênero. Ao longo do trabalho, levantamos o problema de omissão de dados sobre gênero e raça em muitas pesquisas governamentais, o que dificulta/inviabiliza o trabalho tanto na academia quanto entre as profissionais que precisam das informações. Boa parte da produção jornalística que se propõe a abordar a perspectiva de gênero utiliza dados, sendo importante que os cursos de jornalismo e as empresas possam oferecer capacitação nesse sentido, além de imprescindível que os institutos de pesquisa e instituições afins tenham preocupação com esses marcadores.

**Figura 10** – Outros fatores citados pelas respondentes que dificultam a produção com foco em mulheres



Fonte: elaboração própria (2022).

Uma das informantes menciona que “trabalhar com maioria de chefes homens numa empresa que é predominantemente masculina” dificulta a produção com foco em mulheres. Sobre isso, em espaço aberto para que as participantes pudessem discorrer comentários, uma delas redigiu:

Trabalho numa empresa pública onde mulheres são uma minoria. Percebi que não há nenhum trabalho de comunicação interna que traga alguma reflexão sobre a questão de gêneros ou até mesmo temas que estão em alta nas discussões em redes sociais. Ambiente machista e tóxico.

Outra participante também observa como problema o sexismo nos cargos da empresa, olhando para os sindicatos. Para ela, as pautas que contemplem as mulheres podem contribuir para a mudança no ambiente de trabalho:

Os sindicatos também precisam abrir espaço para a liderança das mulheres. Os homens se eternizam nos cargos de maior visibilidade. A inclusão de

pautas de gênero pode ser um caminho. Trabalho no [nome da empresa suprimido para garantir o sigilo da respondente].

Os resultados obtidos a partir da análise dos dados somados aos comentários das informantes reforçam a necessidade das empresas adotarem mudanças tanto verticais quanto horizontais, já que a predominância de chefes e/ou colegas homens pode, inclusive, inibir que as profissionais possam sugerir pautas com foco em mulheres. Abrir espaço para as discussões de gênero e naturalizar a produção sob essa perspectiva são atitudes essenciais para tornar o ambiente de trabalho menos sexista, de forma que essas questões são de interesse de todas e todos – não apenas das mulheres. Olhando para esse cenário, uma das participantes analisa o sexismo no jornalismo da seguinte forma:

Há mais mulheres nas redações, elas são muito assediadas, o compliance não é estimulado, e há muito pouco estímulo em formular pautas sobre mulheres. Também há outro fator: apresentadores de TV homens não se sentem "confortáveis" dando as pautas com foco em mulheres e evitam com argumento que são militância.

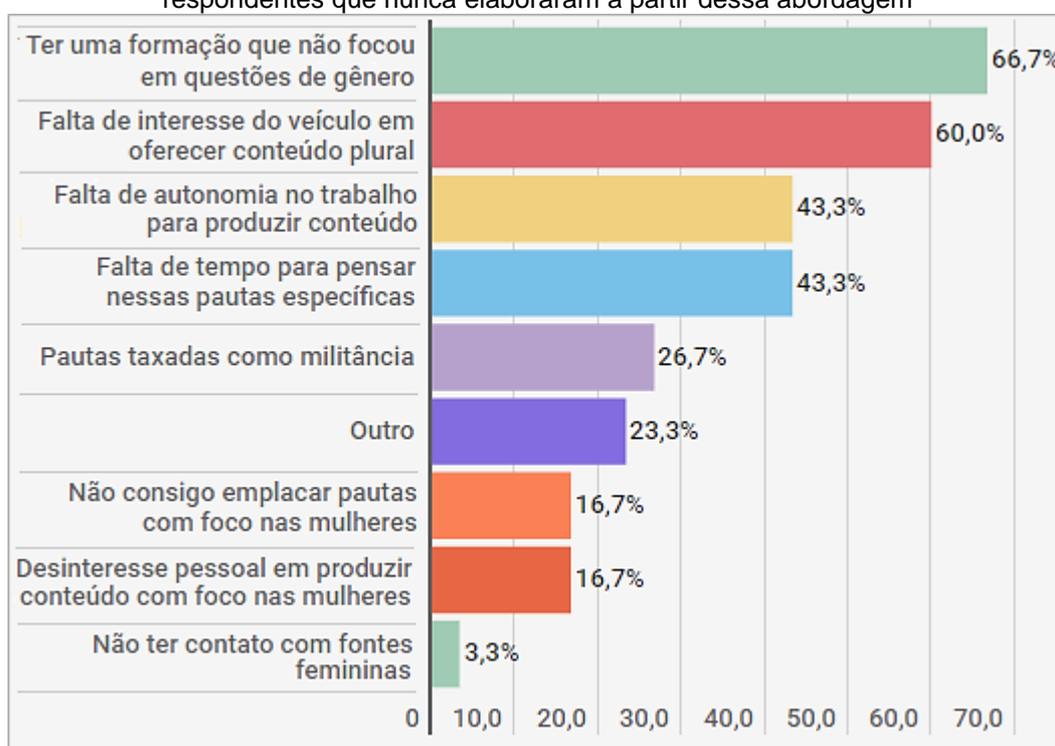
Desse modo, assim como a literatura discute, é essencial que as pautas com foco em gênero não sejam responsabilidade exclusivamente das mulheres, mas se torne uma cultura das empresas. É importante, ainda, a efetiva diversidade de gênero e raça nas organizações, contemplando também os cargos de chefia, na medida em que a heterogeneidade pode contribuir na inclusão de outras visões de mundo. O incentivo no trabalho para a produção com perspectiva de gênero parece ser um fator essencial. Uma das participantes cita que “há muito pouco estímulo em formular pautas sobre mulheres”, e outro comentário indica:

Percebo que muitas vezes falta incentivo para desenvolver reportagens ou conteúdos jornalísticos focados no gênero. Além de que em alguns casos, a produção deve ser rápida e falta tempo de conhecer novas fontes ou fazer reportagens especiais. Mas é algo que gostaria de fazer mais, com certeza.

Junto à falta de estímulo, as condições de trabalho também são colocadas como barreiras para a produção jornalística com foco em gênero. Na seção relativa aos aspectos do trabalho, verificamos que as profissionais tendem a produzir uma boa quantidade de material por mês, utilizando entre um e três dias, com expediente de 5 a 8 horas diárias. A depender do tipo de empresa, como em assessorias, as mulheres tendem a produzir mais e possivelmente em equipes reduzidas. Em consequência, a sobrecarga pode dificultar que elas consigam tempo para produzir matérias com maior profundidade, conseguir dados e fontes etc.

Entre as respondentes que nunca produziram a partir do foco em mulheres, solicitamos que elas indicassem três fatores que dificultam nesse processo. Seguem as opções listadas no Gráfico 60: (I) de ordem individual – ter uma formação que não focou em questões de gênero; desinteresse pessoal em produzir conteúdo com foco nas mulheres; (II) da dimensão organizacional – falta de autonomia no trabalho para produzir conteúdo; falta de interesse do veículo em oferecer conteúdo diversificado; pautas taxadas como militância; não ter contato com fontes femininas; falta de tempo para pensar nessas pautas específicas; não consigo emplacar pautas com foco nas mulheres.

**Gráfico 60** – Frequência dos aspectos que dificultam a produção com foco em mulheres entre as respondentes que nunca elaboraram a partir dessa abordagem



Fonte: elaboração própria (2022).

Ao contrário do grupo de informantes que indicaram já ter produzido com foco em mulheres, a maioria das respondentes que nunca elaboraram a partir dessa abordagem assinalam como principal barreira a formação que não focou em questões de gênero (66,7%). Olhando para aspectos da formação dessas participantes, de fato a maioria delas teve pouco contato com essas discussões durante a graduação: 56,7% estudam/estudaram em instituições de ensino privado, 56,7% nunca foram incentivadas pelas/os professoras/es a produzir conteúdo com foco em mulheres,

73,3% não tiveram acesso a nenhuma atividade com enfoque total ou parcial de gênero.

Já entre as informantes que produziram algum conteúdo com foco em mulheres, 51,9% são graduadas/graduandas em universidades públicas, 60,9% delas tiveram incentivo docente para produzir com foco em mulheres, 45,9% conseguiram acesso a alguma atividade com enfoque total ou parcial de gênero. Assim, é possível que, na percepção das respondentes que tiveram menos contato com questões de gênero durante a formação, esse fator tenha impacto maior para dificultar a atuação delas na produção a partir do protagonismo das mulheres. Assim, quanto mais as estudantes conseguirem acesso a essas discussões, possivelmente mais preparadas elas estarão para ter um olhar crítico quanto ao sexismo no ambiente de trabalho, bem como na proposição das pautas com viés de gênero quando surgirem “brechas” (se for o caso) e, ainda, para perceberem de que modo as relações são inibidoras da autonomia delas etc.

De modo semelhante às informantes que já produziram com foco em mulheres, esse grupo de profissionais que nunca elaborou conteúdo a partir dessa perspectiva também indica como uma das principais barreiras o desinteresse do veículo em oferecer conteúdo diversificado (60,0%). A falta de autonomia e o pouco tempo para pensar nas pautas são fatores assinalados por 43,3% delas, respectivamente. Dessa forma, observamos que elas podem sentir menos a imposição do tabu quanto à produção com foco em mulheres porque esse grupo de profissionais pouco ou nunca propôs pautas com perspectiva de gênero.

Por outro lado, é interessante notar que há empresas preocupadas em visibilizar questões de gênero e outras pautas sociais, reafirmando a importância da autonomia de trabalho para jornalistas. Assim, não se pode generalizar o mercado do jornalismo e não reconhecer as iniciativas contra-hegemônicas. Sobre isso, segue o depoimento de uma das participantes do *survey*:

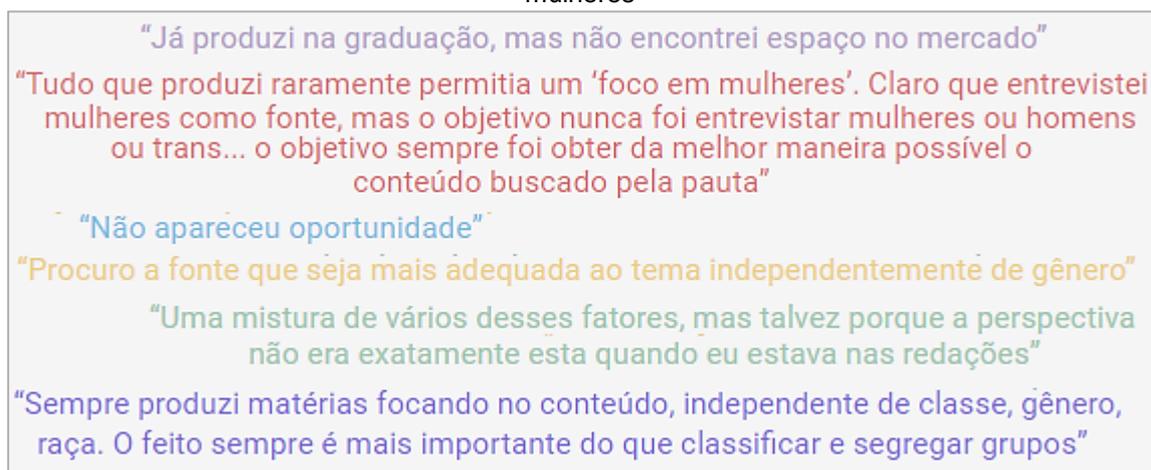
Tenho sorte de trabalhar em um veículo preocupado com as questões sociais e que nos dá liberdade de produzir pautas sobre questões de gênero [nome da empresa suprimido para garantir o sigilo da respondente]. Inclusive, temos um quadro semanal chamado [nome do quadro suprimido para garantir o sigilo da respondente], em que todas as repórteres foram envolvidas e é muito bacana ver a união feminina em prol de um tema tão importante.

Outra informante pondera que há transformações positivas no jornalismo, demonstrando que ela está atenta às questões de gênero. Por outro lado, a fala dela

reforça que as mudanças parecem partir de determinadas pessoas que têm interesse no assunto: “Percebo que o passar dos anos na redação mudou bastante as perspectivas de gênero, pelo menos no ambiente da comunicação pública posso dizer que temos pessoas mais interessadas e qualificadas para abordar esses temas”.

Na Figura 11, reunimos outros fatores que dificultam a produção jornalística com foco em mulheres mencionados pelas respondentes. Chama a atenção que boa parte das reflexões gira em torno do mercado não oferecer espaço para essas produções: “não apareceu oportunidade”, “[...] talvez porque a perspectiva não era exatamente esta quando eu estava nas redações”, “já produzi na graduação, mas não encontrei espaço no mercado”. Essas ponderações vão de encontro ao desinteresse da empresa em oferecer conteúdo diversificado, daí a necessidade de que as questões de gênero não sejam apenas fruto da atitude individual das profissionais, mas precisam perpassar horizontal e verticalmente o espaço de trabalho.

**Figura 11** – Outros fatores citados pelas respondentes que dificultam a produção com foco em mulheres



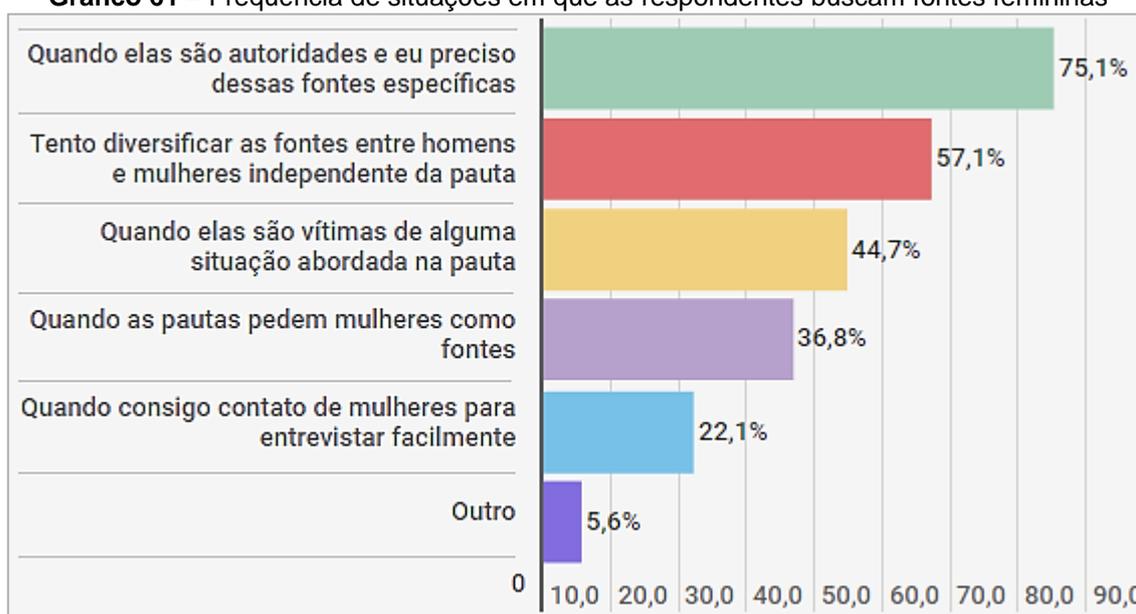
Fonte: elaboração própria (2022).

Outras mulheres citam que a perspectiva de gênero ou a escolha de mulheres – e outras minorias – como fontes são aspectos menos importantes para a qualidade do conteúdo. Ressaltamos que é essencial tratar das questões de gênero na produção jornalística de forma consciente e intencional, tendo em mente que o bom conteúdo também inclui a diversidade de pautas e de vozes. É possível entrevistar uma ótima fonte especialista em determinado assunto e dar preferência a uma mulher negra; é viável falar sobre desemprego e focar nas mulheres, já que elas são as mais atingidas.

Tendo em vista que a diversidade das fontes é uma das principais demandas para a diminuição da desigualdade de gênero (e raça) na cobertura jornalística, nos interessa verificar essa questão entre as informantes. Para a última variável analisada (Gráfico 61), solicitamos que elas assinalassem três principais situações em que recorrem a fontes mulheres nas produções, independente da pauta apresentar ou não o foco de gênero. Formulamos as seguintes opções: quando elas são autoridades e eu preciso dessas fontes específicas (ex.: a secretária da saúde, a delegada titular da Delegacia da Mulher etc.); quando elas são vítimas de alguma situação abordada na pauta (ex.: violência, crime etc.); tento diversificar as fontes entre homens e mulheres independente da pauta (ex.: mulheres economistas, cientistas etc.); quando consigo contato de mulheres para entrevistar facilmente; quando as pautas pedem mulheres como fontes (ex.: dia das mães, dia da mulher, mulher na política etc.). Os dados indicados no Gráfico 61 se referem a todas as respondentes, totalizando 217.

Majoritariamente elas recorrem a fontes femininas quando são autoridades (75,1%). Assim, para a maior parte das profissionais, as mulheres são ouvidas sobretudo pelo cargo que ocupam, não pelo gênero – logo, se a quantidade de mulheres em posição de autoridade é baixa, dependendo da área de trabalho, conseqüentemente elas aparecerão pouco nas produções jornalísticas.

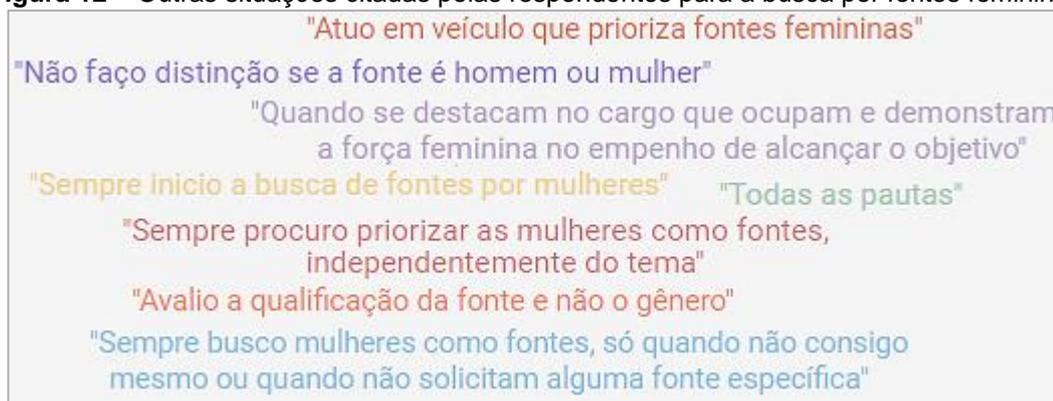
**Gráfico 61** – Frequência de situações em que as respondentes buscam fontes femininas



Fonte: elaboração própria (2022).

A segunda situação em que as informantes mais consultam mulheres é assinalada por 58,1% como a tentativa de diversificar as fontes entre homens e mulheres independente da pauta. Entre as respostas abertas mencionadas pelas informantes e agrupadas na categoria “outro”, a Figura 12 indica alguns cenários interessantes. A atuação em empresas que estimulam a consulta a fontes femininas é um fator apontado por uma das participantes: “Atuo em veículo que prioriza fontes femininas”. Outras mostram que se preocupam em ouvir mulheres: “Sempre procuro priorizar as mulheres como fontes, independente do tema”; “Sempre inicio a busca de fontes por mulheres”; “Sempre busco mulheres como fontes, só quando não consigo mesmo ou quando não solicitam alguma fonte específica”.

**Figura 12** – Outras situações citadas pelas respondentes para a busca por fontes femininas



Fonte: elaboração própria (2022).

Em síntese, consideramos positivo a preocupação da maioria das respondentes em buscar mulheres enquanto fontes, mesmo que o cargo ocupado por elas possivelmente tenha um peso importante. Poucas informantes demonstraram desinteresse em priorizar vozes femininas. Ressaltamos o papel dos veículos e organizações em estimular a visibilidade de mulheres enquanto fontes nas produções e, conforme visto nos capítulos teóricos, há diversos projetos que disponibilizam bancos de fontes femininas que podem contribuir.

Por fim, reunimos os principais comentários das informantes sobre a pesquisa. É significativo notar que o *survey* levou as respondentes a refletirem se é necessário designar a perspectiva de gênero no jornalismo. Uma delas analisa da seguinte forma: “Toda produção jornalística pode ter perspectiva de gênero, pelo uso da linguagem inclusiva e não sexista, pela inclusão de mais de uma fonte, trazendo mulheres como porta-vozes. Esta produção não precisa estar etiquetada como ‘de gênero’”.

Enfatizamos que a linguagem não sexista e as fontes diversificadas são atitudes que devem ser contempladas em qualquer produção para um jornalismo mais equitativo. Já a perspectiva de gênero, conforme a literatura ressalta, diz respeito a um conjunto de aspectos que vão além – especialmente no que diz respeito ao enfoque e transversalidade da pauta. Ouvir uma fonte mulher não necessariamente significa que ela irá trazer a perspectiva de gênero em sua fala, por exemplo.

Outras mulheres relataram como foi a experiência em participar do *survey* e como a pesquisa pode contribuir, inclusive, na produção delas. Segue um dos comentários: “Achei muito interessante essa pesquisa, já acrescenta um novo olhar as pautas”. Também há aquelas que se interessam pela discussão e acreditam no potencial do jornalismo: “Estudos como esse são essenciais para avançarmos na direção de um jornalismo antirracista e plural, que represente realmente os anseios da população brasileira. Parabéns pela iniciativa!”; “Espero que minha participação contribua para um bom resultado da pesquisa e que ela traga dados e informações que auxiliem na transformação da visão da sociedade em relação à mulher”.

Notamos, ainda, que boa parte das respondentes está disposta a participar de outras investigações com foco em gênero, o que pode ser explorado em trabalhos posteriores:

Quanto ao meu trabalho, na época em que me formei essas questões identitárias não eram pauta, mas em minha formação e carreira cheguei a escrever textos sobre equidade, me especializei nesse tema, inclusive, e me coloco a disposição para qualquer colaboração nesse sentido. Gostaria de participar de eventos com esse tema.

Outra informante contribui ao informar que o emprego da flexão de gênero para nomear profissão ou demais designações se tornou obrigatório na comunicação social e institucional do Poder Judiciário, o que demonstra que as profissionais estão atentas a essas questões em diversos contextos: “No Poder Judiciário a distinção de gênero já é obrigatória. <https://www.cnj.jus.br/distincao-de-genero-passa-a-ser-obrigatoria-no-judiciario/> A Resolução é a 376/2021 - <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3765>”<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> A Resolução Nº 376, de 2 de março de 2021, dispõe sobre o emprego obrigatório da flexão de gênero, inclusive de pessoas transgêneras, para nomear profissão ou demais designações na comunicação social e institucional do Poder Judiciário, incluindo carteiras de identidade funcionais, documentos oficiais, placas de identificação de setores, dentre outros. A resolução considera a Lei nº 12.605, de 4 de abril de 2012, de autoria da então senadora Serys Slhessarenko (PT), que determina obrigatória a flexão de gênero para nomear profissão ou grau em diplomas nas instituições de ensino públicas e privadas. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12605.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12605.htm) Acesso em: 25 set. 2022.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa que envolve gênero é sempre complexa. Primeiro esbarramos na dificuldade em alinhar a literatura feminista ao campo do jornalismo. E quando falamos na produção feminista, precisamos fugir das armadilhas para não acabarmos repetindo velhos discursos hegemônicos. E buscamos outras autoras, exploramos mais pesquisas, muitas obras, e descobrimos/confirmamos a multiplicidade dessas produções que não se resumem a ver o mundo a partir da universalização da mulher.

Após o mergulho na literatura, outro desafio é a escrita. “Será que adotar um estilo impessoal torna o trabalho menos feminista? Eu deveria narrar minhas experiências para legitimar meu posicionamento político?”. E percebemos que não há uma fórmula para que uma pesquisa seja mais feminista do que outra, porque cada uma possui uma contribuição para que possamos melhorar o próximo trabalho.

O que podemos concluir a partir de tantas páginas escritas e dados analisados? Vimos que a perspectiva de gênero pode e deve estar presente nos mais variados veículos, mas os portais da mídia independente especializada parecem mais preocupados em tratar dessas questões. Ainda assim, cada vez mais é possível notar que a mídia corporativa e os veículos independentes sem especialização de gênero também estão atentos aos debates. Por outro lado, nos parece que as mulheres são “encarregadas” de produzir a partir da perspectiva de gênero, de maneira que os homens se “desobrigam” desse conteúdo.

Tendo em vista as discussões levantadas, refletimos a falta de uma sistematização da perspectiva de gênero no jornalismo. Apesar da existência dos manuais com orientações produzidos por organizações, conforme apresentamos nos capítulos teóricos, as indicações se referem basicamente ao uso da linguagem não sexista e não racista, além da recomendação para a consulta a fontes mulheres. Contudo, não temos com clareza uma definição desse tipo de produção.

Em síntese, este trabalho partiu do entendimento de que o jornalismo com perspectiva de gênero é a produção que tem foco nas mulheres, priorizando (mas não limitando) as jornalistas enquanto repórteres e as questões de gênero nas pautas transversais, no enfoque, nos recursos imagéticos e sonoros, além das fontes femininas. A partir das lacunas presentes na literatura, levantamos os seguintes questionamentos, que precisam ser explorados em pesquisas posteriores: há uma fórmula ideal para a perspectiva de gênero no jornalismo? Qual o parâmetro para

determinar o que é e o que não é perspectiva de gênero no jornalismo? Ao determinarmos o que é perspectiva de gênero, estaríamos limitando a autonomia de produção das/os jornalistas? O uso de relatórios de pesquisas (governamentais ou não-governamentais) seria uma característica fundamental nessa perspectiva?

É o momento de retomar a problemática e os objetivos da pesquisa. A pergunta que nos instigou a desenvolver este trabalho foi: Quais os entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero, considerando as dimensões individual e organizacional, por mulheres do jornalismo no Brasil? Como objetivo geral, procuramos analisar os fatores que dificultam a utilização da perspectiva de gênero na produção. Quanto aos objetivos específicos, partimos da feminização do jornalismo para relacionar aspectos interseccionais nesse fenômeno, além de contribuir na produção de dados sobre o perfil feminino no jornalismo brasileiro.

Assim, para alcançarmos a finalidade do trabalho, realizamos pesquisa quantitativa de amostragem não-probabilística, com utilização do *survey* como método e análise descritiva na interpretação e discussão dos dados. Como recorte, delimitamos mulheres que atuam ou já atuaram no mercado do jornalismo no Brasil, seja na mídia ou fora da mídia, por entendermos que elas seriam mais propensas a responderem perguntas sobre jornalismo com perspectiva de gênero. Desse modo, o *corpus* foi constituído por 217 informantes, advindas de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal.

Sobre o *survey*, destacamos como ponto positivo a circulação online do questionário, que possibilita o maior alcance da pesquisa entre o público-alvo. Por outro lado, a principal dificuldade foi estimular a participação de mulheres em determinadas unidades federativas. Nesse sentido, a construção de uma rede de contatos foi essencial para que o *survey* pudesse abranger a maior quantidade de respondentes. Também é oportuno lembrar que tivemos um percentual de 33,9% de desistência, ou seja, mulheres que não concluíram a pesquisa. Sobre isso, notamos que boa parte delas abandonou o questionário já no primeiro bloco de perguntas, quando solicitamos o nome e dados sociodemográficos. Assim, recomendamos que pesquisas posteriores adotem mais estratégias para reforçar que o anonimato das respondentes é preservado e, ainda, é necessário divulgar a pesquisa para que o público se sinta parte do processo e conheça os resultados.

Como resultado, de modo geral, observamos que as características sociodemográficas das respondentes se alinham a outros levantamentos realizados

com profissionais do jornalismo: majoritariamente mulheres cisgêneras, brancas, jovens e com alto nível de escolaridade. É interessante observar a prevalência de informantes brancas nas regiões Sul e Sudeste, enquanto o Nordeste obteve mais respondentes negras. Desse modo, determinadas especificidades raciais, bem como assimetrias, também podem ter relação com a origem regional, já que os dados indicam diferenças de predomínio racial a depender da localidade.

Sobre a formação, verificamos o considerável grau de escolaridade entre todos os grupos raciais, apontando para uma possível característica entre as profissionais que atuam/atuaram no jornalismo. Por outro lado, o nível da graduação é mais frequente entre as mulheres pretas, o que pode impactar, por exemplo, a posição delas no mercado. Assim, se nota avanços na formação das profissionais do jornalismo, mas as assimetrias podem convergir em desvantagens para aquelas que apresentam escolaridade mais baixa, bem como em privilégios para quem possui nível de educação mais alto.

Sobre as questões de gênero na formação, notamos o baixo incentivo das/os professoras/es para que as estudantes produzissem conteúdo com foco feminino, sendo que esse déficit é maior entre aquelas que estudam/estudaram em instituições privadas. Observamos que universidades públicas parecem muito mais preocupadas e/ou possuem mais autonomia para abordar gênero no ensino, em especial estimulando a procura por fontes femininas.

Os dados reforçam que a maioria das mulheres não participou de atividades acadêmicas com foco parcial ou total de gênero, como congressos (seminários e/ou encontros), disciplina, bolsa de IC, grupo de pesquisa coordenado por professoras/es e grupo de estudo formado por colegas. As graduadas/graduandas de instituições públicas tiveram mais acesso ao grupo de pesquisa coordenado por professoras/es, apontando para possíveis iniciativas individuais de docentes para trabalhar temáticas de gênero de modo extraclasse. Já as respondentes vinculadas a estabelecimentos de ensino particular atuaram mais em grupos de estudos formados por colegas, indicando a preocupação e o protagonismo das discentes em discutir essas questões, ainda que eventualmente não tivessem um apoio institucionalizado.

Embora tenhamos identificado esses problemas, os resultados também evidenciaram possíveis mudanças recentes quanto a abordagem do gênero nos cursos de Jornalismo. A partir da análise comparativa entre faixas etárias (gerações), a pesquisa indica que as informantes mais jovens estão tendo mais incentivo docente

para produzir conteúdo focado nas mulheres e consultar fontes femininas, bem como o acesso às atividades que abordem temas de gênero.

Sobre movimentos sociais, 90,8% das informantes se identificam com causas político-sociais, especialmente o feminismo. O resultado é relevante na medida em que aponta para mulheres possivelmente mais conscientes das demandas sociais. Ainda que elas não necessariamente atuem em movimentos, mas os dados são um indício de que essas questões podem, de algum modo, perpassar o trabalho delas no jornalismo.

Em relação aos aspectos do trabalho no jornalismo, a principal área de atuação das informantes é fora da mídia, especialmente em assessoria. Verificamos uma maior diversidade racial nesses espaços, ao passo que a mídia e a docência podem apresentar mais barreiras de acesso para profissionais negras, sobretudo pretas. A literatura reitera que o padrão estético branco ainda impacta no mercado do jornalismo, embora tenhamos notado avanços importantes, como o considerável percentual de informantes negras que exercem/exerceram funções de chefia.

Sobre as empresas, observamos que assessorias e veículos da mídia tradicional podem oferecer vínculos empregatícios mais estáveis. Entre as mulheres com vínculo a mídia independente, verificamos maiores indícios de enquadramentos intermitentes, porém, esses arranjos parecem oportunizar mais o protagonismo das mulheres enquanto proprietárias ou sócias do que em outros tipos de empresas.

Quanto ao objetivo principal da pesquisa, que se refere a analisar os fatores que dificultam a utilização de uma perspectiva de gênero na produção, verificando se há diferenças quando se considera aspectos da formação e do trabalho, identificamos que a maioria das informantes já elaborou alguma produção com foco em mulheres. Por outro lado, os temas abordados pelas profissionais se concentram em datas comemorativas, saúde e movimentos sociais, o que reforça uma possível predominância de pautas voltadas ao “universo feminino”.

Também observamos que as informantes que atuam/atuaram em assessorias e na mídia tradicional tendem a abordar poucos temas nessas produções, o que indica provavelmente maiores entraves nesses espaços para que elas consigam desenvolver mais assuntos. Recebemos, com preocupação, o resultado de que as respondentes ligadas aos veículos da mídia tradicional alternam menos nos assuntos abordados, já que a mídia possui maior potencial para oferecer uma variedade temática por lidar com informações diversas, fatos e acontecimentos.

Quando em assessorias, as profissionais podem abordar poucos temas pelo trabalho mais voltados a clientelas específicas. Desse modo, em muitos contextos, o desenvolvimento das pautas com foco em mulheres representa um grande avanço, ainda que abordem poucas temáticas. Sobre isso, uma das informantes que atua em assessoria relatou que aproveita as comemorações do Dia Internacional das Mulheres para trazer discussões de gênero. Segundo ela, o ambiente predominantemente masculino constitui em barreira para que essas produções pudessem se desenvolver. Assim, é imprescindível reconhecer as “brechas” que as profissionais encontram para propor discussões de gênero.

As principais dificuldades verificadas para abordar a perspectiva de gênero na produção entre as respondentes que já abordaram algum tema com foco em mulheres se referem aos fatores organizacionais. A maioria delas assinala como maior entrave as pautas taxadas como militância, já que esse argumento estereotipado é utilizado para deslegitimar essas produções como subjetivas e de interesse pessoal.

Já entre as informantes que nunca elaboraram a partir dessa abordagem, a maioria indica como principal barreira a formação que não focou em questões de gênero. Olhando para aspectos da formação das participantes, elas constituem o grupo de mulheres que tiveram menos contato com essas discussões durante a graduação. Contudo, outros fatores organizacionais são apontados: desinteresse do veículo em oferecer conteúdo diversificado e a falta de autonomia no trabalho.

Como tentativa de responder a pergunta da pesquisa, observamos diferenças entre os grupos de participantes. Entre as respondentes que já abordaram foco em mulheres na produção jornalística, elas indicam como maiores entraves os fatores organizacionais. Os comentários das informantes apontam que ambientes masculinos tendem a inibir que as profissionais produzam a partir dessa perspectiva feminina; é como se gênero se constituísse num tema proibido, estranho ao ambiente de trabalho e sem legitimidade no jornalismo. Assim, as empresas precisam de mudanças tanto verticais quanto horizontais, oferecendo espaço e naturalizando as discussões dessa natureza.

Entre as participantes que nunca produziram com foco em mulheres, elas indicam como principal barreira a formação que não tratou de questões de gênero – fator da dimensão individual. Dessa forma, também é importante que os cursos de Jornalismo ofereçam discussões com enfoque de gênero transversalmente, tendo em

vista que essas questões devem perpassar o jornalismo como um todo – desde a equipe de trabalho até a produção.

A partir dos resultados obtidos, foi possível observar caminhos para investigar a feminização do jornalismo em outras pesquisas. Chamamos a atenção para a atuação e condições de trabalho das mulheres em assessorias, a atuação das profissionais na mídia independente (pensando tanto nas particularidades e/ou precariedades nesses espaços, quanto no protagonismo das mulheres enquanto proprietárias, sócias, fundadoras e co-fundadoras). Também é imprescindível ouvir mais mulheres, perceber de que modo o ambiente machista impacta de diversas formas a atuação das profissionais, bem como a produção com perspectiva de gênero, conforme conclui esta pesquisa.

Por fim, reconhecemos que a pesquisa não é perfeita e possui a limitação de não conseguir tratar de toda a diversidade de mulheres, tampouco dar conta de variadas perspectivas de gênero na análise. Certamente, há inúmeros questionamentos não contemplados, mas comemoramos o que conseguimos realizar até aqui. Relacionar variáveis, interpretar dados com embasamento teórico e fugindo ao máximo dos “achismos”, além da preocupação em tornar as participantes sujeitas da pesquisa. Afinal, este trabalho só é possível por intermédio das informantes e esperamos que ele sirva de inspiração para pesquisas futuras, que procurem preencher as lacunas que emergiram a partir da presente investigação.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (Org.). **Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ALMEIDA, Gabriela Cavalcanti Carneiro de. **A mulher na pesquisa em Jornalismo: teses e dissertações defendidas em programas de Pós-graduação em Jornalismo e Comunicação do Brasil (1972-2015)**. 2018. 149f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) –Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2018.

BANDEIRA, Ana Paula Bornhausen da Silva. Jornalismo feminino e jornalismo feminista: aproximações e distanciamentos. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 14, n. 2, p. 190-199, 2015. DOI: <https://doi.org/10.14210/vd.v14n02.p%25p>

BANDEIRA, Maurício (Coord.). **Perfil Racial da Imprensa Brasileira**. Jornalistas & Cia; Portal dos Jornalistas; Instituto Corda, 2021.

BASTHI, Angélica (Org.). **Guia para Jornalistas sobre gênero, raça e etnia**. Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011. Disponível em: [https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/01/guia\\_jornalistas.pdf](https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/01/guia_jornalistas.pdf)

BAUER, Carlos. **Breve história da mulher no mundo ocidental**. São Paulo: Xamã – Edições Pulsar, 2001.

BERTASSO, Daiane; NASCIMENTO, Fernanda; GUSTAFSON, Jessica. Jornalismo e gênero: a emergência de uma disciplina e um relato de docência compartilhada. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 28, n. 2, p. 1-9, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2020v28n258720>

BERTASSO, Daiane; ROSA, Amanda Regina. Os sentidos sobre as mulheres no discurso da revista *Claudia* ao longo de uma década (2009-2019). **Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 23, n. 1, p. 116-128, 2021. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2021.231.10>

BIROLI, Flávia. Divisão sexual do trabalho e democracia. **Dados – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 59, n. 3, p. 719-681, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/00115258201690>

BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, p. 71-98, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200004>

BONFIM, Cristiane Guilherme; NUNES, Márcia Vidal. “#PrimeiroAssédio” na mídia e na percepção de leitoras no Facebook. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 15, n. 1, p. 108-127, 2019. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n1.2019.1073>

BORGES, Rosane da Silva. Informação é poder. **Revista Eparrei**, Santos, v. VI, p. 29-31, 2007. Disponível em: <http://cidinhadasilva.blogspot.com/2007/10/informao-poder.html>

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil**. Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica – número 41. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Relatório síntese: Comunicação Social**. Brasília: Inep, 2006. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/download/enade/2006/relatorios/Comunicacao\\_social\\_relatoriofinal.pdf](https://download.inep.gov.br/download/enade/2006/relatorios/Comunicacao_social_relatoriofinal.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Relatório síntese: Comunicação Social – Jornalismo**. Brasília: Inep, 2009. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/enade/relatorio\\_sintese/2009/2009\\_rel\\_sint\\_comunicacao\\_social\\_jornalismo.pdf](https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/relatorio_sintese/2009/2009_rel_sint_comunicacao_social_jornalismo.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Relatório síntese: Comunicação Social – Jornalismo**. Brasília: Inep, 2012. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/enade/relatorio\\_sintese/2012/2012\\_rel\\_comunicacao\\_social\\_jornalismo.pdf](https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/relatorio_sintese/2012/2012_rel_comunicacao_social_jornalismo.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Relatório síntese de área: Comunicação Social – Jornalismo**. Brasília: Inep, 2015. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/enade/relatorio\\_sintese/2015/jornalismo.pdf](https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/relatorio_sintese/2015/jornalismo.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Relatório síntese de área: Comunicação Social – Jornalismo**. Brasília: Inep, 2018. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/enade/relatorio\\_sintese/2018/Comunicacao\\_Social\\_Jornalismo.pdf](https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/relatorio_sintese/2018/Comunicacao_Social_Jornalismo.pdf)

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **Resumo técnico do Censo da Educação Superior 2019**. Brasília: Inep, 2021. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas\\_e\\_indicadores/resumo\\_tecnico\\_censo\\_da\\_educacao\\_superior\\_2019.pdf](https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/resumo_tecnico_censo_da_educacao_superior_2019.pdf)

BRASIL. **Recomendação Geral n. 35 sobre Violência de Gênero Contra as Mulheres do Comitê para Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra a Mulher (CEDAW)**. Série Tratados Internacionais de Direitos Humanos. Tradução: Neri Accioly. Brasília: Conselho Nacional de Justiça, 2019. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2019/09/769f84bb4f9230f283050b7673aeb063.pdf>

BROWN, Rita Mae. The Last Straw. *In*: BORDO, Susan; ALCALDE, Maria Cristina; ROSENMAN, Ellen (Org.). **Provocations**: a transnational reader in the history of feminist thought. Oakland: University of California Press, 2015. p. 221-226.

BROWN, Wendy. O Frankenstein do neoliberalismo: liberdade autoritária nas “democracias” do século XXI. *In*: ALBINO, Chiara; OLIVEIRA, Jainara; MELO, Mariana. (Org.). **Neoliberalismo, neoconservadorismo e crise em tempos sombrios**. Editora Seriguêla: Recife, 2021. p. 91-150.

BUENO, Thaisa; CARVALHO, Michelly Santos de; LIMA, Islene Sousa. Mulheres na assessoria de imprensa: relatos de assédios em Imperatriz (MA). **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, v. 26, n. 1, p. 2-22, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.5902/2316882X65229>

BUENO, Thaisa Cristina; FONSECA, Jordana. Carreira e trabalho: quem é o assessor de imprensa em Imperatriz (MA)? **Intexto**, Porto Alegre, n. 49, p. 104-122, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202049.104-122>

BUTLER, Judith. Sujeitos do sexo/gênero/desejo. *In*: **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 15-60.

CAMARGO, Bruna Aparecida; WOITOWICZ, Karina Janz. Formação em Jornalismo e questões de gênero: práticas de ensino, pesquisa e extensão nos cursos de Curitiba e Ponta Grossa/PR. **Rebej**, Brasília, v. 8, n. 23, p. 26-42, 2018. Disponível em: <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/16>

CARDOSO, Isabela Cristina Barros. **Discursos sobre violência sexual contra a mulher no webjornalismo e nas redes sociais**. 2015. 150f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. *In*: **Seminário Internacional sobre Racismo, Xenofobia e Gênero**, Durban - África do Sul, 2001.

CARRERA, Fernanda. Raça e privilégios anunciados: ensaio sobre as sete manifestações da branquitude na publicidade brasileira. **Eptic**, v. 22, n. 1, p. 1-28, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/11235/10364>

CARVALHO, Guilherme; BRONOSKY, Marcelo. Jornalismo alternativo no Brasil: do impresso ao digital. **Pauta Geral**, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 21-39, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v.4.i1.0002>

CASADEI, Eliza Bachega. A inserção das mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências do final do século XIX. **Alterjor**, v. 3, n. 1, p. 1-10, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88218>

CAVENAGHI, Suzana; ALVES, José Eustáquio Diniz. **Mulheres chefes de família no Brasil**: avanços e desafios. Rio de Janeiro: ENS-CPES, 2018.

CENDÓN, Beatriz Valadares; RIBEIRO, Nádia Ameno; CHAVES, Consuelo Joncew. Pesquisas de *survey*: análise das reações dos respondentes. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 24, n. 3, p. 29-48, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/19963>

CHAHER, Sandra. Medios masivos/medios alternativos y redes de periodistas. *In*: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (Org.). **Las palabras tienen sexo**: introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007a. p. 111-124.

CHAHER, Sandra. Transversalización del enfoque de género. *In*: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (Org.). **Las palabras tienen sexo**: introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007b. p. 125-136.

COSTA, Jessica Gustafson. **Jornalismo Feminista**: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo. 2018. 218f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

COSTA, Leonardo et al. A formação em Jornalismo na Universidade Federal da Bahia: uma análise dos egressos. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 11, n. 28, p. 69-88, 2021. DOI: <https://doi.org/10.46952/rebej.v11i28.434>

CRENSHAW, Kimberlé Williams. **A Interseccionalidade na discriminação de raça e gênero**. *In*: VV.AA. Cruzamento: raça e gênero. Brasília: Unifem, 2004.

DAMIAN-GAILLARD, Béatrice; FRISQUE, Cégolène; SAITTA, Eugénie. Le journalisme au prisme du genre: une problématique féconde. **Questions de communication**, v. 15, p. 175-201, 2009. DOI: <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.544>

DEBÉRTOLIS, Karen Silvia. **Brasil Mulher**: Joana Lopes e a imprensa alternativa feminista. 2002. 131f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

DIAZ, Liz Ribeiro. **Masculino, o gênero do jornalismo?** O tensionamento entre a representação da mulher na mídia tradicional e o movimento feminista em redes sociais digitais. 2019. 143f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

DUARTE, Constância Lima. Imprensa feminina e feminista no Brasil: nos primórdios da emancipação. **Revista XIX**, Brasília, v. 1, n. 4, p. 95-105, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistaXIX/article/view/21741>

EDDY, Kirsten; SELVA, Meera; NIELSEN; Rasmus Kleis. **Women and Leadership in the News Media 2022**: evidence from 12 Markets. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Apontamentos sobre a formação de uma crítica feminista de mídia no Brasil. *In*: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). **Gênero, mídia & lutas sociais**: percepções críticas e experiências emancipatórias. Ponta Grossa: UEPG, 2018. p. 11-27.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Tradução: Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

FERREIRA, Sérgio Rodrigo. A respeito da categoria (trans/cis) gênero: a representação da identidade de gênero e a cisgeneridade compulsória. **Eco-Pós**, v. 24, n. 3, p. 355-380, 2021. DOI: <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i3.27576>

FIGARO, Roseli. Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas. **E-compós**, Brasília, v. 16, n. 1, p. 1-20, 2013. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.855>

FIGARO, Roseli et al. Arranjos jornalísticos: organização, sustentação, formas de trabalho e discurso jornalístico. *In*: FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia (Org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil**: organização, sustentação e rotinas produtivas. São Paulo: ECA-USP, 2021. p. 12-47.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Novos 'arranjos econômicos' alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea – Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 15, n. 1, p. 47-63, 2017. DOI: <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v15i1.21451>

FONSECA, Nathália; CAL, Danila; DARWICH, Rosângela. Interfaces entre comunicação e feminismos do Sul Global: construindo direcionamentos analíticos. *In*: CAL, Danila Gentil Rodriguez; BRITO, Rosaly de Seixas (Org.). **Comunicação, gênero e trabalho doméstico**: das reiteraões coloniais à invenção de outros possíveis. Curitiba: CRV, 2020a. p. 101-115.

FONSECA, Nathália de Sousa; CAL, Danila Gentil Rodriguez; DARWICH, Rosângela Araújo. Subjetividades em relação: diálogos entre o modelo praxiológico da Comunicação e perspectivas feministas do Sul Global. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, p. 43-59, 2020b. DOI: <https://doi.org/10.12957/logos.2020.52891>

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. **Mediações**, Londrina, v. 14, n. 2, p. 11-33, 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/2176-6665.2009v14n2p11>

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

GEHLEN, Marco Antônio; BUENO, Thaisa; PAULA, Vanessa de. Quem somos? O perfil educacional do formado em Jornalismo na UFMA de Imperatriz (MA). **Paradoxos**, Uberlândia, v. 3, n. 2, p. 49-67, 2018. DOI: <https://doi.org/10.14393/par-v3n2-2018-49705>

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GONZALEZ, Lélia. Por um feminismo Afro-latino-americano. **Caderno de Formação Política do Círculo Palmarino**, n. 1, p. 12-20, 2011. Disponível em: <https://bityli.com/jKYff>

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. *In: Revista Ciências Sociais Hoje*, p. 223-244, 1984. Disponível em: <https://bityli.com/gMfFJ>

GOULART, Bruna de Fátima. **Educação das mulheres, magistério e as relações de gênero em sala de aula: rupturas ou continuidades?** 2009. 45f. Monografia (Licenciatura em Pedagogia) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2009.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, p. 201-246, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-83332004000100009>

hooks, bell. Conflito. *In: Ensinando o pensamento crítico*. São Paulo: Editora Elefante, 2020. p. 136-142.

hooks, bell. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 16, p. 193-210, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-335220151608>

hooks, bell. O imperialismo do patriarcado. *In: Não sou eu uma mulher*. Mulheres negras e feminismo. Plataforma Gueto, 2014. p. 63-85.

KASSOVA, Luba. **The missing perspectives of women in News**. AKAS, 2020.

KIKUTI, Andressa; ROCHA, Paula Melani. Mercado de trabalho e trajetória profissional de jornalistas mulheres entre 2012 e 2017 no Brasil. *In: 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Anais eletrônicos...* São Paulo, 2018.

KIKUTI, Andressa; ROCHA, Paula Melani. O jornalismo independente e o empoderamento do discurso de gênero nas mídias digitais. *In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women’s Worlds Congress, Anais eletrônicos...* Florianópolis, 2017.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação** – Episódios de racismo cotidiano. Tradução: Jess Oliveira. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019a.

KILOMBA, Grada. Grada Kilomba: “O colonialismo é a política do medo. É criar corpos desviantes e dizer que nós temos que nos defender deles”. [Entrevista concedida a] Joana Oliveira. **El País**, São Paulo, 11 set. 2019b. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/19/cultura/1566230138\\_634355.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/19/cultura/1566230138_634355.html). Acesso em: 27 abr. 2022.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. 2 ed. São Paulo: Edusp, 2001. p. 70-72.

LAFONTAINE, David; BREINER, James. **Ponto de Inflexão** — Impacto, Ameaças e Sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos. SembraMedia/Omidyar Network, 2017.

LEITE, Aline Tereza Borghi. Editoras, repórteres, assessoras e *freelancers*: diferenças entre as mulheres no jornalismo. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 47, n. 163, p. 44-68, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/198053143810>

LEITE, Rosalina de Santa Cruz. Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 234-241, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2003000100014>

LELO, Thales Vilela. A feminização do jornalismo sob a ótica das desigualdades de gênero. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 27, n. 2, p. 1-14, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n254225>

LIMA, Daniele Silva; SANTOS, Wyldiany Oliveira dos; TAVARES, Camilla Quesada. Relações de gênero na rotina de trabalho de mulheres jornalistas: um estudo de Imperatriz e Balsas, no Maranhão. **Âncora**, João Pessoa, v. 6, n. 2, p. 300-321, 2019. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2359-375X.2019v6n2.49585>

LIMA, Daniele Silva; SOUSA, Nayara Nascimento de; TAVARES, Camilla Quesada. A visibilidade também é política: o lugar das mulheres na cobertura do Jornal Hoje e do JMTV 1ª Edição. **Líbero**, São Paulo, ano 24, n. 48, p. 11-30, 2021.

LIMA, Samuel Pantoja et al. **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2022.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 935-952, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/%25x>

MANO, Maíra Kubík Taveira. De um jornalismo sexista a um jornalismo com perspectiva de gênero. **Lutas Sociais**, São Paulo, v. 21, n. 39, p. 9-20, 2017. DOI: <https://doi.org/10.23925/lis.v21i39.35874>

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINEZ, Monica; LAGO, Cláudio; SOUZA LAGO, Mara Coelho de. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, 2016. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22464>

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá; ZANCOPER, Julya Vendite. Padrões estéticos e atuação profissional de mulheres telejornalistas: uma pesquisa exploratória. **Observatório**, Palmas, v. 3, n. 6, p. 658-679, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p658>

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camilla Quesada; SILVA, Gabriela Almeida. O que a produção científica tem a nos dizer? Avanços, lacunas e novas perspectivas para as pesquisas sobre Jornalismo e Gênero. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 7, p. 1-19, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v.7.14904.212>

MAZOTTE, Natália; TOSTE, Verônica (Coord.). **Mulheres no jornalismo brasileiro**. São Paulo: ABRAJI, 2017.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? *In: Conferência feita nos Cursos da Arrábida* - Universidade de Verão, p. 1-13, 1997. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>

MICK, Jacques. **Detalhamento metodológico da pesquisa “Perfil profissional do jornalismo brasileiro”**. Florianópolis: TMT/UFSC, 2013. Disponível em: [https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2012/04/PerfilJornal\\_Metodologia.pdf](https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2012/04/PerfilJornal_Metodologia.pdf)

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.

MIES, Maria. Origens sociais da divisão sexual do trabalho: a busca pelas origens sob uma perspectiva feminista. Tradução: Marianna Borges Soares. **Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 15, p. 838-873, 2016.

MIGUEL, Luís Filipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MOLIANI, João Augusto. **O trabalho em agências de comunicação: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de rabo preso com o cliente**. 2020. 270f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

MONTEIRO, Ivanilde Alves. A mulher na história da educação brasileira: entraves e avanços de uma época. *In: IX Seminário Nacional de Estudos e Pesquisas. História, Sociedade e Educação no Brasil, Anais eletrônicos...*, João Pessoa, 2012. p. 3069-3094.

MORAES, Fabiana; SILVA, Marcia Veiga da. A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora. *In: XXVIII Encontro Anual da Compós, Anais eletrônicos...* Porto Alegre, 2019.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. *In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 165-179.

OECD. **Dream Jobs?** Teenagers' Career Aspirations and the Future of Work. Programme for International Student Assessment – PISA. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development, 2020. Disponível em: <https://www.oecd.org/berlin/publikationen/Dream-Jobs.pdf>

ONU. **Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher**. Pequim: Organização das Nações Unidas, 1995. Disponível em: [http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/declaracao\\_pequim1.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/declaracao_pequim1.pdf)

OYĚWÙMÍ, Oyèrónkẹ. Conceitualizando gênero: a fundação eurocêntrica de conceitos feministas e o desafio das epistemologias africanas. *In*: BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GROSFUGUEL, Ramón (Org.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2020. p. 171-201.

PACHI FILHO, Fernando Felício; SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de; MOLIANI, João Augusto. Os conceitos diferenciados de comunicação e jornalismo alternativos e o mapeamento da produção acadêmica brasileira recente. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 5-28, 2019. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v41n2p5-28>

PEDRO, Joana Maria. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História**, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 77-98, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-90742005000100004>

PEREIRA, Claudia Nolasco de Abreu. **Violência contra a mulher e mídia**: um estudo sobre a influência da mídia nas violências cometidas as mulheres do município de Macaé/RJ. 2011. 76f. Monografia (Bacharelado em Serviço Social) – Universidade Federal Fluminense, Rio das Ostras, 2011.

PEREIRA, Fábio Henrique. **As diferentes maneiras de ser jornalista**: um estudo sobre as carreiras profissionais no jornalismo brasileiro. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2020.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 46-61, 2009. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v12i2.947>

PITHAN, Bruna; RABELO, Rosimar. Instituída a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres da ONU – 03 de setembro de 1981. **Revista Relações Exteriores**, Paulínia, 3 set. 2021. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/convencao-discriminacao-mulheres/>

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PRIORE, Mary del. **Histórias da gente brasileira**: Volume 1: Colônia. São Paulo: LeYa, 2016.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. *In*: LANDER, Edgardo (Org.). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Colección Sur Sur. Buenos Aires: CLACSO, 2005. p. 107-130.

RATIER, Rodrigo Pelegrini. **Jornalismo e jornalistas de educação no Brasil: um olhar sociológico multifocal sobre história, estrutura, agentes e sentidos**. 2015. 223f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

RICH, Adrienne. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. Tradução: Carlos Guilherme do Valle. **Bagoas – Estudos gays: gêneros e sexualidades**, v. 4, n. 5, p. 17-44, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/bagoas/article/view/2309>

RIOS, Aline de Oliveira et al. **Mães jornalistas e o contexto da pandemia**. Comissão Nacional de Mulheres da FENAJ (com colaboração dos Sindicatos de Jornalistas). Brasília: FENAJ, 2020.

RIOS, Flavia; MELLO, Luiz. Estudantes e docentes negras/os nas instituições de ensino superior: em busca da diversidade étnico-racial nos espaços de formação acadêmica no Brasil. **Boletim Lua Nova**, Cedec, 2019. Disponível em: <https://boletimluanova.org/estudantes-e-docentes-negras-os-nas-instituicoes-de-ensino-superior-em-busca-da-diversidade-etnico-racial-nos-espacos-de-formacao-academica-no-brasil/> Acesso em: 23 jun. 2022.

ROCHA, Paula Melani. **As mulheres jornalistas no Estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira**. 2004. 238f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

ROCHA, Paula Melani; DANCOSKY, Andressa Kikuti. A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**, Equador, n. 139, p. 389-408, 2018. DOI: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i139.3104>

ROCHA, Paula Melani; DANCOSKY, Andressa Kikuti. A feminização do jornalismo e a ausência da perspectiva de gênero nas editorias de tecnologia no Brasil. **Intexto**, n. 35, p. 119-36, 2016. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201635.119-136>

ROCHA, Paula Melani; SANTOS, Abinoan Santiago dos. As assimetrias de gênero no mercado de trabalho em jornalismo: um estudo sobre a participação feminina em redações do Amapá. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 30-42. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2019.153971>

ROCHA, Paula Melani; SOUSA, Jorge Pedro. O mercado de trabalho feminino em jornalismo: análise comparativa entre Portugal e Brasil. **Impulso**, Piracicaba, v. 21, n. 51, p. 7-18, 2011. DOI: <https://doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v21n51p7-18>

ROSSO, Aline Louize Deliberali; MICK, Jacques. Trajetórias profissionais de assessores de imprensa e jornalistas de mídia. **Famecos**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-14, 2020. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.38661>

ROSSO, Aline Louize Deliberali. **O capital simbólico do campo jornalístico: disputas e códigos compartilhados entre jornalistas de mídia e assessores da ALESC**. 2017. 304f. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SANTORO, Sonia. La práctica del periodismo de género. *In*: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (Org.). **Las palabras tienen sexo**: introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007. p. 137-152.

SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Jornalismo no feminino: a mulher jornalista, subjetividades e atuação profissional. **C&S**, São Bernardo do Campo, v. 38, n. 3, p. 35-58, 2016. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v38n3p35-58>

SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa (Org.). **Mulheres no jornalismo**: práticas profissionais e emancipação social. 1 ed. São Paulo: Cásper Líbero UFG/FIC, 2018.

SARMENTO, Rayza; CHAGAS, Viktor. Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero. **RuMoRes**, v. 14, n. 27, p. 124-149, 2020. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.163686>

SARMENTO, Rayza. **Das sufragistas às ativistas 2.0**: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016). 2017. 220f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

Schucman, Lia Vainer. **Entre o “encardido”, o “branco” e o “branquíssimo”**: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana. 122f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2012.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>

SEGATO, Rita. “A opressão de gênero é o pilar fundamental para todas as opressões”, diz antropóloga Rita Segato. [Entrevista concedida a] Leda Antunes, **O Globo**, 15 set. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/a-opressao-de-genero-o-pilar-fundamental-para-todas-as-opressoes-diz-antropologa-rita-segato-25190548>. Acesso em: 14 abr. 2022.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. 2010. 249f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SILVA, Marcia Veiga da. **Saberes para a profissão, sujeitos possíveis**: um olhar sobre a formação universitária dos jornalistas e a implicação dos regimes de saber-poder nas possibilidades de encontro com a alteridade. 2015. 276f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

SILVA, Nathália Cunha da. Mulheres fotojornalistas: assimetrias de gênero na distribuição de pautas. *In*: SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa

(Org.). **Mulheres no jornalismo**: práticas profissionais e emancipação social. São Paulo: Cásper Líbero/UFG/FIC, 2018. p. 107-130.

SOUSA, Nayara Nascimento de. Muito além da “caixinha feminista”: o jornalismo com perspectiva de gênero em portais independentes. *In*: 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, **Anais eletrônicos...** [encontro virtual], 2020.

SOUSA, Nayara Nascimento de. Por uma perspectiva de gênero no jornalismo: estudo de caso da produção de uma jornalista da Marco Zero Conteúdo (PE). *In*: XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã/Mídia Cidadã, **Anais eletrônicos...** [encontro virtual] ABPCom, 2021.

SOVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009.

TICE, Karen W. The "personal politics" of class. *In*: BORDO, Susan; ALCALDE, Maria Cristina; ROSENMAN, Ellen (Org.). **Provocations**: a transnational reader in the history of feminist thought. Oakland: University of California Press, 2015. p. 213-221.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. Coleção Teorias do Jornalismo – v.1. 1 ed. Florianópolis: Insular Livros, 2020.

VECCHIO-LIMA, Myrian Del; SOUZA, Humberto Cunha Alves de. Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro. **Media & Jornalismo**, Portugal, v. 17, n. 31, p. 131-152, 2017. DOI: [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_31\\_9](https://doi.org/10.14195/2183-5462_31_9)

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Famecos**, Porto Alegre, v. 16, n. 40, p. 77-83, 2009. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321>

WITTIG, Monique. Não se nasce mulher. *In*: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2019. p. 82-92.

WOITOWICZ, Karina Janz. Imprensa feminista no contexto das lutas das mulheres: ativismo midiático, cidadania e novas formas de resistência. **Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 1-18, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/am.v0i3.27915>

WOITOWICZ, Karina Janz. Páginas que resistem: A imprensa feminista na luta pelos direitos das mulheres no Brasil. *In*: VI Congresso Nacional de História da Mídia, **Anais eletrônicos...** Niterói: UFF, 2008.

WOITOWICZ, Karina Janz; PEDRO, Joana Maria. Feminismo e ativismo midiático: o jornalismo como estratégia de ação política. *In*: Seminário Fazendo Gênero 9 – Diásporas, Diversidades, Deslocamentos, **Anais eletrônicos...** Florianópolis, 2010.

XAVIER, Giovana (Org.). **Catálogo Intelectuais Negras Visíveis**. Rio de Janeiro: Malê, 2017.

ZAMPIERI, Gustavo Teixeira. **Perfil do egresso do curso de Jornalismo da UFMS (2007-2017)**. 2018. 54f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2018.

## APÊNDICE

### ROTEIRO DE PERGUNTAS

#### Entraves para a produção jornalística com perspectiva de gênero

#### Autorização de participação na pesquisa

Você está sendo convidada, como voluntária, a participar desta pesquisa, que tem por objetivo identificar as dificuldades encontradas por mulheres para produzir conteúdo jornalístico com foco no gênero. Você será esclarecida sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para aceitar a participação ou recusar, retirando seu consentimento ou interrompendo a pesquisa a qualquer momento.

Para contribuir nesta pesquisa, você não terá custo, nem receberá vantagem financeira. Sua identidade será tratada com sigilo e privacidade, e não haverá identificação em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada.

Reitero a importância da sua colaboração neste estudo, uma vez que as pesquisas que tratam do ponto de vista das mulheres que atuam no jornalismo são pouco produzidas no Brasil. Agradeço pelo seu tempo e contribuição!

Nessas condições, você:

- Aceito participar da pesquisa e autorizo o uso dos dados fornecidos e futuras publicações de seus resultados (de caráter acadêmico) no ambiente nacional e internacional.
- Não aceito participar da presente pesquisa.

#### I. Dados sociodemográficos

1. Nome

2. Idade

3. Gênero

Mulher cisgênera (se identifica com o gênero designado ao nascer)

Mulher trans (se identifica com outro gênero do que foi designado ao nascer)  
Não-binária (não se identifica com o que é designado como feminino e masculino)  
Outra

4. Cor/Raça (segundo o IBGE)

Preta

Parda

Branca

Indígena

Amarela

Não sabe ou prefere não responder

5. Cidade e Estado

**II. Formação**

1. Escolaridade

Ensino médio completo

Graduação completa

Graduação incompleta

Especialização/MBA

Mestrado

Doutorado

Outra

2. Curso de formação superior e Instituição da graduação

3. Durante a formação superior, as professoras ou professores te incentivaram a produzir conteúdo jornalístico com foco nas mulheres?

Algumas vezes

Frequentemente

Nunca

Não lembro

4. Durante a formação superior, as professoras ou professores te incentivaram a entrevistar mulheres como fontes?

Algumas vezes

Frequentemente

Nunca

Não lembro

5. Você se identifica com algum desses movimentos sociais?

- Movimento estudantil
- Feminismo
- Feminismo negro
- Movimento negro/Antirracista
- Movimento LGBTQI+
- Outro
- Nenhum

### **III. Trabalho**

1. Você trabalha ou já trabalhou no jornalismo?

- Atualmente trabalho no jornalismo
- Atualmente não trabalho no jornalismo, mas já trabalhei
- Nunca trabalhei no jornalismo

2. Há quanto tempo você atua na área do jornalismo? Em qual veículo você trabalha?

3. Em que área do jornalismo você trabalha?

- Telejornal
- Rádio
- Podcast
- Jornal Impresso
- Jornal Digital
- Portal de notícias
- Redes sociais
- Fotojornalismo
- Revista
- Programa televisivo
- Outra

4. Que tipo de vínculo empregatício você possui?

- Carteira assinada
- Contrato
- Proprietária da empresa ou sócia Microempreendedora Individual (MEI)
- Sem vínculo/Freelance
- Estágio

Outro

1. Quais funções você exerce?

Repórter

Redatora

Fotógrafa

Apresentadora/Âncora

Editora

Produtora

Locutora

Cinegrafista

Diagramadora

Designer

Diretora de redação

Chefe de reportagem

Ilustradora

Outra

2. Você possui outro trabalho remunerado que não seja na área do jornalismo? Em caso afirmativo, qual?

3. Qual a média de horas semanais de trabalho no jornalismo?

Menos de 25 horas semanais

25 horas semanais

Mais de 25 horas semanais

4. Qual a média de horas semanais de trabalho incluindo todas as atividades remuneradas que você exerce?

Até 25 horas semanais

Até 30 horas semanais

Até 40 horas semanais

Mais de 40 horas semanais

#### **IV. Produção jornalística**

1. Que tipo de conteúdo jornalístico você produz (ou já produziu, caso esteja em outra área atualmente), pensando no mais frequente para o menos?

Texto escrito

Áudio

Vídeo

Visual (fotografia, ilustração)

Outro

2. Como você caracteriza o seu trabalho pensando no tipo de conteúdo jornalístico (texto escrito, vídeo, áudio etc.) mais produzido para o menos?

Jornalismo factual, focado no conteúdo pontual do cotidiano.

Jornalismo investigativo, com conteúdo mais aprofundado e que demanda um tempo maior para a elaboração.

Produção de conteúdo para as redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube etc.).

Outra

3. Em quais editorias você atua?

Cidade

Política

Economia

Esporte

Policia/Segurança

Meio ambiente

Tecnologia

Saúde

Ciência

Cultura/Entretenimento

Direitos humanos

Educação

Comportamento/Moda

Outra

4. Você elabora pautas ou participa do processo de escolha das pautas?

Algumas vezes

Frequentemente

Nunca

5. Considerando os tipos de conteúdo jornalístico que você produz (texto escrito, áudio, vídeo etc.), quantos materiais você entrega em média por mês?

Entre um a três

Entre quatro a seis

Entre sete a dez

Mais de dez

6. Quanto tempo em média você utiliza para produzir cada conteúdo jornalístico?

Entre um a três dias

Até uma semana

Até um mês

Mais de um mês

## **V. Produção jornalística com perspectiva de gênero**

1. O jornalismo com perspectiva de gênero pretende focar nas mulheres desde a definição da pauta, no tema, no enfoque do conteúdo, nas fontes femininas, recursos imagéticos (fotos, ilustrações, gráficos etc.). Considerando isso, você já produziu algum tipo de conteúdo jornalístico com foco exclusivo nas mulheres?

Algumas vezes

Frequentemente

Nunca

2. Se você já produziu algum tipo de conteúdo jornalístico com foco exclusivo nas mulheres, quais temas foram abordados?

Segurança

Cultura/Entretenimento

Economia

Política

Saúde

Esporte

Maternidade

Educação

Tecnologia

Movimentos sociais

Datas comemorativas

Moda

Culinária/Gastronomia

Outros

Nunca produzi

3. Marque os 3 temas que você considera MAIS FÁCEIS para produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Segurança

Cultura/Entretenimento

Economia

Política

Saúde

Esporte

Maternidade

Educação

Tecnologia

Movimentos sociais

Datas comemorativas

Moda

Culinária/Gastronomia

Outros

Nunca produzi

4. Marque os 3 temas que você considera MAIS DIFÍCEIS para produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Segurança

Cultura/Entretenimento

Economia

Política

Saúde

Esporte

Maternidade

Educação

Tecnologia

Movimentos sociais

Datas comemorativas

Moda

Culinária/Gastronomia

Outros

Nunca produzi

5. Quais as facilidades para produzir matérias com foco nas mulheres pensando nos temas que você considera MAIS FÁCEIS?

A formação na graduação me ajudou a pensar em pautas e a produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Tenho experiência em produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Consigo emplacar pautas com foco nas mulheres se os temas são pontuais (aconteceu um fato que envolve mulher, ou em datas comemorativas etc.).

Tenho contato com fontes femininas que podem me ajudar rapidamente.

O veículo em que trabalho oferece autonomia/liberdade para que eu consiga decidir o que vou produzir.

É de interesse do veículo em que eu trabalho produzir conteúdo diversificado com foco nas mulheres.

Tenho interesse pessoal em produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Outros

Nunca produzi.

6. Quais as dificuldades para produzir matérias com foco nas mulheres pensando nos temas que você considera MAIS DIFÍCEIS?

A formação na graduação não me ajudou a pensar em pautas e a produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Falta de tempo para pensar nessas pautas específicas.

Não tenho experiência em produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Não consigo emplacar pautas com foco nas mulheres se os temas não são pontuais.

Não tenho contato com fontes femininas que podem me ajudar rapidamente.

O veículo em que trabalho não oferece autonomia/liberdade para que eu consiga decidir o que vou produzir.

Não é de interesse do veículo em que eu trabalho produzir conteúdo diversificado com foco nas mulheres.

Não tenho interesse pessoal em produzir conteúdo com foco nas mulheres.

Nunca pensei sobre isso.

Outros

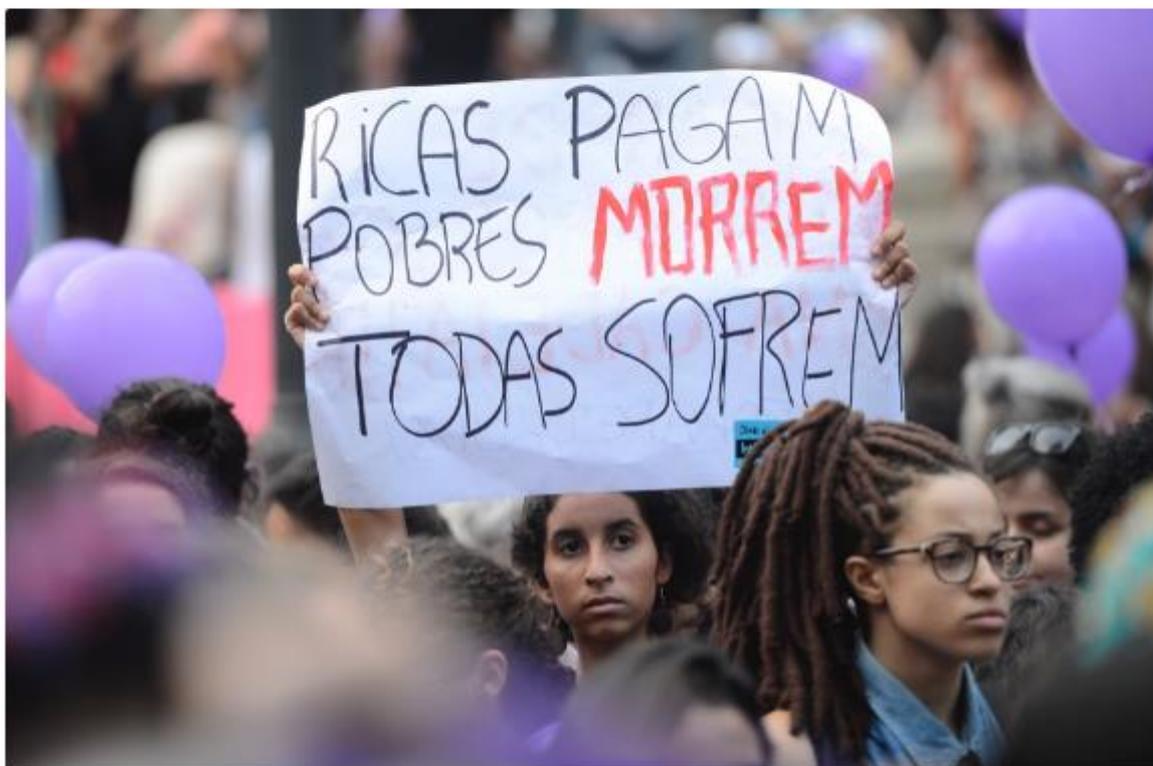
Nunca produzi.

## ANEXO I

## REPORTAGENS

## Ilegalidade do aborto reforça injustiça reprodutiva para mulheres negras

Débora Britto, em 04/10/2019, 08:47.



Fernando Frazão/Arquivo/Agência Brasil

O conceito de justiça reprodutiva ainda é novo no Brasil e vem sendo estudado como uma forma de ampliar a compreensão sobre os efeitos da ilegalidade do aborto para as mulheres negras. O conceito chamou a atenção de pesquisadoras brasileiras no contexto da epidemia do zika vírus no Brasil, em 2016, que enxergaram a importância de ter um olhar específico para a condição das mulheres negras. “Quem eram as mulheres que mais sofreram? Foram as negras. Como uma mulher que não tem saneamento básico, tem uma série de deficiências de acesso a serviços públicos vai ter autonomia para decidir sobre seus direitos reprodutivos?”, questiona a pesquisadora baiana Emanuelle Goes, que faz parte do Grupo de Trabalho de Racismo e Saúde da Abrasco (Associação Brasileira de Saúde Coletiva).

Segundo dados do Ministério da Saúde, no Brasil o risco de uma mulher negra morrer por aborto inseguro é 2,5 vezes maior do que o de uma mulher branca. De acordo Goes, o conceito é útil para estudar a realidade brasileira e dialoga com a ideia de inteseccionalidade, acrescentando à análise o racismo institucional, a condição prévia de vulnerabilidade e a dificuldade de acesso à informação e serviços de saúde em maior volume pelas mulheres negras.

*O estigma e julgamento recaem sobre todas as mulheres que sofrem ou praticam aborto, mas, segundo a pesquisadora, o fator raça é que destoa e modifica os indicativos nas pesquisas sobre aborto. No Brasil, o aborto é permitido por lei apenas em três casos – quando a mulher engravida vítima de estupro, quando existe risco de vida para a mãe e em casos de anencefalia, ou seja, quando o cérebro do feto é subdesenvolvido ou o crânio incompleto.*

Apesar disso, a prática do aborto é uma prática social e acontece de forma ilegal, o que provoca outro problema, ao colocar mulheres negras e pobres em maior vulnerabilidade. Para essas mulheres, a injustiça reprodutiva é uma realidade que traz medo e resulta, em casos extremos, em morte. Para a pesquisadora, para alcançar a justiça reprodutiva é necessário compreender a teia de opressões que afetam vida reprodutiva das mulheres negras. Desde a dificuldade de acesso ao transporte público para chegar no serviço de saúde ao abandono dos parceiros quando descobrem a gravidez.

Além disso, a ilegalidade do aborto reforça tabus e dificulta o acesso à informação e até a procura de ajuda em situações em que o aborto é legal. A pesquisadora participou do debate *Justiça Reprodutiva: por que legalizar o aborto importa para as mulheres negras?*, no Recife, organizado pela Rede de Mulheres Negras de Pernambuco e Grupo Curumim como parte do IV Festival pela Vida das Mulheres e Pessoas com Útero, que realiza atividades a favor da descriminalização das mulheres e pela legalização do aborto.



*Roda de debate sobre Justiça Reprodutiva, no Recife.*

## **Mulheres negras sofrem mais violências e isolamento**

Emanuelle Goes realizou, em sua tese de doutorado, uma pesquisa que analisou o contexto da gravidez e do aborto de mulheres em situação de abortamento internadas em maternidades públicas de acordo com a raça e cor. O estudo foi desenvolvido em São Luís, Recife e Salvador.

Com a pesquisa, Goes identificou que são as mulheres negras em situação de pobreza, das regiões Norte e Nordeste, que têm menos acesso a métodos contraceptivos. Ao mesmo tempo, os dados coletados em entrevistas, quando sistematizados por cor/raça, sempre aparecem em gradação: maior quantidade de mulheres negras quando a pergunta diz respeito a um fator negativo, e maior quantidade de mulheres brancas quando positiva.

“As mulheres negras demoram mais a fazer o teste de gravidez, demoram mais a compartilhar a notícia ou não chegam a contar a ninguém. Isso tudo leva a um aborto tardio e possivelmente a um aborto inseguro”, explica.

De acordo com o estudo, as mulheres negras têm mais medo e dificuldades de procurar serviços de saúde em situações de abortamento. As negras lideram quando as respostas são o medo de ser maltratada e não ter dinheiro para transporte. “As mulheres com medo esperam chegar a uma situação limite para procurar ajuda”, conta. Dados do Sistema de Morbidade Hospitalar do Ministério da Saúde revelam que em 2016 houve 195.860 internações por consequências de aborto. Deste total, 62,4% das mulheres eram negras.

Outros indicadores que dificultam a chegada ao serviço de saúde são a falta de informação sobre que atendimento procurar, a impossibilidade de faltar ao trabalho, não ter companhia e não ter com quem deixar os filhos. Em todas as respostas, com exceção do não saber que atendimento procurar, as mulheres brancas foram minoria.

## Imaginário social é desafio

Para Stella Maris, da Rede de Mulheres Negras, outro campo em disputa no debate em torno do aborto é o diálogo com a sociedade. Para ela, é preciso colocar o racismo institucional neste debate para mudar as práticas que fazem com que as mulheres negras tenham medo de procurar ajuda. “Parece uma coisa distante, mas quem pratica o racismo, a discriminação são os profissionais. Quem faz a instituição são as pessoas também”, defende.

A justiça reprodutiva combina direitos reprodutivos e justiça social e aponta um caminho importante, mas é necessário transformar o imaginário social e não apenas a legislação. “A justiça reprodutiva diz respeito não apenas ao direito a realizar um aborto seguro, mas também a outros aspectos da vida reprodutiva das mulheres negras”, argumenta Goes. O olhar específico pode ajudar a construir políticas e ações que venham garantir que menos mulheres morram em decorrência de abortos inseguros ou pela falta de informação.

[ABORTO](#)[JUSTIÇA REPRODUTIVA](#)[MULHERES NEGRAS](#)

---

REDAÇÃO:



**DÉBORA BRITTO**

*Mulher negra e jornalista antirracista. Formada pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), também tem formação em Direitos Humanos pelo Instituto de Direitos Humanos da Catalunha. Trabalhou no Centro de Cultura Luiz Freire - ONG de defesa dos direitos humanos - e é integrante do Terral Coletivo de Comunicação Popular, grupo que atua na formação de comunicadoras/es populares e na defesa do Direito à Comunicação.*

## ANEXO II

AZMina

reportagens

saúde e sexo

# Criminalização do aborto mata mais mulheres negras

Racismo institucional eleva a chance de pretas e pardas morrerem durante o procedimento em 2,5 vezes em relação às brancas

*Thais Folego*

28 de setembro de 2017 (Atualizado em 29 de setembro de 2020)



Artista: [Januz Miralles](#)

■ Mulheres negras têm duas vezes e meia mais chances de morrer durante um aborto do que as mulheres brancas. Provenientes das classes sociais mais pobres, elas costumam não ter condições financeiras para pagar por um procedimento seguro e recorrem a métodos caseiros com maiores riscos de complicações. E diante de um aborto mal sucedido, estudos mostram que elas têm maior dificuldade no acesso a serviços de saúde, o que aumenta o risco à vida dessas mulheres.

Os caminhos que levam as mulheres negras a isso são muitos. A criminalização do aborto é um deles, segundo Mário Monteiro, um dos autores do [estudo do Instituto de Medicina Social](#) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro que detectou o risco mais de duas vezes maior de óbito por aborto entre as mulheres negras. “É possível que a descriminalização do abortamento induzido permitisse a redução de riscos de complicações e mortalidade materna por gravidez que termina em aborto”, afirma o pesquisador.

Atualmente, o aborto provocado é considerado crime previsto nos artigos 124 a 128 do Código Penal Brasileiro e pune tanto a gestante como os profissionais que realizam o procedimento. O único tipo de aborto provocado previsto em lei é em caso de estupro, feto anencéfalo ou de risco à vida da mulher – mas [mesmo nesses casos há obstáculos burocráticos que desencorajam a prática](#).

Outro fator que explica a mortalidade maior entre as mulheres negras (soma de pretas e pardas) é o fato de elas abortarem mais. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o índice de aborto provocado das mulheres pretas é de 3,5%, o dobro do percentual entre as brancas (1,7%). O perfil mais comum de mulher que recorre ao aborto é o de uma jovem de até 19 anos, negra e já com filhos, segundo a Pesquisa Nacional de Aborto (PNA).



“A ausência do pai do bebê no domicílio das mães negras foi maior, evidenciando situação de desamparo emocional e econômico que se soma ao maior maltrato físico vivenciado durante a gestação. Essas ocorrências, associadas à maior paridade das mulheres negras e pardas, podem ser consideradas como possíveis contribuintes da maior prevalência de tentativa de aborto entre elas”, constatam as pesquisadoras Maria do Carmo Leal, Silvana Granado Nogueira da Gama e Cynthia Braga da Cunha no [estudo](#) “Desigualdades raciais, sociodemográficas e na assistência ao pré-natal e ao parto”.

## MENOS ACESSO A CONTRACEPTIVOS

Outra possível explicação é o fato de as mulheres pobres e negras ainda terem menos acesso a opções de métodos contraceptivos, segundo Greice Menezes, pesquisadora do Programa Integrado em Gênero e Saúde (Musa) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). “É muito comum ouvirmos do senso comum que a contracepção hoje é fácil, que está aí para quem quiser usar. Mas essa é uma afirmação extremamente leviana”, diz.

O nível de informação sobre educação sexual é extremamente deficiente nas periferias do país, onde está grande parte da população negra.

Segundo uma enfermeira de uma maternidade do sistema público na periferia de São Paulo, que pediu pra não ser identificada, as pacientes por aborto não recebem nenhum tipo de orientação do hospital sobre métodos contraceptivos para a prevenção de gravidez e doenças sexualmente transmissíveis. “Uma jovem chegou ao nosso serviço depois de provocar um aborto e eu tentei orientá-la sobre os riscos do sexo sem proteção para além da gravidez, como a contração de doenças como o HPV. Ela não tinha a menor noção do que eu estava falando”, conta a enfermeira.

## RACISMO NA SAÚDE

As mulheres em situação de aborto, seja ele provocado ou espontâneo, enfrentam muitas dificuldades no acesso aos serviços de saúde pública, como peregrinação na procura de leitos para internação, exposição a situações de discriminação e violência institucional, segundo Greice, pesquisadora do Musa, da UFBA. Mas em seus estudos sobre o tema, ela observa que as mulheres negras enfrentam uma dificuldade ainda maior no processo de busca por atendimento, e sua única explicação para isso é a ação do racismo institucional.

O Programa de Combate ao Racismo Institucional (PCRI) define esse tipo de discriminação como “o fracasso das instituições e organizações em prover um serviço profissional e adequado às pessoas em virtude de sua cor, cultura, origem racial ou étnica”. O documento explica que ele se manifesta em normas, práticas e comportamentos discriminatórios adotados, em uma atitude que combina estereótipos racistas, falta de atenção e ignorância. “Em qualquer caso, o racismo institucional sempre coloca pessoas de grupos raciais ou étnicos discriminados em situação de desvantagem no acesso a benefícios gerados pelo Estado e por demais instituições e organizações.”

Ou seja, o racismo não aparece de forma deliberada, mas de forma velada nas engrenagens das organizações e relações. “O racismo é estrutural e estruturante. Ele está na forma de atuar, agir e pensar”, diz Emanuelle Goés, doutoranda em saúde pública pela UFBA e coordenadora de saúde do Odara Instituto da Mulher Negra. Os números sobre a saúde da população negra no geral embasa essa constatação. A Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2015, a primeira a fazer o recorte por raça e cor, mostra que essa população tem desvantagens em quase todos os quesitos pesquisados.

Entre a população branca atendida, 9,5% saem do serviço de saúde com a percepção de que foram discriminadas. O percentual sobe para 11,9% entre pretos e 11,9% pardos – a soma dos dois grupos representa a população negra, segundo a definição do IBGE. Elas também têm menos acesso a planos de saúde e a internações, consultam menos médicos e dentistas, têm mais dengue, são vítimas em maior proporção de acidentes de trânsito e trabalho e de violências e agressões.

#### MAIOR MORTALIDADE

Esse menor acesso a serviços de saúde impactam na mortalidade das mulheres negras. Os números do Ministério da Saúde mostram que enquanto o número de casos de mortalidade materna (óbitos durante e logo após a gestação e inclui abortos) cai entre as mulheres brancas, ele sobe entre as negras. Em 2007, 62.503 mulheres morreram em decorrência da gestação, sendo 45,5% brancas e 46% negras (soma de pretas e pardas). Em 2016, o número de mortes registradas foi de 64.265, 41% de brancas e 53% de negras. Ou seja, o número de mulheres que morrem em decorrência de uma gestação subiu, mas a condição da parcela branca melhorou, enquanto a da negra só piorou. As principais causas dessas mortes são hipertensão e hemorragia.

Um estudo da Fundação Oswaldo Cruz mostra que quase um terço das pardas e pretas não conseguiram atendimento no primeiro hospital ou maternidade que procuraram. “A perambulação pelas maternidades na hora do parto constitui-se numa das dimensões da falta de acolhimento das instituições de saúde e reflete a ausência de planejamento sistêmico para assistência ao nascimento”, avaliam os autores do estudo.

Um caso de morte materna dá pistas de como o racismo institucional atua na atenção à saúde da mulher. A estudante Rafaela Cristina Souza Santos, de 15 anos, deu entrada em um hospital público da zona oeste do Rio de Janeiro, em trabalho de parto, por volta da meia noite de um domingo de abril de 2015. Tinha realizado o pré-natal conforme manda o manual. Segundo parentes relataram à imprensa na época, demorou quase três horas para a jovem ser avaliada por um médico, tendo sido acompanhada apenas por enfermeiros neste período, apesar de se queixar de dor de cabeça e do trabalho de parto não avançar.

Às 14h do domingo, ela foi medicada com dipirona para a dor de cabeça e colocada no soro. Logo em seguida, teve uma convulsão por eclampsia, que é causada devido a pressão alta, e foi enfim levada para o centro cirúrgico para realizar uma cesárea. Houveram complicações no procedimento, a jovem foi submetida a uma histerectomia (retirada do útero) e precisou ser transferida para outro hospital. Rafaela faleceu naquela noite sem conhecer o filho. Sua morte poderia ter sido evitada caso um detalhe aparentemente pequeno tivesse sido considerado: Rafaela era negra, população que sofre mais com pressão arterial alta. Ou seja, muito provavelmente o desfecho do caso seria outro caso a pressão da adolescente tivesse sido medida e acompanhada ao longo do processo de pré-natal e de trabalho de parto.

“Um pré-natal de qualidade vai impactar na qualidade da saúde e do parto, então um serviço pensado com equidade precisaria se atentar às predisposições da saúde da mulher negra, como a maior incidência de pressão alta”, diz Emanuelle. Ela estuda em seu doutorado o recorte racial em casos de aborto. Ela lista as situações que dificultam o acesso das mulheres negras aos serviços de saúde, o que aumenta os casos em que o desfecho acaba em morte.

### ■ ESPERA MAIS LONGA

As mulheres negras são as que esperam mais tempo por atendimento nos serviços públicos, mas as que permanecem o menor tempo nas consultas. “O médico não costuma tocar o corpo negro de forma geral, ou toca menos do que o de um branco, porque acha que ele é sujo ou fede”, conta a pesquisadora.

No caso de aborto, ainda influenciam o fato dele ter sido provocado, de a paciente estar com boa aparência (o que retarda o atendimento, colocando outras prioridades na frente) e a condição de ser solteira e estar desacompanhada. Em seus estudos, Emanuelle observa que o medo de procurar o serviço de saúde e serem maltratadas é maior entre as mulheres negras, o que as faz retardar ao máximo esse momento – aumentando o risco de complicações no aborto.

Esse receio encontra respaldo em comportamentos e práticas baseadas em preconceitos. Uma pesquisa da Fundação Oswaldo Cruz analisou, entre 1999 e 2001, 9.633 prontuários de grávidas do SUS. Se constatou que as pacientes negras receberam menos anestesia no parto normal dos que as brancas. A cada 100 pacientes negras, 22% não receberam anestesia, proporção que é de 16% entre as brancas. Uma explicação para isso é o

mito de que mulheres negras são mais fortes e, por isso, sentem menos dor. No caso de abortos, Greice, a pesquisadora do Musa, diz que o menor uso de medicamentos para o alívio da dor é usado como forma de “punição” por profissionais da saúde para mulheres que eles acreditam que provocaram o abortamento.

Devido a esse cenário, Emanuelle chama a atenção para a necessidade de se adotar uma perspectiva racial na formulação de políticas públicas de saúde. “Precisamos ter metas de redução de mortes maternas por raça e cor, ampliação dos serviços de pré-natal e de métodos contraceptivos e discutir o racismo institucional”, diz Emanuelle. E o gargalo começa desde a formação dos profissionais de saúde. Em sua formação como enfermeira, ela aponta a inexistência de matérias e práticas voltadas para a atenção à saúde da população negra. Isso apesar de existir, desde 2009, uma Política Nacional de Saúde Integral da População Negra, da qual não se viu implementação em escala.



Thais Folego



Diretora de operações e tecnologia  
São Paulo | SP

# No Brasil, aborto vitima mais mulheres negras do que brancas

Elas também têm menos acesso a anestesia durante o parto normal e morrem mais em decorrência da gestação



19.nov.2020 às 23h15

EDIÇÃO IMPRESSA

Ouvir o texto A- A+

## Thaiza Pauluze

**SÃO PAULO** Embora faltem dados sobre aborto no Brasil e não haja nos sistemas de saúde qualquer informação sobre [aborto inseguro](#), os riscos do procedimento no país são maiores para pretas, pardas e pobres, que estudaram pouco.

Os dados disponíveis se restringem aos óbitos por aborto e às internações por complicações de aborto no serviço público de saúde. E são as negras, inclusive as meninas, as que mais morrem ao tentar interromper uma gravidez.

Enquanto entre mulheres brancas a taxa é de 3 [óbitos causados por aborto](#) a cada 100 mil nascidos vivos, entre as negras esse número sobe para 5. Para as que completaram até o ensino fundamental, o índice é de 8,5, quase o dobro da média geral de 4,5.

Segundo o IBGE, o índice de aborto provocado das mulheres pretas é de 3,5%, o dobro do percentual entre as brancas (1,7%). O perfil mais comum de mulher que recorre ao aborto é o de uma jovem de até 19 anos, negra e já com filhos, segundo o estudo nacional.

Elas também têm mais dificuldade de conseguir atendimento no primeiro hospital ou maternidade que procuram, têm menos acesso a anestesia durante o parto normal (16% das que tiveram acesso eram negras, já entre as brancas sobre para 22%), e morrem mais em decorrência da gestação (53% contra 41%).

Os números do Ministério da Saúde mostram ainda que, enquanto o número de casos de mortalidade materna (óbitos durante e logo após a gestação e inclui abortos) cai entre as mulheres brancas, ele sobe entre as negras.

1/4 Mulheres protestam na América Latina pela despenalização do aborto em 2018



No país, manifestantes a favor da despenalização usam a cor verde Tuane Fernandes/Farpa/Folhapress

2/4 Mulheres protestam na América Latina pela despenalização do aborto em 2018



A cor azul foi adotada, na Argentina, por pessoas contrárias à aprovação da lei Tuane Fernandes/Farpa/Folhapress

3 / 4 Mulheres protestam na América Latina pela despenalização do aborto em 2018



Ato em frente à embaixada da Argentina no Chile Martin Bernetti/AFP

4 / 4 Mulheres protestam na América Latina pela despenalização do aborto em 2018



No Rio de Janeiro, manifestantes usaram a cor verde, em apoio às ativistas pró-despenalização Mauro Pimentel/AFP

★ ★ ★



## tópicos

LEIA TUDO SOBRE O TEMA E SIGA:

aborto

consciência negra

racismo