

Construindo pontes: representatividade e atuação profissional de jornalistas negras no instagram

Building bridges: representation and professional engagement of black female journalists on instagram

Vanessa Rosana Soares da Silva OLIVEIRA¹

Resumo

O presente artigo tem como foco compreender de que forma a atuação das jornalistas negras no Instagram influencia positivamente e/ou negativamente para amenizar o teto de vidro enfrentado por essas mulheres. Para tanto, o estudo fomenta a discussão sobre o processo de feminização, por meio da gradual inserção da mulher no mercado de trabalho (YANNOULAS, 2011), os diversos obstáculos no Brasil devido à estrutura histórica em que se deu sua formação (RIBEIRO, 2015, p. 166), o fenômeno do “Teto de Vidro” (MOURA, 2018; MOURA; COSTA, 2018; MOURA, 2019) e a Interseccionalidade (CRENSHAW, 2002). A análise foi realizada com base nos dados coletados em entrevistas com mulheres negras formadas em jornalismo que possuem perfis no Instagram. O objetivo é, portanto, contribuir para conscientização entre as jornalistas negras acerca do direito de exercerem suas atividades profissionais independentemente das barreiras verticais e horizontais inerentes ao seu estereótipo constantemente reforçado pela própria cultura brasileira.

Palavras-Chave: Teto de Vidro. Mulher Negra. Jornalista. Instagram.

Abstract

This article aims to understand how the engagement of Black female journalists on Instagram positively and/or negatively influences the mitigation of the glass ceiling they face. To this end, the study fosters a discussion on the process of feminization through the gradual integration of women into the labor market (YANNOULAS, 2011), the various obstacles in Brazil due to its historical structural formation (RIBEIRO, 2015, p. 166), the phenomenon of the 'Glass Ceiling' (MOURA, 2018; MOURA; COSTA, 2018; MOURA, 2019), and Intersectionality (CRENSHAW, 2002). The analysis was conducted based on data collected from interviews with Black women who have journalism degrees and maintain profiles on Instagram. The goal is, therefore, to contribute to ensuring that Black female journalists have dignified conditions to carry out their work independently of the vertical and horizontal barriers inherent in their stereotype, which is constantly reinforced by Brazilian culture.

Keywords: Glass Ceiling. Black Woman. Journalist. Instagram.

¹ Mestranda pelo programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB).
E-mail: vanessa.oliveira_21mes@fac.unb.br

Introdução

Apesar do aumento do número de mulheres nas redações jornalísticas, denominado de feminização (YANNOULAS, 2011), as profissionais de cor negra continuam ocupando um lugar de desvantagem. Esta é uma realidade preocupante se for considerada a informação de Lima e Mick (2013) de que, em um total de 54% da população autodeclarada negra, apenas 5% são jornalistas negras (LIMA; MICK, 2013). Trata-se de um reflexo das condições humilhantes vividas pela mulher negra, principalmente no mercado de trabalho, visto que ainda enfrenta discriminação, machismo e falta de oportunidades tanto educacionais quanto trabalhistas (FARIA *et al.*, 2019). Sendo assim, essa mentalidade de que as mulheres negras nasceram somente para servir está tão enraizada na sociedade “que muitas delas passam a aceitar, de fato, o assédio sexual, as diferenças salariais e o racismo praticados em seus locais de trabalho, pois acreditam que nada pode mudar isso” (FARIA *et al.*, 2019, p. 2).

Embora vejamos jornalistas negras ganhando destaque na mídia televisiva como apresentadora e âncora de telejornais nacionais, como por exemplo, a jornalista Maria Júlia Coutinho (ANTONIO; PAIERO, 2019), e tendo a mídia hegemônica se esforçado atualmente para fomentar a representatividade de pessoas negras, deficientes e LGBTQIA+, essa iniciativa pode ser facilmente vista como uma espécie de manipulação da audiência para causar a impressão de ser um local que apoia a diversidade. Não se pretende realizar uma crítica direta a essa iniciativa, visto que sua simples existência, inegavelmente, representa um avanço após tantos anos de abstenção. Busca-se olhar para a jornalista negra que, não encontrando espaço nesses locais, precisa usar de toda a sua criatividade para exercer sua profissão.

Considerando o contexto apresentado acima, torna-se necessário iniciar uma discussão sobre o envolvimento das jornalistas negras nas redes sociais, como o Instagram, e de que maneira a presença delas nessa plataforma pode impactar suas carreiras, auxiliando-as a superar barreiras enraizadas na sociedade, sejam elas verticais, horizontais ou estruturais. Nesse cenário, é fundamental destacar a dualidade desafiadora enfrentada por esse grupo, uma vez que elas enfrentam diversos obstáculos: primeiro, devido ao gênero e, segundo, por serem negras. Portanto, nosso objetivo é esclarecer o contexto que molda as ações profissionais dessas mulheres, investigando as possíveis razões pelas quais elas recorrem a mídias alternativas para conduzir seu trabalho.

O Afroempreendedorismo como alternativa às barreiras histórico-estruturais enfrentadas pela jornalista negra

Pode-se observar o crescimento, nos últimos anos, da quantidade de pesquisas e estudos voltados para o afroempreendedorismo. Ainda assim, percebe-se a necessidade de fomentar e aprofundar os estudos nesta área, a fim de explorar, com mais riqueza de informações, o impacto do afroempreendedorismo em âmbito nacional e em suas diversas ramificações. Exemplo dessa escassez de incentivo é o Projeto Brasil Afroempreendedor, que, apesar de ter recebido atenção e de ter sido disseminado em diversos estados entre os anos de 2013 e 2014, parece ter perdido força. Até o dia em que esse projeto está sendo escrito, não foram encontradas atualizações de sua página na internet, tampouco nas redes sociais.

A alternativa a esse contexto tem sido o empreendedorismo digital. Por diferentes razões, a internet passou a ser mais que entretenimento e comunicação: há diversas formas de acesso à informação de qualidade, a qual não está mais restrita aos canais tradicionais (FOLETTTO; FIEPKE; WILHELM, 2018). Enquanto há alguns anos era automático acessar somente o site de notícias da emissora campeã de audiência, na atualidade a fonte de informação para muitos brasileiros está nas redes sociais, como o YouTube, o Facebook e o Instagram (MARQUES; VIDIGAL, 2018). Nesses locais, livres de regulação e repletos de usuários sedentos por informações que reforcem suas crenças e valores (SPINELLI; SANTOS, 2018) há uma oportunidade para jornalistas que não se encaixaram nos moldes tradicionais, independentemente dos motivos para tanto, encontrarem espaço, voz, representatividade e – mais importante – sustento (PASSONI, 2019). É nesse ambiente que a jornalista negra vem se inserindo com cada vez mais força.

São diversos os entraves de acesso às demais mídias tradicionais por parte das jornalistas negras (ANTONIO; PAIERO, 2019). De acordo com o levantamento realizado pelo Grupo de Estudos Multidisciplinar da Ação Afirmativa (GEEMA, 2016) a presença de mulheres negras nos três maiores jornais do país, é quase nula. “As mulheres negras praticamente não estão presentes. Elas representam apenas 4% das colunistas do jornal O Globo, 1% do Estadão e 0% na Folha de São Paulo.” (ANTONIO; PAIERO, 2019, p. 3).

Os índices acima ratificam a existência de uma série de barreiras estruturais que impedem a jornalista negra de buscar qualificações exigidas nos processos seletivos, as quais estão disponíveis com mais abundância às classes sociais dominantes (AGUIAR *et*

al., 2022). Afinal, uma mulher negra que chegou à universidade e pôde arcar com cursos complementares é uma conquista digna de ser exaltada no cenário ainda insipiente dos pontos de vista racial, cultural e social. Nesse sentido, solicitar inglês fluente e cursos extracurriculares chancelados por instituições de renome podem ser considerados elementos excludentes.

De acordo com Gonzalez e Hazenbalg (1982, p. 105), “no registro que o Brasil tem de si mesmo o negro tende à condição de invisibilidade”. Esse padrão vem sendo repetido desde os primórdios da formação da sociedade brasileira. Conforme aponta o antropólogo e escritor Darcy Ribeiro (2015), embora o abismo social no Brasil seja mais evidente e assustador entre classes sociais, não se pode negar que o preconceito racial supera qualquer outra diferença.

O cenário de invisibilidade acima referido é ainda mais ameaçador para a mulher negra. A escritora Djamila Ribeiro (2017) direciona essa análise revelando uma situação ainda mais desafiadora para esse perfil, visto que há uma espécie de hierarquia de gênero expondo a mulher negra a índices assustadores de vulnerabilidade social. “Não sofremos de forma igual. A violência e a invisibilidade atingem de forma mais grave quem combina mais de uma opressão. E hoje, há um interesse maior por esses assuntos, por essas pautas” (RIBEIRO, 2018, p. 133).

A sociedade brasileira, constituída por uma estrutura patriarcal e conservadora, impõe uma dura barreira às mulheres negras, que precisam lutar simultaneamente contra o sexismo e contra o racismo (ALMEIDA, 2019), somando a esse cenário desafiador, muitas vezes, a maternidade. Desse modo, a situação trabalhista enfrentada por essas mulheres parece uma extensão da realidade vivenciada durante os séculos de escravização (ALMEIDA, 2019). Desde o início do século passado, a história dessas mulheres é de resistência e de exclusão, apesar de sua constante luta por um lugar digno na sociedade. Portanto, de acordo com Almeida (2019), essas minorias até então invisibilizadas, ocupavam cargos considerados mais baixos na estratificação do mercado trabalhista, recebendo salários inferiores para exercer as mesmas funções de pessoas brancas.

Interseccionalidade e teto de vidro: fenômenos enfrentados pelas mulheres negras

Historicamente, a mulher sofre discriminações sociais pelo simples fato de não ser homem. Para além do discurso patriarcal difundido e ainda vigente, as barreiras

encontradas pelas mulheres em sua vida, especialmente no quesito profissional, foram estudadas e conceituadas sob o termo “teto de vidro” (MESQUITA. TEIXEIRA, 2019). A expressão, originária dos Estados Unidos (*glass ceiling*), define as situações cotidianas de desigualdade sofridas pelas mulheres em seu ambiente de trabalho por todo o mundo (ROCHA; FERNANDEZ, 2019). O termo procura fazer uma interconexão entre as desigualdades de gênero e classe no ambiente organizacional, ocasionando dificuldades para a ascensão profissional e para a remuneração igualitária entre mulheres e homens. Na prática, as mulheres, “mesmo possuindo formação acadêmica, experiência profissional, e incorporando masculinidades, ainda assim enfrentam dificuldades para alcançar cargos gerenciais e de comando na hierarquia das organizações” (MESQUITA; TEIXEIRA, 2019, p. 2).

Se o racismo já constitui um fator de desafio para a mulher negra empreendedora, o teto de vidro revela barreiras ainda mais intransponíveis e minimizadas pela sociedade. As mulheres negras, de acordo com Matos (2021, p. 185), enfrentam uma dupla opressão, experimentando de maneira mais intensa a discriminação. Ainda de acordo com a autora, mais da metade dos afroempreendedores no Brasil são mulheres, o que ratifica as motivações e a força de ação da mulher negra em defesa de sua cultura e de suas raízes ancestrais (MATOS, 2021).

Para corroborar esta teoria, e como forma de exaltar quem ousa se destacar em um lugar no qual minorias dificilmente prosperam, apresenta-se aqui a história de uma mulher negra empreendedora. Zica Assis iniciou sua trajetória profissional como babá e faxineira. Hoje, rompeu com essa realidade e se tornou sócia e co-fundadora do Beleza Natural, a maior rede especializada em cabelos crespos, cacheados e ondulados do Brasil (VITORIO, 2021). Sabendo-se que o cabelo natural da mulher negra é, historicamente, objeto de exclusão e de preconceito estético e racial, o exemplo de Zica Assis é fundamental para demonstrar a força e o empoderamento presentes quando a identidade supera os padrões aceitos e impostos pela sociedade.

Se o teto de vidro é uma realidade não mais tão invisível, visto que vem sendo estudado em pesquisas acadêmicas, faz-se necessário destacar a questão racial, aspecto central neste estudo. Afinal, nas organizações, se ser mulher é um impeditivo para a subida na escala hierárquica, ser mulher negra é uma barreira ainda mais espessa. Para Mesquita e Teixeira (2019), as mulheres negras estão automaticamente em posição subalterna mesmo no interior da sua categoria de gênero, fazendo dela uma subcategoria.

Esse preconceito nada mais é do que um reflexo do que acontece na sociedade: o âmbito profissional é apenas mais um lugar no qual a mulher negra é explorada e relegada a funções inferiores, independentemente da sua capacidade e de sua formação profissional.

O teto de vidro nas organizações pode ser visto como apenas uma das diversas ramificações da interseccionalidade. Proposto por Kimberlé Crenshaw, feminista negra norte-americana, o conceito compõe a crítica aos movimentos de feministas brancas da década de 1970, destacada pelo Feminismo Negro. O objetivo da interseccionalidade é reconhecer que as mulheres negras podem vivenciar formas de discriminação distintas das mulheres brancas em virtude do fator “racismo”. No artigo “Interseccionalidade na discriminação de raça e gênero” (2002), Crenshaw afirma que a interseccionalidade sugere uma sobreposição de grupos na escala de opressões:

[...], ao sobrepormos o grupo das mulheres com o das pessoas negras, o das pessoas pobres e o das mulheres que sofrem discriminação por conta da sua idade ou por serem portadoras de alguma deficiência, vemos que as que se encontram no centro – e acredito que isso não ocorre por acaso – são as mulheres de pele mais escura e também as que tendem a ser as mais excluídas das práticas tradicionais de direitos civis e humanos (CRENSHAW, 2002, p. 10).

Um dos motivos pelos quais Crenshaw (2002, p. 9) afirma que a interseccionalidade enquanto experiência constitui um desafio é o fato de abordar “diferenças dentro da diferença”. Portanto, “qualquer análise que não leve em consideração a interseccionalidade não irá abordar suficientemente a forma particular pela qual as mulheres negras são subordinadas” (CRENSHAW, 2002, p. 14).

Ora, essa situação torna as mulheres negras invisíveis. Em primeiro lugar, seus problemas, às vezes, ficam sub-incluídos. É como se, embora se possa falar sobre todos os problemas enfrentados pelas mulheres, suas especificidades não devessem ser discutidas. Muitas das questões não incluídas na agenda das feministas afetam especificamente mulheres negras. As análises nem sempre consideram como a raça ou a classe social contribuem para gerar as desigualdades (CRENSHAW, 2002, p. 14).

Por fim, para Patrícia Hill Collins (2019) a interseccionalidade é um conjunto específico de práticas sociais que acompanham nossa história particular no interior de uma matriz de dominação exclusiva caracterizada por opressões interseccionais. O conceito, portanto, passou a ser desenvolvido por outras intelectuais feministas negras e

se popularizou em congressos e seminários pelo mundo, sendo inserido nos estudos de gênero em diversas áreas.

O Instagram como meio alternativo de empreendedorismo para as jornalistas negras brasileiras

São inúmeras as razões que têm levado jornalistas a buscarem meios alternativos de exercerem sua profissão. De acordo com a pesquisa O Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (MICK; LIMA, 2013), não é recente a constatação de jornalistas presentes em funções “fora da mídia”: em 2012, 76% dos profissionais entrevistados por essa mesma pesquisa, realizada à época, utilizavam a internet como meio de trabalho, embora apenas 38,6% utilizassem veículos online como atividade-fim (MICK; LIMA, 2022). Outros aspectos contribuem para o que Mick e Lima (2022) chamam de precarização do jornalismo enquanto profissão: o empilhamento de vínculos empregatícios, a quantidade de horas trabalhadas superior ao que a legislação permite, os freelances e a juvenilização da categoria, que corresponde à contratação, com menos benefícios, mais atividades e salários mais baixos, de jornalistas recém-formados.

Para corroborar o tema de pesquisa aqui proposto, merece destaque a afirmação, ainda na pesquisa O Perfil do Jornalista Brasileiro 2021, a respeito da feminização no jornalismo: “Elas são maioria nas redações, porém ocupam menos cargos de gestão, saem mais cedo da profissão e ganham menos.” (MICK; LIMA, 2022, p. 22). Em estudo realizado em 2017 utilizando a base de entrevistados da primeira edição de O Perfil do Jornalista Brasileiro (MICK; LIMA, 2013), foi possível verificar que, de 280 jornalistas mulheres participantes da primeira pesquisa, 118 (42,1%) se mantiveram trabalhando nas mídias tradicionais entre 2012 e 2017. Nesse mesmo espaço de tempo, 93 mulheres deixaram de atuar no jornalismo, enquanto 8 se tornaram docentes e 63 passaram a atuar fora da mídia, em atividades nas quais seu conhecimento jornalístico possa ser utilizado (KIKUTI; ROCHA, 2018).

Apesar de o estudo de Mick e Lima (2022) abordar a feminização como um aspecto importante da transformação pela qual o jornalismo vem passando, é inegável a existência de lacunas que merecem especial atenção. Afinal, se as mulheres são maioria nas redações e, de acordo com o exposto por Mesquita e Teixeira (2019), o teto de vidro é uma realidade nas organizações, há que se observar, especificamente, a posição da

jornalista negra nesse processo, já que, como visto, dentro da feminização, há uma subcategoria que agrava e expõe a interseccionalidade: se a mulher jornalista branca já sofre com o teto de vidro, composto por gênero e classe, a mulher jornalista negra está ainda mais suscetível aos efeitos desse fenômeno, acrescentando-se o fator raça (MOURA, 2018; MOURA; COSTA, 2018; MOURA, 2019).

Essas desigualdades, somadas às restrições impostas às mulheres negras na sociedade, estão intimamente ligadas às condições de gênero, o que, além das diferenças salariais, estimulam disparidades nas médias de horas trabalhadas e favorecem o emprego aos homens, quando em disputa de cargos, o que é mais acentuado nos cargos de chefia e liderança, nos postos de trabalho mais avançados, bem como nos cargos políticos, condicionando uma situação em que homens, em sua maioria brancos, irão decidir sobre a vida social, o que, na prática, representa a exclusão das necessidades das mulheres negras em prol dos interesses da elite dominante.

Henry Jenkins (2009) afirma que esta é a era da cultura da convergência, na qual há o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, onde toda história importante é contada e a circulação de conteúdos depende fortemente da participação de todos. Segundo ele, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que todos são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

Porém, mesmo diante dessas constatações, as barreiras de inserção na mídia chamada de tradicional, que ainda perduram para as jornalistas negras, têm obrigado essas mulheres a buscarem meios alternativos que viabilizem o exercício de sua profissão. O seu sustento e de suas famílias se soma à luta por representatividade, a qual também tem sido fator determinante para esse movimento.

Na busca pela representatividade e pelo direito à voz sem censura, com um olhar de quem realmente sente os desafios de ser negro na pele, estudantes negras e negros, dos estados da Bahia e de São Paulo, criaram e alimentam dois veículos com conteúdos voltados aos pretos, denominados de “A Revista Afirmativa” e a agência de notícias “Alma Preta”. A ideia de criação desses dois veículos de comunicação surgiu por meio dos debates sobre racismo, representatividade e direitos adquiridos. Tanto a criação quanto a operação desses veículos ocorrem de maneira totalmente independente e sem apoio institucional da universidade à qual pertencem esses jovens (PINHEIRO, 2018). “Os integrantes não se sentem representados nos meios de comunicação convencional e

trazem como objetivo a missão de fazer um jornalismo com uma abordagem que não é encontrada nos meios hegemônicos.” (PINHEIRO, 2018, p. 4). Sendo assim, iniciativas como esta ratificam ainda mais a necessidade de ampla discussão dessa pauta, fomentando o incentivo e a institucionalização nos espaços públicos e privados do nosso país.

Procedimentos metodológicos

A seleção dos textos para a composição do referencial teórico foi realizada utilizando as palavras-chave *teto de vidro e mulheres jornalistas negras*. Tendo em vista que a delimitação do tema foi sendo aperfeiçoada ao longo da pesquisa, é importante realizar uma divisão em duas etapas: na primeira, buscou-se por artigos, dissertações e teses que contivessem as palavras-chave “afroempreendedorismo” e “jornalistas negras”. Logo após, foi realizada uma nova pesquisa, incluindo o termo “teto de vidro”.

Além da pesquisa bibliográfica, utiliza-se como aporte metodológico, nessa primeira fase da pesquisa, a Netnografia. Essa metodologia propiciou levantar e observar perfis de mulheres jornalistas que têm se desenvolvido no Instagram e analisar a forma como têm colocado em prática seus conhecimentos profissionais, além de observar a contribuição dessas empreendedoras na discussão sobre questões de gênero e de raça no cenário geral e no contexto das redes sociais.

Para a construção das questões norteadoras que deram origem às entrevistas semiestruturadas, foram considerados, inicialmente, os seguintes itens:

- Faixa etária;
- Região do país;
- Perfil socioeconômico;
- Formação básica (cotas, IES, etc);
- Motivações político-ideológicas;
- Tendências de identidade (negritude);
- Se realizou cursos de aperfeiçoamento e se teve oportunidades/experiências em outros países; e
- Nível de satisfação com a experiência de empreendedorismo no Instagram.

Em fevereiro de 2022, foi realizada uma busca preliminar, na aba “explorar” da plataforma Instagram, para localizar perfis e hashtags que remetiam a mulheres negras atuando como jornalistas na referida rede social. Para tanto, foram utilizadas as palavras-chave “jornalista negra” e “mulheres jornalistas negras”. Nessa primeira verificação, foi encontrado um perfil denominado “@jornalistasnegrosenegras”, no qual foi possível realizar uma seleção aos objetivos deste estudo. Realizou-se uma seleção de 39 mulheres que atendiam ao perfil mais amplo desta pesquisa. Dessas, doze aceitaram fazer parte da pesquisa, sendo efetivamente entrevistadas. As demais jornalistas contactadas não enviaram as respostas e nem informaram o motivo do não envio.

Discussão dos resultados

A primeira observação importante a se fazer diz respeito ao papel que o Instagram ocupa no cotidiano profissional das entrevistadas. Pôde-se perceber que nenhuma das doze jornalistas têm a rede social como sua plataforma profissional principal: sua receita advém, majoritariamente, de empresas nas quais atuam. Uma das entrevistadas afirmou o seguinte: “[...] meu Instagram não é um negócio, meu Instagram é um canal para vender o meu negócio. Eu tenho uma empresa especializada em Assessoria de Imprensa e trabalho, especificamente, com negócios inovadores, sejam eles de tecnologia e inovação ou não, porque tem muitos negócios tradicionais que já têm um braço inovador”.

A oportunidade de expansão do trabalho enquanto jornalista é uma das vantagens consideradas pelas entrevistadas para o uso do Instagram. Sua consistência enquanto criadoras de conteúdo permite que mais propostas de trabalho sejam feitas e mais pessoas conheçam a sua atuação, a qual não seria, provavelmente, disseminada se não fosse esta rede social. A predisposição à autodivulgação, sem a qual não é possível acompanhar o cotidiano profissional, foi uma evolução necessária para que sua forma de influenciar pessoas mudasse.

O Instagram também serve de veículo que proporciona a inspiração de outras mulheres negras em relação ao trabalho e às vitórias pessoais das entrevistadas. A consciência do teto de vidro (MESQUITA; TEIXEIRA, 2019), embora não seja diretamente mencionada - talvez sequer seja uma temática conhecida - está presente nas falas de praticamente todas as entrevistadas, de diferentes formas. Uma das entrevistadas

afirma receber em seu direct “[...] meninas que se inspiram, meninas que se veem na gente, em mim, no caso, né?”. Sua fala não demonstra apenas a admiração que ela gera em outras mulheres negras por meio de suas vivências: evidencia o que Yannoulas (2011) define como o processo de feminização em ambientes historicamente ocupados por homens brancos ou, em alguns casos, por mulheres brancas, mas dificilmente por mulheres negras. Ao afirmar “[...] imagina o quanto de preconceito eu não sofri, o quanto eu fui rejeitada e preterida nos espaços que eu frequentei”, a jornalista se refere à sua infância, em sua escolarização, época em que habitou espaços predominantemente destinados a crianças brancas. Na vida adulta, reproduziu essa experiência na redação jornalística.

É possível perceber nas falas de duas entrevistadas, os ecos das barreiras verticais e horizontais representados pelo teto de vidro, mesmo que não sejam o foco do seu discurso. Apesar de destacarem sua qualificação profissional e seu pioneirismo, estão exaltando sua vitória diante da supremacia branca, fator que ratifica a importância de persistir na conquista desses espaços, especialmente para romper com a realidade ainda vigente e abrir caminho para mais jornalistas negras.

Uma das perguntas consideradas mais relevantes para a verificação dos resultados desta pesquisa, diz respeito à continuidade ou não da condição de empreendedora no Instagram, caso elas viessem a receber uma oportunidade profissional em um grande veículo de comunicação. Foi interessante observar que as entrevistadas se dividiram em três posicionamentos: as que não abrem mão do empreendedorismo, as que tentariam conciliar as duas funções e as que entendem não ser possível viver apenas do próprio negócio.

Por fim, vale ressaltar que as entrevistas completas estão disponíveis na dissertação de mestrado da autora.

Considerações finais

Os resultados iniciais apresentados neste artigo indicam que as jornalistas negras percebem que o Instagram desempenha um papel significativo na promoção de suas carreiras. Essa rede social é vista como uma vitrine, capaz de atingir um público mais amplo em comparação com os métodos tradicionais, como por exemplo, o boca a boca.

Além disso, observou-se que o Instagram desempenha um papel social importante

ao permitir a discussão de questões relacionadas à classe, raça, gênero e também a religião. Ele funciona como um espaço onde uma comunidade se forma em busca da redução do racismo em várias esferas da sociedade. No entanto, também se tornou evidente que, quando essas discussões extrapolam as "bolhas" das redes sociais, ainda enfrentam resistência e oposição de grupos racistas que desejam impedir a disseminação dessas mensagens.

Foi possível constatar que a maioria das jornalistas negras entrevistadas utiliza o Instagram como um meio eficaz para agregar valor aos seus serviços e para promoção de suas carreiras. Algumas relataram que, ao compartilharem informações sobre seus trabalhos, houve um aumento na procura por seus serviços, tornando o Instagram uma verdadeira vitrine profissional. Todas as entrevistadas possuem a consciência de que são importantes personagens na jornada antirracista. A maioria dessas mulheres está disposta a utilizar a ferramenta para disseminar informações sobre as temáticas mencionadas ao público que as seguem.

Em suma, embora as entrevistadas concordem que a rede é uma excelente ferramenta para debater essas questões raciais, observaram que essa aceitação é, muitas vezes, restrita ao público dentro de suas bolhas sociais, ou seja, quando as mensagens são direcionadas a públicos negros. Quando essas discussões ultrapassam essas fronteiras, pode-se enfrentar resistência e rejeição. Portanto, o Instagram exerce, de fato, uma influência significativa na promoção da carreira das jornalistas negras, ao mesmo tempo em que contribui no enfrentamento às barreiras verticais, horizontais e o teto de vidro que essas profissionais atravessam, mesmo que de forma lenta e gradual.

Referências

AGUIAR, H.M. *et al.* **Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender.** [S.l.:s.n.], 2022.

ALMEIDA, S. **Racismo estrutural.** São Paulo: Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

ANTONIO, A.C.H.; PAIERO, D. A mulher negra como apresentadora de televisão. *In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA*, 15; *MOSTRA DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA*, 9, [S.l.], 2019. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.]: 2019.

COLLINS, P.H. **“Características distintivas do pensamento feminista negro”.** São Paulo: Boitempo, 2019.

- CRENSHAW, K. “A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero”. **Estudos feministas**, Salvador, n. 1, 2002. Disponível em: <https://giefas.org/download/biblioteca/feminismo-antirracismo/Kimberle-Crenshaw.-A-interseccionalidade.-de-raza-y-genero.pdf>. Acesso em: 30 out. 2023.
- FARIA, L. *et al.* “Nega de ninguém”: a condição da mulher negra no mercado de trabalho contemporâneo. **Percursos**, Maringá, v. 4, n. 31, p. 128-131, 2019.
- FERNANDEZ, B.P.M. Teto de vidro, piso pegajoso e desigualdade de gênero no mercado de trabalho brasileiro à luz da economia feminista: por que as iniquidades persistem? **Cadernos de campo: revista de ciências sociais**, São Paulo, n. 26, p. 79-104, 2019.
- FOLETTTO, R.; FIEPKE, R.B.; WILHELM, E. Usos da internet como meio de comunicação e fonte de informação por idosos. **Contemporânea: revista de comunicação e cultura**, Salvador, v. 16, n. 2, p. 504-518, 2018.
- GONZALEZ, L.; HASENBALG, C. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.
- JENKINS, H. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KIKUTI, A.; ROCHA, P.M. Mercado de trabalho e trajetória profissional de jornalistas mulheres entre 2012 e 2017 no Brasil. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 16, São Paulo, 2018. **Anais [...]**. São Paulo: FIAM-FAAM/Anhembi Morumbi, 2018.
- LIMA, S.P.; MICK, J. Sindicalização e identidade política dos jornalistas brasileiros. **Estudos em jornalismo e mídia**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 4-24, 2013.
- MARQUES, L.K.S.; VIDIGAL, F. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras. **Transinformação**, Campinas, v. 30, p. 1-14, 2018.
- MATOS, S.K.A. **Afroempreendedorismo feminino em Curitiba: reflexões sobre interseccionalidades em campo**. [S.l.:s.n.], 2021.
- MESQUITA, J.S.; TEIXEIRA, J.C. Teto de vidro: por que as discussões pararam no tempo? um olhar sob a perspectiva da interseccionalidade. *In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD*, 10, [S.l.], 2019. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.], 2019.
- MICK, S.; LIMA, S.P. **Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.
- MOURA, D. As mulheres jornalistas negras e a identificação do teto de vidro gênero/raça/classe? no processo de feminização do jornalismo no Brasil. *In: SER*

NEGRA: SEMANA DE REFLEXÕES SOBRE NEGRITUDE, GÊNERO E RAÇA DO IFB, 7, Brasília, 2018. **Anais** [...]. Brasília: IFB, 2018.

MOURA, D; COSTA, H. Mulheres jornalistas e o “teto de vidro gênero/raça/classe” a tensionar a carreira das jornalistas negras brasileiras. *In*: AGUIAR, L.; SILVA, M.; MARTINEZ, M. (Org.). **Desigualdades, relações de gênero e estudos de jornalismo**. São Paulo: Life Editora, 2018.

MOURA, D. Excluídas dentre as excluídas: as jornalistas negras perante o. *In*: BELISÁRIO, K.; MOURA, D.; GUAZINA, L.S. (Org.). **Gênero em pauta: desconstruindo violências, construindo novos caminhos**. Curitiba: Appris Editora, 2019. p. 139-151.

PASSONI, T.T.C. **A motivação feminina no ato de empreender em mídias de jornalismo alternativo**. 2019, 106f. Dissertação (Mestrado) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2019.

PINHEIRO, Jonas. **Mídia negra: uma análise das propostas editoriais da revista afirmativa e da agência de jornalismo alma preta**. [S.l.:s.n.], 2018.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Global, 2015.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.

RIBEIRO, D. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ROCHA, N.P.; FERNANDEZ, A.F. A utilização das mídias alternativas e suas contribuições na esfera pública. **Brazilian Journal of Development**, São José dos Inhaís, v. 5, n. 11, p. 23156-23166, 2019.

SPINELLI, E.M.; SANTOS, J.A. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista observatório**, Palmas, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018.

VITORIO, T. Zica Assis, do Beleza Natural, conta como superou o preconceito e criou um império. **CNN BRASIL**. São Paulo, 01 maio 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/zica-assis-do-beleza-natural-Conta-como-superou-preconceito-e-criou-um-imperio/>. Acesso em: 15 out. 2023.

YANNOULAS, S.C. **Feminização ou feminilização?: apontamentos em torno de uma categoria**. *Temporalis*, Brasília, v. 11, n. 22, p. 271-292, 2011.