

A REPRODUÇÃO DA DIVISÃO SEXUAL DE TRABALHO NOS GRUPOS DE MÍDIA: breve análise da situação profissional das mulheres no jornalismo

REPRODUCTION OF THE SEXUAL DIVISION OF LABOR IN MEDIA GROUPS: brief analysis of the professional situation of women in journalism

Ana VELOSO¹

Rayanne ALBUQUERQUE²

Giovana MESQUITA³

Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

Resumo

O artigo se propõe a fazer um mapeamento da situação laboral das mulheres no jornalismo, não só no Brasil, mas no mundo. A partir de uma revisão da literatura e do cruzamento de dados coletados de diversos estudos acerca das questões de gênero no ambiente da comunicação, realizamos as análises à luz da economia política da comunicação, indústrias culturais e teorias de gênero. A revisão mostra que a situação profissional feminina nas empresas de jornalismo do Brasil e do mundo apresenta tendências precárias, apesar dos avanços relacionados às questões de gênero na vida pública e privada de diversas mulheres.

Palavras-chave

Jornalismo; Gênero; Feminismo; Indústrias Culturais.

Abstract

The article proposes to map the work situation of women in journalism, not only in Brazil, but in the world. From a literature review and the cross-checking of data collected from various studies on gender issues in the communication environment, we conducted the analysis in light of the political economy of communication, cultural industries and gender theories. The review shows that the female professional situation in journalism companies in Brazil and around the world presents precarious trends, despite the advances related to gender issues in the public and private life of several women.

Keywords

Journalism; Gender; Feminism; Cultural Industries.

RECEBIDO EM 15 DE AGOSTO DE 2019
ACEITO EM 09 DE OUTUBRO DE 2019

¹ Professora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Pernambuco (Departamento de Comunicação), integrante do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e colaboradora da ONG Centro das Mulheres do Cabo. Contato: anavelosoufpe@gmail.com

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco. Contato: jornalismo-rayanne@gmail.com

³ Professora do Programa de Pós-Graduação e do curso de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Coordena o Grupo Dinâmicas do Jornalismo e é integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade. Contato: giovanamesquita@yahoo.com.br

Introdução

A partir do século XIX houve uma incorporação progressiva das mulheres no âmbito do trabalho por conta da consolidação do capitalismo e da necessidade de mão-de-obra barata. Apesar de estarmos a dois séculos deste momento, as condições de desprestígio seguem latentes, ainda que em níveis mais sutis, como as camadas simbólicas de poder estrutural e estruturante (BOURDIEU, 2002). Ainda que a inserção das mulheres na esfera pública esteja a se desenvolver como importante vetor de promoção de avanços em todas as sociedades, há muito o que se conquistar. Principalmente quando se fala da participação feminina no mercado profissional.

Quando observamos, por exemplo, a inserção laboral das mulheres negras, situação que não nos deixa esquecer a “Teoria do Nó” de Saffioti (2004), que expõe os elos presentes entre o sexismo, o patriarcado e o capitalismo no cerne de uma determinada conjuntura social, surgem ainda mais questões sobre se realmente evoluímos e nos desvinculamos desta raiz social que via de forma socialmente naturalizada a nós, mulheres, como mão-de-obra barata.

Nesse sentido, compreender o caráter histórico do patriarcado é imprescindível para ampliar olhares sobre os fatores que fazem perdurar uma situação de desvantagem social para as mulheres. Por isso, é fundamental discutir a hierarquização de gênero e conhecer as dimensões da dominação masculina para conseguir visualizar com mais clareza a situação e a posição feminina na linha do tempo, com foco na sociedade contemporânea. A socióloga marxista Heleieth Saffioti (2004) concorda com esses preceitos e discorre sobre a importância de discutir as origens e sustentações do sistema patriarcal, mantido pela relação de ‘dominação-exploração’, na qual as mulheres ocupam a lacuna das exploradas e os homens a de dominadores.

Ainda hoje é possível perceber que, mesmo com um significativo avanço no quesito profissional e nas políticas voltadas à equidade de gênero, há muitos entraves quanto à ocupação dos cargos de chefia por mulheres em vários setores da economia, como, por exemplo nas empresas de comunicação. Dentro e fora do Brasil, estudos problematizam esse fenômeno com base no enraizamento do patriarcado em atividades laborais, inclusive nos grupos de mídia, que rebaixam as competências profissionais femininas e estruturam ambientes organizacionais com base na divisão sexual do trabalho.

Segundo Ana Veloso (2013), a baixa representatividade feminina nas indústrias de comunicação é explícita e se faz presente na produção de conteúdo, nos cargos executivos das companhias do setor e também no lugar de porta-vozes nos meios de comunicação. Esses aspectos integram o campo de pesquisa da Economia Política da Comunicação, vertente teórica que “estuda as relações de poder inerentes à produção, distribuição e consumo dos produtos culturais e outros recursos comunicacionais num contexto social mais alargado” (SOUZA, 2006, p. 4).

Diversos levantamentos evidenciam essa realidade no Brasil e no mundo quando observamos os resultados obtidos por estudos voltados para análise de questões deontológicas e do mercado profissional jornalístico (ARTIGO 19, 2016; ATLÉS *et al*, 2002; UFSC, 2012; MARTINS, 2017; MIRANDA, 2012; IWHC, 2011; WACC, 2015; SILVEIRINHA e SIMÕES, 2016; TSUI e LEE, 2015; VELOSO, 2013; SILVEIRINHA e SUBTIL 2017).

Com o intuito de estabelecer paralelos que nos ajudem a compreender as possibilidades tangíveis e alcançadas pelas mulheres no ambiente laboral jornalístico – bem como possíveis assimetrias em função do sexo –, adotamos a revisão de literatura, em conjunto com a análise de estudos sobre rotinas produtivas do jornalismo. A intenção é responder a seguinte questão: os espaços ocupados pelas mulheres na produção da

notícia podem ser considerados equânimes em relação aos ocupados por homens

Percursos teórico e metodológico

O feminismo, como projeto político e pensamento crítico, teve sua explosão no final dos anos de 1960, embora tenhamos referências ao movimento desde os séculos XVII e XIX, porém incipientes quando consideramos o projeto político de transformação cultural e social, no bojo dos segmentos da sociedade civil ditos marginalizados, a exemplo dos grupos de negros e étnicos e dos “portadores de sexualidades policiadas” (BHABHA, 1998). A democratização da vida cotidiana, a luta pela igualdade entre os sexos, a ampliação dos lugares de interlocução na esfera pública e o reconhecimento de seu lugar na história figuraram entre as primeiras reivindicações.

Vivendo “na fronteira”, no “entre – lugar” da cultura, os movimentos contestaram a existência de um sujeito “universal” macho, branco, europeu e heterossexual e direcionaram farpas ao sistema social hierárquico que aprofundava as diferenças, como elabora Maria Betânia Ávila (2000, p. 07):

O debate sobre a pluralidade de sujeitos políticos constituídos pela ação do feminismo e vários outros movimentos contemporâneos revela que a construção da igualdade passa, justamente pela desconstrução da ordem social que hierarquiza as diferenças transformando-as em desigualdades. Daí que considero que a relação igualdade/diferença deve ser entendida não em termos antagônicos, mas como um dilema a ser enfrentado como parte do processo dialético da transformação das relações sociais.

A efervescência revolucionária da época possibilitou que o feminismo colocasse em prática sua proposta de transformação da sociedade, tentando “inscrever as mulheres na história” (SCOTT, 1995) e credenciando-as como sujeitos políticos. O que estava em jogo, entretanto, não era somente conferir legitimidade ao discurso feminista, mas a derrocada de conceitos

culturalmente difundidos pelo patriarcado, que destinavam uma posição subalterna para o gênero feminino.

No epicentro das contestações do mundo moderno, o feminismo foi um dos segmentos sociais organizados que, ao conclamar mudanças sociais, abalou o conceito de identidade nos últimos anos. A máxima de Stuart Hall “a identidade é formada na interação entre o eu e a sociedade” (HALL, 1997), traduz uma das principais questões levantadas pelo movimento.

O feminismo questionou a clássica distinção entre o “dentro” e o “fora”, o “privado” e o “público”. O slogan do feminismo era: “o pessoal é político”. Ele abriu, portanto, para a contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc. Ele também enfatizou, como questão política e social, o tema da forma como somos formados e produzidos como sujeitos genericados. Isto é, ele politizou a subjetividade, a identidade e o processo de identificação (como homens/mulheres, mães/pais, filhos/filhas) (HALL, 1997, p. 49).

Nancy Fraser (2002) atesta que o feminismo deu uma “volta cultural” e teve um deslocamento na sua centralidade nos anos 1960 e 1970. De movimento que se ocupava em chamar atenção da sociedade para o entendimento do gênero na divisão sexual do trabalho, com claras influências marxistas, que se fundamentavam na divisão de classes, o feminismo passou a concentrar suas análises na noção do gênero como uma identidade ou “construção social”:

Assim sendo, hoje, a teoria de gênero é basicamente um ramo dos estudos culturais (...) a mudança ocorreu basicamente nos últimos 30 anos - de quase-marxista, passando pelo entendimento de gênero centrado no trabalho, gênero ligado à área cultural até chegar às concepções de gênero baseadas na identidade – coincide com uma mudança paralela nas políticas feministas (FRASER, 2002, P.61).

Ácidas críticas ao patriarcado e à naturalização de uma condição feminina imposta, fundamentada nas desigualdades presentes nas relações entre os sexos, são comuns nas formulações feministas. No entanto, a teoria

ganhou maior fôlego quando se encontrou em meio aos intensos debates em torno do conceito de gênero. A concepção também trouxe novas problematizações sobre a “dança” das identidades de homens e mulheres em um mundo marcado pela insurgência de temas e vivências da cultura era pós-moderna.

Apesar do reconhecimento, no mundo acadêmico, da “suposta” oposição entre o masculino e o feminino e da temática feminina ou das mulheres, principalmente nas análises da Teoria Social, entre os séculos XVIII e começo do século XX, o conceito de gênero como categoria analítica só se firmou no fim do século XX. Um dos mais significativos impulsos para que o termo se popularizasse no Brasil se deu entre os fins dos anos 80 e início dos anos 90, com a publicação do artigo *Gênero, Uma Categoria Útil de Análise Histórica*, de Joan Scott (1995).

O texto causou furor por convocar a academia a abraçar o “desafio teórico” de instituir o gênero como categoria de análise. A publicação indicou, ainda, que o conceito estava intimamente relacionado com construções culturais e históricas. Essa noção era radicalmente contra a explicação meramente biológica a respeito da diferenciação entre os sexos e foi amplamente incorporada aos estudos feministas.

Trata-se de uma forma de referir as origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres. Gênero é, segundo esta definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado (SCOTT, 1995, p. 75).

Scott (1995, p.85) defende que a conceituação foi proposta por aquelas que sustentavam que a pesquisa sobre as mulheres transformaria fundamentalmente os paradigmas disciplinares:

O termo gênero faz parte da tentativa empreendida pelas feministas contemporâneas para reivindicar um certo terreno de definição, para sublinhar a incapacidade das teorias existentes para explicar as persistentes desigualdades entre as mulheres e os homens.

Nesse sentido, podemos dizer que as investigações realizadas por pesquisadores dos ramos multidisciplinares dos Estudos Culturais nos mostram que os grupos “marginalizados” e “periféricos”, têm muito a contribuir para a construção de um “outro mundo”, baseado numa política de solidariedade, e para o reconhecimento da existência de uma sociedade não apenas “composta de maiorias e minorias, mas de pluralidades” (BHABHA, 1998).

Dessa forma, no artigo em tela, quando nos debruçamos sobre referências teórico-metodológicas, foram fundamentais os enlaces apresentados pelas colaborações dos Estudos Culturais, por compreenderem que os processos culturais subjetivos devem ser examinados à luz dos processos sociais e econômicos e se debruçarem sobre diferentes formas de produção cultural, sobre os fenômenos de massa e as manifestações sociais dos chamados grupos periféricos ou contra-hegemônicos. Conceituações essas que foram direcionadas para espaços pinçados das culturas excluídas, conferindo-lhes *status* de objeto de investigação.

Para construirmos redes de pensamentos e conceitos a respeito do cenário em que as mulheres se encontram inseridas no mercado laboral do jornalismo, optamos pela revisão de literatura. Enquanto percurso metodológico descritivo-discursivo, a revisão nos permite articular saberes de diversas fontes para suprir algumas das lacunas deixadas pelas produções anteriores sobre as mulheres nos bastidores da produção da notícia. Segundo Ridley (2008, p.2, tradução nossa) a revisão de literatura:

É a oportunidade de dialogar por escrito com os pesquisadores da sua área e, ao mesmo tempo, mostrar que você se envolveu, entendeu e respondeu ao corpo de conhecimento relevante subjacente à sua pesquisa. A revisão de literatura é onde você identifica teorias e pesquisas anteriores que influenciaram sua escolha do tópico de pesquisa e da metodologia que você está adotando. Você pode usar a literatura para apoiar sua identificação de um problema para pesquisar ou mostrar que existe uma lacuna nas pesquisas existentes que precisa ser

preenchida. A revisão da literatura, portanto, serve como força motriz e ponto de partida para sua própria investigação.⁴

Este método nos serve, nestes termos, como o caminho de elucidações pertinentes sobre o tema. Bem como para resumir os dados existentes, refinar hipóteses, estimar tamanhos de amostra e ajudar a definir agendas de trabalhos futuros. O estudo contribuiu, nesse sentido, para compreendermos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. O método permite que os estudos possam observar elementos sociais e culturais que também norteiam a inserção das mulheres no mundo público.

A integração de estratégias metodológicas para aproximação do objeto vem sendo recorrente em estudos da Economia Política, que mesclam, tanto a observação de fenômenos, quanto sua descrição e análise com base nos contextos econômicos, sociais, culturais e políticos nos quais os objetos estão imersos. De tal sorte, analisar o *status* feminino nas redações da mídia *mainstream*, demanda lançar o olhar, tanto para investigações anteriormente realizadas, quanto para a revisão bibliográfica acerca do tema. Sendo assim, temos condições de compreender o contexto social no qual o objeto está imerso, e também relacioná-lo com o ambiente laboral e as questões de gênero.

Também foi produtiva, para o trabalho, a análise acurada acerca da condição laboral feminina em diversos países com base na interpretação e entrecruzamento de dados de estudos como os do World Association for Christian Communication - WACC (2005; 2010; 2015), do Women's Media Foundation (2011) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e

⁴It is the opportunity to engage in a written dialogue with researchers in your area while at the same time showing that you have engaged with, understood and responded to the relevant body of knowledge underpinning your research. The literature review is where you identify theories and previous research which influenced your choice of research topic and the methodology you are choosing to adopt. You can use the literature to support your identification of a problem to research or illustrate that there is a gap in previous research that needs to be filled. The literature review, therefore, serves as the driving force and the jumping off point for your own research investigation (RIDLEY, 2008, p. 2)

Federação Nacional dos Jornalistas (2012), da ONG Artigo 19 (2016), do Fórum Econômico Mundial (2017) e SembraMedia (2016).

Perspectivas com base na Economia Política da Comunicação

Para que seja possível compreender qual é a atual situação das mulheres dentro do campo profissional do jornalismo também tem sido fundamental utilizarmos, como aparato teórico, os preceitos da Economia Política da Comunicação e Economia Política Feminista. O campo tem como preocupação entender o setor da produção humana em interface com sistemas de poder econômico e político, bem como as lutas sociais empreendidas pelos movimentos de resistência ao *status quo*. Essa seria, de acordo com César Bolaño (2015), a perspectiva crítica, marxista e interdisciplinar que apresentaria a comunicação e a economia como interligados. Os meios de comunicação seriam, para o teórico, a chave que nos permite analisar a organização das estruturas de poder no capitalismo, bem como suas lógicas de trabalho.

Devido à complexa estrutura que sustenta as desigualdades de gênero na cultura organizativa, é necessário estabelecer uma compreensão global sobre a situação e a posição laboral feminina no mundo do trabalho, em especial, nas redações de empresas jornalísticas. Em linhas gerais, “os estudos acerca da posição das mulheres nas mídias não encontram uma relação direta entre quantitativo no mercado e ascensão aos postos de chefia. Não é tão ‘natural’, para elas, alcançar status de comando nessa arena” (VELOSO, 2013, p. 123):

(...) os meios de comunicação, sobretudo os brasileiros, ainda são espaços onde sistemas como o machismo e o patriarcado são reeditados nas práticas cotidianas de produção de notícias e podem ser traduzidos pela sub-representação feminina tanto nos postos de trabalho nas redações e na ínfima participação das mulheres em cargos de chefia (VELOSO, 2013, p. 16).

Outro valor importante da Economia Política da Comunicação é o exame dos processos de utilização dos bens simbólicos para sustentar as engrenagens sociais de hierarquia. Se a Economia é a ciência das escolhas num mundo de recursos escassos, as escolhas estão fundadas em valores – estéticos, morais, psicológicos. Valores são, em princípio, subjetivos, e não raro implícitos ou subconscientes. Os preços (fenômeno econômico por definição) são explícitos, são expostos, mas as escolhas entre um produto ou outro nem sempre depende dos preços – se assim fosse, todo mundo somente compraria o mais barato dos automóveis – mas depende, sobretudo, disso que vem a constituir "valores".

As escolhas estéticas, as escolhas amorosas, também as escolhas econômicas são orientadas por "valores". Examinar e entender os "valores" abrem os túneis, digamos assim, que nos permitem penetrar além da superfície ou obviedade dos fatos, alcançar as estruturas mais profundas, as ordens subjacentes que presidem, determinam, concedem alargar ou impõem estreitar as próprias escolhas possíveis. Aqui, entenderemos as relações sociais, culturais, históricas, psicológicas, que definem nossas ações no mundo, inclusive nossas compras e, para comprar, nossas motivações ou sujeições de trabalho – e remuneração. Assim também entenderemos nosso gosto, ou não, por algum determinado programa de televisão – escolha essencial do ponto de vista do canal de TV que veiculará tal programa (DANTAS, 2012, p. 285-286).

Ao refletir sobre a posição das mulheres nas indústrias culturais, dentre as quais estão presentes os veículos de comunicação, Byerly e Ross (2006) apontam que, quando precisamos fazer uma análise sobre os lugares ocupados pelas mulheres nesses processos, temos que levar em consideração estruturas macro (participação feminina nos níveis financeiros das empresas, como patrocinadoras ou acionistas), estruturas médias (participação de mulheres na edição, criação de conteúdos e políticas de

produção e edição), e microestruturas (referente aos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação sobre a representação das mulheres enquanto sujeitos promotores dos seus direitos básicos).

Ao refletir sobre essa situação, Hooks (2017) dissertou que, inicialmente, o movimento feminista pensava o emprego como um vetor para a liberdade da mulher. Agora, o movimento compreende que há mais valia em perceber que tipo de emprego liberta as mulheres. A liberdade estaria, portanto, associada aos pagamentos de salários justos e de horários menos exploratórios.

Já a investigadora Ellen Riordan (2002) ressalta a importância de entrecruzar dados que mapeiam o lugar da mulher como produtora de conteúdo nos meios de comunicação. O pensamento reforça a aproximação do feminismo com os estudos da Economia Política da Comunicação, uma vez que problematiza as relações de poder que movem as engrenagens dos meios de comunicação (VELOSO, 2017, p. 3). Ou seja, mais do que prenciar o sistema dicotômico de *opressão-dominação*, importa saber como ele é estruturado.

Por definição, um movimento social é expressão de uma ação coletiva, fruto de um embate sociopolítico, no qual estão inclusos diversos elementos, tais como demandas sociais que configuram a identidade do coletivo, adversários, aliados, lideranças e assessorias, conforme descreve Maria da Glória Gohn (2009). De tal sorte, o feminismo também foi percebido como um dos movimentos inseridos na "modernidade tardia", que buscava descentralizar o conceito cartesiano e sociológico dos indivíduos, conforme disserta Stuart Hall (1997). Parafraseando o teórico, o slogan "o pessoal é político" foi porta de entrada para contestações completamente novas sobre a vida em sociedade, principalmente em questões que tangem a distinção clássica entre o "dentro" e o "fora", o "privado" e o "público".

As subjetividades passaram a ser politizadas, assim como o processo de identificação dos sujeitos em categorias binárias, que segmentam os indivíduos em dois universos - feminino/masculino - e dentro deles, as funções que cada um comporta dentro do esquema de hierarquização. Um dos avanços do feminismo foi a transformação das relações de gênero, ao instituir as mulheres como sujeitos políticos, uma contribuição histórica para o movimento de mulheres em geral. A ruptura trouxe para as mulheres a possibilidade de sair do lugar de vítimas ou protegidas, identidade imposta pela denominada 'condição feminina', como aponta Maria Betânia Ávila (2000). A partir de então, outras possibilidades emergem para as mulheres, elevadas a cidadãs com direitos e autonomia.

A relação entre a vida cotidiana e a democracia permitiu pensar as questões privadas como integrantes da agenda política e repensar a hierarquia entre produção e reprodução. Francisco de Oliveira (1995) enfatiza que a notável contribuição do feminismo continua a instigar a consciência do Estado sobre seus deveres cotidianos.

Divisão sexual do trabalho atinge o jornalismo

O Fórum Econômico Mundial (WEF) atesta os contrastes de gênero ao apresentar o Global Gender Gap Report (GGGR), estudo sobre o encaminhamento da paridade ao redor do mundo. O levantamento, realizado em 2017, sinaliza um ligeiro enfraquecimento de equidade em quatro pilares em relação ao mesmo estudo apresentado em 2016 e em 2015: saúde, educação, política e local de trabalho. O que significa dizer que houve significativos avanços, mas é preciso observar os jogos de poder que implica na supressão, ainda que parcial, dos espaços de direito das mulheres.

Outro levantamento, realizado em 65 empresas nacionais e internacionais pela empresa de consultoria Deloitte (2017), constatou que apenas 15% dos cargos de chefia são ocupados pelas mulheres nos

conselhos de administração. No estudo anterior, realizado em 2015, esse índice era três pontos percentuais mais baixos.

Já o Índice de Desigualdade Global de Gênero aponta que a América Latina e o Caribe abrigam os países que estão no “Top 10” entre os que diminuíram as disparidades de gênero desde 2006, ano em que as pesquisas foram iniciadas pelo Fórum Econômico Mundial (WEF). A média de desequilíbrio das questões de gênero nesses locais é de 30%. Os dois países com o pior desempenho na região são Paraguai (96) e Guatemala (110). Em 2017, dos 24 países abarcados pelo Índice de Desigualdade Global de Gênero na região, 18 melhoraram sua pontuação geral comparado com o ano passado, enquanto seis regrediram.

No campo do jornalismo, o mais recente levantamento nacional sobre as mulheres na profissão foi divulgado em dezembro de 2017 pela Associação Brasileira de Jornalismo Independente (ABRAJI) em parceria com a organização Gênero e Número, orientada por dados para qualificar o debate sobre equidade de gênero na mídia. Cerca de 64% das jornalistas que responderam à pesquisa já sofreram abuso de poder ou autoridade de chefes ou fontes. A violência psicológica nas redações também é uma queixa: 83,6% das entrevistadas afirmaram ter sofrido “pressão psicológica” durante as atividades laborais.

Ouvir questionamentos sobre a competência profissional diante do trabalho na redação, para as mulheres, ainda é uma realidade: 65,7% das jornalistas afirmaram que estiveram nessa situação ou viram uma colega passar por isso. Os sujeitos questionadores são tanto os companheiros de função quanto os superiores.

Ainda de acordo com o dossiê, 75,3% das profissionais já ouviram comentários no exercício do trabalho sobre suas roupas, aparência ou corpo que as deixaram desconfortáveis. Em relação as cantadas, mais de 70% já passou ou tomou conhecimento que uma colega foi assediada no emprego.

O número de mulheres nas estruturas de tomada de decisão dos meios de comunicação europeus também foi investigado por Karen Ross (2017). Entre as conclusões, está o fato de apenas 1037 mulheres ocuparem assento nos conselhos de administração ou em cargos de chefia, quando o total de vagas é 3.376, representando cerca de 30%. Segundo a pesquisadora, as mulheres continuam com baixa representatividade nas estruturas de poder das principais organizações de Comunicação Social da UE27 e da Croácia, tanto no nível operacional, como na função de gestoras e atuantes em níveis estratégicos, como CEOs e membros de conselhos de administração das empresas.

O Relatório Global Sobre a Condição da Mulher na Mídia Noticiosa, da Women's Media Foundation (IMWF), concluído em 2011, trouxe dados qualitativos sobre veículos de comunicação de 66 países. Por meio de entrevistas em profundidade com dirigentes dos grupos de mídia originários de 59 nações, foi possível levantar informações sobre 552 empresas de rádio, televisão e de jornais. A pesquisa demonstra que as mulheres representam apenas um terço (33,3%) da força de trabalho do jornalismo em tempo integral e que elas têm evoluído em sua posição nos cargos superiores de direção, em comparação ao estudo de Margaret Gallagher (1995), no qual elas ocupavam, em média, apenas 2% dos postos superiores em 239 empresas.

Elas estão em 26% dos lugares de direção e em 27% dos de alta gerência. O estudo abrangeu 170 mil pessoas na mídia e encontrou uma maior representação das mulheres nos cargos de direção e alta gerência na Europa Oriental (33% e 43%, respectivamente) e na Europa Nórdica (36% e 37%, respectivamente) do que em outras regiões estudadas. Na África do Sul, 79,5% dos empregados da gerência sênior são mulheres. Na Lituânia, dominam as listas de repórteres juniores, com 78,5% e 70,6% seniores em níveis profissionais. A representação das mulheres nesse país está quase

igual à dos homens nos níveis de média e alta gerência. Já na Ásia e na Oceania, as mulheres são quase 13% das pessoas na administração dos meios de comunicação. Em alguns países, individualmente, elas excederam os homens nesses níveis.

As emissoras de televisão e as de rádio participaram com porcentagens praticamente iguais (24% e 28%, respectivamente). Entre a classe dos repórteres, os homens ocupam quase dois terços dos postos de trabalho. Enquanto isso, as mulheres ocupam 36% desses cargos. No entanto, entre os profissionais de alto nível (os sêniores), as mulheres estão se aproximando da paridade com 41% da edição, captação de notícias e trabalhos de escrita.

Os “tetos de vidro” também foram identificados pelo estudo, principalmente para mulheres em 20 dos 59 países estudados. Geralmente, essas barreiras invisíveis foram encontradas nos níveis de gerência média e sênior. Pouco mais da metade das empresas pesquisadas tem uma postura política definida sobre a questão da equidade de gênero. Estes dados variaram de 16% nas empresas do Leste Europeu para 69% na Europa Ocidental e na África Subsaariana. Poucas empresas no mundo possuem política de gênero. Na América Latina, por exemplo, o estudo não detectou dados que indiquem que as empresas pesquisadas possuam essa política. O cotidiano profissional do jornalismo ainda apresenta esquemas hierárquicos, baseados na divisão sexual do trabalho. Além disso, o topo da carreira é destinado majoritariamente aos homens brancos, e a base é composta por mulheres negras, indicativos que contradizem os preceitos deontológicos da profissão.

No Brasil, o relatório do IWMF, de 2011, realizou amostras em 15 empresas de notícias, entre os quais, 12 jornais e três emissoras de televisão que empregavam cerca de 4.500 pessoas, incluindo 2.724 homens e 1.769 mulheres. Os resultados apontaram para uma posição feminina marginal ao

revelar a exclusão das mulheres na maior parte dos níveis profissionais. As brasileiras quase não têm presença nos cargos de governança ou chefia, de acordo com a investigação, e chegam a apenas 10,3%, muito menos que a média mundial, de 33%. Também há uma baixa representatividade das profissionais de mídia brasileira nos níveis de produção e design (12,6%) e de técnico profissional (5,7%). Na gestão superior das empresas, compõem 26,5% e, na gerência sênior, 28,7%. Os dados só destacam um leve crescimento das mulheres na gerência média (diretoras de redações) dos veículos (36,4%).

Em contrapartida ao desequilíbrio dos outros segmentos, o número de mulheres que estão se aproximando da paridade com os homens no nível profissional sênior (48,2%) e no profissional júnior (43,1%) vem crescendo. A respeito desses dados, Veloso (2017, p. 6) ressalta:

Esse ligeiro patamar de paridade não significa um progresso significativo, posto que o quantitativo de homens em lugares de decisão é extremamente superior. A reprodução da assimetria nas relações sociais entre os sexos é evidente nas redações: enquanto as mulheres se fixam em posições intermediárias de produção, são geralmente responsáveis pela organização do veículo e seu funcionamento, quem comanda os recursos e responde pelas tomadas de decisão são os homens. Eles ditam economicamente e politicamente, majoritariamente, o ritmo do funcionamento nas editorias e postos executivos.

Na contramão do que ocorre nos grupos privados de mídia, a imprensa alternativa apresenta um perfil mais equânime na América Latina. Em 2016, o mapeamento "Ponto de Inflexão" lançado pela SembraMedia, aprofundou questões como o financiamento, impacto, vulnerabilidade, audiência e formação de equipes de 100 organizações presentes no México, na Colômbia, na Argentina e no Brasil. O estudo aponta que 62% dos sites estudados tiveram mulheres envolvidas em sua criação. Dos 100, 57 contam com mulheres na direção, o que contrasta com a imprensa privada comercial no continente, liderada majoritariamente por homens. A constatação do estudo sugere que a maior participação feminina pode ajudar a promover,

na gestão, uma maior pluralidade de olhares e posições sobre os fatos sociais. A rede de mulheres está estruturada ao ponto de atender demandas marginalizadas pelos grupos comerciais.

A diversidade de gênero nas equipes de direção de jornais online da América Latina tem o seguinte panorama: 44% deles são meios de comunicação com homens e mulheres na equipe de direção, 9% desses veículos possuem somente mulheres no comando, em contraste aos 17% de meios com somente homens na chefia. Do total de mídias analisadas, 6% contavam com apenas uma mulher na direção, enquanto 24% eram meios com apenas um homem no topo do poder.

Além disso, as distinções entre o sistema organizativo presente na grande mídia e que divergem mais uma vez dos dados coletados junto à mídia alternativa, evidenciam mudanças no foco das coberturas realizadas por tais meios. A pesquisa revela que o jornalismo independente vem produzindo melhorias nas leis, expondo a corrupção e lutando contra abuso de poder, inclusive defendendo os direitos humanos. Alguns exemplos da atuação desses veículos se dão com a cobertura da ação política de comunidades invisibilizadas social e midiaticamente, com produção de conteúdo original.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho brasileiro

A década de 2000 a 2010 foi marcada pelo crescimento contínuo da renda e do trabalho no Brasil. Observando a história trabalhista nacional no período compreendido entre 2004 e 2014 é possível notar um aumento de quase 50% no rendimento médio da população, o que significa uma mudança de R\$1.000 em 2004 para R\$1.595 em 2014 (IPEA, 2016). A maioria notável da força de trabalho brasileira é feminina e tem se consolidado dessa maneira ao longo dos últimos 50 anos, período em que as mulheres deixaram de se dedicar exclusivamente ao trabalho do ambiente

privado, lançando-se na vida pública como mão de obra. Em 1970, apenas 18,5% das mulheres eram economicamente ativas, segundo dados dos censos demográficos, enquanto em 2015 o número chegou a quase 50%.

As mulheres trabalham, em média, pelo menos o dobro do que os homens, de acordo com dados da Organização Internacional do Trabalho (2016). No Brasil, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, os homens dedicam cerca de 11h semanais para os afazeres domésticos, enquanto as mulheres dedicam para essas mesmas atividades, em torno de 26h semanais. No cotidiano laboral, são negligenciadas para as promoções na carreira por razões que não são da sua competência: não falta qualificação profissional às mulheres, mas oportunidades para que elas consigam ocupar igualmente os espaços laborais (IPEA, 2017).

A ausência das mulheres em funções superiores configura a discriminação profissional em razão do sexo e, em alguns outros casos, em relação a própria identidade gênero. Em função desta última, mulheres transgênero e travestis chegam a tirar a própria vida para evitar a prostituição - uma das únicas alternativas profissionais que restam a esses grupos. Esse cenário encontra no machismo estrutural a artéria que alimenta as suas estruturas, evidenciando o fato de a inserção das mulheres no mundo do trabalho nos últimos anos não ter alterado a estrutura da divisão sexual do trabalho, razão que mantém uma conjuntura econômica desfavorável para as mulheres, sobretudo para as negras e para as trans, que vivem relações instáveis e desprotegidas de trabalho.

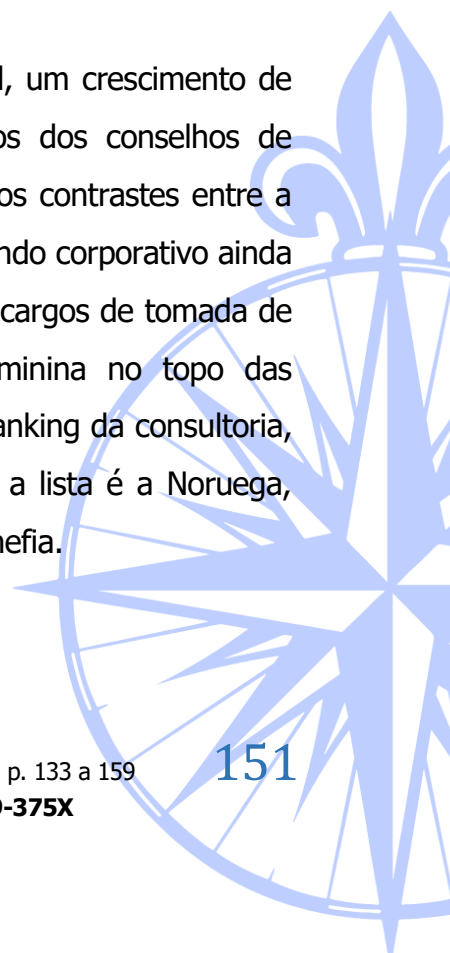
A inserção da mulher no mercado de trabalho é prejudicada pela sobreposição de afazeres gerados, tanto no ambiente privado (cuidados com os filhos, do lar), quanto no ambiente público (trabalho remunerado). De acordo com o IPEA (2017), outros fatores mensuráveis que impedem tradicionalmente o desempenho profissional feminino é o entorno familiar e a influência exercida sobre as decisões da mulher. Contudo, os indicadores

sociais apontam que o Brasil está próximo, em muitos aspectos, dos países desenvolvidos em relação às transformações na estrutura das famílias e na composição do mercado de trabalho por sexo.

No entanto, no que diz respeito às provisões de serviços públicos que permitem socializar os custos dos cuidados com a família, a distância entre o Brasil e aqueles países (em especial, os do Norte da Europa) é notável. Como bem afirmam Sorj, Fontes e Machado (2007), a ausência de uma prática que atribua uma dimensão coletiva aos cuidados da família reforça um forte viés de gênero na divisão do trabalho, na medida em que essas atividades permanecem, em grande parte, como tarefas realizadas apenas pelas mulheres (IPEA, 2017, p. 24).

As desigualdades de gênero no mercado de trabalho fizeram com que o país caísse 11 posições no ranking do Fórum Econômico Mundial, chegando à 90ª posição em 2017. Na primeira edição do estudo, realizada em 2006, o país estava no 67º lugar. Em contraponto, o setor de qualificação educacional brasileiro foi apontado pelo WEF como um dos cinco - dos 144 analisados - a ter superado as diferenças de qualificações educacionais. Cerca de 18 nações que compõem a América Latina e região caribenha melhoraram na pontuação geral, no quesito igualdade, e seis regrediram.

A Deloitte também aponta que houve, no Brasil, um crescimento de 1,4% no último levantamento referente aos assentos dos conselhos de administração ocupados por mulheres. Mesmo assim, os contrastes entre a posição profissional das mulheres e dos homens no mundo corporativo ainda são fortes, tendo em vista que elas ocupam 7,7% dos cargos de tomada de decisão. Devido a essa baixa representatividade feminina no topo das organizações brasileiras, o país está em 37º lugar do ranking da consultoria, que conta com a participação 64 países. Quem lidera a lista é a Noruega, nação com 42% das mulheres ocupando posições de chefia.



Maioria nas empresas, minoria nos cargos de chefia no Brasil

A inserção massiva das mulheres no mercado de trabalho aponta para modificações significativas nas estruturas econômicas e sociais e também dialoga com a oferta de cursos superiores e do acesso feminino a eles (MICK, 2012). Graças às novas estruturas organizativas, é percebida uma vertiginosa feminização das redações jornalísticas: no Brasil, as mulheres são 64% dos profissionais ativos na comunicação (UFSC, 2012). Tal dinâmica contrasta, porém, com a baixa representatividade das mulheres em posições de liderança. Isso porque 53,9% dos homens são diretores das redações, enquanto 73% das mulheres ocupam cargos de revisão de texto (ARTIGO 19, 2016). Além disso, 65,5% das jornalistas recebem menos de cinco salários mínimos por mês, enquanto apenas 46% dos homens estavam na mesma condição financeira.

Em um mapeamento sobre o perfil do jornalista brasileiro realizado em 2012, a Universidade Federal de Santa Catarina, em parceria com a Federação Nacional de Jornalistas descobriu que, dentro das características demográficas e políticas do jornalismo como campo profissional, as mulheres ocupavam mais de 64% dos cargos. Foram entrevistadas cerca de 2.730 jornalistas de todos os estados do país e mostrou que a categoria se tornou majoritariamente feminina e jovem, tendo em vista que um percentual de 59% dos profissionais tem até 30 anos.

A distribuição dos profissionais por atividade também foi aferida pelo estudo: nos veículos de comunicação atuam 55% do total de entrevistados, enquanto nas assessorias de imprensa ou em outras atividades jornalísticas estão 40%. Os 5% restantes representam os jornalistas que atuam como docentes. Apesar do cenário de feminização do jornalismo que pode, em um primeiro momento, parecer animador – tendo em vista a possível redução das disparidades dentro do mundo do trabalho –, os números vêm nos

alertar sobre o descompasso que existe entre o perfil da profissão e a ascensão das mulheres aos postos de comando.

Outro recente levantamento nacional, realizado pela organização Artigo 19, em 2016, sobre as questões de gênero nas redações, alertou para baixa representatividade feminina em posições de liderança, tendo em vista que 53,9% dos homens que fizeram parte da pesquisa são diretores das redações, enquanto 73% das mulheres ocupam cargos de revisão de texto. O mesmo levantamento que aponta para a feminização e juvenização das redações brasileiras (UFSC, 2012) mostrou que 65,5% das mulheres recebem menos de cinco salários mínimos por mês, enquanto 46% dos homens estavam na mesma condição financeira.

Em 2005, a revista Imprensa chamou atenção para o fato de que mesmo havendo muitas mulheres nas redações, a baixa equidade de gênero nas chefias do jornalismo permanecia. O estudo apontou que 66,95% dos cargos de decisão nos jornais eram ocupados por homens. As mulheres apareceram com 39,86% nas chefias de revistas e nos âmbitos da televisão, estão em 35,08%. Já na internet ocupam 40,14% dos postos de destaque (WACC, 2015).

Considerações finais

As transformações sociais, ao longo das últimas cinco décadas, cooperaram para que as mulheres conseguissem ocupar espaço em diversos setores da sociedade, inclusive no mercado de trabalho. Nesse sentido, as informações obtidas por meio deste estudo colaboraram para evidenciar que, assim como no cenário global, apresentado em distintos trabalhos sobre a feminização do jornalismo, este fenômeno se faz presente na redação de periódicos brasileiros. Também pudemos constatar uma série de entraves que impedem o pleno desenvolvimento da vida profissional das mulheres, como a baixa expressividade da categoria em posições de liderança. Dessa

maneira, as assimetrias estão presentes no cotidiano das redações e atestam que políticas de gênero são necessárias para que haja um cenário de paridade também no jornalismo.

Quando combinamos a análise de documentos e pesquisas sobre a posição das mulheres no jornalismo nos grupos de mídia em diversos países, junto com a revisão de literatura acerca de conceitos e reflexões apontadas por teóricos dos Estudos Culturais e da Economia Política Feminista, percebemos a importância em integrar os fenômenos culturais, políticos, econômicos e sociais que estruturam as relações de gênero. Todos os estudos apontam: a mídia *mainstream* opera no sentido da manutenção do *status quo*. A relativa ruptura provocada pela ascensão feminina ao *staff* de algumas companhias do setor, apesar de ser visível, ao menos no Brasil, não causou descentramento no comando masculino nas áreas executivas.

A reprodução da assimetria nas relações sociais entre os sexos é evidente nas redações: enquanto as mulheres se fixam em posições intermediárias de produção, são geralmente responsáveis pela organização do veículo e seu funcionamento, quem comanda os recursos e responde pelas tomadas de decisão são os homens. Eles ditam economicamente e politicamente, majoritariamente, o ritmo do funcionamento nas editorias e postos executivos. Para ocupar esses cargos, as mulheres – em geral – precisam ou pertencer às famílias dos grupos de mídia ou comprovar, por anos de trabalho e liderança nas redações, que são competentes e confiáveis. E, mesmo assim, muitas das profissionais com tais características e reputação são preteridas pela ação do patriarcado de mídia, um sistema que privilegia os homens das poucas castas que controlam o setor.

A aparente sub-representação que advém da invisibilidade feminina nos grupos de mídia não acontece sem que as profissionais desse campo reconheçam o fenômeno e lutem contra a sua reprodução. As mulheres não estão no topo do poder, em igualdade de condições com os homens, nas

cadeias de informação por conta dos reflexos de uma subordinação consciente. Estamos lidando com análises que evidenciam resquícios de uma violência simbólica. Elas têm sido silenciadas e há serias interdições para que se consolidem como sujeitos políticos no jornalismo.

Ainda que a participação das mulheres nos cargos de decisão configure a construção de parte do caminho necessário para que, no futuro, haja uma distribuição equânime dos postos de trabalho, dentro e fora do jornalismo, as estruturas de opressão continuam presentes. Na prática, isso é um indicativo de que, a ascensão delas às posições de chefia, não garante o fim da reprodução da divisão sexual do trabalho. Todos esses fatores nos permitem considerar que a força de trabalho não está dissociada do sujeito que a porta.

É preciso considerar, também, que a presença feminina nas redações pode simbolizar apenas um gerador de fumaça que tira o foco da realidade das redações (maioria dos homens na edição e as mulheres em cargos subalternos, como reportagem e subedição), quando reforça o mito de que a igualdade já foi conquistada, uma vez que a realidade é díspar. A questão não é apenas conseguir quebrar os 'tetos de vidro', porém distribuir as atividades do campo profissional e também do privado entre homens e mulheres.

Apesar dos avanços relatados por esse estudo e por outras investigações empreendidas por pesquisadoras da Economia Política Feminista, que diagnosticaram a ocupação de alguns espaços, pelas mulheres, no *staff* de importantes companhias e associações empresariais do ramo, a “paridade entre os sexos” na elaboração de conteúdos e gestão das empresas jornalísticas ainda está distante de ser alcançada.

Uma paridade fundamental, não só para que, com isso, tenhamos notícias mais equilibradas com relação aos direitos das mulheres, uma vez que os valores patriarcais não colonizaram, apenas, as mentes dos homens,

mas, para que seja possível ter o olhar feminino acerca dos fatos. Para que, de certo modo, as mulheres também sejam reconhecidas como produtoras de conteúdos e tenham condições de expressar o seu discurso nos meios de comunicação. Essa questão deve voltar a ser, com mais força, uma prioridade para a ação política do movimento feminista.

Contudo, não será apenas o ativismo isolado das feministas que vai romper os blocos de poder que impõe aos segmentos historicamente exilados do processo produtivo e da riqueza econômica a impossibilidade de acesso aos bens materiais e culturais. A associação dos movimentos de mulheres com outros sujeitos coletivos diversos e plurais, que militam nas culturas de resistência ao sistema global de organização societária pode ser uma das portas para uma maior visibilidade das causas que elas defendem também no mundo público aberto pelos meios de comunicação.

Por fim, reivindicar espaço nos postos de chefia dos meios de comunicação e nas diversas mídias não basta. A batalha maior das mulheres, nesse campo, é pelo reconhecimento delas, em todos os níveis, como sujeitos da história. Mais que isso: a luta feminina gira em torno da construção de novos métodos de combate aos sistemas que alicerçam as opressões/discriminações. Métodos que não fragmentem os campos de produção de conhecimento. Que, assim como a Economia Política Feminista, estudem os fenômenos sociais em meio aos fatores políticos, econômicos, culturais que norteiam a vivência das mulheres no globo, por meio também de uma abertura, na academia, para a realização de pesquisas que busquem uma visão holística e integrada sobre os objetos que serão analisados.

Referências bibliográficas

ABRAJI. **Mulheres no Jornalismo Brasileiro**. 2017. Disponível em: http://www.mulheresnojornalismo.org.br/12901_GN_relatorioV4.pdf. Acesso em 1 de ago 2019.

ARTIGO 19. (2016). **Gênero e mídia**: um olhar de gênero para o ambiente de mídia brasileiro. Aplicação dos indicadores de equidade de gênero para mídia da Unesco.

ATLÉS, Elvira; CANTÓN, Maria José; GALLEGO, Joana; MELÚS, Maria Eugênia. La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. 28. Ed. Anàlisi - **Quaderns de Comunicació i Cultura**, 2002. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/viewFile/15110%26gathStatI con%3Dtrue/14951>>. Acesso em 5 jul 2019.

ÁVILA, Maria Betânia **Feminismo e sujeito político**, 2000. Disponível em <<https://www.passeidireto.com/arquivo/25857016/avila-maria-betania-feminismo-e-sujeito-Politico>> Acesso em 4 jul 2019.

BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. Editora UFMG, Belo Horizonte, 1998.

BRAMAN, Sandra; SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle. **Globalization Communication and Transnational Civil Society**. Londres: Hampton, 1996.

BYERLY, Carolyn; ROSS, Karen. **Women and Media**: a critical introduction. USA: Blackwell Publishing, 2006.

DANTAS, Marcos. Economia política da informação e comunicação em tempos de internet: revisitando a teoria do valor nas redes sociais e no espetáculo. **Liinc em Revista**, v.8, n.1, março, 2012, Rio de Janeiro, p 283-307. Disponível em: <www.ibict.br/liinc>; Acesso em 12 jul 2019.

DELOITTE. **Women in the Boardroom - A Global Perspective**, 2017. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/br/pt/pages/risk/articles/women-in-the-boardroom5th-edition.html>>. Acesso em 1 ago 2019.

FRASER, Nancy. "Políticas Feministas na Era do Reconhecimento: Uma Abordagem Bidimensional da Justiça de Gênero". In Bruschini Cristina. **Gênero, Democracia e Sociedade Brasileira**. Editora 34, Fundação Carlos Chagas, Rio de Janeiro, 2002. P.61.

GALLAGHER, Margaret. **An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment**, 1995. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001016/101613eb.pdf>>. Acesso em 22 jul 2019.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria Dos Movimentos Sociais Paradigmas Clássicos e Contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola, 1997.

HALL, Stuart. (1997). **Identidades culturais na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A.

HOOKS, Bell. **El feminismo es para todo el mundo**, 2017. Disponível em: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/TDS_map47_hooks_w eb.pdf>. Acesso em 25 jul 2019.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. **Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014**, 2016. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/images/Documentos/Noticias/Mulher_e_trabalho_marco_2016.pdf>. Acesso em 25 jul 2019.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. **Mercado de Trabalho: conjuntura e análise**, 2017. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/17_0505_bmt_62.pdf>. Acesso em 12 ago 2019.

IWMF. **Global Report on the Status of Women in the News Media**, 2011. Disponível em: <<http://iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf>>. Acesso em 10 ago 2019.

MARTINS, Carla. A desigualdade de gênero é o elefante na sala. In BAPTISTA, Carla; MATOS, José Nuno; SUBTIL, Felipa. (Org.) **A Crise do Jornalismo em Portugal**. 1. ed. Portugal: Deriva, 2017, p. 117-121.

MICK, Jacques. **Detalhamento metodológico da pesquisa "Perfil profissional do jornalismo brasileiro"**, 2012. Disponível em: <http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2012/04/PerfilJornal_Metodologia.pdf>. Acesso em 20 jul 2019.

MIRANDA, João. **Os efeitos do novo paradigma socioprofissional do jornalismo sobre as práticas de ética e deontologia**. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Jornalismo) 90 f. – Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra.

MIRANDA, João. (2017). Contributos para o estudo sobre a feminização do jornalismo português. 17. Ed. n. 30. **Revista Media & Jornalismo**, Coimbra, p. 29-43.

OIT. Organização Internacional do Trabalho. **Mulheres no trabalho: tendências 2016**. Disponível em: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457096.pdf>. Acesso em 14 jun 2019.

RIDLEY, Diana. **The literature review: a step-by-step guide for students**. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2008.

SAFFOTI, Heleith. (2004). **Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

SILVEIRINHA, Maria João; SIMÕES, Rita Basílio. "As mulheres tentam compensar. O verbo 'compensar é terrível, não é?'. Gênero e Jornalismo em Tempos de Mudança. ex aequo - **Revista da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres**. 33. Ed. 31-47, Portugal, 2016.

SILVEIRINHA, Maria João; SUBTIL, Felipa. Caminhos da feminização da profissão de jornalista em Portugal: da chegada em massa à desprofissionalização. In Baptista, C.; Matos, J. N.; Subtil, F. (Org.) **A Crise do Jornalismo em Portugal**. 1. ed. Portugal: Deriva, p. 122-133, 2017.

MELLO SOUZA, Juliana. Feminina e não feminista: a construção mediática do backlash, do consumo e dos pós-feminismos. Ed. n. 30. **Revista Media & Jornalismo**, 2017.

STAKE, Robert. **The Art of case study research**. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 1995.

TSUI, Celia, LEE, Francis. **Journalism Studies**. 13 ed. v. 3, p. 370-385. Londres: Routledge, 2012.

UFSC. **Quem é o jornalista brasileiro?** Perfil da profissão no país, 2012. Disponível em: <www.perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>; Acesso em 22 jul 2019

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Gênero, Poder e Resistência: As mulheres nas indústrias culturais em 11 países**. Tese (Doutorado em Comunicação) 305 f. – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Brasil, 2013.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Um breve mapa das desigualdades de gênero nos meios de comunicação**, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2449-1.pdf>>. Acesso em 14 jul 2019.

WACC. ¿Quién Figura en las Noticias? **Proyecto global de monitoreo de medios 2015**, Canadá.

WMF. Women's Media Foundation. **Relatório Global Sobre a Condição da Mulher na Mídia Noticiosa**. Disponível em: <http://iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf>. Acesso em 27 jul 2019.

World Economic Forum. **Global Gender Gap Report 2017**. Disponível em: <<http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2017>>. Acesso em 1 de ago de 2019.

