



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

ANA PAULA BORNHAUSEN DA SILVA BANDEIRA

**JORNALISMO E FEMINIZAÇÃO DA PROFISSÃO: Um estudo comparativo entre
Brasil e Portugal**

Recife
2019

ANA PAULA BORNHAUSEN DA SILVA BANDEIRA

**JORNALISMO E FEMINIZAÇÃO DA PROFISSÃO: Um estudo comparativo entre
Brasil e Portugal**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior

Coorientadora: Profa. Dra. Filipa Mónica de Brito Gonçalves Subtil

Recife

2019

ANA PAULA BORNHAUSEN DA SILVA BANDEIRA

**JORNALISMO E FEMINIZAÇÃO DA PROFISSÃO: Um estudo comparativo entre
Brasil e Portugal**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Aprovada em: 26/06/2019

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dra. Filipa Mónica de Brito Gonçalves Subtil (Coorientadora)

Instituto Politécnico de Lisboa

Prof.^a Dra. Giovana Borges Mesquita (Examinadora interna)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da Cunha (Examinador interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dra. Paula Melani Rocha (Examinadora externa)

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dra. Ana Maria da Conceição Veloso (Examinadora externa)

Universidade Federal de Pernambuco

Ao puro amor: João e Céu.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Alfredo Vizeu, por aceitar me orientar e manter a porta de sua biblioteca sempre aberta.

À professora Filipa Subtil, que me orientou com zelo, profissionalismo e afetuosidade não só durante o doutorado sanduíche, em Lisboa, mas ao longo do percurso.

Ao professor José Garcia, pelo acesso à Universidade de Lisboa e pelas aulas informais.

Ao professor Jacques Mick, que nunca refuta uma ajuda.

Aos professores Paula Melani Rocha, Ana Veloso, Heitor Rocha e Giovana Mesquista, pelas contribuições preciosas da qualificação. À Paula, Ana e Giovana, sou duplamente agradecida por estarem novamente na banca de defesa, junto do professor Rodrigo Cunha. São quatro pessoas que partilharam comigo a importância que o momento teve.

Aos professores Cristina Teixeira, Karla Patriota e Isaltina Gomes, com quem pude aprender em sala de aula.

À Roberta Bacelar, Cláudia Badaró e José Carlos Silva, do PPGCOM, pelos auxílios prestados. Em especial à Roberta, que me acolheu antes mesmo da minha chegada à UFPE.

À Paula Losada, Carla Alves, Nuno Pacheco, Octavio Ribeiro e Paulo Tavares, profissionais que viabilizaram a pesquisa nos jornais *Diário de Pernambuco*, *Super Notícia*, *Público* (que terminou por ficar de fora do *corpus* de análise da tese, mas teve fundamental importância no processo e suscitou outros trabalhos), *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias*, assim como às equipes desses veículos, nas quais incluo as secretárias de redação e direção (sim, só havia mulheres no secretariado) e os jornalistas que cederam seu tempo de trabalho como forma de colaborar com o meu.

À Suzana Rozendo Bortoli, Ana Marta Flores e Cristiano Anunciação, amigos que “ganhei” no mestrado e foram tão importantes neste caminho do doutorado.

Aos colegas de doutorado Ticiane Perdigão, Karol Calado, Luciana Pereira, Ana Cirne, Dirceu Góes e Kellyane Alves. Foi muito bom tê-los por perto nessa jornada.

À Léo Passarela dos Reis, amiga com quem sei que posso contar, mesmo à distância.

Ao meu pai e à minha mãe, por apoiarem e ajudarem a viabilizar meus projetos de vida.

Ao Thiago Nunes, por ser meu esteio, meu companheiro, meu amor.

A Deus, que me fortalece com seu infinito amor.

Sem vocês, não haveria este trabalho. A todos, meu sincero respeito e gratidão.

A história de vida de cada pessoa encontra-se com fenômenos a ela exteriores, fenômeno denominado *sincronicidade* por Jung, e que permite afirmar: ninguém escolhe seu tema de pesquisa; é escolhido por ele. (SAFFIOTI, 2004, p. 43).

RESUMO

O aumento da população feminina na imprensa brasileira e portuguesa, a exemplo do que ocorre em outros países ocidentais, é uma tendência que vem ocorrendo progressivamente desde a década de 1970. Trata-se de um fenômeno estreitamente associado a processos sociais como (1) o maior acesso à educação, (2) a integração no mundo do trabalho e (3) a conquista de direitos de cidadania por parte das mulheres. A partir desse panorama, o objetivo desta pesquisa é compreender o contexto e algumas das principais implicações que o aumento da população feminina no jornalismo e sua recente chegada às chefias intermediárias trazem às práticas e rotinas dentro das redações, com base em uma perspectiva comparativa entre Brasil e Portugal. Para alcançar o objetivo desta pesquisa, mapeamos fluxos da trajetória histórica das mulheres no mundo do trabalho e no jornalismo em particular, evidenciando o perfil de mulheres jornalistas, a relação entre elas e o mercado de trabalho jornalístico e os efeitos do agir feminino na dinâmica do trabalho nas redações. Norteadas pelas perspectivas teóricas do jornalismo, do gênero e do mundo do trabalho, esta investigação usa de uma estratégia metodológica que é, ao mesmo tempo, (1) um olhar para a história do jornalismo, por meio de uma plural revisão bibliográfica – no sentido de dar conta da entrada da mulher na profissão e das condições em que isso ocorreu –, além do (2) mapeamento do estado da arte da questão. Desta forma, este estudo realizou observações do ambiente de trabalho e entrevistas individuais em profundidade direcionadas a mulheres e homens jornalistas. À luz das percepções dos profissionais brasileiros e portugueses entrevistados, atentamos para as condições e ambiente de trabalho, articulação com a vida familiar, entre outras dimensões. Os dados foram analisados com o intuito de trazer uma compreensão do momento atual pelo qual a profissão passa enquanto prática social. Um dos aspectos que emergiram da análise dos dados foi o fato de ser comum entre os profissionais a visão de que no mercado jornalístico há igualdade de gênero. No entanto, adotar gênero como uma categoria de análise no jornalismo nos revelou, fortemente, as distintas relações que mulheres e homens empreendem entre o âmbito pessoal (especialmente a maternidade/paternidade) e o profissional, tanto no Brasil quanto em Portugal.

Palavras-chave: Jornalismo. Mulher no jornalismo. Mundo do trabalho. Gênero.

ABSTRACT

The increase of the female population in the Brazilian and Portuguese press, as well as in those of other western countries, is a trend that has been progressively occurring since the 70's. It refers to a phenomenon intrinsically linked to social processes, such as (1) greater access to education, (2) integration in the working world, and (3) the conquest of citizenship rights by the females. Departing from this panorama, the objective of the present study is to understand the context and some of the main implications that both this increase of the female population in journalism and the women's arrival to hold intermediate management positions bring into the working practice and the routine within the newsrooms, by comparing Brazil and Portugal. In order to do so, the flux of the historical trajectories of women in the world of work and in journalism in particular were mapped, which yielded a profile of women journalists, the relationship between them and the journalistic work market, and the effects of women's action on the dynamics of the work in newsrooms. Guided by the theoretical perspectives of journalism, gender and working world, this study uses a methodological strategy that is, at the same time, (1) a look into the history of journalism, by means of a diverse review of literature – in order to account for the insertion of women in the profession and for the conditions under which that insertion has happened -, and (2) a mapping of the state of art of this matter. Therefore, the present study observed the working environment and conducted individual and deep interviews directed to journalists, both men and women. In light of these professionals' perceptions (both in Brazil and Portugal), attention was drawn to the working environment, working conditions, articulation with family life, among other dimensions. Data were analyzed with the aim to bring in some understanding to the current moment on which the profession lies as a social practice. One of the aspects that emerged from data analysis was the fact that it is common among professionals to see that there is gender equality in the journalistic market. Nevertheless, looking into gender as a variable to be investigated in journalism has strikingly revealed that the relations women and men have in both personal and professional ambits are distinct (especially that of maternity/paternity), in Brazil and Portugal.

Keywords: Journalism. Woman in the journalism. Working world. Gender.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Média de circulação dos jornais portugueses.....	25
Tabela 2 – Jornalistas portugueses, conforme o sexo.....	108
Tabela 3 – Conciliação entre vida profissional e pessoal.....	178

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 –	Cultura profissional.....	53
Gráfico 2 –	Circulação do jornal <i>Super Notícia</i>	125

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Capa da primeira edição do <i>Diário de Pernambuco</i>	122
Imagem 2 – Capa da primeira edição do <i>Diário de Notícias</i>	129
Imagem 3 – Fachada da antiga sede do <i>Diário de Notícias</i>	129
Imagem 4 – Capa do <i>Correio da Manhã</i> de 22 de março de 2019.....	207
Imagem 5 – Capa do <i>Super Notícia</i> de 22 de março de 2019.....	207

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	A SOCIEDADE, A MULHER E O JORNALISMO.....	36
2.1	JORNALISMO COMO MEDIADOR SOCIAL.....	36
2.2	CAMINHAR DA PROFISSIONALIZAÇÃO.....	42
2.3	CULTURA PROFISSIONAL HETERONORMATIVA.....	47
2.4	MAIS MULHERES, MAIS PLURALIDADE?.....	53
3	AS MULHERES NO MUNDO DO TRABALHO.....	59
3.1	DO FEMINISMO À FEMINIZAÇÃO DAS PROFISSÕES.....	59
3.1.1	Feminismo no Brasil.....	64
3.2	AS MULHERES NO MUNDO DO TRABALHO NO OCIDENTE.....	70
3.2.1	As mulheres no mundo do trabalho na América Latina: o caso do Brasil.	79
4	PROFISSÃO JORNALISTA NO FEMININO: PRÁTICAS PROFISSIONAIS E DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO.....	85
4.1	CONTEXTO INTERNACIONAL DO AUMENTO DA POPULAÇÃO FEMININA NA PROFISSÃO.....	86
4.2	DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO NO JORNALISMO.....	89
4.3	A PRESENÇA DA MULHER NO JORNALISMO BRASILEIRO.....	92
4.4	A PRESENÇA DA MULHER NO JORNALISMO PORTUGUÊS.....	101
5	A PESQUISA LUSO-BRASILEIRA.....	111
5.1	AS REDAÇÕES E SUAS PECULIARIDADES: MÉTODOS DE TRABALHO.....	111
5.2	A ESCOLHA DO PERCURSO.....	115
5.3	OBJETO DE TRABALHO: OS JORNAIS.....	119
5.4	POPULAÇÃO ABARCADA PELO OBJETO DE TRABALHO: OS JORNALISTAS ENTREVISTADOS.....	130
6	MULHERES JORNALISTAS: GÊNERO, PRÁTICAS E ROTINAS PROFISSIONAIS.....	132
6.1	AMBIENTE DE TRABALHO.....	133
6.1.1	Percepções sobre um futuro de es(ins)tabilidade.....	135
6.2	PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA: VALORES SOCIAIS E	

	PESSOAS DOS JORNALISTAS IMBRICADOS AOS VALORES- NOTÍCIA.....	145
6.2.1	Uma profissão de autonomia relativa.....	148
6.2.2	O interesse (do) público e o valor-notícia.....	154
6.2.3	Da pauta à edição: concepções de gênero ao longo do processo.....	156
6.3	RELAÇÕES DE GÊNERO.....	161
6.3.1	O trabalho e as relações com a vida familiar e em sociedade.....	169
6.3.2	“Eu não sei a hora que eu tô trabalhando e a hora que eu não tô”	185
7	APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE AS REALIDADES BRASILEIRA E PORTUGUESA.....	189
7.1	O VALOR-NOTÍCIA E O PERFIL DO JORNAL.....	203
7.2	UM OLHAR SOBRE OS DOIS PAÍSES.....	207
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	211
	REFERÊNCIAS.....	219
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA A JORNALISTAS PORTUGUESES.....	242
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA A JORNALISTAS BRASILEIROS.....	245
	APÊNDICE C – TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS.....	249

1 INTRODUÇÃO

Há um recente fenômeno na história do jornalismo brasileiro: a mulher é maioria nas redações. Dados de 2013 mostram que 64% dos jornalistas brasileiros são do sexo feminino (MICK; LIMA, 2013). A realidade brasileira acompanha as estatísticas internacionais (GMMP, 2015; IWMF, 2011; IFJ, 2009). O aumento do número de mulheres nos quadros profissionais dos veículos de comunicação traz questões a serem pensadas a partir da tríade jornalismo, gênero e sociedade.

Se, quantitativamente, a relação é atualmente equilibrada, nas redações, esses números não são sinônimo de igualdade. Tampouco a equidade é conquistada com a ocupação de cargos de chefia por mulheres. Cria-se, isso sim, a sensação de igualdade conquistada. No entanto, esta efetivamente existe quando se dá na cultura organizacional jornalística, que é o que se busca perceber aqui. Pensar apenas em relação ao sexo oposto pode conotar um reducionismo ao determinismo sexual e à sexualidade, quando precisamos pensar nas relações generificadas.

Um olhar de gênero sobre o jornalismo envolve não apenas as mulheres, mas também os homens, e não restringe seu foco às diferenças entre os sexos biológicos ou aos papéis desempenhados por ambos os gêneros, abrangendo também as relações de poder generificadas que se estabelecem (VEIGA, 2012, p. 493).

Propomos, portanto, um estudo das representações dos profissionais acerca das práticas/rotinas jornalísticas a partir do aumento do número de mulheres neste campo de trabalho. Para definir esse recorte, fomos em busca de bibliografia apropriada para enquadrar esta problemática de estudo. Bruschini afirma ter sido o trabalho feminino a porta de entrada dos estudos sobre a mulher na academia brasileira, no fim dos anos 1960, início dos 1970. “Entre muitos outros assuntos pertinentes à condição feminina, o tema trabalho foi privilegiado nos estudos de gênero” (BRUSCHINI, 1994, p. 18). De certa forma essa constatação legitima a presente pesquisa e nos credencia a pensar a partir da profissão que escolhemos: o jornalismo.

Desde há quase cinco décadas após as primeiras investidas acadêmicas sobre o trabalho feminino, muitos têm sido os contributos neste domínio (HIRATA, 2001/02, 2007, 2010; SAFFIOTI, 1982, 1987, 1991, 1999, 2004; YANNOULAS, 2011, 2013). Espera-se também,

obviamente, que os desafios encontrados outrora tenham sido superados e outras questões relevantes tenham surgido no mundo do trabalho das mulheres e trazidas para as discussões acadêmicas. Bruschini (1994) aponta ainda que “o maior desafio do feminismo e dos estudos de gênero parece ser o de retomar a luta em duas frentes: (1) da igualdade entre os sexos no mercado de trabalho e (2) da proteção à trabalhadora na reprodução” (BRUSCHINI, 1994, p. 29), para, a seguir, afiançar:

Tudo leva a crer que a sociedade, apesar de ter condições e interesse de absorver a presença feminina no mercado de trabalho, não parece disposta a fazer grandes mudanças na forma discriminada e de elevado custo social para a trabalhadora com que o vem fazendo (BRUSCHINI, 1994, p. 30).

O que remete ao histórico ingresso da mulher no mercado do trabalho e nos leva a pensar que a mudança que se observa atualmente no perfil das redações faz parte também das lógicas de mercado e da cultura. Mais do que isso, importa igualmente pensar até que ponto as mulheres que ocupam cargos de chefia reproduzem os (des)valores de um histórico patriarcado e, por conseguinte, do machismo.

Bruschini apontava para a relevância do debate em torno da igualdade, nos anos 1990. A partir daí, fizemos o exercício de analisar estudos mais recentes, no mundo do trabalho, em geral, e no jornalismo, em específico. Pesquisas internacionais (GMMP, 2015; IWFM, 2011; IFJ, 2009; MONTIEL, 2016; ROSS, 2017) desenvolvidas a partir do fim do século XX dão conta de que a consolidação da mulher no mercado de trabalho (e não só no jornalístico) vem acompanhada de práticas e rotinas criadas por homens, falta de políticas de igualdade e, conseqüentemente, mudanças fragmentadas no que se refere a questões de poder e valores.

Desde os anos 1980, são inegáveis as mudanças nas redações e nos cargos executivos das empresas jornalísticas. Porém, o âmago dos apontamentos feitos por estudos globais trata da cultura das redações, tanto no que se refere ao ambiente de trabalho quanto à forma como as mulheres são tratadas e retratadas nas matérias jornalísticas. Tais estudos apontam ser necessário mais de meio século para que as mudanças iniciadas no fim do século XX evoluam para uma igualdade de gênero nas redações (IFJ, 2009). Isso inclui países como o Brasil, onde as mulheres estão, atualmente, fortemente representadas – do ponto de vista quantitativo – entre os profissionais das redações, com maioria entre os jornalistas.

Em outras palavras, estudos da década de 1990 apontam a necessidade de discutir a igualdade. A Quarta Conferência Mundial sobre a Mulher, promovida pela ONU e realizada

em Beijing, capital da China, em 1995, é considerada um marco das conquistas feministas em escala mundial. Um dos focos do evento foram os meios de comunicação¹. “[...] favoreceu a maior compreensão, pelo movimento feminista, da comunicação como uma questão política” (VELOSO, 2013, p. 74). Um dos pontos da Conferência de Beijing dedicou-se a traçar objetivos envolvendo as mulheres e os meios de comunicação, tanto sob o aspecto do tratamento que os veículos de comunicação dão às mulheres quanto à inserção feminina no mercado de trabalho de comunicação.

Embora o número de mulheres que trabalham no setor de comunicações tenha aumentado, poucas são aquelas que ocupam cargos gerenciais ou que fazem parte de conselhos e órgãos que influenciam a política da mídia. A falta de atenção à questão de gênero na mídia é notada devido à persistência de estereótipos baseados em gênero disseminados por organizações de radiodifusão públicas e privadas locais, nacionais e internacionais (ONU, 1996, p. 108, tradução nossa).

Como medidas a serem adotadas pelo governo, a ONU alerta para a importância de promover a participação da mulher em trabalho nos meios de comunicação, inclusive nos cargos de gestão. Às empresas de comunicação cabe fomentar o equilíbrio na participação de homens e mulheres tanto na produção quanto na tomada de decisões dentro das redações.

As estratégias foram apontadas em 1995, com base no diagnóstico mundial da época. E as pesquisas desenvolvidas já à luz do século XXI revelam que precisamos ainda percorrer um longo caminho até atingirmos a chamada igualdade. Consideramos, aqui, igualdade como o ato de reconhecer a diferença (GOHN, 2008), respeitá-la, considerá-la e criar mecanismos para efetivá-la. Por exemplo, a gestação e o parto são características inerentes ao sexo feminino. Portanto, torna o corpo da mulher diferente do corpo do homem. Conhecida e reconhecida esta diferença, o que faremos com ela definirá as questões de igualdade. É o que Scott (2005) chama de conceito social de igualdade. “[...] igualdade e diferença não são opostos, mas conceitos interdependentes que estão necessariamente em tensão. As tensões [...] necessitam ser analisadas nas suas incorporações políticas particulares e não como escolhas morais e éticas intemporais” (SCOTT, 2005, p. 14).

Uma das entrevistadas na etapa de pesquisa de campo deste trabalho disse, acerca da

¹ A plataforma de ação da Conferência dedicou, pela primeira vez, um capítulo para tratar dos meios de comunicação e as mulheres. O **ponto J** da Plataforma de ação de Beijing contempla dois aspectos: (1) participação e acesso das mulheres na tomada de decisões nos – e através dos – meios de comunicação e novas tecnologias de comunicação; e (2) promoção de uma representação equilibrada e não estereotipada das mulheres nos meios de comunicação (ROSS, 2017; WOITOWICZ; ROCHA, 2018).

chamada feminização do jornalismo não ter evoluído, ainda, a um patamar de paridade nos cargos mais altos de chefia: “é um caminho que se faz caminhando”. Podemos dizer, então, que compreender um pouco como está esse percurso, e a que passos se está caminhando, é um dos aspectos que queremos conhecer por meio deste trabalho.

Este estudo busca, portanto, compreender as implicações que o aumento da população feminina no jornalismo e a sua recente chegada às chefias intermediárias trazem às práticas e rotinas dentro das redações. E, para atingir o **objetivo** central, percorre os seguintes caminhos: 1) Mapear fluxos do percurso histórico da mulher no jornalismo; 2) Evidenciar a mulher no jornalismo, seu perfil, atuação e relação com a profissão; 3) Averiguar a relação entre a mulher e o mercado de trabalho jornalístico no qual está inserida; 4) Analisar e interpretar as percepções dos profissionais sobre as implicações da atuação feminina na dinâmica do trabalho nas redações. A fim de chegar a esse objetivo, realizaremos um estudo comparativo, por meio de um percurso metodológico prioritariamente qualitativo, com técnicas de recolha de informação documental e não documental (entrevistas individuais e observação nas redações), a fim de compreender, descrever e buscar interpretações do fenômeno jornalístico enquanto trabalho e cultura de uma coletividade.

Como um diálogo entre o olhar do pesquisador, conhecimento e realidade a ser investigada, a hipótese sugere uma orientação de estudo, como respostas antecipadas às questões (o problema de pesquisa) teóricas e práticas apresentadas, que funcionarão como guia (DESLANDES, 2013; LOPES, 2003; SANTAELLA, 2001). Meditsch (2008, p. 10) salienta ainda que a hipótese pressupõe uma “experimentação controlada”, ou seja, um corte na realidade que se dá pelo isolamento de variáveis de modo a permitir a obtenção de respostas a um questionamento baseado em uma teoria anterior.

Assim, como **hipóteses** para este trabalho, propomos: 1) Como reflexo de uma sociedade historicamente patriarcal, característica esta que abarca homens e mulheres no Brasil e em Portugal, como herança das sociedades ocidentais, as redações jornalísticas carregam um histórico de composição majoritariamente masculina. Herança esta que introjetou no ambiente de trabalho dos jornalistas (des)valores que se perpetuam no fazer jornalístico da equipe; 2) ainda que haja um histórico cultural masculino nas redações, o aumento da população feminina de jornalistas nas últimas décadas muda as dinâmicas profissionais, sob aspectos que podem estar relacionados à inclusão ou não de pautas, pluralidade de vozes, representação das mulheres nas matérias jornalísticas ou ainda no que se

refere à organização operacional do trabalho, uma vez que a prática é norteada pela cultura social e profissional que orienta visões e formas de proceder (SILVA, 2010, p. 13).

Além do fato de as mulheres serem leitoras e produtoras de conteúdos jornalísticos, outro aspecto importante que suscitou o interesse pelo tema foi a proximidade profissional, criada pelo fato de ter atuado como repórter e editora em seções de Geral, Política e de suplemento feminino, além de colunista de Economia em jornais de circulação diária, ao longo de dez anos, e ter podido, no exercício dessas funções, vivenciar o prestígio e desprestígio das diferentes seções. Essa visão empírica possivelmente foi o que fez saltar aos olhos os números apresentados por pesquisas realizadas nos últimos anos.

Em 1986, as mulheres ocupavam 36% dos quadros de jornalistas do país e, uma década depois, esse número ultrapassava os 40% (ROCHA, 2004). Em 2006, segundo dados do Ministério do Trabalho, 52% das vagas de jornalista eram ocupadas por mulheres (CASADEI, 2011). Ao estudar os profissionais de imprensa na década de 1990 para analisar a constituição da identidade social dos jornalistas, Isabel Travancas ([1993] 2011) deparou-se com uma comunidade jornalística brasileira dividida em dois segmentos: 1) a “casta” formada pelos velhos jornalistas que vivem confortavelmente e 2) o exército constituído por jovens jornalistas, que vivem proletariamente. E, nesse exército, apontou para a tendência de haver predominância feminina nos locais de trabalho.

Ou seja, “se antes as barreiras que as mulheres enfrentavam nos jornais era para entrar, não há dúvida de que esse obstáculo foi vencido” (ABREU, 2006, p. 11). Esse entrave foi ultrapassado a partir das dinâmicas da própria sociedade ocidental, na qual a mulher passou a ter maior acesso à formação superior, além de outras mudanças no processo de profissionalização da carreira, a partir do fim da década de 1930 (BOURDIEU, 1989) e, sobretudo, no caso específico do Brasil, desde a segunda metade do século XX, quando, por exemplo, se passou a exigir o diploma para o exercício do jornalismo², associações e sindicatos foram criados, houve a divisão do trabalho por editorias, além das inovações tecnológicas.

Essa dinâmica da sociedade e da profissão denotou maior profissionalização aos processos de ingresso de jornalistas no mercado, o que pode ter beneficiado as mulheres, que passaram a competir por meio de qualificações (ROCHA, 2004, ROCHA; SOUSA, 2011;

² No Brasil, a regulamentação da profissão se deu em 1969, durante o regime militar. Em 1979 houve nova regulamentação. Trataremos deste tema no capítulo a seguir.

TRAVANCAS, [1993] 2011), ainda que haja pesquisas que mostram que as mulheres são contratadas com salários mais baixos para cargos equivalentes aos ocupados por homens (MICK; LIMA, 2013), o que demonstra desigualdade de gênero e nos impõe pensar o jornalismo sob essa perspectiva. Outro aspecto igualmente importante são as condições de permanência e ascensão dessas mulheres na profissão.

Ainda em 2006, Abreu asseverou que “[...] até hoje são raras as mulheres que participam do conselho editorial das empresas jornalísticas e que chegam ao posto de editora-chefe” (ABREU, 2006, p. 11). Tanto assim que é possível encontrar notícias recentes sobre consagrados jornais que, pela primeira vez na história, alçam jornalistas mulheres ao cargo de editora-chefe. Exemplos disso é o jornal *Bild*, da Alemanha, que promoveu, em 2015, uma profissional de 38 anos³, e o britânico *The Guardian*, que no mesmo ano empossou pela primeira vez uma mulher no cargo, em 194 anos de história⁴. O educador Paulo Freire dizia não haver conhecimento sem pergunta. E mais: afirmava que todo conhecimento nasce de uma pergunta. Assim, hoje, mais de uma década após a constatação de Abreu, nos perguntamos (e trazemos aqui como **problema** de pesquisa): Em que medida as mulheres em cargos de gestão alteram a dinâmica de trabalho nas redações? Qual a percepção dos profissionais sobre as práticas e rotinas a partir dessa recente composição das redações?

Propomos, portanto, uma pesquisa empírica, por compreender que, da mesma forma que o trabalho teórico, esse tipo de pesquisa contribui para o melhor conhecimento dos profissionais do jornalismo e o fortalecimento do campo teórico do jornalismo. Conhecer produtos e processos é também fortalecer a pesquisa em jornalismo. E aqui, especificamente, optamos por realizar o trabalho empírico a partir das realidades do Brasil e de Portugal.

O estudo de gênero

Em artigo publicado em 1988, Joan Scott afirmou: a preocupação teórica com o gênero como uma categoria de análise é algo muito recente. Emergiu no fim do século XX, época em

³Disponível em:

<<http://portalimprensa.com.br/noticias/internacional/75115/pela+primeira+vez+mulher+ocupara+o+cargo+de+editora+chefe+no+jornal+alemao+bild>>. Acesso em: 10 maio 2019. Disponível também em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/11/pela-primeira-vez-mulher-sera-editora-chefe-do-jornal-alemao-bild.html>>. Acesso em: 10 maio 2019.

⁴Disponível em:

<<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/internacional/71398/jornal+britanico+the+guardian+anuncia+primeira+editora+chefe+mulher+em+194+anos>>. Acesso em: 10 maio 2019.

que a pesquisadora norte-americana publicava tal texto⁵. Por que pesquisar gênero no ambiente de trabalho jornalístico? Agora que estamos na segunda década do século XXI (trinta anos após a afirmativa de Scott), uma jornalista portuguesa de 34 anos, editora de um caderno feminino em um jornal popular português, entrevistada por nós na fase de pesquisa de campo, afirma que tratar de relações de gênero no mundo do trabalho jornalístico é algo que “colhemos como um não assunto” (2017, entrevista à autora).

Para a ciência, três décadas pode representar um período bastante curto. Para uma pessoa de 34 anos, há 12 anos na profissão e que nesse espaço de tempo vivenciou muitas mudanças no jornalismo, sendo a maior delas – na avaliação da profissional – o consumo instantâneo de notícias proporcionado pelo jornalismo *online*, trinta anos é um longo período. Mais do que isso. Para essa jornalista, seus 12 anos de carreira representam um universo repleto de mudanças na profissão, cujas redações deixaram de ter seções mais ou menos masculinas e femininas, passaram a ser mistas e paritárias. No início da carreira ela trabalhou em um jornal desportivo e lembra que era uma redação “altamente masculina”, mas entende que hoje a transformação é perceptível até mesmo nos jornais e seções desportivas.

No entanto, na editoria de Desportos do veículo onde essa jornalista trabalha, o coordenador é um homem e, da equipe de 10 repórteres, três são mulheres, além de uma estagiária. Ou seja, trata-se de uma editoria majoritariamente masculina. Atualmente, como editora do caderno que os portugueses comumente chamam de “cor de rosa” (imprensa que trata sobre a vida dos famosos), ela tem em sua equipe quatro repórteres – três mulheres e um homem. Se observarmos esse caso, isoladamente, veremos que o estereótipo envolvendo “trabalho de mulher” e “trabalho de homem” se manteve: a editoria de fofocas é liderada por mulheres. A editoria de esporte é composta, sobretudo, por homens. O que nos permite depreender que a divisão na redação, ao menos neste caso, corrobora, ou reproduz, os papéis sociais e sexuais atribuídos aos homens e mulheres na sociedade patriarcal. E nos incita a olhar com atenção para o cenário que quantitativamente nos revela paridade, mas que dá sinais de existir no jornalismo a chamada divisão sexual do trabalho (SAFFIOTI, 1987), que se dá por meio de interpretações com características biológicas, além das sociais, que legitimam a separação das atividades profissionais de acordo com o sexo dos profissionais, “argumentando que a distinção entre trabalho masculino e feminino seria consequência de

⁵ O artigo de Scott intitulado “Gênero: uma categoria útil de análise histórica” está entre as primeiras publicações que debateram teoricamente o gênero enquanto método de análise histórica.

fatores inerentes à ‘natureza’ dos homens e das mulheres” (STANCKI, 2003, p. 2, grifo da autora).

A jornalista que citamos acima nos fornece muitos elementos para pensar o gênero no mundo do trabalho jornalístico, na atualidade: (1) Há dez anos, ela deixou um jornal desportivo onde era uma das poucas mulheres jornalistas. (2) Ingressou em outro para atuar na seção cor de rosa, onde se mantém ainda hoje, apesar de ter mudado de emprego. (3) Chefia uma editoria majoritariamente feminina, que trata, sobretudo, de fofoca e celebridades. (4) Em sua fala, a profissional avalia que sua editoria é prestigiada dentro do jornal, “tanto que está sempre na capa” (de forma geral com fotos de mulheres belas e famosas, em poses sensuais). Mas entende que fora do jornal (entre profissionais de outros veículos) há “um bocadinho de preconceito”, uma vez que o ‘cor de rosa’ está sempre na fronteira entre o jornalismo e o entretenimento. (5) Entende como naturais e equilibradas as questões de gênero na composição das equipes e hierarquias no veículo de comunicação onde trabalha, já que “as pessoas são pela competência e não por gênero”.

Observamos, a partir das falas anteriores, extraídas de uma realidade concreta, algumas possíveis naturalizações na esfera profissional, que aludimos aqui, com intuito de aprofundar nos capítulos a seguir. Ao colocar gênero como categoria de análise, Scott (1995) remete a um conceito conjugado com relações de poder que atuam nas instituições, em diferentes instâncias e abarcando aspectos sociais e culturais. O entendimento de que é um prestígio ter na capa do jornal chamada com foto⁶ de tema tratado na editoria, ao mesmo tempo em que esse prestígio vira preconceito aos olhos dos jornais e jornalistas concorrentes, nos instiga a discutir se há de fato prestígio ou, ao contrário, se se trata de reprodução do que chamamos de “desvalores” de uma sociedade machista. Assim como a composição das editorias, cujas divisões podem usar o sexo como fator de estratificação nas relações de poder entre homens e mulheres, naquela dada realidade. Valorizar o aspecto competência em detrimento da categoria gênero remete a um reducionismo da dimensão de gênero. Transforma-o em determinismo sexual e sexualidade, quando o que se busca é a dimensão social e cultural que distingue os sexos.

As relações de gênero estão relacionadas aos comportamentos sociais das categorias sociológicas “homem” e “mulher”. Baseiam-se na dimensão

⁶ A expressão jornalística “chamada com foto” refere-se a um título, por vezes acompanhado de um pequeno texto, complementado por uma imagem.

social – e não biológica – dos sexos, admitindo a distinção entre “masculino” e “feminino” como resultante de uma construção cultural [...] homens e mulheres se diferenciam culturalmente, a partir de suas realidades sociais. O gênero é, portanto, algo performático, relacional, dependente da visão que se tem de si em relação ao outro (GUARNIERI, 2010, p. 21).

Scott (1995) divide o gênero em duas partes: (1) um elemento constitutivo e relações sociais baseadas nas diferenças entre os sexos e (2) uma forma primária de dar significado às relações de poder. Sob o prisma de um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças, o gênero implica em quatro elementos: (1) os símbolos culturais que evocam representações simbólicas; (2) conceitos que interpretam o significado dos símbolos; (3) instituições e organização social; (4) identidade subjetiva. Esses quatro elementos, diz Scott, se inter-relacionam. E, na segunda definição, o gênero é uma forma recorrente de significar o poder no Ocidente, um meio através do qual o poder é articulado (SCOTT, 1995, p. 86-87).

Na sociedade moderna na qual vivemos, temos a necessidade de uma visão mais ampla sobre gênero, que vá além da família como base da organização social e inclua o mercado de trabalho, educação e política (SCOTT, 1995, p.87). O pensamento sobre os efeitos do gênero nas relações sociais e institucionais apontado por Scott nos possibilita problematizar as naturalizações, as diferenças e outras nuances do gênero no mundo do trabalho do jornalismo.

Estudar as implicações do aumento da população feminina no mundo do trabalho do jornalismo **justifica-se** (1) na busca por compreensão deste fenômeno que se percebe desde as últimas décadas do século XX e vem crescendo gradativamente, (2) no entendimento de como se dão as práticas e relações de trabalho nesse universo que vem se apresentando mais significativamente há cerca de 15 anos e (3) na percepção de como a mulher atua e se relaciona com a profissão.

Pesquisadores como Abreu (2006, p. 7) e Martinez, Lago, Lago (2016) observam que poucos estudos analisam o papel da mulher no trabalho jornalístico. Outros, como Mick e Lima (2013, p. 88), entendem que há análises mais profundas por fazer no que tange ao gênero nas redações, com estudos qualitativos. Reimberg observa que “fazem-se necessários estudos que olhem para a questão de gênero no trabalho jornalístico” (REIMBERG, 2015, p.356). E concordamos, sobretudo, com Cremilda Medina, a partir de quem depreendemos a importância do olhar para o indivíduo/profissional jornalista:

Não é fácil refletir sobre o fazer jornalístico e tentar mostrar as contradições que regem essa atividade na prática diária. Mas torna-se incompleta uma

análise global que vendo o processo de comunicação de fora não percebe certas sutilezas e características próprias do fenômeno e dos elementos (humanos e culturais) em jogo (MEDINA, 1982, p. 16)

Perspectiva comparativa

Este é um estudo de caráter comparativo entre duas realidades com similaridades em alguns aspectos. Brasil e Portugal têm similitudes no que se refere à entrada e consolidação das mulheres como profissionais do jornalismo. Ambos os países viram o mercado de trabalho se abrir para as mulheres com o fim da ditadura e início do governo democrático, no fim dos anos 1970 início dos 1980, e, assim como outros países ocidentais, vivem hoje uma realidade em que o número de mulheres jornalistas é equivalente (caso de Portugal) ou superior (caso do Brasil) ao de homens na profissão. A relação histórica entre os dois países nos instigou a pensar em estudos comparativos. Além da possibilidade de olhar o fenômeno social do aumento da população feminina no jornalismo sob uma perspectiva para além do nacional, ou seja, com novos ângulos de visão (PONTE, 2010; ESSER; HANITZSCH, 2012).

A análise comparativa direciona nosso olhar e nos sensibiliza para as variações e similitudes. Pode, assim, contribuir para formarmos e refinarmos nossos mecanismos conceituais. “A análise comparativa torna possível reparar em coisas que não notáramos e que por isso não tínhamos conceitualizado, e também nos força a clarificar o âmbito e a aplicabilidade dos conceitos que empregamos” (HALLIN; MANCINI, 2010, p. 17).

Em Portugal, o fenômeno foi pela primeira vez identificado na década de 1980, na pesquisa de Paquete de Oliveira (1988). Dados de 1987 apontavam para a presença de mulheres jovens nas redações – 55,9% das mulheres jornalistas tinham menos de 35 anos e 83%, menos de 45. Na mesma linha, Garcia (2009, p. 74), que atuou nos estudos do Primeiro Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses, coordenado por Paquete de Oliveira (1990-1991), e, mais tarde, em 1997, orientou o Segundo Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses a fim de aprofundar o conhecimento do grupo profissional. Nos resultados do estudo, aponta para a pertinência de se estudar a presença feminina nos meios de comunicação jornalísticos.

O primeiro perfil sociográfico das jornalistas portuguesas foi apresentado por Subtil (2009). No trabalho, a socióloga relacionou os números com o contexto social e político de Portugal, mostrando que a tendência de feminização das profissões vem acompanhada do aumento da escolarização e de políticas de igualdade entre homens e mulheres. A crescente

presença das mulheres no jornalismo decorre da inter-relação desses fatores e é nesse contexto interpretada.

Dados mais recentes (MIRANDA, 2017; OBERCOM, 2017) reafirmam a tendência de feminização (48% dos jornalistas portugueses são mulheres), da mesma forma que se coadunam com as discrepâncias apontadas pelos estudos anteriores acerca da chegada das profissionais mulheres aos cargos de mais alto comando editoriais. Além da falta de representação feminina em cargos de chefia e a desestruturação das condições de trabalho, Miranda (2017, p. 40) também identifica a necessidade de aprofundamento do papel e da situação das mulheres frente ao quadro de transformação socioprofissional do jornalismo.

Campo de observação e estratégia metodológica

O trabalho de campo envolveu entrevistas com profissionais de quatro diferentes jornais – dois brasileiros e dois portugueses. Foi assim definido em razão de: a) dar uma dimensão mais global ao trabalho e b) observar alguns aspectos em comum dos veículos, mas também outros que os diferenciam. Na tarefa de escolher os veículos de comunicação, levamos em consideração alguns aspectos, que consideramos importante ressaltar: 1) jornal diário mais antigo em circulação em cada país (*Diário de Pernambuco*, no Brasil, e *Diário de Notícias*, em Portugal); 2) jornal de maior circulação em ambos os territórios (*Super Notícia*, no Brasil, e *Correio da Manhã*, em Portugal).

O *Diário de Pernambuco*, fundado em 1827, é o mais antigo em circulação do Brasil e América Latina. No ranking 2015⁷ de circulação impressa do IVC, o jornal sediado no Recife está na 51^a posição entre as publicações brasileiras. Em Pernambuco, é considerado um veículo de alcance estadual e é o terceiro maior em circulação – atrás do *Jornal do Commercio* (27^a colocação) e do *Aqui PE* (40^o lugar, é a veia popular do *Diário de Pernambuco*, e ambas as redações funcionam de forma integrada). O *Diário de Notícias* é o impresso português mais antigo em circulação, fundado em 1864.

O jornal *Super Notícia* passou a circular na região metropolitana de Belo Horizonte em 2002 com a tímida tiragem de três mil exemplares ao dia. De perfil popular e inspirado no tabloide *Diário Gaúcho*, sediado em Porto Alegre, contabiliza atualmente uma tiragem de 143

⁷ Ano de início do doutorado que resulta nesta tese e, portanto, período de referência para os dados de circulação da pesquisa.

mil exemplares por edição diária (IVC, 2018). O *Correio da Manhã*⁸ tem a maior circulação de Portugal, com média de 105 mil exemplares por edição (OBERCOM, 2015), distante do segundo colocado⁹ em quase 100%. Em 2017 detinha 60% do mercado de jornais impressos, conforme dados da própria empresa.

Em Portugal, em maio de 2017, período de início da pesquisa de campo naquele país, há seis jornais diários de informação geral com circulação paga (tabela 1): *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias*, *Jornal I*, *Público* e *24H* (OBERCOM, 2015). Em relatório referente a 2017, a Reuters (2018) identificou cinco principais grupos de produção e distribuição de notícias em Portugal: a tevê pública *RTP*, Media Capital (que detém a *TVI* e várias estações de rádio), Impresa (SIC TV e o jornal semanário *Expresso*), Global Media (dona dos jornais *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*, além de revistas, jornais regionais e do esportivo *O jogo*) e Cofina (dona do *Correio da Manhã* e outros quatro jornais, assim como da TV a cabo cmTV e quatro revistas)¹⁰.

Ou seja, assim como no Brasil, os jornais portugueses, de forma geral, fazem parte de grandes grupos de mídia. O *Público*, entretanto, pertence ao *Grupo Sonae*, uma multinacional que atua na área do varejo, serviços financeiros, tecnologia, centros comerciais e telecomunicações.

Tabela 1 – Média de circulação dos jornais portugueses

Circulação impressa paga em 2015	
CM	105.521
JN	53.877
Público	20.470

⁸ O *Correio da Manhã* é o principal título do grupo Cofina. Foi lançado em 1979 e pertence à Cofina desde 2000.

⁹ O segundo colocado, *Jornal de Notícias*, segue uma linha mais popular, aos moldes do *Correio da Manhã*, e tem circulação média diária, em 2015, de 53,8 mil exemplares (OBERCOM, 2015).

¹⁰ Aqui, não estamos, especificamente, detidos às implicações para o fato de os jornais pertencerem a conglomerados – de mídia ou não. Porém, a título de exemplo, Graça evidencia que a pertença a grandes grupos pode incorrer em uma mudança conceitual no jornalismo: “as empresas jornalísticas representam para os gigantes conglomerados dos media que as detêm mais um veículo de disseminação dos consumíveis que produzem, estando as redações a afastar-se do estatuto especial que detinham noutros tempos” (GRAÇA, 2009, p. 134). O português Correia (2009) acrescenta ser preciso considerar que a presença dos grandes grupos econômicos fomenta e reproduz no campo midiático a lógica e os princípios mercantis, influenciando a definição das agendas, os critérios jornalísticos e, conseqüentemente, os conteúdos noticiosos.

DN	13.558
----	--------

Fonte: Anuário da Comunicação 2014-2015

Em 2011, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, a pesquisadora brasileira Paula Melani Rocha e o pesquisador português Jorge Pedro Sousa empreenderam um trabalho comparativo entre os dois países sob a perspectiva da transformação da profissão e da influência do gênero no exercício do jornalismo. Dentre outras, chegaram a conclusões como: 1) as mulheres e os jovens ocupam as redações tanto em Portugal quanto no Brasil; 2) a participação das mulheres muda conforme a natureza do veículo de comunicação (no Brasil, elas estão em maior número em revistas e setores fora da redação; em Portugal, atuam, sobretudo, nas rádios, agências de notícias e televisão¹¹); 3) as mulheres ocupam os novos espaços criados pelas transformações do jornalismo.

Há muito o que se pensar a partir do paralelo histórico brasileiro e português feito pelos dois pesquisadores. Isso, naturalmente, deu-nos elementos para refletir sobre as convergências e divergências das duas realidades, sob o ponto de vista das práticas jornalísticas. Da mesma forma, este trabalho se apresenta com a proposição de, a partir – e para além – de uma interpretação criteriosa das estatísticas, buscar a compreensão desse fenômeno recente no mundo ocidental.

O foco do recorte qualitativo está na exploração de um conjunto de opiniões e representações desses grupos de profissionais que apresentam características e pontos em comum, da mesma forma que reúnem singularidades que fazem parte da trajetória de cada um, além, claro, da diversidade de opiniões e crenças que a análise qualitativa tem de considerar (GOMES, 2013, p. 79).

Ressaltamos, contudo, a interação desta pesquisa com resultados de investigações quantitativas que percorrem o caminho das mudanças estruturais nas redações. Bourdieu alerta para o modo como se apoiam mutuamente as pesquisas quantitativas e qualitativas “nas interações sociais que ocorrem sob a pressão das estruturas sociais” (2008, p. 694).

Entendendo que o passado é determinante para o presente, primeiramente, o caminho a trilhar é histórico, uma vez que a busca no passado dará pistas para a compreensão do

¹¹ Em alguns aspectos, como os profissionais de assessoria de imprensa, não se pode comparar os dois países porque, enquanto no Brasil o cargo de assessor de imprensa é reconhecido como uma das categorias do jornalismo, em Portugal entende-se que o profissional deixa de exercer o jornalismo para tornar-se assessor de imprensa. Para tal, precisa, inclusive, devolver ao Sindicato dos Jornalistas sua carteira profissional.

jornalismo enquanto profissão ao longo do tempo e, sobretudo, enquanto profissão para o universo de homens e mulheres de diferentes épocas. A revisão bibliográfica do percurso metodológico deste trabalho perpassa as questões históricas do mundo do trabalho em geral e do mundo do trabalho jornalístico, em específico, além dos estudos de gênero e do jornalismo. “É essencial remontar não só às origens da imprensa como também às do sistema político, e procurar o desenvolvimento histórico de uma e do outro para compreender como funcionam hoje os sistemas de *media*” (HALLIN; MANCINI, 2010, p. 307).

A revisão de literatura foi contínua e constante em todo o percurso, busca essa que nos levou a relatórios nacionais e internacionais, pesquisas acadêmicas quantitativas e qualitativas, bibliografia das mais recentes às produzidas há décadas, sobretudo no que tange os estudos de gênero, escassos no século XX, mas em ascensão a partir deste século.

Ao buscar compreender **o contexto e algumas das principais implicações que o aumento da população feminina nas redações jornalísticas e a sua chegada às chefias trazem para a dinâmica do jornalismo praticado nas redações** (pergunta norteadora da pesquisa), este trabalho encaminha-se para: 1) uma análise crítica documental da chegada e consolidação da mulher na profissão jornalística, com intuito de compreender o caminho percorrido ao longo da história, com suas conquistas, fases e fragilidades; 2) realização e posterior análise de entrevistas em profundidade (DUARTE, 2006) com jornalistas mulheres e homens a fim de encontrar nas falas, nas experiências pessoais, evidências da mulher no jornalismo, seu perfil e relação com a profissão, além das questões inerentes ao poder, liderança e cultura jornalística.

Por ser “um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2006, p. 62), a entrevista em profundidade permite obter percepções da realidade da mulher no jornalismo. Um aspecto positivo da entrevista em profundidade é a possibilidade de obter informação de forma direta e pessoal dos próprios atores objeto do estudo. A interação pessoal, a proximidade com o entrevistado, permite aprofundar detalhes e descrições.

A intenção é aplicar a entrevista semiestruturada, caracterizada por partir de um roteiro-base que dá cobertura ao interesse de pesquisa. Ou seja, parte do problema de pesquisa e questões-guia, apoiadas em teorias e hipóteses que interessam ao trabalho e se encaminha para um amplo campo de questões abertas (DUARTE, 2006). Para esta pesquisa, as questões

macro estão elaboradas de modo que cada pergunta possa ser aprofundada, em busca de exemplos, detalhes, especificações possíveis a partir de novos questionamentos. Assim, apesar de seguir o roteiro do pesquisador, a entrevista “é conduzida, em grande medida, pelo entrevistado, valorizando seu conhecimento” (DUARTE, 2006, p. 66).

A opção por realizar a pesquisa empírica em jornais impressos se dá por três razões principais:

1 – nossa experiência enquanto profissional do jornalismo se deu, ao longo de mais de dez anos, em atividades no jornal impresso, além de outros dois anos realizando estágio também em veículo impresso. A familiaridade com o ambiente profissional e as rotinas de trabalho influenciaram fortemente na decisão de investigar veículos e profissionais atuantes nesse segmento do mercado jornalístico;

2 – a despeito da recente diminuição de tiragem observada em muitos veículos de natureza impressa e da emergência de novas mídias, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira¹² identificou que, apesar de a televisão seguir como o meio de comunicação por meio do qual a população mais se informa (63% dos 15 mil entrevistados), os jornais são ainda os veículos mais confiáveis, na opinião dos brasileiros (59% dos entrevistados afirmaram confiar muitas vezes ou sempre nesse meio);

3 – por fim, é hoje realidade que as redações de veículos originalmente impressos se aglutinaram ao espaço *online*. Se na primeira década dos anos 2000, quando os veículos de comunicação incorporaram uma redação *online*, muitos apostaram na divisão entre *online* e *offline*, hoje o que se vê são redações integradas (muitas ainda com dificuldades na gestão de conteúdos para as diferentes plataformas), nas quais toda a equipe tem acesso às ferramentas de publicação no *site* do jornal (JENKINS, 2008; LENZI, 2017).

Diante dessa realidade, entendemos que seria válido realizar este estudo com profissionais que atuam nas redações de impressos. Não menos importante é o fato de considerarmos que as questões inerentes à profissão de jornalismo (como ética, deontologia, valores e cultura) perpassam e vão muito além da materialidade da mídia.

O trabalho está dividido, essencialmente, em duas partes: A primeira delas (1), que engloba três capítulos, concentra-se no enquadramento histórico/teórico. Uma das temáticas

¹² Pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e realizada pelo Ibope. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mi%CC%81dia%20-%20PBM%202016.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2018.

envolve a mulher e o mundo do trabalho ocidental, incluindo aí as conquistas e direito à cidadania, a chegada da mulher ao trabalho via funções operárias e, mais tarde, a inserção delas às profissões de cunho intelectual. Outra problemática que merece a nossa atenção é a das tendências mundiais acerca das questões de gênero no mundo das profissões, disponibilizadas por meio de pesquisas e relatórios governamentais e institucionais. Realizamos, aqui, uma análise crítica à literatura sobre o tema, bem como dos relatórios nacionais e internacionais. O fluxo histórico da mulher no mundo do trabalho do jornalismo também serve de foco às pesquisas documentais.

Outro momento se centra na análise crítica da história brasileira, e, por conseguinte, do histórico português, que nos permite estabelecer uma comparação entre as distintas realidades no que se refere ao aumento e à participação feminina nas redações jornalísticas.

A segunda parte da pesquisa (2), envolvendo os três últimos capítulos (em um total de seis) com cunho mais analítico, se municiará do trabalho de campo, por meio de entrevistas¹³ e observação nas redações onde os profissionais entrevistados trabalham. Nas visitas às redações foi possível conhecer um pouco o ambiente de trabalho dos jornalistas, conversar informalmente com profissionais, definir os entrevistados e, finalmente, realizar as entrevistas propriamente. Tudo isso como forma de compreender o objeto de trabalho desta pesquisa, com foco na criação de sentido para as práticas que os atores sociais compartilham no ambiente de trabalho. Primeiro, em 2017, nas redações de Portugal. Mais tarde, em 2018, nos jornais brasileiros. Finalizada essa etapa, iniciamos então a fase de análise das entrevistas, observações e conversas obtidas na primeira fase, que compreendem as técnicas de coleta de dados aqui utilizadas.

Nossa compreensão é de que a técnica de entrevista em profundidade semiestruturada, direcionada a profissionais – homens e mulheres – que atuam em veículos de comunicação do Brasil e de Portugal, fornece subsídios para a obtenção de dados qualitativos e para a compreensão das particularidades inerentes às distintas realidades, de modo a ampliar o olhar para universos profissionais com semelhanças e diferenças.

¹³ Ao estudar o ritmo de trabalho que o jornalismo digital impõe aos profissionais, Sylvia Moretzsohn (2014, p. 61) se utilizou do método de entrevistas, cuja relevância justificou a partir do exemplo da pesquisadora Roseli Figaro, que, por meio de um extenso trabalho, que incluiu, dentre outros recursos, entrevistas com 20 profissionais de diferentes perfis, publicou *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (2013). Ao referendar a entrevista como um dos instrumentos mais utilizados nas pesquisas em comunicação, Figaro (2013, p. 23) afiança que esse diálogo estabelecido entre pesquisador e entrevistado precisa estar amparado em dois eixos: (1) roteiro de perguntas bem estruturado e (2) interação com o outro.

Importante ressaltar, contudo, que, embora a estrutura do trabalho esteja pensada em dois blocos, um com enquadramento predominantemente teórico-histórico e outro, sobretudo analítico, temos a intenção de fazer teoria e empiria caminharem juntas ao longo dos seis capítulos.

Como técnica de recolha de informações nas redações, nossa opção foi pela realização de entrevistas individuais com homens e mulheres jornalistas ocupantes de cargos de chefia intermediária. O recorte de profissionais – deixando de fora repórteres (a base da pirâmide hierárquica entre os jornalistas) e os editores-chefes e diretores de redação (topo hierárquico) se deu pela observação de uma constatação corrente em pesquisas nacionais e internacionais envolvendo a profissão: a de que as mulheres são, atualmente, maioria ou dividem paritariamente os espaços nas redações. Apesar disso, as jornalistas estão em menor número nos topos das chefias (MICK; LIMA, 2013; PONTES, 2017; SUBTIL, 2009; GMMP, 2015; MAZOTTE; TOSTE, 2017).

Ao considerarmos essas duas realidades, focamos nosso olhar em cargos de chefia intermediária dentro dos jornais. A partir desse recorte, o que nos interessa é buscar analisar possíveis implicações do aumento da população feminina nas chefias dos jornais. Inicialmente as entrevistas seriam direcionadas às mulheres com esse perfil profissional. Depois percebemos que entrevistar somente mulheres poderia ser um recorte limitador para nosso intuito de perceber as questões de gênero nesse momento histórico pelo qual passa a profissão.

Constatações feitas a partir de amostras masculinas, ao serem generalizadas para o conjunto dos trabalhadores podem ocasionar conclusões equivocadas, pois repercussões da especialização flexível, dos novos modelos de organização e de desenvolvimento industrial e da reestruturação produtiva podem diferir quando se trata de trabalhadores homens e mulheres” (STANCKI, 2003, p. 2)

Stancki (2003) faz essa constatação a partir das argumentações de Hirata (2002). Ampliamos esse espectro também para amostragens exclusivamente femininas. O que fortaleceu a decisão de ouvir trabalhadoras e trabalhadores do jornalismo.

Fomos instigados a olhar de perto os cargos de chefia intermediária (porque, de forma geral, os profissionais passam por eles antes de chegar aos postos máximos de chefia) e as pessoas que os ocupam a fim de ter mais elementos para pensar as condições sob as quais os profissionais progredem na carreira, as nuances de poder e liderança que se estabelecem no

ambiente de trabalho e, naturalmente, como se dão as relações de gênero no dia a dia de trabalho nas redações.

Seria inviável entrevistar a totalidade de editores de cada um dos jornais selecionados para a pesquisa. Ao considerarmos que a busca não é por números e sim por significados (TRAVANCAS, 2006), elegemos uma população de entrevistados envolvendo sete profissionais, editores e subeditores, pertencentes a distintas editorias dos veículos de comunicação selecionados no recorte da pesquisa empírica. Desta forma, homens e mulheres jornalistas que ocupam cargos de chefia intermediária, ou seja, coordenam equipes ao mesmo tempo em que são chefiados por uma instância superior, são o público-alvo da nossa pesquisa. Há uma exceção: no jornal *Diário de Pernambuco*, selecionamos, entre os sete jornalistas, uma colunista de Política. Embora atualmente não comande equipe, já que atua sozinha na produção diária do espaço que assina, já foi editora de Política por oito anos no mesmo jornal e é, atualmente, a profissional mais velha do jornal, com 72 anos de idade. A profissional é aposentada pelo INSS, mas segue trabalhando “por necessidade”. Ela relata já ter sofrido preconceito da equipe, inclusive de subordinados, por ser mulher. E que hoje sofre preconceito por sua idade. Numa redação jovem, um profissional de 72 anos é algo inusitado.

O questionário-guia para as entrevistas com os profissionais foi pensado de modo a testar as hipóteses, que são os eixos centrais desta pesquisa (QUIVY, CAMPENHOUDT, 1992). Para tal, foram elaborados conjuntos de perguntas organizadas a partir de sete dimensões de análise e foi alicerçado no tripé temático (APÊNDICES 1 e 2):

1) perfil e trajetória profissional (da escolha pelo jornalismo, passando pela relação atual com o trabalho e perfil de liderança);

2) ambiente e rotinas de trabalho (questões sobre o “clima” de trabalho, composição da redação, além de abordagens pertinentes à indústria do jornalismo no passado e no presente, incluindo aí as perspectivas de gênero);

3) liderança e processo de produção noticiosa, sempre com olhar para as questões de gênero e para um contexto de vida que perpassa as expectativas profissionais, mas também objetivos e realidades pessoais.

A referida modalidade de entrevista, e a posterior análise das respostas, nos permite encontrar caminhos para compreender a percepção que mulheres e homens têm de si, do trabalho e da relação com a profissão e com os profissionais. Importante ressaltar, aqui, a consciência acerca dos riscos inerentes às entrevistas dirigidas ao público pertencente ao tema

a que o estudo diz diretamente respeito. “A subjetividade, a falta de distância, a visão parcelar e parcial são inerentes a este tipo de entrevista” (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992, p. 70), o que torna a técnica e o olhar crítico essenciais. Gaskell (2002) aponta o potencial do método para compreender valores, atitudes e motivações de um grupo. Por isso ressaltamos que o objetivo último aqui é buscar essas percepções dos sujeitos estudados e, a partir de perspectivas teóricas, apresentar e interpretar tais percepções.

Importa ponderar, aqui, que, do instante em que esse projeto começou a ser pensado até o ponto final, a proposta metodológica passou por mudanças (algumas mencionadas anteriormente) à medida que o caminho da pesquisa foi sendo trilhado. A mais importante delas, podemos dizer, se deu com a experiência do doutorado sanduíche, em Lisboa, onde pudemos trabalhar com os pesquisadores Filipa Subtil e José Luís Garcia, vinculados à Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa (ESCS/IPL) e ao Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS/UL), respectivamente. Ambos com experiências em pesquisas na sociologia do jornalismo – Garcia atuou na realização das duas primeiras pesquisas nacionais com jornalistas portugueses, em 1990 e 1997, por meio das quais se traçou o perfil sociológico da profissão (GARCIA, 2009); Subtil realizou pela primeira vez, em 1995, uma análise concreta sob o ponto de vista sociológico, da presença feminina nas redações de jornais portugueses (2009) e ao longo dos anos subsequentes participou de trabalhos envolvendo gênero, jornalismo e mídia (LOBO et al., 2017; SUBTIL, SILVEIRINHA, 2017).

O estudo da bibliografia sobre o jornalismo português e o trabalho concomitante de visita a jornais e entrevista em profundidade – semiestruturadas – com homens e mulheres jornalistas nos fez amadurecer o processo metodológico. O trabalho de campo envolveu três jornais portugueses – *Público*, *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã* – e 21 jornalistas (sete de cada veículo). Buscamos, na medida do possível, replicar os critérios simetricamente nos dois países. Assim, o *Diário de Notícias* foi escolhido por ser o jornal diário português mais antigo em circulação, fundado em 1864. O *Correio da Manhã* tem a maior circulação do país, com média de 105 mil exemplares por edição, por isso optamos por estudá-lo. Por fim, o jornal *Público*, veículo considerado de referência no país, tem a maior circulação entre os jornais não considerados populares. Ao fim do estágio-sanduíche, entretanto, a opção foi deixar o *Público* de fora da análise da tese, visto que os outros dois veículos de comunicação nos permitiram estabelecer critérios comparativos claros e objetivos com o Brasil (circulação

e longevidade).

O único critério que não pudemos replicar em Portugal como o fizemos no Brasil foi a abrangência, uma vez que os seis jornais diários de circulação paga portugueses¹⁴ têm potencial de circulação nacional, fato possibilitado pela dimensão do país, que equivale ao tamanho do estado brasileiro de Pernambuco¹⁵. O objetivo sempre foi e continua sendo olhar para o objeto de estudo cada vez de forma mais clara, tendo em conta que “os dados não constroem as teorias. O trabalho empírico só pode ter valor se a reflexão teórica que o funda também o tiver” (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992, p. 231).

Como método de análise das entrevistas, a opção caminha pela Análise de Conteúdo (AC) com viés qualitativo. Ao tratar da AC, Bardin (2010) afirma ser “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento” (2010, p. 11). Tal amplitude nos motiva a lançar mão desse método pertencente às Ciências Humanas, já que, no contexto contemporâneo, a AC comporta, no processo de investigação, uma técnica híbrida, podendo valorizar tanto o aspecto quantitativo quanto o qualitativo, conforme o interesse do pesquisador (FONSECA JÚNIOR, 2006; BARDIN, 2010).

Acreditamos que o método nos dá subsídios para a compreensão e análise do objeto de estudo, uma vez que se adapta a diferentes técnicas de trabalho. No Jornalismo, especificamente, conforme Herscovitz (2007), trata-se de um método de grande utilidade, servindo, dentre outras coisas, para “avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias” (HERSCOVITZ, 2007, p. 123). Ou seja, nos ajuda a entender um pouco mais sobre quem produz a notícia.

Esta tese encontra-se dividida em seis capítulos. Em **A sociedade, a mulher e o jornalismo**, capítulo 2, subsequente à introdução, a busca é por tratar do papel do jornalismo na sociedade e da mulher nesse contexto. Olhamos para as relações do jornalismo com a sociedade, o papel que ele exerce, assim como refletimos sobre o campo e o mundo do trabalho onde se pratica o jornalismo. As discussões amparam-se em Peucer (2004), Silva (2010, 2014), Charron e Bonville (2016), Boltanski e Chiapello (2009), Schudson (2010), Tuchman (1978, 2016), e Cornu (1994), dentre outros autores.

¹⁴ De acordo com informações do Anuário de Comunicação 2014-2015 da Obercom, os seis jornais diários com circulação paga são: *Público*, *Correio da Manhã*, *24 Horas*, *Jornal de Notícias*, *Jornal I* e *Diário de Notícias*.

¹⁵ Dados da revista *Galileu*. Disponível em <http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Urbanidade/noticia/2016/04/mapa-compara-o-tamanho-dos-estados-brasileiros-extensao-de-outros-paises.html>. Acesso em: 22 ago. 2017.

A seguir, o capítulo 3, denominado **As mulheres no mundo do trabalho**, discute questões de gênero, mundo do trabalho, o papel do feminismo e da divisão sexual do trabalho na produção de valores sociais e econômicos. O universo conceitual de gênero e divisão sexual do trabalho norteia este caminho. Aqui, buscamos delimitar o enfoque que damos à chamada feminização das profissões. Hirata (2001, 2002), Koshiyama (2001), Buitoni (1990, 2009), Figaro (2018), Bourdieu (1989, 2014), Touraine (2010) e Saffioti (1986, 1987, 1999, 2004) são alguns pesquisadores que nos ajudam a trilhar o caminho.

O capítulo seguinte, **Profissão jornalista no feminino: Práticas profissionais e divisão sexual do trabalho** (capítulo 4), entra de forma mais específica nas discussões de gênero nas redações, por meio de autores e pesquisas já realizadas na área. Os dados estatísticos, que dão conta de que a chamada feminização do jornalismo é um fenômeno recente no Brasil e em outros países, servem como ponto de partida. Uma das questões concernentes a este capítulo é observar que o estudo trata da produção, mas não pode deixar de fora aspectos sociais, econômicos, políticos, históricos e culturais da mulher dentro da profissão, uma vez que essa abrangência de olhares é condicionante para os estudos sobre o jornalismo (LOPES, 2013). As questões de gênero e trabalho jornalístico são norteadas por Gill (2007), Neveu (2006), Traquina (2005), Gallagher (1995, 2004, 2009), Steiner (2009), Ross (2001), Bruschini (1994), Byerly e Ross (2008), Deuze; Witschge (2016), além de outros autores. Tratamos também do processo de feminização da profissão em cada um dos países por nós estudados. Os parâmetros portugueses nos são fornecidos por Garcia (2009), Miranda (2014, 2017), Subtil (2009), Silveirinha (2004), Lobo *et al.* (2015), Oliveira (1988). No Brasil, Mick e Lima (2013), Pontes (2017), Rocha (2004), Koshiyama (2001), Jorge e Adghirni (2013) e Silva (2010, 2015) nos embasam sobre as perspectivas de feminização da profissão.

No capítulo cinco, intitulado **A pesquisa luso-brasileira**, esmiuçamos o caminho metodológico percorrido na pesquisa de campo e análise. Gaskel (2002), Duarte (2006), Garfinkel (2018) e Bardin (2010) nos dão suporte. Também apresentamos de forma mais aprofundada nosso objeto de trabalho e profissionais entrevistados.

O capítulo seis, nomeado **Mulheres jornalistas: gênero, práticas e rotinas profissionais**, se ocupa em discutir, à luz das teorias do jornalismo, do gênero e das entrevistas, as implicações que o aumento da população feminina nos jornais traz às rotinas de trabalho. Dedicamos também a tratar dos papéis de gênero nas redações estudadas e das

nuances de relações de poder que esses papéis revelam. Aqui, as entrevistas individuais em profundidade feitas com jornalistas homens e mulheres são fonte de análise. Saffioti (1982, 1987, 1991), Marôpo (2008), Silveirinha (2017), Butler (2003) estão entre os autores que nos guiam. As teorias do jornalismo são tratadas a partir dos estudos de Pulitzer (2009), Traquina (2005), Vizeu (2014, 2015), Silva (2014), Wolf (1994), Schudson (2010), Zelizer (2000), Genro Filho (2012).

Encerramos com a seção intitulada **Aproximações e distanciamentos entre as realidades brasileira e portuguesa** (capítulo 7). Neste momento estabelecemos a perspectiva comparativa do trabalho, por meio do que vimos nas redações brasileiras e portuguesas. Esta instância de reflexão busca convergências, divergências e particularidades dos dois países (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992, p. 66). As perspectivas comparativas se sustentam e baseiam-se em Rocha e Sousa (2011), Hallin e Mancini (2010) e em Fidalgo (2008).

2 A SOCIEDADE, A MULHER E O JORNALISMO

Lembre-se de que o que lhe contam realmente tem três aspectos: moldado pelo narrador, remodelado pelo ouvinte, escondido de ambos pelo morto da história.

(Vladimir Nabokov)

Como capítulo inicial da pesquisa, optamos por tratar do papel do jornalismo na sociedade e da mulher nesse contexto. Nosso olhar direciona para as relações do jornalismo com a sociedade, o papel que essa atividade exerce, da mesma forma como refletimos sobre o campo e o mundo do trabalho onde se pratica o jornalismo. Recorremos, para isso, a um contexto histórico no qual o jornalismo aparece como uma necessidade premente de uma sociedade que precisa de informação. Não podemos deixar de verificar as influências mercadológicas da profissão, mas, sobretudo, olhamos para a relevância social desse trabalho produzido pelo grupo social dos jornalistas, do qual as mulheres fazem parte, e com grande presença da atualidade. Elas, é fundamental ressaltar, precisaram percorrer um extenso caminho desde o século XIX, quando surgiu o jornalismo informativo nos moldes do que conhecemos hoje.

2.1 JORNALISMO COMO MEDIADOR SOCIAL

O jornalismo, gestado e estruturado no contexto da organização social capitalista, é uma necessidade social, histórica e também cultural. As transformações do século XIX, materializadas em urbanização, alfabetização da população e avanços tecnológicos, propiciaram à sociedade lançar as bases materiais e sociais para o surgimento do jornalismo informativo (GENRO FILHO, 2012; NONATO, 2013; TRAQUINA, 2005). Afinal, uma sociedade complexa demanda meios de comunicação que sejam mediadores entre os acontecimentos e o público, exercendo os mais diversos papéis: prestação de serviço; abastecimento e até formação de consumidores; circulação de ideias e consolidação de uma

opinião pública; repercussão de fatos de interesse social ou de determinados grupos; integração de uma população e sua conexão com outras sociedades e o engajamento de pessoas em causas diversas, além de meios de entretenimento e cultura. Como diz categoricamente Figaro (2013, p. 147): “A necessidade social da informação produziu a necessidade do jornalismo”. E foi em meio ao crescimento das cidades, no século XX, que o jornalismo se consolidou como peça-chave do processo de difusão de informação, concomitante à “explosão midiática”, a partir da chegada do rádio, nos anos 1930, e da televisão, duas décadas depois. “Além de ser um difusor de informação, o jornalismo carrega instrumentos que possibilitam a reflexão e a compreensão dos fatos e da própria história, consolidando-se como fonte de conhecimento” (NONATO, 2013, p. 144).

Importante lembrar, entretanto, que os primórdios desse jornalismo que permeia nossa sociedade atual estão fincados no século XVII. O resgate da tese de Tobias Peucer, apresentada em 1690, na Alemanha, em um texto escrito originalmente em latim¹⁶, revela um trabalho com reflexões sobre ética jornalística, relação entre jornalismo e história, noticiabilidade e até mesmo o papel do mercado na produção da notícia.

Os jornais do século XVII¹⁷ mostram, afinal, que, ao contrário do que por vezes se lê, a imprensa noticiosa não é uma invenção norte-americana do século XIX, mas sim uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, que recupera uma tradição noticiosa (nunca perdida) iniciada com as *Efemérides* gregas e as *Actas Diurnas* romanas (SOUSA, 2004, p. 3).

Na primeira tese de doutorado sobre jornalismo, denominada *Relatos jornalísticos* (tradução de *De relationibus novellis*), Peucer (2004) associa o fazer jornalístico ao ato de construir a história da vida diária (capítulo IV¹⁸), afirma ter caráter de utilidade pública (capítulo XXVI) e, no capítulo VIII, pontua que, por força do desejo mercadológico do lucro, “tanto da parte dos que confeccionam os periódicos, como da parte daqueles que os comerciam, vendem” (PEUCER, 2004, p. 17), os periódicos se prestam a satisfazer a

¹⁶ O texto tornou-se conhecido quando da tradução para o alemão, em 1944. A versão em português data de 2000.

¹⁷ Como marca de um tempo, a imprensa do século XVII, foco do estudo de Peucer, é diferente dos jornais contemporâneos. Eram compêndios noticiosos que tratavam de pessoas interessantes, batalhas, acontecimentos envolvendo a corte etc. A periodicidade variava de anual a mensal, quinzenal. Sousa (2004) conta não haver consenso acerca do primeiro diário. Alguns historiadores, diz o autor, acolhem o *Daily Courant*, jornal inglês de 1702, como o pioneiro a circular diariamente. Outros historiadores, entretanto, dão esse crédito ao alemão *Leipziger Zeitung*, datado de 1660.

¹⁸ A tese de Peucer é dividida em 29 capítulos, cada um deles com um, dois ou três parágrafos.

curiosidade humana.

Não afirmaria que a utilidade dos periódicos seja tão grande como a da história escrita [...] Da mesma forma, não se pode negar que haja neles alguma utilidade que afeta a vida tanto privada como pública dos homens (PEUCER, 2004, p. 26).

Guardadas, obviamente, as particularidades de cada tempo (a tese de Peucer foi apresentada no fim do século XVII), podemos depreender que há muito de contemporâneo no que Peucer pontuou acerca do jornalismo, especialmente temas como ética profissional, critérios de noticiabilidade, mercantilização, sensacionalismo e, sobretudo, a função dos jornais junto ao leitor: fonte de entretenimento, satisfação da curiosidade, recebimento de informações úteis e “contador” de novidades. Para Peucer, a ética e a qualidade jornalísticas sobrepõem-se e estão atreladas à qualidade do jornalista (SOUSA, 2004; ADGHIRNI, 2017). Ele, no entanto, reduziu a utilidade dos periódicos em relação à história escrita. Hoje, podemos afirmar, os jornais são a própria história escrita. São documentos, em muitos casos únicos, essenciais para o conhecimento da vida cotidiana e de um povo. A consulta desses acervos em arquivos públicos são, atualmente, uma das principais fontes de informação para historiadores, pesquisadores, estudantes, escritores e os próprios jornalistas.

Feita essa crítica, de certa forma periférica em relação ao conteúdo principal, o texto de Peucer é atual. Ele nos revela que o papel do jornalismo em qualquer sociedade, de qualquer tempo, é fundamental no sentido de contribuir para a construção da história; para trazer temas de utilidade pública, efetivamente, ao público; para pautar temas que serão discutidos na sociedade. Ou seja, o jornalismo, a liberdade de expressão e a audiência estão imiscuídos entre os valores e costumes da sociedade.

O jornalismo que conhecemos hoje é fruto dos ideais do Iluminismo europeu dos anos 1700, que se propunha estabelecer uma esfera pública não vinculada ao Estado (NONATO, 2013; OLIVEIRA, 2005). Nos primórdios, tinha caráter revolucionário. Fazia denúncia, esclarecia, trabalhava, enfim, na formação de ideias e fomentava o debate. “A atividade nada tinha de mercantil” (OLIVEIRA, 2005, p. 2). Foi a imprensa, afirma também Oliveira (2005), que trouxe o direito à liberdade de expressão, notadamente um dos mais importantes valores para a construção da sociedade democrática atual. E, o mais importante, no nosso entendimento: sendo a liberdade de expressão um valor social pertencente a todos, “a liberdade de imprensa é imediatamente relacionada com o público, destinatário da

informação” (CORNU, 1994, p. 58). Ou seja, a liberdade de imprensa é importante, em última instância, à população em geral.

A razão de ser da informação jornalística alicerça-se no direito do público em saber o que interessa à vida da comunidade. Este direito construiu-se ao mesmo tempo que se afirmou a liberdade de imprensa, como um dos aspectos da liberdade de opinião. Os jornalistas são legitimados na sua atividade por esse dever para com o público (CORNU, 1994, p. 304).

Inicialmente, os iluministas recorriam aos panfletos como forma de pregar o direito à liberdade de expressão. Depois os livros e jornais impressos participaram também da introdução à esfera pública. A partir do século XIX, com os avanços tecnológicos e econômicos, o jornalismo mudou. “Deixou de ser uma atividade com caráter militante para se transformar em um empreendimento comercial. E tal mercantilização se acentua quando ele se articula dentro de um espaço maior, que é o sistema de comunicação de massas” (OLIVEIRA, 2005, p. 2). Surgiu a concorrência e a necessidade de sobrevivência do negócio, o que implicava em estratégias de venda do produto informação.

Mas não no Brasil dessa época. A primeira tipografia brasileira veio com a família real portuguesa, em 1808. O primeiro jornal nela impresso, no mesmo ano de sua chegada, foi a *Gazeta do Rio de Janeiro*¹⁹. O Brasil já contava com um jornal nacional, o *Correio Brasiliense*²⁰, mas era editado em Londres (SODRÉ, 1966)²¹.

Ou seja, a instalação de uma instância do poder português no Brasil trouxe, a reboque, a necessidade do jornalismo, que servisse à corte e à população local como fonte de informação para os fatos políticos e sociais da época. A partir da instalação da imprensa no Brasil, os periódicos, ainda que produzidos artesanalmente, atuaram na cobertura de importantes momentos do país, como a independência da coroa portuguesa e a abolição da escravatura.

É nessa época – primeiras décadas do século XIX – que surge a imprensa feminina, junto da literatura e a consciência feminista (DUARTE, 2017). A autora afirma que também foi a vinda da família Real, com seus costumes europeus, como etiqueta, modismos e gosto pela literatura, que influenciou diretamente o aparecimento dessa imprensa. No Brasil, o

¹⁹ A *Gazeta do Rio de Janeiro* foi fundada em 10 de setembro de 1808, no Rio de Janeiro.

²⁰ O *Correio Brasiliense* começou a circular em 1º de junho de 1808. Era mensal e impresso em Londres. Circulou até 1º de dezembro de 1822.

²¹ Há registros de jornais antes da chegada da Imprensa Régia, em 1808. “*Relação da Entrada...*, de 1747, é uma das raras peças gráficas produzidas durante os três séculos de proibição da tipografia no Brasil” (MELO; RAMOS, 2012, p. 26). Ainda conforme Melo e Ramos, *Relação de Entrada...* era produzido pelo português Antonio Isidoro da Fonseca. Entretanto, a coroa portuguesa, a partir de Lisboa, ordenou a interrupção das atividades do impressor no mesmo ano do lançamento.

primeiro periódico feminino de que se tem notícia é o *Espelho Diamantino*. Lançado no Rio de Janeiro, em 1827, tratava de assuntos como política, literatura, arte e moda (BUIIONI, 1990; TEIXEIRA; VALÉRIO, 2008). Depois, em Recife, foi lançado *O Espelho das Brasileiras* (1831). Essas primeiras publicações apareciam nos moldes das publicações femininas europeias²².

A começar pelos nomes, essa imprensa surge e se define pelo sexo de suas leitoras (BUIIONI, 1990). E denota o emergir de um tempo em que o olhar da mulher para a sociedade e da sociedade sobre a mulher começa a ser redirecionado. “O quadro começa a mudar com os ventos soprados da Europa e lentamente vai deixando de ser ‘heresia social’ instruir o sexo feminino” (DUARTE, 2017, p. 14, grifo da autora). Ou seja, o aparecimento desse segmento do jornalismo demonstra, ao mesmo tempo que acompanha, uma mudança do papel social da mulher no Brasil do século XIX. O que nos mostra a relevância sócio-histórica do jornalismo.

O Espelho Diamantino, que circulou no Rio de Janeiro, entre 1827 e 1828, fora fundado por Pierre Plancher. Ao denominar o jornal como “periódico de política, literatura, belas artes, teatro e modas, dedicado às senhoras brasileiras”, o fundador chegou a publicar, em uma das edições, conforme reproduz Duarte (2017, p. 20), que manter as mulheres “em estado de estupidez, pouco acima dos animais domésticos, é uma empresa [com sentido de ser uma iniciativa] tão injusta quanto prejudicial ao bem da humanidade”. Ao longo das décadas, o apelo à educação estava presente na maioria desses jornais tidos como femininos. Afinal, até para que o jornalismo fosse de alcance para a maioria da população, era preciso que as pessoas fossem alfabetizadas. O primeiro Censo realizado no país, em 1872, mostrava que 81% da população livre era analfabeta. Ou seja, os jornais e revistas da época eram destinados aos poucos brasileiros e brasileiras letrados.

O século XX foi o período de expansão do jornalismo no Brasil, tanto o geral quanto o segmentado para o público feminino. Com a industrialização da imprensa e sua transformação em empresa, aumentaram as vendas e o interesse da publicidade, estreitando as relações entre jornalismo e mercado. Entendemos, entretanto, que, a despeito de o jornal ser mercadoria, ele está para além desse processo, uma vez que representa o retrato de uma época, está inscrito na

²² O primeiro periódico feminino de que se tem notícia é o *Lady's Mercury*, que surgiu na Inglaterra, em 1693. Mais sobre o surgimento da imprensa feminina europeia e brasileira pode ser acessado na dissertação **Jornalismo feminino em Santa Catarina: uma análise do suplemento *Donna DC*, do *Diário Catarinense***, defendida por nós, em 2012.

cultura, forma elos sociais e, sobremaneira, faz com que conheçamos a própria sociedade por meio das notícias e demais gêneros textuais do jornalismo. Citamos novamente a imprensa focada na mulher como exemplo. Se, no século XIX, Duarte (2017) conseguiu rastrear 143 jornais e revistas femininos e feministas, o mesmo trabalho empreendido no século XX, ainda em andamento, apurou, por ora, cerca de 300 periódicos. Isso porque, além dos avanços tecnológicos e de mercado, o leque de interesses cada vez mais diversificado das mulheres, junto das transformações dos papéis femininos na sociedade, resultaram numa expansão ainda maior da segmentação.

Não só o segmento feminino da imprensa, mas, a partir da década de 1930, período da chegada do rádio, os meios de comunicação no Brasil passam efetivamente a se desenvolver. Em 1938, o Estado Novo²³ regulamentou a profissão de jornalista.

Um dos objetivos e uma das principais intenções era o de registrar e cadastrar aqueles que tinham vínculos com a imprensa, pois se considerava jornalista todo aquele “homem de imprensa” devidamente registrado no Ministério do Trabalho; condição fundamental para sua admissão no jornal. Dessa forma, o Estado passava a ter o controle sobre aqueles que desempenhavam atividades em jornais (PETRARCA, 2010, p. 83).

Em 1950, com o surgimento da primeira emissora de televisão²⁴, o mercado de trabalho do jornalista continuou em uma crescente. E se ampliou ainda mais na década seguinte, quando Assis Chateaubriand²⁵ (1892-1968) começou a lançar no país os Diários e Emissoras Associados. Nesse período, a chamada imprensa feminina consolidou-se no Brasil, da forma como a reconhecemos nos dias de hoje. Inicialmente nos veículos impressos, a imprensa dirigida à mulher foi também para a rádio e para a TV, tornando-se igualmente meios de atualização da mulher em temas como educação dos filhos, relacionamento, culinária, moda, dentre outros abarcados por esse segmento da imprensa.

A jornalista Edna Savaget (1928-1998)²⁶ é reconhecida por seu pioneirismo na produção de programas de rádio e televisão voltados para o público feminino. No fim dos

²³ Estado Novo abarca o conjunto de mudanças que houve entre 1930 e 1945, período conhecido como “Era Vargas”. Foi um período marcado pelo controle à imprensa, por meio de órgãos como o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), criado em 1934 e extinto em 1939, quando foi substituído pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que funcionou até 1945 (BARBOSA, 2007).

²⁴ TV Tupi de São Paulo, de Assis Chateaubriand.

²⁵ Jornalista e empresário do ramo das comunicações, Assis Chateaubriand foi responsável por trazer a televisão para o Brasil – a TV Tupi, inaugurada em 3 de abril de 1950. Mais informações em MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

²⁶ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/edna-savaget/trajetoria.htm>>. Acesso em: 17 maio 2019.

anos 1940 apresentava o programa *Boa tarde, Madame*, na Rádio Nacional. Em 1957 foi para a TV Tupi apresentar o programa *Boa tarde*. Nos anos 1960, já na Globo, desenvolveu o primeiro programa feminino da emissora, o *Sempre Mulher*.

Nas décadas de 1960 e 1970 se começa a falar em indústria cultural no Brasil (ADGHIRNI, 2017). Essa cadeia produtiva da comunicação aprofundou seus avanços tecnológicos, nas décadas de 1980 e 1990, dando contornos definitivos para o padrão atual de jornalismo que vemos não só no Brasil, mas em escala internacional. O cenário atual do jornalismo ocidental é chamado por Charron e Bonville (2016) de “jornalismo de comunicação”. O início dos 1980 seria o marco de chegada desse modelo de jornalismo de comunicação. Está atrelado à inserção de novos mercados e inovações tecnológicas. Envolve também a retomada de gêneros jornalísticos mais opinativos.

O “jornalismo de comunicação”, conforme explicam os organizadores da obra *Natureza e transformação do jornalismo*,²⁷ Zélia Leal Adghirni e Fábio Henrique Pereira, é caracterizado como aquele pautado em “lógicas comerciais e de uma hiperconcorrência entre publicações, suportes e mensagens” (ADGHIRNI; PEREIRA, 2016, p. 15). Nessa fase, entre os anos 1980-1990, a mão de obra do jornalismo já era cerca de 40% formada por mulheres (ROCHA, 2004). A primeira jornalista mulher a ocupar a função de apresentadora do *Jornal Nacional* - que estreou em 1969 e é atualmente o telejornal com maiores índices de audiência (IBOPE, 2019)²⁸ – foi Valéria Monteiro, em 1992. Antes dela, entretanto, a jornalista Márcia Mendes (1945-1979) apresentava eventualmente o *JN*, nos anos 1970. Desde 1996, quando Lillian Witte Fibe assumiu a bancada, o telejornal não mais deixou de ter uma mulher entre os apresentadores titulares²⁹.

2.2 CAMINHAR DA PROFISSIONALIZAÇÃO

No “velho jornalismo”, produzido por jornalistas idealistas e sem formação profissional, vocação era o marco da profissão (KUCINSKI, 2005). Mas não só isso. Escritores, políticos e

²⁷ Obra traduzida a partir dos originais de *Nature transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, publicado por Colette BRIN, Jean CHARRON e Jean de BONVILLE, Editora Les Presses de l'Université Laval, Canadá, 2004.

²⁸ Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/audiencia-do-horario-nobre-15-mercados-15-04-a-21-04-2019-2-2/>>. Acesso em: 17 maio 2019.

²⁹ Disponível em: < <https://www.bol.uol.com.br/listas/32-jornalistas-que-ja-passaram-pela-bancada-do-jornal-nacional.htm>>. Acesso em: 17 maio 2019.

outros profissionais tinham no jornalismo uma espécie de “capricho intelectual” ou “alavanca profissional”. Mas, à medida que a comunicação se insere fortemente na lógica do capital (NONATO, 2013) – tanto sob o ponto de vista de mediador para a compreensão das transformações e do caminhar da sociedade quanto sob o aspecto do jornalismo enquanto negócio e, conseqüentemente, da informação enquanto mercadoria –, a profissionalização paralelamente ganhou força.

Na atualidade, o perfil dos profissionais inclui formação universitária, ainda que uma marca da profissão seja a da precarização, amplamente vivenciada pelas mulheres ao adentrar o mundo das redações, conforme veremos à frente. Nonato (2013), porém, coloca que o trabalho do jornalista sempre foi precarizado. “A diferença principal está na atual concepção das empresas de comunicação, que antes eram precárias e hoje não são mais” (NONATO, 2013, p. 146). De negócios familiares, feitos, muitas vezes, em espaços simples e pequenos, o jornalismo está hoje atrelado a empresas ligadas a grandes grupos – de comunicação ou de outras áreas, como logística, alimentos etc. (a exemplo de todos os veículos de comunicação que compõem o objeto empírico desta pesquisa). Nesse contexto, “o jornalista é apenas uma peça dentro do processo, cada vez mais sufocado, cada vez mais raro nas redações” (NONATO, 2013, p. 146). E aqueles que lá estão precisam ser polivalentes para sobreviver sob pressão em um mercado informatizado, com horários e fechamentos intensificados (FIGARO, 2013, p. 194).

Mas foi no início do século XX que começou, de forma bastante incipiente, no Brasil, um movimento em prol da valorização dos profissionais que atuavam na imprensa. Até então, a atividade sequer era tratada como um meio de vida. Os colaboradores que atuavam nos periódicos viam nessa atividade muito mais uma vitrine para seus trabalhos literários, um degrau para a vida pública, uma forma de expor seus pensamentos e convicções, ou mesmo “um bico”. A partir desse momento o jornalismo se torna um campo do conhecimento (LOPES, 2013; BARBOSA, 2007; MARQUES DE MELO, 2012).

A criação da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em 1908, foi um ponto de partida. Junto das reivindicações por melhores salários e condições de trabalho, surgiu a proposta de montar uma escola de jornalismo, que só veio a se concretizar em 1935 – foi no Rio de Janeiro, mas, na verdade, não se tratava ainda de uma escola especificamente de jornalismo, e sim uma universidade que contava com uma cátedra de jornalismo. Formalmente, um decreto de 1938 criou uma escola superior de jornalismo, que só se

concretizou em 1943, quando o então presidente Getúlio Vargas definiu que o curso seria ministrado na Faculdade Nacional de Filosofia (LOPES, 2013).

O surgimento do ensino superior em jornalismo é, de certa forma, uma porta de acesso à profissão para as mulheres. A Cásper Líbero, primeira faculdade de jornalismo, foi criada em 1947³⁰. Conforme resgate histórico de Marques de Melo (2006), na primeira turma formada pela Cásper Líbero, em 1949, havia duas mulheres, num grupo de 17 pessoas. Em 1950, da turma de 22 estudantes, 50% eram do sexo feminino. Na quarta turma, em 1952, elas eram nove entre os 26 formandos.

Marques de Melo (2006, p. 158) pondera que, “fazendo um retrospecto dessas primeiras mulheres-jornalistas-com-diploma, verifica-se que a maioria delas conquistou seu próprio espaço, ganhando ascensão profissional social no âmbito da imprensa”. As mulheres, na verdade, tiveram de driblar uma “praxe” da profissão de jornalista, até pelo menos os anos 1940: a de que o mercado era cativo dos homens filhos de aristocratas rurais, de burgueses em ascensão econômica e de políticos. Ou seja, sobrava pouco espaço de trabalho para os rapazes da classe média. Menos ainda para as mulheres. Até que surgem as escolas de jornalismo, dando oportunidades à classe média e às mulheres (de forma mais vagarosa) de entrarem na profissão por vias do mérito (diploma).

Ramos (2010), uma das nove formandas da turma de 1952 da Cásper Líbero, lembra que, dentre as mulheres que se formavam, poucas exerciam a profissão – em sua turma, por exemplo, ela e outras duas seguiram no jornalismo. E, para as que entrevam no mercado, a dificuldade aparecia de duas formas: porque era mulher e, portanto, era tratada como mais frágil, menos capaz; e porque era formada, numa época em que se dizia que o jornalismo não carecia de conhecimento universitário, e sim de vocação. “Havia discriminação pelo fato de ter um diploma debaixo do braço. ‘Jornalismo se faz no dia a dia da redação’, ouvia-se” (RAMOS, 2010, p. 25). Quanto ao fato de não ser homem, ouvia reprimendas desde casa, com a mãe dizendo que aquela não era “profissão para uma mocinha”. “Em 1954, quando fui convidada para trabalhar na *Gazeta*, dirigir a ‘Página Feminina’, minha mãe exultou: ‘Agora, pelo menos, você vai fazer uma coisa mais apropriada’” (RAMOS, 2010, p. 26).

³⁰ Ainda que as demandas relacionadas à formação profissional existissem desde 1908, com a fundação da Associação Brasileira de Imprensa. A primeira faculdade foi fruto da iniciativa do jornalista e empresário Cásper Líbero, proprietário de um dos mais modernos jornais da América Latina, à época, o vespertino paulista *A Gazeta* (Marôpo, 2008, p. 417). Chamava-se Escola de Jornalismo Cásper Líbero, anexa à Faculdade de Filosofia São Bento, da Universidade Católica de São Paulo. Em 1972 separou-se da PUC e passou à condição de escola superior autônoma. Atualmente é Faculdade Cásper Líbero (RAMOS, 2010).

Mas, se o rótulo vinha desde a família, era profissionalmente que o sexismo aparecia mais seriamente. A autora lembra alguns episódios. Um deles, o relato da cobertura de uma greve, denota essa dimensão. Recém-formada e contratada pelo jornal *O Tempo*, que circulou entre 1950 e 1956, em São Paulo, a jornalista fora pautada para cobrir a repressão, sob o ar de deboche do chefe de reportagem. Ao saber quem havia sido enviado para cobrir o fato, o diretor do jornal teria ficado receoso de que algo acontecesse à jovem repórter. “Quer dizer: o chefe de reportagem não confiava em mim – tinha a certeza de que eu me estreparia – e o Sacchetta [Hermínio Sacchetta, jornalista e diretor de *O Tempo*, à época] também não, ao achar que eu poderia me machucar” (RAMOS, 2010, p. 26). Silveirinha (2017, p. 8) chama isso de “perversividade” de gênero a que a mulher está sujeita, e pode estar travestida de “sexismo”, “condescendência”, “pseudo-protecionismo” ou comportamentos hostis por parte do público e, como foi o caso de Ramos (2010), por parte das próprias chefias.

Dessa forma, apesar de Marques de Melo avaliar que a mulher jornalista conquistou seu lugar, desde os tempos dos primeiros formandos, na verdade trata-se de um processo que segue caminhando. As mulheres, definitivamente, galgaram espaços dentro das redações, mas as representações sexuais existiam e ainda compõem a produção jornalística, assim como as de classe, raça e geração (SILVA, 2014).

A partir do fim dos anos 1940, no Rio de Janeiro, em São Paulo, Porto Alegre, Salvador e Santos os cursos de jornalismo começaram a se disseminar. Nesse contexto, a caminhada da formalização e profissionalização³¹ seguiu. Em 1969, durante o período de regime militar brasileiro, o diploma passou a ser exigido para o exercício da profissão, assim como foi criado o currículo mínimo para os cursos.

No Brasil, a expansão de escolas de comunicação, na década de 60 para a década de 70, foi conduzida de forma muito particular: abriram-se as comportas para o ensino privado, esvaziou-se de recursos o ensino público, e criaram-se faculdades como estabelecimentos comerciais para passar diploma aos novos profissionais da moda – jornalistas, publicitários, relações públicas, enfim os chamados comunicadores. Desse forno, saíram e estão saindo levadas de jovens jornalistas ao mercado de trabalho que, aos poucos, foi saturando (MEDINA, 1982, p. 87).

Esse conjunto de mudanças chegou às redações tanto no que se refere à estrutura quanto

³¹ Não é aqui nosso propósito problematizar o conceito de profissionalismo. Entretanto, Joaquim Fidalgo (2008), ao tratar do processo de profissionalização do jornalismo, discute e conceitua o termo, trazendo à tona diferentes modos de interpretação ao longo do tempo, mas cujos elementos nucleares são, dentre outros, a posse exclusiva de uma área de conhecimento, autonomia na tomada de decisões e discricionariedade nas práticas de trabalho.

ao ambiente e condições de trabalho. “Aumentou a remuneração e foram criadas editorias, acarretando maior especialização profissional por áreas, além da exigência de um profissional com maior conhecimento de todo o conjunto de uma redação” (ROCHA, SOUSA, 2011, p. 14). Ao longo dos anos 1970 e, sobretudo, na década de 1980, é que começaram a haver as mudanças mais profundas, que se seguem na década posterior.

A década de 90 teve uma colheita auspiciosa, trilhando por caminho que dá continuidade à postura crítica da geração anterior, mas dá um passo à frente no sentido de consolidar o modo brasileiro de pensar o jornalismo (MARQUES DE MELO, 2012, p. 81).

Entretanto, mesmo antes desse marco, a profissão já tinha o status de atividade intelectual (GUIMARÃES, 2006) e vivia sob constante observação das elites dos centros metropolitanos brasileiros (MARQUES DE MELO, 2012).

São três os grandes marcos do jornalismo no Brasil. O primeiro ocorreu nos anos 1950, depois da Segunda Guerra Mundial, com a chegada da televisão e de uma cultura audiovisual, momento em que ocorre uma modernização dos jornais. A segunda mudança ocorreu nos anos 1960, com a obrigatoriedade do diploma, a criação das faculdades de jornalismo e a consolidação da Indústria Cultural no país. A terceira mudança foi nos anos 1980, com a introdução de novas tecnologias, fusão e surgimento de novas mídias. (NONATO, 2013, p. 198-199).

Acreditamos caber uma quarta mudança, além dos três marcos anteriores elencados por Nonato. Trata-se da transformação suscitada pelas inovações da década de 1980 e que são fortemente visíveis e vivenciadas a partir do avançar dos anos 2000. O fim de muitos jornais no formato impresso³², a transferência da prática jornalística para o ambiente *online*, o jornalismo pensado para as redes sociais, para a blogosfera³³, além da chamada convergência das mídias, que demanda profissionais multimídia e multiplataforma, e do processo de enxugamento das redações.

Atualmente, segundo Nonato, como resultado das mudanças que se acumularam nas

³² O *Jornal do Brasil* é um exemplo. Lançado em 1891, teve a edição impressa suspensa em 2010 e passou a circular exclusivamente na internet. Em janeiro de 2018, voltou ao formato impresso. Em março deste ano, entretanto, voltou a ser apenas digital. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/07/15/brasil-perdeu-oito-jornais-em-6-anos.html>>. Acesso em: 20 maio 2019.

Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/81782/jornal+do+brasil+extingue+versao+impressa+e+volta+a+ser+apenas+digital>. Acesso em: 20 maio 2019.

³³ Termo que se refere ao espaço virtual dos blogs, para o qual muitos jornalistas migraram, nos últimos anos.

duas últimas décadas, houve a cristalização do perfil dos jornalistas: “são jovens, individualistas, estão preocupados com o produto e têm a clara ideia de que o marketing está inserido na informação” (2013, p. 199). A esse “retrato” do profissional jornalista, feito por Nonato, consideramos ser pertinente acrescentar o fato de ser majoritariamente feminino, uma vez que dois a cada três jornalistas brasileiros são mulheres (MICK; LIMA, 2013). E, se há mais mulheres nesse trabalho, nos parece ser fruto da experiência da própria mulher na sociedade.

2.3 CULTURA PROFISSIONAL HETERONORMATIVA

Foi nos anos 1950, junto da criação dos cursos universitários para formação de jornalistas, que as redações brasileiras começaram a incorporar o ideal de objetividade. O termo começa a se desenhar no fim do século XIX nos Estados Unidos e já está completamente formulado na década de 1920. Mas, aos poucos, a subjetividade foi sendo reconhecida como elemento da reportagem (SCHUDSON, 2010, p. 170). Conforme o autor, as reportagens assinadas, assim como a especialização dos jornalistas em determinados temas, foram os primeiros indicativos da subjetivação nas produções jornalísticas. Foi um passo importante para o surgimento da reportagem interpretativa, que representou uma grande mudança no jornalismo norte-americano, mas que, de todo modo, não invalidou os ideais de objetividade.

Muito mais que um conjunto de regras do ofício para evitar processos contra as publicações ou uma série de restrições para ajudar os editores a vigiar os seus subordinados, a objetividade finalmente se torna um código moral (SCHUDSON, 2014, p. 154).

O que Schudson (2014) chama de “ideal” é tratado por Vizeu (2014, p. 104) como “um dos mitos da atividade jornalística”. Rocha (2007) também segue numa linha de definição semelhante e compara a objetividade a uma espécie de “amuleto do bom jornalismo”. Antes disso, contudo, Breed (2016, p. 214) já tratava esses conceitos como muito difíceis de medir.

Em suas reflexões, Tuchman (2016)³⁴ coloca a objetividade como “ritual estratégico”. A socióloga americana usa o termo estratégia como tática ao mesmo tempo ofensiva e

³⁴ O texto compõe a obra *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, organizado por Nelson Traquina e lançado originalmente em Portugal, em 1992, com publicação no Brasil em 2016. A primeira versão de “A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas”, entretanto, é de 1971.

defensiva, para prevenir ataques e críticas ao trabalho jornalístico, além, claro, dos aspectos operativos que giram em torno do tempo – de fechamento da edição, de publicação, de entrada no ar, na grade da televisão ou do rádio.

Ao propor um conceito de notícia como enquadramento (1978), Tuchman busca desmistificar as ilusões de objetividade no discurso jornalístico, apontando a força que as políticas editoriais das organizações jornalísticas exercem sobre as notícias, assim como também sobre as dimensões éticas do jornalista. Por meio do enquadramento, a pesquisadora busca uma identificação das formas como as organizações e também seus profissionais desempenham o trabalho jornalístico, de que maneira lidam com o tempo e o espaço na missão de capturar informação e transformá-la em notícia.

Tempo e espaço que fazem parte dos estudos de Cristina Ponte (2005) sobre jornalistas como comunidade interpretativa (ZELIZER, 2000). Ambos associados à ideia de “risco”, atrelados à incerteza no espaço da redação em processos de decisão cotidiana, que ocorrem sob efeito de constrangimento de tempo. Aqui, Ponte (2005) refere-se a riscos nas decisões editoriais de agendamento e tratamento dos temas, na concorrência e na avaliação pública a que estão sujeitas as publicações jornalísticas. Mais do que riscos, são responsabilidades do jornalista: distinguir, a partir da relação com o público³⁵, o que de fato precisa ser relatado; fazer o relato com exatidão; e decidir sobre a publicação das informações, com base na consciência das possíveis consequências (CORNU, 1994, p. 320).

Na prática diária, essa objetividade tornou-se um conjunto de procedimentos de rotina dentro das redações, que define, por exemplo, o espaço dado a cada assunto, a ordem de inserção do tema e a abordagem. Por isso foi posta nos livros acadêmicos usados nas faculdades de jornalismo e nos códigos de ética e deontologia das associações profissionais. Foi, inclusive, o marco para o que se convencionou chamar “verdadeiro jornalismo” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 28), a partir do movimento de profissionalização dos jornalistas, nos moldes do que conhecemos hoje.

Ao que nos parece, ao longo dos tempos, os valores da objetividade foram recebendo novos contornos, novos significados, substituindo ou complementando os anteriores. Porém, ainda que cercada de fragilidades, imperfeições e críticas, é no conceito de objetividade que se sustentam valores importantes e legítimos da profissão, a exemplo do lugar de fala do

³⁵ Essa relação com o público seria um critério de noticiabilidade: o potencial que um tema tem de atrair a atenção do público (MAIA, 2008, p. 215).

jornalismo em relação a outras profissões calcadas no discurso, como a política, e a tentativa de domar os próprios preconceitos, que se dá no olhar os fatos pela perspectiva de outras pessoas (ROSEN, 2000, p. 149). Porém, até mesmo no ato de selecionar as falas, as reflexões dos entrevistados, está um nítido processo subjetivo. O que torna a relação sujeito-objeto um ato relacional (OLIVEIRA, 2005). Dito de outra forma, pode tornar rasa uma discussão binária entre objetividade e subjetividade, quando é possível pensar em ambos como conceitos complementares dentro da profissão, tornando a discussão em torno da relação entre o jornalismo e a sociedade a quem se dirige legítima e honesta.

Cornu (1994) submete a discussão sobre verdade e objetividade ao tripé:

- (1) Observação – refere-se ao fato propriamente, o olhar sobre o que está posto;
- (2) Interpretação – reconstrução dos fatos. Envolve explicação do fato, a avaliação e análise;
- (3) Narração – é a parte de criação do jornalista. Para contar o fato e fazer-se compreender, o profissional usa a linguagem. Fala. E o ato da fala, por sua natureza, pressupõe escolha de palavras, de ordenação, etc.

Cargas de subjetividade norteiam esse tripé de Cornu.

Sendo o jornalista responsável pela verdade, a objetividade, como intenção na ordem dos fatos, não pode ser simplesmente expulsa [...] Se tivéssemos de exprimir a sua exigência por meio de um só critério prático, esse critério seria o do *rigor no método*. O rigor é ir ao fundo das investigações [...] é a recolha de todos os fatos confirmados disponíveis. É tudo o que se opõe à falsificação” (CORNU, 1994, p. 391, grifo do autor)

Para avançar nas questões de subjetividade, retomamos o apontamento de Vizeu: “[...] quando o jornalista tem de pensar no tipo de notícias que é importante, serve-se mais de sua opinião sobre as coisas do que de dados específicos” (2014, p. 107). Sendo o processo de produção da notícia estratificado nos diferentes momentos, que envolvem a (1) escolha e discussão da pauta, (2) apuração, que envolve, muitas vezes, a saída em campo, com a seleção dos entrevistados e imagens e ilustrações que vão compor a notícia, e, ainda, (3) o recorte das falas e informações desses entrevistados que entrarão na notícia (e, de forma incontornável, as que ficarão de fora) e, finalmente, (4), o tamanho do espaço e localização que esse material informativo vai se encaixar, dentro do veículo de comunicação (independente do suporte), podemos pensar que ali está o conjunto de visões sobre os fatos de um grupo de pessoas – os jornalistas envolvidos nesse processo, desde o pauteiro, passando pelo repórter,

fotógrafo/cinegrafista, editor e editor-chefe. Soma-se a isso o pouco tempo do grupo para tomadas de decisões acerca das coberturas noticiosas (SOLOSKI, 2016), o que traz novamente a objetividade como atributo essencial (mais importante, sob o ponto de vista do jornalismo americano) do profissionalismo para o centro da atuação jornalística.

Esse grupo de jornalistas que elabora cotidianamente um jornal é formado por homens e mulheres, em diferentes proporções e posições hierárquicas. E esse é um elemento a se levar em conta, uma vez que são suas próprias visões de mundo, nas quais estão embutidas as convenções sociais de gênero, que eles trazem para a profissão. Da mesma forma, os profissionais partilham de valores, técnicas e conceitos éticos e deontológicos que norteiam o trabalho coletivo. Os jornalistas pertencem a um sexo e, de alguma forma, foram socializados nos valores atribuídos ao masculino e ao feminino.

Cada um dos profissionais, homem ou mulher, tem de encontrar o seu próprio equilíbrio entre as suas próprias preferências e inquietudes, a sua competência vital devido ao gênero em que foi socializado, a cosmovisão de gênero dominante na sociedade e os pressupostos em que se fundamenta sua profissão (GALLEGO, 2004, p. 65).

Para as mulheres, é possível que a busca do equilíbrio para atingir o profissionalismo carregue consigo mais contradições, se entendermos o gênero masculino como dominante no jornalismo (SILVA, 2014) e na sociedade heteronormativa em que vivemos. Profissionalismo este que, conforme Soloski (2016, p. 135), é o método mais eficiente que as organizações jornalísticas podem lançar mão a fim de controlar o andamento do trabalho de suas equipes, uma vez que “a objetividade não reside nas próprias notícias; reside no comportamento dos jornalistas” (ROSCHO, 1975 apud SOLOSKI, 2016, p. 139), que devem agir de modo a relatar os fatos da maneira mais equilibrada possível.

A heteronormatividade, conforme Butler (2003), é o conjunto de padrões incutidos por meio de valores sociais vigentes e dominantes em nossa sociedade, como, por exemplo, os atributos de masculinidade e feminilidade, calcados numa “normativa” ocidental, que parte da premissa da heterossexualidade e organiza valores e comportamentos a partir da diferença anatômica entre homens e mulheres. A heteronormatividade, como uma espécie de adoção arbitrária da heterossexualidade como norma de conduta, se espraia para dentro das redações na forma de cultura profissional. A hegemonia sexual modela questões sexuais, políticas e econômicas (BUTLER, 2015) e essa prática pouco depende (ao menos não é decisiva, como mostram pesquisas) da maior ou menor presença feminina entre os jornalistas. Ou seja,

imperava nas redações uma cultura jornalística³⁶ que não contempla, entre seus pressupostos, a dimensão de gênero³⁷ (GALLEGO, 2004, p. 59). E pode evidenciar-se por meio da representação das mulheres nos produtos jornalísticos.

Carter e Steiner atentam, entretanto, para um erro comum que se comete quando se fala em heteronormatividade: não se busca, com a crítica, algo como uma inversão de papéis. Ao contrário. “Alterando as imagens midiáticas de mulheres e homens para retratá-los em uma gama maior de papéis é um bom começo” (2009, p. 14, tradução nossa³⁸). Baseada numa visão de igualdade, a imprensa pode contribuir para a construção de cidadãos homens e mulheres (GALLAGHER, 2009).

A Fundação Perseu Abramo realizou, em 2010, um estudo intitulado *Mulheres Brasileiras e Gênero nos Espaços Público e Privado*³⁹, por meio do qual entrevistou 2.365 mulheres e 1.181 homens de todos os estados brasileiros. O levantamento apontou que 90% dos homens e 94% das mulheres ouvidos consideraram que há machismo no Brasil. Machismo que pode estimular a segregação no ambiente de trabalho, abordada por Pinho (2005) sob o aspecto histórico:

No ambiente corporativo, os traços “naturalizados” como masculinos – objetividade, força, racionalidade, entre outros – sempre foram mais valorizados socialmente, e a ideia de liderança e poder de decisão também sempre esteve fortemente associada aos homens. As mulheres, portanto, definitivamente, não se encaixavam no perfil buscado pelas empresas, já que elas estavam associadas a características distintas daquelas necessárias para exercer essas funções mais elevadas (PINHO, 2005, p. 41-42).

Essas premissas apontadas por Pinho (2005) podem ser contributos para a perenidade de ideias dicotômicas que, em alguma medida, dificultam o ingresso das mulheres em determinadas áreas profissionais e, uma vez inseridas, encontram dificuldades em galgar cargos de maior prestígio, como os de chefia. “O inimigo principal é o essencialismo, o discurso sobre a natureza das mulheres e sobre a diferença entre a psicologia masculina e a

³⁶ Para Gallego, cultura jornalística trata da criação e recriação da realidade. “Uma perspectiva de mundo partilhada por um grupo de jornalistas e que consiste numa série de valores, crenças e regras sobre a maneira de conduzir e tratar certos temas (2004, p. 60).

³⁷ Por dimensão de gênero, a estudiosa espanhola compreende “os traços que afetam as pessoas pelo fato de pertencerem a um gênero” (GALLEGO, 2004, p. 60). O conceito de gênero será tratado por nós nos capítulos à frente.

³⁸ No original: “Altering mediated images of women and men to portray them in a wider range of roles is at best a start”.

³⁹ Disponível em < http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/pesquisaintegra_0.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2017.

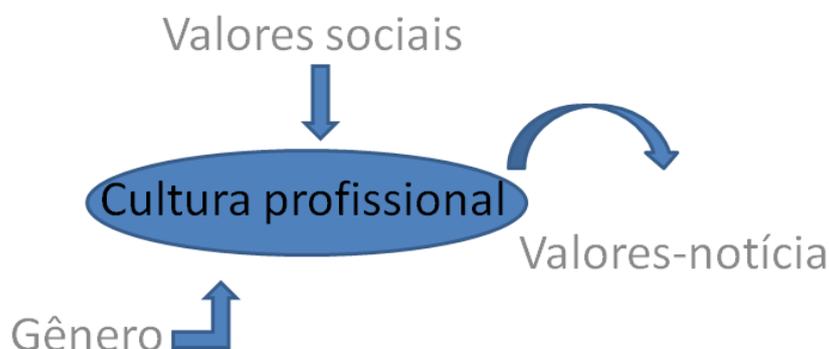
psicologia feminina” (TOURAINÉ, 2010, p. 47). Essa diferença na natureza psicológica entre homens e mulheres pode estar refletida nas redações por meio do que se convencionou denominar como percepções distintas sobre os fatos, o que leva, por exemplo, a que mulheres deem um tom mais humano a temas frios como economia e política; ou que mulheres tenham “faro jornalístico”⁴⁰ mais apurado para temáticas sociais.

O que nos leva a pensar na natureza dos valores-notícia, quais sejam: (1) dinâmica e (2) imbricada à cultura profissional (WOLF, 1994). Em outras palavras, os valores-notícia estão ligados à conjuntura sociocultural, que não é estática. Ao contrário. Muda com o tempo, muda com o lugar. “A ligação entre os valores sociais e os valores profissionais é comumente feita pelos chamados ‘valores-notícia’” (SILVA; MENDES, 2009, p. 178). Compreendemos também que as questões de gênero estão da mesma forma atreladas à cultura profissional jornalística. “Gênero é um elemento distintivo nos modos do fazer jornalístico, bem como nas relações e hierarquias entre os profissionais e entre as próprias notícias” (VEIGA, 2012, p. 490). Ou seja, as questões de gênero influenciam na cultura profissional, que, por sua vez, interferem nos valores-notícia. E essa mesma cultura profissional que permeia a redação jornalística serve como canal de entrada dos valores incutidos na sociedade, que aparecem como “ingredientes no processo produtivo das notícias” (VEIGA, 2012, p. 491).

A cultura profissional, portanto, sofre e exerce influências ao longo de todo o processo, refletindo no produto final do jornalismo, que, em certa medida, interfere na percepção que o público tem dos fatos. Em outras palavras, valores culturais e profissionais estão imiscuídos (Gráfico 1). Da mesma forma que os meios de comunicação – por meio de seu produto final, a notícia – são instrumentais no processo de aceitação/entendimento por parte do público, tanto no intuito de naturalizar e reforçar valores quanto de fazer circular novas perspectivas (CARTER; STEINER, 2009; LAGO et al., 2018).

⁴⁰ Jargão jornalístico que se refere à intuição dos profissionais para identificar fatos e histórias com alto potencial de valor-notícia e, portanto, de interesse público.

Gráfico 1 – Cultura profissional



Fonte: a autora

2.4 MAIS MULHERES, MAIS PLURALIDADE?

Ao estudar a cobertura dos movimentos feministas por parte da televisão, revistas femininas e jornais, Tuchman (1978) desenvolveu reflexões decisivas para a sustentação das ideias de representação simbólica e de aniquilamento simbólico⁴¹. Se os meios de comunicação são reflexo dos valores sociais dominantes, o fazem incorporando ideias ou ideais como representações simbólicas. O inverso disso seriam os atos de aniquilamento simbólico, que se materializam quando se condena, quando se trivializa ou quando se ignora comportamentos, ações, grupos de pessoas etc.

Embora haja uma população jornalista feminina superior a 60% no Brasil, de quase 50% em Portugal e igualmente representativa em vários outros países ocidentais, o aniquilamento simbólico (TUCHMAN, 1978) existe quando muito mais que 50% das fontes, entre oficiais e especializadas, ouvidas nas matérias, são compostas por homens. Ou quando as fontes mulheres são descritas e retratadas de forma que as desvie das suas aptidões profissionais e se concentre em atributos de beleza, vestimenta, estado civil e outras abordagens de ordem pessoal. Ou ainda quando se estereotipam comportamentos e características “natas”, como sensibilidade para mulheres e frieza/objetividade para homens.

Quando se quer refletir sobre a relevância do jornalismo para uma sociedade e da

⁴¹ A expressão “aniquilamento simbólico” ou “aniquilação simbólica” foi inicialmente usada pela escola americana de comunicação George Gerbner (em alusão ao teórico fundador da teoria da enculturação) e por Gaye Tuchman, em 1978, para descrever a ação de grupos poderosos na sociedade que suprimem os menos poderosos, marginalizando-os a ponto de serem virtualmente invisíveis como um grupo representável (CARTER; STEINER, 2009).

presença da mulher nesse contexto, faz sentido olhar para o jornalismo por diferentes óticas. Uma delas, que vai nortear a pesquisa empírica que será apresentada e analisada nos capítulos à frente, é a ótica interna, obtida dentro das redações, junto aos profissionais que ali atuam. Outra maneira de perceber como o jornalismo se insere sob o ponto de vista de gênero é por meio do produto jornal. Ao menos duas dimensões podem ser observadas, a partir do que se diz e como se diz nos veículos de comunicação informativos: 1 – o quanto as mulheres são ouvidas, ou seja, o quanto elas aparecem como fontes especializadas para tratar de diferentes áreas do conhecimento, como política, economia, saúde e segurança, dentre outras editoriais dos jornais. 2 – o que se fala e como se fala das mulheres nas matérias jornalísticas (GALLAGHER, 2009).

Nesta pesquisa, não nos centramos nos produtos jornalísticos. Interessam-nos as práticas e rotinas dentro das redações. Porém, aludimos a pesquisas e pesquisadores que fazem registros determinantes sobre a forma como as mulheres e as questões de gênero aparecem na mídia. De modo a pensar até que ponto a imprensa pode contribuir para a construção da mulher enquanto cidadã, baseado numa visão de igualdade e equidade (GALLAGHER, 2004). E também para avaliar se e em que medida a hibridização da profissão resulta em notícias mais igualitárias sob os aspectos das temáticas, das abordagens e das fontes consultadas. Afinal, as análises de produtos informativos (notadamente a notícia) podem revelar formas sutis de lidar com diferenças de gênero. Desde a seleção de perguntas, passando pela forma de apresentação das fontes entrevistadas, até o estilo de entrevista adotado, entre outros aspectos.

Para Gallagher (2004), o mais importante do estudo sob a perspectiva de gênero é o envolvimento de homens e mulheres conscientes dos desequilíbrios na representação de gênero nos conteúdos midiáticos. A questão central, para a estudiosa, é fazer com que profissionais de ambos os sexos compreendam que a “representação justa e diversificada de gênero contribuirá para uma produção de maior qualidade, o que provavelmente atrairá uma gama maior de audiências” (2004, p. 158). E uma forma de fazer isso é debatendo e refletindo sobre as masculinidades e feminilidades construídas no jornalismo.

Tuchman (1978) avalia a imprensa americana dos anos 1970. Conclui que as mulheres são pouco representadas na televisão, ainda que sejam maioria em termos populacionais (51%) e mais de 40% da força de trabalho. “A escassez de mulheres na televisão americana diz aos espectadores que as mulheres não têm grande importância na sociedade americana”

(TUCHMAN, 1978, p. 140). Mas não só ao quantitativo refere-se a pesquisadora. O tratamento e a imagem retratados das mulheres e dos homens dão conta da ideia de que as mulheres não contam muito. Isso acontece, por exemplo, quando pouco se mostra mulheres profissionais ou quando as retratam como inferiores ou subordinadas aos profissionais homens. Denegrir, vitimizar ou trivializar a imagem das mulheres são formas, diz Tuchman, de aniquilamento simbólico.

Tuchman verifica também um discurso de “mulher ideal” nas páginas impressas para as mulheres. Diferente da TV, que abarca um público maior e heterogêneo, as revistas embutem discursos distintos conforme o público a quem se dirigem. “Atraindo uma audiência menor e, por definição, mais especializada, as revistas para mulheres podem responder mais rapidamente às mudanças na posição das mulheres na sociedade americana” (TUCHMAN, 1978, p. 148). Por regra, entretanto, mesmo os distintos discursos dirigidos a diferentes perfis de mulheres – donas de casa, casadas, jovens solteiras, profissionais emancipadas, divorciadas etc. – vão ao encontro da criação de padrões de comportamento, como que discursos orientados no sentido de sugerir certa identidade (MAINGUENEAU, 2006), que ao fim e ao cabo limitam o papel da mulher (TUCHMAN, 1978).

Queremos dizer, com isso, que as diferentes revistas destinadas às mulheres trilham “caminhos paralelos” para alcançar públicos cujos interesses podem divergir ou convergir, dependendo da situação (BANDEIRA, 2012; 2015). Chamamos de “paralelos” no intuito de não colocá-los em posições opostas. Buitoni (2009) afirma que a história da imprensa feminina se desenvolve em dois planos: o tradicional (dos “deveres das mulheres”) e o progressista (que envolve os direitos delas). Ambos, porém, muitas vezes recaem a proposições de padrões comportamentais colocados de forma imperativa (BUIIONI, 1990; 2009). Esses dois segmentos, que chamamos de “imprensa feminina” e “imprensa feminista”⁴², são o berço do que Buitoni (2009) classifica como imprensa feminina moderna, resultado da mistura e da herança do feminino e do feminismo, acompanhado da tendência de segmentação do mercado editorial.

Nos jornais impressos, historicamente havia a preocupação de atrair leitoras. A estratégia era tratá-las como audiência especializada, contemplada em páginas ou suplementos

⁴² No Brasil, os jornalismo feminino e feminista datam do século XIX. A partir da metade do século XX, ganham força. Em 1975 os ideais feministas avançaram nas reivindicações de igualdade de direitos e o papel da mulher na sociedade. Woitowicz (2009) lembra que surgiram duas vertentes do movimento: a das lutas gerais, envolvendo questões de classe; e a da emancipação das mulheres em questões específicas, como a desigualdade entre os sexos. À frente nos deteremos mais detalhadamente ao feminismo.

diferenciados. “Para aumentar a circulação roubando os leitores uns aos outros e para cativar novos leitores, os jornais recrutaram repórteres femininas para escreverem sobre sociedade e moda” (TUCHMAN, 1978, p. 151). Essas matérias, explica a pesquisadora, vinham atreladas a anúncios de produtos que as mulheres poderiam comprar para a família. “A origem das notícias das mulheres revela o quanto os jornais têm tradicionalmente definido os interesses das mulheres como diferentes do dos homens” (1978, p. 151). O movimento feminista daquele fim dos anos 1970 é um fator de mudança desse cenário. Mas, mesmo a partir dele, a visão tradicional dos interesses das mulheres encontra resistência e ainda representa uma forma de alienação (à frente nos centraremos em inclusão, exclusão e formas de tratamento às questões de gênero). Conforme Veiga (2012):

As concepções e os atributos de gênero [importante deixar claro que esses atributos não se restringem ao sexo biológico, uma vez que homens e mulheres estão sujeitos à égide de uma cultura patriarcal] dos jornalistas estão imiscuídos nos processos de produção e nas notícias, revelando que o próprio jornalismo é constituído de hierarquias de gênero (VEIGA, 2012, p. 491).

Byerly e Ross (2008, p. 124-127) propõem, com base em pesquisa feita por elas com mulheres que atuam como ativistas feministas de mídia, quatro caminhos que nos ajudam a pensar essa relação entre sociedade, jornalismo, mulher e o papel de uns sobre os outros – e em relação aos outros. O caminho número um (1) é chamado de políticas para a mídia, representado pelas mulheres que produzem produtos jornalísticos voltados para a atuação feminista. O segundo caminho – que neste momento mais se aproxima da nossa discussão envolvendo as mudanças no jornalismo com olhar para questões que dizem respeito às mulheres, uma vez que trata de uma característica que reflete o conhecimento, a experiência e lições de mulheres que trabalham em empresas jornalísticas – (2) descreve estratégias de mulheres jornalistas que, de dentro dos jornais, buscam incluir conteúdos relacionados às mulheres, além de atuar numa melhora do status profissional da jornalista. O terceiro caminho apontado pelas pesquisadoras (3) é o das profissionais que, de fora dos veículos de comunicação, advogam em defesa da melhoria no tratamento das mulheres que atuam na mídia e que são retratadas pela mídia. Um exemplo são as pesquisadoras da área. O último caminho (4) é o de publicações femininas, que permitem às mulheres maior controle de produção e distribuição.

Essas quatro características que Byerly e Ross (2008) chamam de “caminhos”

apresentam-se para nós como temas emaranhados em uma mesma teia, ou seja, não de forma isolada, e sim de maneira complementar, eles aparecem como molas propulsoras desse movimento que é possível observar no dia a dia da cobertura jornalística.

Uma consequência para o aumento da população feminina nos cargos de chefia das redações pode ser o fato de haver olhares diferentes sobre a cobertura, sobre as fontes a serem ouvidas, assim como estilos de texto – ainda que o equilíbrio ou desequilíbrio de gênero nas redações não seja determinado pelo quantitativo de profissionais de diferentes sexos. Acerca das fontes, Rodgers e Thorson (2003), citados no relatório do GMMP (2015), afirmam que, comparadas aos homens, as mulheres jornalistas são mais propensas a incluir fontes femininas ou representantes de minorias nas matérias.

Exemplo trazido pelos pesquisadores Correa e Harp, em 2011 (GMMP, 2015), trata da cobertura da vacina contra HPV. A comparação se deu entre um veículo com maioria de jornalistas homens e outro com distribuição paritária de gêneros. No primeiro jornal, as coberturas ficaram mais restritas a ouvir as fontes oficiais. No segundo, além de abordar o tema de forma mais diversa, ouviu, além das fontes oficiais, os cidadãos. Os estudos permitiram inferir que jornais com chefes mulheres tendem a incluir mais mulheres entre as fontes de informação e são a chave para promover equidade de gênero nas práticas jornalísticas (GMMP, 2015; UNESCO, 2014).

Na sociedade brasileira atual, por exemplo, fala-se em feminicídio⁴³ e não mais em crime passional, como se via num passado recente. Uma das jornalistas entrevistadas nesta pesquisa, com 37 anos de idade e 16 de jornalismo, afirma não crer em uma coincidência de momentos. Vê a atual visibilidade da pauta sobre o assassinato de mulheres motivado por questões de gênero como consequência de uma bandeira feminina erguida fortemente no jornalismo atual e, sobretudo, pelas jornalistas que trabalham e acompanham o dia a dia da sociedade. Outros termos servem de exemplo, como sexismo, dupla jornada, assédio sexual. São temas e termos incorporados, sobretudo, por feministas na sociedade como forma de descrever a realidade social e de reduzir o que Byerly e Ross (2008) avaliam como desvantagem da mulher na esfera pública oficial, que é predominantemente masculina (2008, p. 118).

⁴³ No Brasil, a Lei do Feminicídio foi promulgada em 2015, pela então presidente da República Dilma Rousseff, como forma de qualificar o crime de homicídio. O termo, entretanto, foi usado pela primeira vez na década de 1970. A pesquisadora sul-africana Diana Russell está entre as primeiras a usar essa expressão, cujo significado é a morte de mulheres motivada por razões de gênero.

Ainda assim, ressaltam Carter e Steiner, não basta incluir imagens mais realísticas e positivas de mulheres e meninas na imprensa, afinal, “sexismo não é meramente uma questão de representação midiática” (CARTER; STEINER, 2009, p. 4, tradução nossa⁴⁴). Neste ponto, as pesquisadoras referem-se à necessidade de se falar em igualdade salarial, igualdade na ocupação de cargos, direitos humanos, fim da violência doméstica, dentre outros aspectos que denotam desigualdade entre os gêneros.

A abordagem e a cobertura de temas são questões discutidas por esta pesquisa nas entrevistas com profissionais jornalistas, cujos resultados serão apresentados nos capítulos adiante. Importante esclarecer, entretanto, que, para aferir a abordagem dos assuntos e tipos de fontes incluídas nas matérias jornalísticas, seria necessário fazer um estudo de produto, que não é aqui nosso propósito.

Assim, os termos **sociedade**, **jornalismo** e **mulher** representam a conjunção dos três pontos que dão sustentação a este capítulo introdutório: o jornalismo como mediador social, como uma necessidade social, histórica e também cultural, como prestador de serviço e mecanismo de circulação de ideias. Em última instância, mediador entre os acontecimentos e a sociedade. À medida que teve relevância ampliada, profissionalizou-se, permeado pelos ideais de objetividade difundidos nos Estados Unidos do início do século XX, até os patamares que vemos atualmente. Paralelamente, acompanhamos a entrada das mulheres na profissão, fortemente impulsionadas pelo surgimento dos cursos superiores de jornalismo no país. Ao mesmo tempo, a cultura profissional se sustenta em meio a uma sociedade com forte herança heteronormativa, dentro e fora das redações, na produção e no produto jornalístico. Na próxima seção, passamos a discutir questões de gênero e do mundo do trabalho. Os conceitos de gênero e de divisão sexual do trabalho são importantes nesse caminho, a fim de delimitar a chamada feminização das profissões.

⁴⁴ No original: “Sexism is not merely na issue of media representations”.

3 AS MULHERES NO MUNDO DO TRABALHO

Não é difícil compreender que não se pode falar em feminismo no singular. Pessoas com diferentes filiações político-ideológicas são partidárias de distintos feminismos.

(Heleieth Saffioti)

Atentar para a chegada das mulheres ao mundo do trabalho ocidental significa, indubitavelmente, olhar para o papel dos movimentos feministas na inserção do gênero feminino na vida profissional e em sociedade. O movimento foi relevante inclusive na produção de valores sociais e econômicos. Em outras palavras, não se pode tratar do mundo do trabalho da mulher sem percorrer o caminho que o feminismo trilhou até a chegada dela ao universo profissional.

O capítulo anterior apresentou pilares desta pesquisa, calcada no jornalismo, no mundo do trabalho e na mulher. O jornalismo como parte de um processo de construção social da realidade, cujas narrativas são, em alguma medida, delineadas pela cultura dos profissionais, alicerçam a perspectiva de olhar para o papel da profissão na sociedade e de como a mulher está inserida nesse contexto. A partir de agora, discutimos diretamente aspectos centrais da pesquisa. E começamos pelas questões de gênero e do mundo do trabalho. O universo conceitual de gênero e de divisão sexual do trabalho norteia este caminho. Aqui, buscamos delimitar o enfoque que damos à chamada feminização das profissões.

3.1 DO FEMINISMO À FEMINIZAÇÃO DAS PROFISSÕES

O desenrolar do século XIX foi de ingresso das mulheres ocidentais no mundo do trabalho produtivo. A segunda metade do período foi também marcada pela busca por trabalho assalariado equivalente ao masculino, assim como de direitos civis e educação. Um dos marcos dessa época é o trágico episódio de 8 de março de 1857 - quando 129 operárias de uma fábrica têxtil, em Nova York, morreram queimadas enquanto lutavam por melhores

condições de trabalho. Daí resultou a instituição do Dia Internacional da Mulher, data oficialmente adotada em 1910, durante o 2º Congresso Internacional de Mulheres, em Copenhague, em memória das operárias mortas.

Além de um momento marcante das ações em defesa dos direitos das mulheres, que ocorriam num período em que a discriminação feminina no Ocidente era generalizada, na vida doméstica, social e econômica, suscitou mais reivindicações. Os anos 1880 ficaram lembrados mundialmente por conta das americanas que exigiam o sufrágio universal, assim como a igualdade de oportunidades no mercado de trabalho para ambos os sexos.

Até que houvesse uma efetiva relação da mulher com a profissão jornalista (assunto que vamos abordar no capítulo a seguir), existiu toda uma história de luta, de busca de direitos das mulheres na sociedade e no mundo do trabalho e que transformou a condição das mulheres em muitos países. Foram séculos de lutas para se constituírem como sujeitos históricos. Um fluxo que não só atravessa, mas está imbricado ao feminismo, às questões de gênero, e que na atualidade se descortina, entre outras formas, no fenômeno que podemos chamar de “inversão da história” no que se refere ao protagonismo da mulher na esfera pública – e não só na privada. Significa dizer que a ação feminista transformou a situação das mulheres. Não só a situação, mas também o modo de ser e viver delas. Um movimento, na verdade, que “permanece mobilizado lá onde a dominação masculina conserva sua força” (TOURAINÉ, 2010, p. 19).

Como forma de denominar o feminismo, recorremos a Sarti (2004), para quem o movimento é:

[...] uma experiência histórica que enuncia genérica e abstratamente a emancipação feminina e, ao mesmo tempo, se concretiza dentro de limites e possibilidades, dados pela referência a mulheres em contextos políticos, sociais, culturais e históricos específicos. (SARTI, 2004, p. 35).

A história das lutas das mulheres é longa. Não tencionamos, aqui, resgatá-la, e sim apontar os fluxos de alguns momentos emblemáticos, uma vez que representações históricas do passado ajudam a construir o gênero no presente (SCOTT, 1994). Os estudos sobre os movimentos feministas, ao longo dos tempos, são compartimentados por “ondas”, que, na visão da pesquisadora Maria da Glória Gohn (2008), deram notoriedade ao movimento

coletivo das mulheres. A primeira⁴⁵ delas envolvendo a luta de mulheres das sociedades ocidentais pelo direito ao voto e à educação, entre o fim do século XIX e início do XX, e ficou conhecida como movimento das sufragistas, por conta da forte representação política (FIGARO, 2018, p. 574). O movimento sufragista, a propósito, ainda que tenha feito parte do feminismo por ter sido caracteristicamente uma ação de denúncia da exclusão e reivindicação da participação da mulher nas decisões políticas, ganhou força de forma independente, dentro de um contexto global (BANDEIRA, 2012).

No Brasil do século XIX, lembra Gohn (2008), as causas abolicionistas também foram abraçadas por mulheres, a exemplo do que aconteceu nos Estados Unidos. Mulheres que trabalhavam como professoras, escritoras ou artistas, na época, também brigaram pelo sufrágio, que foi garantido na Constituição de 1934.

Durante toda a primeira fase do feminismo mulheres destacaram-se como atrizes independentes, defensoras dos direitos das mulheres, num mundo dominado pelos homens [...] no Brasil, progressivamente, um ‘mundo feminino’ começou a vir a público em publicações, jornais e revistas (GOHN, 2008, p. 138).

A segunda onda surge também nas sociedades ocidentais a partir dos anos 1960⁴⁶, quando começam a aparecer estudos chamando atenção para as injustiças sociais contra as mulheres. “Segundo Matos (2010) e Saffioti (1986), emerge com o movimento de contracultura entre os anos 1960 e 1980” (FIGARO, 2018, p. 575). Foi quando tornou-se mais presente na esfera pública “como projeto político e pensamento social” (VELOSO, 2013, p. 51).

A segunda onda engloba diferentes momentos, que vão desembocar no que chamamos hoje de estudos de gênero (MARTINEZ; LAGO; LAGO, 2016). Quais sejam:

1– feminismo da igualdade: aqui, o foco são as reflexões acerca das condições sociais das mulheres. Mead (1901-1978), antropóloga estadunidense, introduziu, já nos anos 1930, a concepção de que os papéis sexuais, assim como os sociais, são socialmente atribuídos, e não determinados pela biologia (MARTINEZ; LAGO; LAGO, 2016).

De acordo com esta visão teórica, não se pode mais falar em *A mulher* com uma essência universal que a diferencia d’*O Homem*, também

⁴⁵ Em 1845, os Estados Unidos já vivenciavam o início do movimento. Por volta de 1920 se propaga por diversos países (UNESCO, 2014).

⁴⁶ Reino Unido e Estados Unidos foram o berço do movimento, que se espalhou por vários países, na década de 1960 (UNESCO, 2014).

essencializado, universal. Não se pode mais atribuir diferenças de personalidades e de comportamentos às diferenças biológicas entre homens e mulheres (MARTINEZ; LAGO; LAGO, 2016, p. 4, grifo das autoras).

Na mesma linha, a filósofa francesa Simone de Beauvoir (1908-1986) enfatiza a posição secundária das mulheres como uma atribuição social. Nessa época, os movimentos feministas também suscitaram discussões e estudos sobre igualdade entre os sexos, não discriminação da mulher, condição da mulher na família e no trabalho (GOHN, 2008).

2– feminismo das diferenças: nessa fase, afirmam-se as diferenças entre homens e mulheres. E justo a complexidade dos desdobramentos dessas questões é que suscitaram a adoção do conceito de gênero.

Apesar da crença dessa divisão do movimento em duas correntes – a que reivindica igualdade e a que dá prioridade às diferenças –, Touraine vê muito mais proximidade que distanciamento entre ambas as orientações, “uma vez que tanto uma quanto outra se referem a um sistema social dotado de hierarquias e normas inscritas na sua cultura” (2010, p. 90). Além disso, para o autor, “a construção das mulheres como sujeitos começa através das lutas pela igualdade, mas somente se afirma realmente com a reivindicação de sua diferença” (2010, p. 182), distinção esta que está no cerne do movimento feminista.

3– categoria gênero: à luz dos anos 1980, a adoção à categoria gênero enfatiza a construção das relações entre masculinidade e feminilidade. Uma forma de se referir à “organização social da relação entre os sexos” (SCOTT, 1995, p. 72). De forma abrangente e interdisciplinar, os estudos de gênero se debruçam sobre diversos temas, dentre eles, o mundo do trabalho e as mídias. A socióloga Heleieth Saffioti (1934-2010) remete a categoria gênero ao início da humanidade e que se reconstrói com uma nova forma de articular relações de poder, que são as classes sociais. “Gênero diz respeito às representações do masculino e do feminino, a imagens construídas pela sociedade a propósito do masculino e do feminino” (SAFFIOTI, 2004, p. 116). Não explicita necessariamente desigualdades entre homens e mulheres. Além de uma categoria de análise, trata-se de uma categoria histórica. “Cada feminista enfatiza determinado aspecto do gênero, havendo um campo, ainda que limitado, de consenso: o gênero é a construção social do masculino e do feminino” (SAFFIOTI, 2004, p. 45). A distinção entre sexo (enquanto categoria biológica) e gênero (masculinidades e feminilidades) foi tão importante que moldou o ativismo feminista dos anos 1970 (CARTER; STEINER, 2009).

A emergência do conceito de gênero – buscando explicar as relações entre homens e mulheres – permitiu perceber que os papéis masculinos e femininos são construções sociais nas quais relações de poder e hierarquia estão presentes. A divisão sexual do trabalho deixa de ser vista como um processo natural, mas como uma expressão da assimetria das relações entre homens e mulheres. Gênero é um elemento das relações sociais baseadas nas diferenças entre o masculino e o feminino (SCOTT, 1995) e constitui-se numa categoria analítica que amplia a visão da realidade, permitindo espaços para diferenças entre homens e mulheres, entre homens e entre as mulheres. (STANCKI, 2003, p. 3).

Desde a década de 1960, Heleieth Saffioti se debruça sobre a mulher no mercado de trabalho. Foi pioneira no Brasil a olhar para o trabalho sob a ótica de gênero. A pesquisadora (1999) lembra que o conceito de gênero foi primeiramente formulado por Stoller, em 1968. Porém, antes disso, Simone de Beauvoir, ao escrever *O Segundo Sexo*, deu, ali, a primeira manifestação do conceito de gênero. Quando Beauvoir diz “Ninguém nasce mulher. Torna-se mulher”, fica ali implícito que “é preciso aprender a ser mulher, uma vez que o feminino não é dado pela biologia, ou mais simplesmente pela anatomia, e sim construído pela sociedade” (SAFFIOTI, 1999, p. 160).

Em outras palavras, a distinção entre sexo e gênero – este como delineador de masculinidades e feminilidades e aquele baseado nas diferenças biológicas (masculino e feminino) – é uma conquista importante do movimento feminista para nossa sociedade (CARTER; STEINER, 2009). Como forma de delimitar as diferenças conceituais entre sexo e gênero, trazemos a definição formulada pelo psicanalista Stoller, que trata de identidade de gênero no livro *Sexo e Gênero* (1968):

Com alguma exceção, há dois sexos – masculino e feminino. Para determinar o sexo, é preciso verificar as seguintes condições físicas: cromossomos, genitália externa e interna, gônadas, estado hormonal e características secundárias do sexo... O sexo de alguém é, então, determinado por uma soma algébrica de todas essas qualidades, e, como é óbvio, a maioria das pessoas recai em uma das duas curvas de Gauss, das quais uma é chamada “masculina”, outra “feminina”... Gênero é um termo com conotações mais psicológicas e culturais do que biológicas; se os termos adequados para sexo são “macho” e “fêmea”, os termos correspondentes para gênero são “masculino” e “feminino”; esses últimos podendo ser bem independentes do sexo (biológico). Gênero é a quantidade de masculinidade ou feminilidade encontrada em uma pessoa e, obviamente, enquanto há combinações de ambos em muitos humanos, o macho normal tem uma preponderância de masculinidade e a fêmea normal uma preponderância de feminilidade (OAKLEY, 2016, p. 64 apud STOLLER, 1968).

Gohn (2008) reconhece os ganhos qualitativos que o uso da temática de gênero trouxe, mas não deixa de apontar aspectos negativos, que se traduzem, segundo a autora, em dificuldades para as mulheres.

Ganhos porque desnaturalizou o tema das diferenças, introduziu o masculino ao lado do feminino, para discutir as diferenças histórica e culturalmente construídas, e ampliou o debate colocando novos sujeitos oprimidos em cena, igualmente ignorados e invisíveis até então na sociedade: gays, lésbicas, transexuais etc [...] dificuldades porque houve uma certa diluição das mulheres na temática de gênero, e a invisibilidade da maioria delas continuou nos movimentos sociais não-feministas, embora possamos denominá-los movimentos de mulheres (GOHN, 2008, p. 146).

Ou seja, os termos gênero e mulher não são sinônimos. Além de gênero referir-se a diferenças socialmente determinadas entre homens e mulheres, é importante ressaltar que essas mudanças variam com o tempo e de uma cultura para outra (e até mesmo dentro da mesma cultura). “O gênero também é uma variável socioeconômica e política que é usada para analisar as funções, responsabilidades, limitações e oportunidades das pessoas” (UNESCO, 2014, p. 58, tradução nossa⁴⁷).

Ao apreendermos a conceituação de gênero pela definição desses autores, cremos poder, a partir daí, problematizar as naturalizações, as diferenças e outras nuances do gênero no mundo do trabalho do jornalismo, a partir do próximo capítulo.

3.1.1 Feminismo no Brasil

No Brasil, o feminismo segue, no século XIX, os passos da França do século anterior: começa a ganhar ares de movimento organizado quando a mulher vê seu nome suprimido, em detrimento dos homens, de importantes conquistas, como, por exemplo, o envolvimento em movimentos sociais, tais como as lutas pela reforma agrária, pelo direito à moradia, pela incorporação dos direitos das trabalhadoras rurais e domésticas à legislação trabalhista.

A ocupação de lugar marginal na história, de invisibilidade e pouca possibilidade de expressão no espaço público, além do privado, são searas que só começaram a ganhar relevância a partir da emergência do movimento feminista, com a reivindicação de políticas sociais de reconhecimento da participação e contribuição feminina para o avanço da

⁴⁷ No original: “El género también es una variable socioeconómica y política que se utiliza para analizar las funciones, responsabilidades, limitaciones y oportunidades de las personas”.

humanidade (VELOSO, 2013, p. 70). É quando se impõe que, para compreender o todo social, não se pode separar a esfera pública da privada.

Ainda que não se possa negar o predomínio de atividades privadas ou íntimas na esfera da família e a prevalência de atividades públicas no espaço do trabalho, do Estado, do lazer coletivo, e, portanto, as diferenças entre o público e o privado, estão estes espaços profundamente ligados e parcialmente mesclados (SAFFIOTI, 2004, p. 54).

O que nos permite afirmar que o feminismo vai contra o machismo reinante em todas as instituições sociais, considerando-se que a herança do patriarcado⁴⁸ não abrange somente o espaço familiar, mas perpassa a sociedade como um todo. Como uma das formas de fortalecimento do movimento, surge o jornalismo feminista, que, no Brasil, possibilitou o resgate da história, das causas e lutas travadas por mulheres feministas, especialmente no período que vai do fim do século XIX até a conquista do voto feminino, em 1934.

A partir de meados dos anos 1800, vários desses jornais surgiram no Brasil – período, a propósito, demarcado também pelo início da participação da mulher na produção e consumo de impressos centrados em moda e ensaios literários (BANDEIRA, 2015). “O feminismo sempre considerou a mídia como um importante espaço a ser conquistado, tanto para a propagação das suas causas quanto para a intensificação do debate público” (VELOSO, 2013, p. 64). A pesquisadora lembra que, durante a primeira onda, houve no Brasil a ação de mulheres em prol do abolicionismo. No campo da educação, destacaram-se artistas como Chiquinha Gonzaga⁴⁹ e Nísia Floresta⁵⁰. “Além disso, foram fomentados debates sobre o direito ao voto, com maior expressão de Berta Luz⁵¹. Já nos anos de 1930, temos a intervenção de Patrícia Galvão (Pagu)⁵², uma líder das mulheres” (VELOSO, 2013, p. 54).

O marco inicial que indica o surgimento da imprensa feita por mulheres acontece ainda no século XIX, com a publicação de jornais que discutiam principalmente a participação política das mulheres, o direito à educação e as mudanças de costumes. Estas experiências acompanharam as lutas das mulheres por direitos e lançaram as bases do que seria, décadas mais tarde,

⁴⁸ Entende-se por patriarcado um regime de dominação masculina sobre a mulher, sustentado por uma ideologia de gênero patriarcal. É uma forma de expressão do poder político, de modo que “a diferença sexual é convertida em diferença política” (SAFFIOTI, 2004, p. 55). Por ser um fenômeno social, ressalta Saffioti, o patriarcado está em constante transformação e é hoje polissêmico.

⁴⁹ Compositora, maestrina e pianista brasileira (1847-1935). Autora da primeira marcha carnavalesca com letra (Ô abre alas) e primeira mulher a reger uma orquestra no Brasil.

⁵⁰ Escritora (1810-1885). Defensora dos ideais republicanos, abolicionistas e feministas.

⁵¹ Diplomata brasileira (1894-1976), participou da assinatura da carta das Nações Unidas, em 1945, que contém menções a direitos iguais entre homens e mulheres.

⁵² Jornalista, escritora e militante política brasileira (1910-1962). Marcou o movimento modernista brasileiro.

uma imprensa assumidamente feminista (ROCHA; WOITOWICZ, 2018, p. 28).

Foi um movimento que atingiu, sobretudo, as classes média e alta da sociedade brasileira (MATOS, 2010), seguindo um indicativo comum aos movimentos sociais, de forma geral, aos quais o movimento feminista se inclui (GOHN, 2008): o de ser iniciado e liderado por agentes exponenciais, com posição central na sociedade, e não os da periferia, oprimidos ou marginalizados (PASQUINO, 1998).

Uma vez conquistado o direito ao voto, nos anos 1930, esse segmento feminista perdeu força. “Da década de 1930 até as primeiras manifestações nos anos 1970 é considerado um período de refluxo do movimento feminista, em que havia pouco espaço para as chamadas lutas ‘particularistas’” (ROCHA; WOITOWICZ, 2018, p. 31-32, grifo das autoras). Até 1975, quando o país vivenciou um divisor de águas no que se refere aos avanços das ideias feministas. Esse 1975 foi simbólico por ser o Ano Internacional da Mulher. “Foi quando as reivindicações e questionamentos, como igualdade de direitos e o papel submisso das mulheres, respectivamente, começaram a ganhar eco na sociedade. Houve ali o ressurgimento da imprensa feminista” (BANDEIRA, 2015, p. 196). Da mesma forma, a partir daí cresce o número de mulheres cientistas dedicadas ao estudo da condição feminina (SAFFIOTI, 1987, p. 92). “Os estudos e pesquisas das feministas integraram-se paulatinamente na comunidade científica universitária e nos centros de pesquisa” (GOHN, 2008, p. 141).

Caracterizado como ‘segunda onda’, o movimento feminista “ressurge em meio ao período da ditadura militar, contando com a participação de mulheres que passaram pela experiência do exílio” (ROCHA; WOITOWICZ, 2018, p. 32).

No Brasil, o desenvolvimento da segunda onda do movimento feminista foi diferente e ocorreu um pouco mais tarde que nos Estados Unidos e na Europa. As mulheres emergiram na cena pública brasileira após 1975, por meio de seus diferentes papéis sociais (GOHN, 2008, p. 140).

Resistência contra a ditadura militar, luta contra a hegemonia masculina, contra a violência sexual e direito ao exercício do prazer (MATOS, 2010) são algumas das bandeiras levantadas. Foi importante o papel do movimento feminista no processo de redemocratização do país. Jornais e revistas feministas uniam os temas (1) direitos da mulher e (2) luta pela democracia, contra a ditadura instalada em 1964 (FIGARO, 2018, p. 577). Não se pode esquecer, no entanto, que no contexto histórico dessa década, grande parte da população ridicularizava o feminismo (KOSHIYAMA; REIMBERG, 2018). Os veículos de

comunicação feministas – e as jornalistas, naturalmente – acabavam tendo também por missão rebater o olhar pejorativo. Ainda assim, dadas as limitações políticas e sociais, os anos 1970 foram um marco da força do feminismo no Brasil. Possivelmente motivada também pelo movimento feminino de ingresso às universidades, iniciado na década anterior⁵³, conforme relata Ramos (2010), a partir de entrevista com Cremilda Medina. “Com diploma na mão, educação, informação e emprego, a autoestima subiu. O caminho da cidadania para as mulheres foi definitivamente aberto” (RAMOS, 2010, p. 338).

Veloso (2013) lembra que nos anos 1980 uma forte preocupação das feministas era a difusão de imagem deturpada das mulheres. Assim, a criação de veículos próprios (*Brasil Mulher* e *Nós Mulheres* são jornais que ficaram conhecidos em todo o Brasil, à época) surge como uma forma de popularizar a causa e buscar o apoio da classe feminina contra o sexismo nos meios de comunicação. No Brasil, como resultado dessas reivindicações, surgiram os Conselhos Estaduais de Direitos das Mulheres (1982/1983), as Delegacias de Polícia de Defesa da Mulher (1985) e a primeira casa de apoio a mulheres vítimas de violência doméstica (1986), em São Paulo. Nos anos 1990, grupos de mulheres foram organizados em diferentes esferas do cotidiano.

Basicamente podemos dizer que nas últimas décadas do século XX construíram-se duas representações sobre o feminismo: o da igualdade, que enfatiza a similitude entre homens e mulheres e destaca as lutas mais gerais contra todas as formas de opressão, e o feminismo da diferença, das desigualdades, que defende haver uma diferença fundamental entre os sexos que leva a práxis diferentes. O feminismo da igualdade propõe políticas de ação positiva, de integração e acesso aos recursos. O feminismo da diferença tende a defender a existência de uma cultura feminina e a necessidade de que as mulheres se centrem em si mesmas (GOHN, 2008, p. 143).

O século XXI chega, no Brasil e no mundo, com um alargamento das batalhas feministas, com destaque para novos e antigos temas – uma vez que muitos dos direitos das mulheres conclamados nas décadas anteriores ainda não são realidade. E o movimento dialoga ainda mais amplamente com o que Buitoni (2009) chama de imprensa moderna, associado (e por que não estimulado?) pelas redes sociais e os novos canais de comunicação abertos por elas⁵⁴.

⁵³ Além das razões sociais aqui discutidas, o movimento de busca feminina pelo espaço universitário pode ser compreendido também com base no surgimento de faculdades no Brasil. Aqui, nas primeiras décadas do século XX ainda são poucos os cursos universitários existentes. E, de forma geral, estavam concentrados nos grandes centros, sobretudo no eixo Rio-São Paulo.

⁵⁴ A título de exemplo, citamos campanhas virtuais iniciadas em 2015 em redes sociais como *Facebook* e

[...] a batalha diária do feminismo não está restrita, hoje, apenas ao campo das ideias e do discurso. Mas é sobre esse asfalto que muitas disputas são materializadas. Todavia, um dos desafios do feminismo reside, sobretudo, na arte de reinventar uma prática política e reoxigenar o pensamento crítico em torno da construção das condições objetivas de emancipação das mulheres (VELOSO, 2013, p. 94).

Esse aflorar que surge no fim do século XX e início do XXI vem com a nomeação de terceira onda do feminismo, no Brasil e no mundo – fase que pode abarcar a bandeira de maior participação da mulher não só na produção, mas também nas posições de controle e decisão. A terceira onda, aponta a Unesco (2014, p. 14, tradução nossa⁵⁵), “é relativa a papéis de todas as pessoas na construção do gênero”. Ou seja, nesse momento, o movimento preocupa-se com a forma como esses papéis podem perpetuar as desigualdades e limitar a decisão e a expressão individuais.

Na chamada terceira onda, com a globalização e as correntes denominadas pós-modernistas, as questões de gênero serão retomadas no patamar de posições individualistas que veem na questão da desconstrução da natureza da identidade de gênero o eixo das lutas, as quais se dão sobretudo em nível conceitual nas universidades. Autoras como Susan Bordo, Elizabeth Grosz, Judith Butler e Donna Haraway propõem a reflexão sobre a desconstrução de gênero como categoria identitária e formulam o que se denomina de Teoria Queer⁵⁶ (FIGARO, 2018, p. 575).

Há autoras trabalhando com a percepção de uma quarta fase do feminismo (HOLLANDA, 2018; MATOS, 2010). Uma quarta onda, desenhada a partir dos anos 2000, e que no Brasil e em outros países da América Latina pode ser demonstrada por meio de alguns marcos: 1– institucionalização do movimento das mulheres e do feminismo; 2– criação de órgãos executivos de gestão de políticas públicas; 3– institucionalização de ONGs e redes feministas (MATOS, 2010). Ainda incipiente em termos de análises e construções teóricas, essa quarta onda estaria atrelada fortemente à força da internet e das redes sociais. Em âmbito mundial, um marco foi a Marcha das Vadias⁵⁷, em 2011, no Canadá. No Brasil, desenhou-se

Twitter. A pioneira foi #meuprimeiroassedio, seguida por #meuamigosecreto, #assedionotrabalho, dentre outras. Ver mais no artigo *Gênero e Poder no Processo de construção social da realidade: Representações do real na campanha virtual #meuamigosecreto* (BANDEIRA, 2016). Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0787-1.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

⁵⁵ No original: “Es relativa a los roles de todas las personas en la construcción del género”.

⁵⁶ Os estudos Queer têm origem nos anos 1990 e são considerados pertinentes para compreender as relações de gênero e sexualidade (SILVA, 2010).

⁵⁷ O movimento surgiu em Toronto como uma forma de protesto à crença de que as mulheres vítimas de estupro

no pós-manifestações de 2013⁵⁸. Matos (2010) coloca essa “nova onda” feminista como um movimento articulado aos desafios contemporâneos.

[...] são resultados inequívocos da participação feminina e feminista por meio dos movimentos sociais e políticos nos quais se engajaram no momento da transição do regime militar (ao longo dos anos 1960 e 1970) para a democratização do país (nos anos 1980). São resultados também de processos de institucionalização de demandas sociais combinados ao esforço de execução de outros formatos e desenhos de políticas públicas. Conceituamos tais tendências em curso como uma “quarta onda” do feminismo no país, que poderia, por sua vez, ser definida como um processo de “democratização de gênero no âmbito das instituições e da (re)formulação de políticas públicas”, assim como de revitalização da agenda clássica do feminismo na busca por direitos, desta vez a partir dos desafios colocados pelo movimento contemporâneo de transnacionalização do feminismo, de globalização das agendas locais das mulheres e de fermentação das estratégias feministas horizontais (MATOS, 2010, p. 83).

Touraine (2010) chama a atual geração de pós-feminista. “Essas mulheres vieram de um mundo onde imperava a lógica de dominação. E o novo mundo que elas constroem define-se por uma superação das relações de poder e por uma constante referência a si mesmo” (2010, p. 91). O pós-feminismo surge como proposição à reflexão com intuito de transformar as mudanças institucionais (que já são realidade) em mudanças culturais – que são, a nosso ver, o cerne da questão, uma vez que, enquanto não há mudança cultural, a crescente participação da mulher em todas as esferas da sociedade seguirá por meio da produção e reprodução dos velhos comportamentos arraigados culturalmente.

“As mulheres de hoje não são simplesmente as herdeiras satisfeitas daquelas que combateram em favor dos direitos das mulheres. Elas sentem principalmente que são elas que criam esta outra maneira de viver” (TOURAINÉ, 2010, p. 111). Uma forma de traduzir essa nova forma de viver seria a importância às questões culturais, que envolvem as relações pessoais e interpessoais – assim, um pós-feminismo atento à vida pessoal. Ou seja, após as relevantes vitórias que ampliaram e deram sentido à igualdade, a questão cultural ganha foco, e vai agir no sentido de superar dicotomias e polarizações. A oposição homem/mulher deixa de fazer sentido em prol de uma cultura a ser vivenciada por todos. Sob esse aspecto, faz sentido as mulheres entrevistadas por esta (o que trataremos no capítulo analítico) e por outras

teriam provocado a violência por conta de seu comportamento ou vestimentas. Desde então o movimento se internacionalizou.

⁵⁸ Referimo-nos aqui aos vários manifestos populares que ocorreram em todo o Brasil contra o aumento das passagens dos transportes públicos, contra a violência, contra a corrupção etc.

pesquisas refutarem as dicotomias originalmente presentes nas causas feministas. E, mais uma vez, é no domínio da educação que se pode chegar a esse novo modelo cultural.

Quarta onda feminista, pós-feminismo e outras nomenclaturas que podem surgir são reveladoras de um movimento que segue trilhando caminhos, acompanhando as mudanças e necessidades da sociedade. Da conquista de espaços, parte-se para consolidação e ampliação, o que nos revela a pertinência e a importância desse movimento que, desde a conquista do voto, já representou tantos outros avanços.

3.2 AS MULHERES NO MUNDO DO TRABALHO NO OCIDENTE

A ascensão das mulheres ao mercado de trabalho é observada, de forma mais robusta, a partir do fim dos anos 1970, acompanhando e impulsionando um período de amplas mudanças no processo de produção e trabalho, que possibilitou a elas a saída de casa para trabalhar (ANTUNES, 2018; SAFFIOTI, 1987). Ou seja, a participação feminina em praticamente todas as atividades econômicas e profissões é uma conquista recente do ponto de vista histórico – do século XX, que alguns pesquisadores chamam de “século das mulheres” (LOMBARDI, 2010). Ainda que haja lacunas importantes, como, por exemplo, a menor representatividade em cargos de autoridade e responsabilidade nas áreas econômica e política (BOURDIEU, 2014, p. 126).

Na continuidade desse processo guiado fortemente pela economia, foi nos anos 1990 que mudanças importantes no contexto internacional transformaram as relações laborais (FIGARO, 2013), suscitando o crescimento da precariedade e da informalidade, no mundo do trabalho, embora sua existência remonte ao capitalismo. “A precarização não é algo estático, mas um modo de ser intrínseco ao capitalismo” (ANTUNES, 2018, p. 59). O autor quer dizer que a precarização do trabalho tanto pode se ampliar quanto diminuir, dependendo da força da classe trabalhadora e, acrescentamos, do segmento de atuação do assalariado.

Para estudiosos como Hirata (2001), a globalização forçou a feminização da mão de obra economicamente ativa e seus efeitos afetaram desigualmente o trabalho masculino e feminino, na década de 1990. No caso das mulheres, explica a autora, a participação delas é notadamente maior, tanto nos setores formais quanto informais. “Contudo, essa participação se traduz principalmente em empregos precários e vulneráveis, como tem sido o caso na Ásia, Europa e América Latina” (HIRATA, 2001, p. 143). O que pode ser fruto de uma visão

estritamente econômica, despreocupada com a emancipação das mulheres. “O sentido que vem sendo construído para a democracia nos movimentos sociais⁵⁹ – com grande participação das mulheres – é também excludente e conservador” (GOHN, 2008, p. 153). Hirata avalia ainda existir uma tendência à bipolarização:

Num extremo, profissionais altamente qualificadas, com salários relativamente bons no conjunto da mão de obra feminina (engenheiras, arquitetas, médicas, professoras, gerentes, advogadas, magistradas, juízas etc.), e, no outro extremo, trabalhadoras ditas de “baixa qualificação”, com baixos salários e tarefas sem reconhecimento nem valorização social. Essa bipolarização não surge apenas nos países europeus desenvolvidos, mas também em países semi-industrializados como o Brasil. (HIRATA, 2001/02, p. 148).

Koshiyama (2001) coloca que a exclusão de gênero é mais antiga que as exclusões de classe. Figaro (2018, p. 573) corrobora e acrescenta que a primeira divisão do trabalho foi uma divisão sexual. Carter e Steiner contextualizam:

A industrialização do século XIX e a relocação do trabalho da família e da fazenda para a fábrica e lojas na cidade contribuíram para o desenvolvimento de esferas desiguais de trabalho e gênero [...] Garotas eram criadas para serem consumidoras no futuro, em vez de produtoras (2009, p. 12).

Essas representações históricas do passado ajudam a construir o gênero no presente, da mesma forma que a ideia de diferença sexual pode ser usada como uma forma de justificar a discriminação.

Ao longo do século XXI, vê-se uma mudança no perfil demográfico das trabalhadoras, que tendem a ser mais velhas, casadas e mães. Esse perfil mais heterogêneo – e também complexo –, na verdade, é uma realidade da classe trabalhadora em geral, não apenas da mulher (ANTUNES, 2018). Mas, para Lombardi, “talvez a transformação mais decisiva no perfil da mão de obra feminina tenha sido o aumento da sua escolaridade para patamares

⁵⁹ Na acepção de Gohn (2008), os movimentos sociais são criações de grupos da sociedade civil, cujas fontes de inspiração e desenvolvimento estão calcadas nos direitos. Só a partir dos direitos individuais e coletivos, que têm como referência o universal e baseia-se na igualdade, é que se pode construir a identidade do grupo. “As demandas devem ser referenciadas pela igualdade de condições – de acesso, uso etc., segundo as condições históricas concretas de dado movimento histórico – e não por condições de naturalidade das diferenças ou externalidades impostas. Uma vez contemplada a demanda por intermédio de uma lei, tal lei deve ser ampla, para que tenha efeitos redistributivos, e não ser restritiva/focalizada, o que poderá, a médio prazo, provocar privilégios e novas desigualdades” (GOHN, 2008, p. 15). No caso específico das mulheres, Gohn compreende que os movimentos que dão visibilidade a elas, às suas demandas de vida e trabalho são fundamentais para o fortalecimento da identidade coletiva das mulheres.

superiores aos dos homens” (2010, p. 36). O que não elimina as desigualdades, ainda que a tendência seja a diminuição dessas diferenças, sobretudo de remuneração.

As chamadas desigualdades estão muito mais atreladas aos valores introjetados na cultura do que às demandas do mundo do trabalho, mas acabam refletindo nas questões práticas desse universo, como, por exemplo, cargos e salários. Na verdade, o mundo do trabalho, assim como outros setores da sociedade, refletem os valores culturais arraigados nesse conjunto social. Biasoli-Alves (2000) trata como “rupturas” e “continuidades” esse processo de obsolescência de algumas práticas, ao mesmo tempo em que outras são mantidas.

Há muitas continuidades a serem consideradas. Os valores que os mais velhos cultivaram e buscaram imprimir nos seus filhos e netos estão ainda presentes, hoje, mesmo que sob outras “roupagens”. Tais continuidades ocorrem, mesmo que se tenha observado que a imagem da mulher, “ser frágil e necessitado de proteção, sob o domínio dos sentimentos (do nervosismo), atuando na intimidade e presa aos cuidados com a prole, ganha outros contornos que fazem dela um ser em construção, na busca de seu desenvolvimento e da realização de suas potencialidades (BIASOLI-ALVES, 2000, p. 239).

Em outras palavras, ao fazermos esse exercício de olhar para trás, observando apenas um dos aspectos da vida da mulher – o do caminho trilhado por ela no mundo do trabalho –, vê-se que do século XIX até aqui, a vida da mulher passou por profundas mudanças. Mas não só. Em meio às mudanças, há muitas permanências. A análise das entrevistas que fizemos com profissionais homens e mulheres, apresentada no capítulo seis, caminha no sentido de evidenciar esses dois lados.

Em 2018, o relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT)⁶⁰ apontava para uma taxa de participação da mulher no mercado de trabalho de 48,5%. Entre os homens, a taxa de atuação no mundo laboral é de 75% – 26,5% a mais em relação às representantes do sexo feminino. Mas é uma diferença que vem caindo ano a ano – e foi mais acelerada nos 20 anos entre a última década do século XX e primeira do XXI. Em outras palavras, quer dizer que, de 2010 para cá, o ingresso das mulheres no mercado de trabalho continua crescendo, mas em velocidade mais baixa (OIT, 2018). Claro que, sendo essa uma média global, uma

⁶⁰ Tradução para International Labour Organization (ILO), uma agência das Nações Unidas (ONU) especializada nas questões do trabalho. A OIT foi fundada em 1919, como parte do Tratado de Versalhes, que pôs fim a Primeira Guerra Mundial. Tem sede em Genebra, na Suíça, e engloba 187 países – inclusive no Brasil, onde mantém representatividade desde 1950. Disponível em: <<http://www.ilo.org/brasil/lang--pt/index.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

tendência mundial, haverá mudança de país para país, de um continente para outro, sobretudo entre nações com diferentes níveis de desenvolvimento econômico.

Na média, os países desenvolvidos veem a participação das mulheres no mercado de trabalho se aproximar dos percentuais masculinos. A diferença em 2018 é de 15,6%, enquanto que em países subdesenvolvidos essa disparidade salta para 30,5%. A menor desigualdade entre os países ricos, entretanto, não mitiga outra questão de gênero relevante: a diferença salarial (OIT, 2018).

Nos países em desenvolvimento – nível em que podemos encaixar o Brasil – a diferença é ainda menor em relação às nações desenvolvidas. Há 11,8% mais homens que mulheres no mercado de trabalho. Entre as mulheres, 69,3% são ativas profissionalmente. A OIT entende que a necessidade, em função da pobreza das famílias desse grupo de países, é que eleva o percentual de mulheres no mercado de trabalho.

O relatório da OIT (2018) a que nos referimos fora divulgado na véspera do Dia Internacional da Mulher 2018. Mesmo apontando distâncias importantes entre homens e mulheres em termos de oportunidades profissionais, o documento apresenta um cenário positivo, sob o prisma das relações de gênero nas duas últimas décadas. A chegada delas a funções mais especializadas, que demandam maior qualificação, explica-se muito por meio dos caminhos educacionais, uma vez que as mulheres passaram a ter mais acesso a todos os graus de ensino, em especial ao ensino superior. Hoje, na segunda década do século XXI, habituamo-nos a ver mulheres nos mais distintos postos de trabalho. Em geral, elas nunca tiveram tantas oportunidades de estudar e trabalhar quanto no mundo ocidental atual. O que não coloca o Ocidente em situação confortável porque, obviamente, as disparidades ainda existem e persistem.

A divisão social do trabalho – processo pelo qual as atividades de produção e reprodução social são diferenciadas, especializadas e desempenhadas por diferentes pessoas – pode ocorrer através da separação das atividades de produção de bens e serviços de acordo com o sexo das pessoas que as realizam – divisão sexual do trabalho [...] a masculinização e a feminização de tarefas são construídas e associadas às representações sociais do masculino e do feminino, respectivamente (STANCKI, 2003, p. 2-3).

Ao fim da segunda década do século XXI, são perceptíveis as brechas de gênero existentes no mercado de trabalho. Por conta de um perfil social, as mulheres tendem a uma carreira mais curta, ou com interrupções. Saffioti (1982) apresenta duas vertentes que ajudam

a explicar essas brechas: 1– as mulheres que não contam com aparatos sociais suficientes para minimizar o peso da soma da jornada profissional e doméstica terminam por não ter “fôlego” para pensar a vida profissional no longo prazo; 2– as lacunas provenientes das interrupções na condição de trabalhadora colocam a profissional mulher em desvantagem, mesmo quando tem igualdade de condições com o homem quanto ao grau e qualidade de educação, ou seja, se em nível de formação há igualdade, o descompasso existe na prática profissional, que, quando interrompida, enfraquece a força de trabalho da mulher.

Fatos que, se pensados no longo prazo, comumente suscitam numa mais baixa qualidade de vida na aposentadoria, reflexo de rendimentos mais minguados por conta da menor contribuição para a seguridade social. Alguns elementos nos ajudam a pensar nas possíveis razões para esta realidade. O aspecto cultural é a explicação dada pelos estudos antropológicos, que demonstram como a cultura influencia o comportamento social e, por conseguinte, diversifica a humanidade, de região para região, apesar de a biologia nos unir.

A espécie humana se diferencia anatômica e fisiologicamente através do dimorfismo sexual, mas é falso que as diferenças de comportamento existentes entre pessoas de sexos diferentes sejam determinadas biologicamente. A antropologia tem demonstrado que muitas atividades atribuídas às mulheres em uma cultura podem ser atribuídas aos homens em outra (LARAIA, 1986, p. 19).

Dentre os costumes herdados culturalmente está o fato de que ainda impõe sobre as mulheres o protagonismo nas tarefas domésticas e de cuidados com os familiares (IBGE, 2018; MARQUES DA SILVA, 2010), dificultando, dessa forma, a dedicação que os cargos de gestão demandam, com realidades em que se trabalha mais de 10 horas diariamente e muitas vezes é preciso estar de “sobrevivo” para demandas inesperadas. O reforço e a continuação dessas práticas acabam por contribuir para que as mulheres sigam, em alguma medida, secundarizadas no trabalho fora de casa, uma vez que não fogem ao protagonismo da gestão doméstica.

Isso mostra, portanto, que sistemas formais ou informais de divisão sexual do trabalho são determinações antes de tudo culturais e não uma racionalidade biológica. Talvez não tenhamos mais, atualmente, a tradicional divisão sexual do trabalho, “com um homem provedor encarregado do trabalho para o mercado e uma mulher cuidadora exclusiva, responsável pelas responsabilidades familiares” (SILVA; SANTOS, 2018, p. 108). Porém, passamos a ter

um arranjo no qual mulheres e homens realizam o trabalho no mercado enquanto o trabalho familiar continua prioritariamente a cargo das mulheres, que passam a ter uma sobrecarga laboral, mantendo deste modo uma divisão sexual do trabalho, reorganizada a partir das alterações no mercado de trabalho (SILVA; SANTOS, 2018, p. 108).

Apesar das mudanças sociais, dados como o do Relatório de Desenvolvimento Humano de 2016 reforçam uma situação presente em muitas instâncias profissionais: nas divisões tradicionais do trabalho, os homens exercem, sobretudo, atividades para as quais são remunerados, enquanto as mulheres estão fortemente envolvidas em trabalhos domésticos e cuidados não remunerados. Em toda a América Latina, 1/3 das mulheres não têm renda própria por se dedicarem à esfera doméstica e familiar (UNDP, 2016, p. 24).

O Brasil reforça os dados mundiais. De 2016 para 2017, aumentou de 71,9% para 76,4% o percentual de homens brasileiros que fazem alguma tarefa doméstica. Apesar do incremento, a proporção de mulheres dedicadas às atividades de casa é bastante superior: passou de 89,8% em 2016 para 91,7% em 2017 (IBGE, 2018). A média de horas semanais dedicadas aos afazeres domésticos ou cuidado de pessoas, como crianças e idosos, dá ainda uma dimensão mais ampla da diferença entre homens e mulheres: entre eles, a média é de 10,8 horas semanais, enquanto elas despendem 20,9 horas, no mesmo espaço de tempo – ou seja, quase duas vezes mais tempo dedicado à casa e à família. Obviamente isso resulta em uma jornada total de trabalho (fora e dentro de casa) mais extensa para as mulheres.

À medida que as mulheres ampliam seu espaço no mercado profissional, mais aumenta a carga de trabalho global no dia a dia delas, somando-se as atividades profissionais e domésticas – o que nos faz pensar num contexto em que o espaço no mercado de trabalho cresce, e as demandas dentro de casa não diminuem. Em 2016, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), anunciou que, entre 2004 e 2014, as mulheres, que já tinham uma jornada de trabalho quatro horas maior que a dos homens, passaram a trabalhar uma hora a mais, ou seja, a diferença aumentou para cinco horas⁶¹.

Se nos dias atuais, por um lado, as mulheres compartilham com os homens o tempo de trabalho remunerado, por outro não ocorreu um processo

⁶¹ Disponível em: < <https://www.valor.com.br/brasil/4794593/nas-tarefas-de-casa-mulheres-doam-20-horas-do-seu-tempo-e-homens-10>>. Acesso em 16 jun. 2019.

equivalente de mudança com relação à redistribuição das responsabilidades sobre as tarefas domésticas (SILVA; SANTOS, 2018, p. 105).

Este ambiente doméstico, conforme Bourdieu (2014), é considerado um espaço onde as relações assimétricas de poder entre homens e mulheres foram naturalizadas. Para Veloso (2013), esse lugar de controle masculino só foi questionado, efetivamente, quando mulheres passaram a contestar as várias formas de dominação/opressão a que eram assujeitadas. Realidade essa fincada num contexto histórico de cerca de seis milênios de domínio do homem sobre a mulher (SAFFIOTI, 1987), em diferentes esferas de atuação. O patriarcado, afirma a autora, já existia na Grécia e na Roma antiga. “Com a emergência do capitalismo, houve a simbiose, a fusão, entre os três sistemas de dominação-exploração [o racial, o de classe social e o patriarcado]” (SAFFIOTI, 1987, p. 60).

As diferenças estruturais evidenciadas no espaço doméstico estão dentro de uma das faces do que Saffioti (1987) chama de dupla dimensão do patriarcado: a que se refere ao campo da dominação, modelada por uma ideologia machista, e a que a autora denomina “exploração”, que se dá tanto na esfera doméstica quanto na do trabalho, já que ambos têm valor econômico, ainda que o primeiro seja subvalorizado.

O trabalho doméstico, denominado reprodutivo, seria a base do trabalho produtivo. “O trabalho reprodutivo tem um grande significado para o bem-estar do ser humano. Porém, como não tem caráter mercantil, é ignorado pelas ciências econômicas e desvalorizado pela sociedade, que dele depende para se reproduzir” (MELO; CASTILHO, 2009, p. 137). Essa segmentação das atividades produtivas, ou seja, vinculadas ao mercado (portanto, remunerada), e as reprodutivas, relacionadas diretamente aos cuidados com pessoas no âmbito familiar (desta forma, não remunerada), existe por meio da divisão sexual do trabalho, um conceito consolidado desde o processo de industrialização que atua, de fato, como uma forma histórica de subestimar as atividades familiares a cargo das mulheres.

Está, portanto, no cerne dos questionamentos feministas sobre os papéis masculino e feminino, uma vez que o trabalho produtivo carrega uma dimensão sexuada (CASTILHO; MELO; SABBATTO, 2015). E, apesar da consolidada ocupação do mercado de trabalho, a articulação entre essas duas esferas de trabalho (o produtivo e o reprodutivo) ainda é um grande desafio para a mulher.

Os papéis sociais de gênero ainda perpassam as relações sociais de forma geral e, ainda que se manifestem de maneira velada, servem de base para a

hierarquização das relações no trabalho produtivo assalariado e no trabalho reprodutivo no âmbito doméstico (ROSA; QUIRINO, 2017, p. 67).

As noções de trabalho doméstico e trabalho remunerado compõem, portanto, dimensões da divisão sexual do trabalho que implicam, cada uma de uma forma e em uma medida, espécies de divisão do tempo e do ambiente de trabalho que “rendem” dinheiro, diretamente, e do tempo e do ambiente de trabalho doméstico/familiar, que não rendem dinheiro, mas são base estrutural da sociedade. Em cada uma dessas “partes”, tem-se o quanto a mulher participa e quanto o homem participa. Fruto dessa conjunção é o que podemos chamar de carga de trabalho diário. É também o que nos dá elementos para pensar sobre o quanto cada tipo de trabalho se reflete em sobrecarga, ou seja, o quanto o homem e o quanto a mulher ficam sobrecarregados por conta dos trabalhos produtivo e reprodutivo e como a divisão sexual do trabalho expressa uma hierarquia de gênero. Para Rosa e Quirino (2017), essa expressão está diretamente ligada a determinações sociais produtoras e reprodutoras de desigualdades de gênero.

A participação crescente das mulheres no mercado de trabalho, nomeadamente em funções com alto grau de especialização, tem suscitado e estimulado discussões em torno das relações sociais e políticas de igualdade de gênero. O aumento do número de mulheres em ocupações tradicionalmente masculinas, como as engenharias, o jornalismo e a carreira militar, é uma realidade que se constata através de dados empíricos e do desenvolvimento crescente de estudos que se preocupam em conhecer melhor esta tendência, as suas implicações, significados e consequências (MARQUES DA SILVA, 2010).

A autora argumenta, no entanto, que esse aumento não tem suscitado uma mudança estrutural, ou seja, não põe fim às desigualdades de gênero. Pensamento complementado por Veloso (2013), para quem a chegada de algumas mulheres a cargos de poder provoca a errônea sensação de que a assimetria de gênero está superada e a igualdade, garantida, quando essa não é a realidade vivenciada no mundo do trabalho.

Diante disso, Touraine (2010) propõe um modelo de compreensão da revolução dos gêneros, e conclui que, para, por exemplo, ingressar em ambientes de trabalho antes dominados por homens, o gênero feminino acabou por se masculinizar, na tentativa de se destacar, ou seja, a masculinização estaria por trás da chamada construção de uma sociedade “unissex” (TOURAINÉ, 2010, p. 17). “Levando em conta a heteronormatividade, percebe-se que nas relações de gênero e poder, o masculino se constitui como condição primeira, que

subordina o feminino em relação hierárquica” (SILVA, 2014, p. 320).

Sendo assim, a mulher na sociedade capitalista teve de se adaptar à realidade social que inclui trabalho e vida doméstica, lidando com ambiguidades e contradições do mundo moderno, “muitas vezes regido pelas antigas regras” (JORGE; RAMALHO; RIBEIRO, 2014, p. 5). A vida pessoal foi, inclusive, uma importante questão apontada pelo Global Media Monitoring Project: um dos grandes desafios das mulheres com filhos ainda é equilibrar as questões de família e trabalho (GMMP, 2015)⁶².

Considerando que não se pode negar a efetiva inserção feminina no mercado de trabalho como um todo, pode-se depreender que a mulher se estabeleceu como participante do mercado remunerado, da mesma forma que se manteve como mola mestra da estrutura familiar. “Essas mudanças intensificaram as práticas de trabalho e a exacerbação do típico conflito feminino: família-trabalho” (LOBO *et al*, 2015, p. 1149, tradução nossa⁶³).

A perspectiva de representação simbólica de Bourdieu (1989) favorece a discussão sobre a dominação masculina – dominação essa explicada por Beauvoir (2008) como algo presente em toda a perspectiva existencial e nos valores que foram sendo adquiridos ao longo da história. Apesar das recentes mudanças da sociedade ocidental contemporânea, incluindo nelas as conquistas profissionais das mulheres, a dominação masculina ainda prevalece, e é imanente ao *habitus*⁶⁴. “Afirma-se na objetividade de estruturas sociais e de atividades produtivas, baseadas em uma divisão sexual do trabalho” (BOURDIEU, 2014, p. 54).

Incentivadas pelos movimentos feministas, as estudiosas Jorge, Ramalho e Ribeiro (2014) e Alves (2016) citam o distanciamento das mulheres das funções de reprodução, o adiamento da idade do casamento, o aumento no número de divórcios e a diminuição do matrimônio como fenômenos mais recentes, que surgiram a partir da emergência do feminismo como movimento social, criando condições de fomento aos questionamentos da dominação masculina na sociedade que determinou a diferença entre homens e mulheres. No entanto, o caminho segue sendo trilhado, porque, como diz Scott (1995), não se sabe ao certo a origem nem as causas dessa divisão sexual do trabalho como prática social e simbólica, mas

⁶² Por se tratar de uma pesquisa voltada para a mídia, vamos discuti-la e problematizá-la no capítulo 4, que trata da mulher no jornalismo, especificamente.

⁶³ No original: “These changes have led to intensified working practices and exacerbation of the typically women-specific work–family conflict”.

⁶⁴ O *habitus*, um dos principais conceitos de Bourdieu – e a mais conhecida das ideias do sociólogo francês –, remete a um sistema de disposições, modos de pensar, sentir, fazer, perceber, que corroboram no agir de cada um de nós. Mas essas disposições não são fixas. São, sim, flexíveis e adquiridas pela forma como interiorizamos as estruturas sociais.

sabe-se: “Está implícito que os arranjos sociais que exigem que os pais trabalhem e as mães executem a maioria das tarefas de criação das crianças estruturam a organização da família” (SCOTT, 1995, p. 81).

3.2.1 As mulheres no mundo do trabalho na América Latina: o caso do Brasil

Ao tratar de gênero e trabalho, consideramos igualmente importante situar a conceituação da categoria feminização aplicada ao mundo do trabalho, que em tese refere-se à inserção formal da mulher no mercado de trabalho. Largamente utilizado em estudos da sociologia do trabalho, o termo feminização, conforme afiança Yannoulas (2011; 2013), carrega consigo dois significados, que precisam ser usados conscientemente: 1– a feminização sob o aspecto quantitativo, cuja abordagem e análise referem-se às estatísticas em torno do aumento da composição feminina em determinada ocupação ou profissão; 2– feminização que alude à compreensão das razões que levam ao aumento da população feminina no referido trabalho, assim como se interessa pelas consequências dessa mudança estrutural. Ou seja, a segunda concepção de feminização parte dos dados fornecidos pelos estudos quantitativos concebidos a partir da primeira definição do termo, e a complementa com dados qualitativos, de possíveis transformações no referido tipo de ocupação ou mesmo mudança de significado da profissão a partir do simbolismo feminino de uma época ou cultura analisada.

Nesta pesquisa, buscamos dialogar com a concepção qualitativa de feminização. Corroborando com Yannoulas (2011; 2013), este trabalho se vale de vários levantamentos extraídos da realidade brasileira e mundial. A partir desses números, mergulhamos em um estrato da realidade em busca de compreensão do fenômeno. A propósito, os números levantados nos últimos anos sobre a feminização no jornalismo são propriamente pontos de partida para um dos pressupostos desta pesquisa: que parte do entendimento de que o aumento da população feminina de jornalistas nas últimas décadas mudou dinâmicas profissionais, sob aspectos que podem estar relacionados à apuração, abordagem de temas, inclusão ou não de pautas ou ainda no que se refere à organização operacional do trabalho, uma vez que a prática jornalística está vinculada a uma cultura social e profissional que indubitavelmente orienta visões e modos de operacionalizar. Trataremos disso nos capítulos a seguir.

A partir de algumas pesquisas, Stancki (2003, p. 3-4) relaciona apontamentos sobre a relação da mulher brasileira com o mercado de trabalho:

- 1- continuidade da ampliação da força de trabalho feminina (BRUSCHINI, 1994);
- 2- permanência da segregação e precarização do trabalho feminino (ABRAMO, 1994);
- 3- continuidade das desigualdades salariais entre homens e mulheres, com mulheres ganhando menos (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2000);
- 4- descompasso entre escolarização das mulheres e cargos por elas ocupados;
- 5- inovação tecnológica e modernização empresarial não têm contribuído de forma significativa para redução da divisão sexual do trabalho (ABRAMO, 1994);
- 6- construção de diferenças entre profissionais femininas – particularmente entre mulheres instruídas e não instruídas (HIRATA, 2001/02);
- 7- influência da imagem social do masculino e feminino na ocupação de cargos no mercado de trabalho (SILVA, 1995);

As inferências anteriores, de diferentes pesquisas e pesquisadores, são um panorama do mundo do trabalho da mulher no Brasil. Olhemos, então, para o contexto. Elas representam 51,5% da população brasileira. E são 52,5% dos eleitores do país – vale ressaltar, inclusive, que são maioria (com 61%) entre os votantes com curso superior⁶⁵. Ao longo desses quatro anos de doutorado, vivenciamos, no âmbito profissional do país, mulheres exercendo cargo de presidente do Supremo Tribunal Federal (a mais alta instância do poder judiciário nacional)⁶⁶, procuradora geral da República⁶⁷ e presidente do país⁶⁸. Elas avançam em participação na sociedade, como um todo, assim como no mercado de trabalho. As mulheres são 44% dos trabalhadores brasileiros. Mas, conforme aumenta o nível hierárquico, menor é a participação feminina. Em cargos de gerência e direção, são 37%. No topo executivo de grandes empresas, são 10%⁶⁹.

Desde a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho brasileiro, nas últimas décadas do século XX, houve importantes mudanças na estrutura do país. Se os números do Ministério do Trabalho⁷⁰ nos mostram que as mulheres passaram de uma representação de 40,8% do mercado formal de trabalho, em 2007, para uma ocupação de 44% das vagas em

⁶⁵ Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/estatisticas/estatisticas-de-eleitorado/estatistica-do-eleitorado-por-sexo-e-grau-de-instrucao>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

⁶⁶ A ministra Carmem Lucia presidiu o Superior Tribunal Federal entre 2016 e 2018.

⁶⁷ Raquel Dodge é procuradora geral da República desde setembro de 2017, para um mandato de dois anos.

⁶⁸ Em 31 de outubro de 2010, Dilma Rousseff foi eleita a primeira mulher presidente do Brasil. Exerceu a função entre 2011 e 2016, quando do seu afastamento em razão de um processo de *impeachment*.

⁶⁹ Informações do IBGE. Disponíveis em: <<https://oglobo.globo.com/economia/mulheres-estao-em-apenas-37-dos-cargos-de-chefia-nas-empresas-21013908>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

⁷⁰ Disponível em <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2018/02/mulheres-reduzem-diferenca-em-relacao-aos-homens-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 05 abr. 2018.

2016, revela também que no mesmo período, a diferença salarial diminuiu de 17% para 15%, ainda que mulheres sejam maioria entre os trabalhadores com curso superior, ou seja, com mais qualificação, o que torna ainda mais contraditória a média salarial inferior.

Mas, mais do que números, essa realidade inclui transformações sociais. Na América Latina, os gestores de topo do sexo feminino ganham, em média, apenas 53% dos salários pagos a gestores de topo do sexo masculino (PNUD, 2015). As mulheres cientistas, diz o mesmo relatório, ganham 65% em relação aos colegas de profissão homens. No caso específico do Brasil, a diferença média salarial entre homens e mulheres, com vantagem para os homens, é de 20,5%, em 2018 (IBGE, 2019). Ainda que haja diferença, a pesquisa observou uma redução da desigualdade, na comparação com 2017, quando o salário médio dos homens era 21,7% maior que o das mulheres. Desde 2012, quando se iniciou a série histórica do IBGE, a desigualdade salarial entre os sexos teve redução de 2,9 pontos percentuais⁷¹.

O Índice de Desigualdade de Gênero brasileiro de 2015, que consta do Relatório de Desenvolvimento Humano da Organização das Nações Unidas (ONU), divulgado em março de 2017, foi de 0,414 – abaixo da média mundial (0,443) e acima da América Latina e Caribe (0,390). O índice engloba indicadores sobre a saúde reprodutiva, empoderamento e atividade econômica entre homens e mulheres. Um dos resultados da pesquisa mostra que, no poder legislativo brasileiro, as mulheres ocupavam, em 2015, 10,8% dos cargos. A média mundial foi de 22,5% e da América latina, 28,1%, o que coloca o Brasil bem abaixo da média global e latina.

A mudança do perfil profissional na sociedade em geral se dá concomitante à reestruturação do capital no Brasil, que traz consigo “a tendência forte de feminização do mundo do trabalho em diversos setores e ramos” (ANTUNES, 2006, p. 24). A inserção da mulher brasileira no mercado de trabalho, em geral, portanto, está atrelada às transformações da sociedade contemporânea, capitalista e globalizada (JORGE; RAMALHO; RIBEIRO, 2014). Ou seja, é o marco para a saída das mulheres do lar em busca de um espaço no mercado de trabalho. Os anos 1990 são de consolidação do acesso e manutenção das mulheres no mercado de trabalho, apesar das crises econômicas que marcaram a década (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2001/02).

⁷¹ O quanto as mulheres recebem a menos, em relação aos homens, de acordo com o IBGE (2019): 2012- 23,4%; 2013- 24,4%; 2015- 23,2%; 2016- 19,2%; 2017- 21,7%; 2018- 20,5%.

Mas o país oscila nos avanços referentes às questões de gênero. Entre 2014 e 2018, o Brasil caiu de 20º para 37º colocado em um ranking de 120 países, a partir de estudo desenvolvido pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). O ranking baseia-se em notas atribuídas a cada país em quatro áreas relacionadas às questões de gênero, na busca por identificar preconceitos e desigualdades: 1– discriminação na família; 2– integridade física restrita; 3– acesso restrito a recursos produtivos e financeiros; e 4– restrição às liberdades civis (GIMENEZ, 2018). Com base nas notas obtidas em cada categoria, a OCDE divide os países em cinco grupos: 1– muito baixa discriminação; 2– baixa discriminação; 3– médio; 4– alto; e 5– muito alto.

O Brasil obteve nível baixo de discriminação de gênero. Um aspecto relevante no qual o Brasil evoluiu refere-se à guarda dos filhos⁷². Desde 2014, a guarda compartilhada passou a ser uma regra geral nos casos de separação conjugal, tornando assim obrigatória a participação ativa do pai e da mãe na criação e nos interesses dos filhos. Um ponto fraco do país refere-se às liberdades civis:

O relatório da OCDE ressalta que poucas mudanças foram observadas no Brasil desde a aprovação de cotas para mulheres no Parlamento, permanecendo com um número muito baixo de representantes do sexo feminino na Casa (GIMENEZ, 2018).

Em 1995, ano em que aconteceu a IV Conferência Mundial da Mulher, em Beijing, na China, as parlamentares e ativistas feministas brasileiras que participaram do encontro envolvendo 189 países voltaram imbuídas do compromisso de estabelecer ações afirmativas de modo a ampliar a participação das mulheres em processos de tomada de decisão. Naquele ano, 28 deputadas da Câmara Federal apresentaram o projeto de lei que estabelecia o mínimo de 30% de participação feminina entre as candidaturas nas eleições proporcionais. À época, a proposta fora aprovada com uma redução para 20% e se transformou em lei⁷³, que vigorou a partir das eleições municipais do ano seguinte.

Em 1997, outro projeto de lei retomou a proposta original de 30%. E propôs um “limite de paridade entre os sexos” e não mais de “cota mínima para mulheres”. À época, a então deputada Marta Suplicy justificou dizendo:

Estamos avançando também em termos conceituais e superando os possíveis

⁷² Lei 13.058/2014.

⁷³ Lei nº 9.100 de 29 de setembro de 1995.

impasses derivados de uma compreensão equivocada do que seja o princípio da igualdade garantido em nossa Constituição. Queremos paridade entre os sexos [...] Se homens e mulheres dividem o ônus e a responsabilidade da construção do país, é preciso dividir, também, o ônus e a responsabilidade de decidir sobre seus destinos (1997, *online*)⁷⁴.

A legislação foi alterada em 1998 e a Lei nº 9504/1997 elevou para 30% as vagas para mulheres candidatas e o máximo de 70% para candidaturas de cada sexo. Depois disso, passou por mais uma alteração, em 2009, de modo a tornar obrigatório o “preenchimento” (e não somente a reserva de vagas) dos 30% de vagas em cada partido político. Ainda assim, embora o Brasil vivencie desde 1996 os efeitos da política de cotas de gênero, elas têm alterado de forma morosa a participação feminina nas instâncias dos poderes parlamentares. Antes das cotas, o percentual de mulheres na Câmara Federal na legislatura de 1994 era de 6,6%, passando para 8,6% em 2002, 10,5% em 2014 e chegou a 2018 com 15%.

Na prática, as candidaturas femininas costumam ser pouco competitivas e sem apoio do partido. Além disso, muitas das candidatas apenas atuam como “coadjuvantes ou de forma pejorativa como laranjas”. Uma das evidências de como isso funciona pode ser verificada olhando os dados do TSE [Tribunal Superior Eleitoral] para as eleições municipais de 2016. O TSE identificou que 16.131 candidatos não tiveram nenhum voto. Mais interessante: 89,3% deles, ou 14.417 destas pessoas, eram mulheres. Esses nomes, na verdade, são incluídos pelo partido apenas como forma de cumprir a cota, mas sem possibilitar a essas mulheres os recursos necessários ou os incentivos para elas realizarem, de fato, uma campanha (MELO, 2018, *online*, grifos da autora)⁷⁵.

Por essa razão, em 2018, antes das eleições presidenciais que elegeram Jair Bolsonaro presidente do Brasil, a ministra Rosa Weber, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), determinou que o Fundo Especial de Financiamento de Campanha deve aplicar o mínimo de 30% para as candidaturas de mulheres (MELO, 2018, *online*). Para o pleito de 2018, 32% das candidaturas eram de mulheres (MORENO, 2018, *online*). Ao fim do pleito, além dos 15% na Câmara Federal, a representatividade feminina nas assembleias estaduais ficou também em 15%. No Senado, 13% dos eleitos são mulheres (VELASCO; OLIVEIRA, 2018, *online*).

Constata-se, portanto, que, desde o século XIX, o caminho trilhado pela mulher no

⁷⁴Disponível

em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=7F064B2373F95DF3FDCC1BD933CFF278.node1?codteor=1130756&filename=Avulso+-PL+3257/1997. Acesso em: 10 fev. 2019.

⁷⁵Revista *Gênero e Número*. Disponível em: <<http://www.generonumero.media/a-politica-de-cotas-para-as-mulheres-no-brasil-importancia-e-desafios-para-avancar/>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

mundo do trabalho foi extenso, tortuoso, mas também frutífero em muitos aspectos. As atribuições em casa, as fora dela. As ocupações com poder e as sem poder. Todos esses olhares revelam que a sociedade é constituída por seres generificados, por ambientes generificados. É difícil mensurar o quanto as concepções e relações de gênero importavam no passado e o quanto importam hoje. Mas nosso objetivo é analítico. Visamos pensar essas questões. E talvez suscitar outros questionamentos.

As constatações e contextualizações apresentadas neste capítulo são fundamentais tanto pelas perspectivas teóricas adotadas no trabalho quanto pelo recorte de realidade apreendido pelo objeto empírico. É importante para a compreensão histórica e para o contexto atual. Saímos, neste capítulo, do contexto da mulher no mercado de trabalho para, na próxima seção, entrar efetivamente no mundo da mulher no mercado de trabalho do jornalismo.

4 PROFISSÃO JORNALISTA NO FEMININO: PRÁTICAS PROFISSIONAIS E DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO

As relações de gênero são fundantes de nossas ações pessoais, profissionais e sociais e precisam ser consideradas cada vez mais na comunicação e no jornalismo.

(Dulcília Buitoni)

Depois de tratar do processo de ingresso e permanência da mulher no mercado de trabalho global, no capítulo anterior, nesta seção, discutimos especificamente o gênero feminino nas redações, por meio de autores que se detêm ao tema e a pesquisas já realizadas na área. Os dados estatísticos, que dão conta de que a chamada feminização do jornalismo é um fenômeno recente no Brasil e em outros países, servem como ponto de partida e embasamento. Entendemos como importante contextualizar o jornalismo como espaço firmado para o exercício profissional da mulher a partir do fluxo histórico que a levou a tal estreiteza de relação com a profissão e, naturalmente, perpassou um complexo caminho pelo mundo do trabalho.

Importante também é contextualizar jornalismo feminista (mencionado na seção anterior, quando tratamos do feminismo), que foi mola propulsora da difusão do feminismo como um movimento organizado por meio do qual as mulheres passaram a buscar uma reavaliação das relações interpessoais, nas quais o feminino não viesse atrelado a uma condição de menor, de desvalorizado (ALVES; PINTANGUY, 2007).

Outra das questões concernentes a este capítulo é observar que o estudo trata da produção, mas não pode deixar de fora aspectos sociais, econômicos, políticos, históricos e culturais da mulher dentro da profissão, uma vez que essa abrangência de olhares é condicionante para os estudos sobre o jornalismo (LOPES, 2013), e, importante dizer, não somente para o jornalismo. Por fim, este capítulo busca apontar o processo de mudança nas redações jornalísticas, que no Brasil e em Portugal começa por volta dos anos 1970, época do enfraquecimento e queda do regime ditatorial em ambos os países e de mudanças na estrutura

econômica e tecnológica global (conforme tratamos no capítulo anterior), e que resultam num aumento gradativo da população feminina nos jornais e no rejuvenescimento nas redações, acompanhados da chamada precarização, onde se embutem questões salariais e jornadas de trabalho.

4.1 CONTEXTO INTERNACIONAL DO AUMENTO DA POPULAÇÃO FEMININA NA PROFISSÃO

Pesquisas internacionais feitas nos anos 1990 já apontavam para o crescimento do número de mulheres empregadas como jornalistas em veículos de comunicação e de que forma elas se encaixavam na escala hierárquica (GARCIA, 2009; SUBTIL, 2009, GMMP, 2015; IWFMF, 2011). As mais recentes denotam uma relação de contínuo crescimento na força de trabalho e na escala hierárquica, porém, com proporções diferentes.

Como em tantos outros aspectos da vida social, cultural e econômica no século XXI, o número em cargos de tomada de decisão das mulheres que trabalham nas indústrias mediáticas é baixo, quando comparado com a sua proporção na força de trabalho do setor [...] a maioria das investigações sugere que elas ficam presas nos quadros médios de gestão (ROSS, 2017, p. 66).

O GMMP (2015) identificou que 27% dos cargos de chefia nas empresas jornalísticas são ocupados por mulheres, enquanto que em cargos de execução (repórteres, em geral), elas são 35%. Nas televisões, contudo, o número de mulheres repórteres é maior. Na Europa, são 48%. Na América Latina, 50%. Nos Estados Unidos, a proporção de mulheres atuando como jornalistas cresceu de 20% nos anos 1970 para 34% na década seguinte. Um salto que chama atenção. Entretanto, a partir dos anos 1980, percebe-se um movimento de estagnação, uma vez que os números de 2015 mostram que as mulheres são 37% da força de trabalho no jornalismo. Na TV, seguem o mesmo patamar, com 36% de participação entre os repórteres. Ou seja, os números recentes assemelham-se muito aos dos anos 1980 (GMMP, 2015).

Ainda conforme o GMMP (2015), numa avaliação global, considerando que entre 2005 e 2015 o quadro de repórteres em jornais impressos, televisão e rádio ficou estagnado em 37% de participação feminina, o estudo conclui que o teto de vidro⁷⁶ perdura na maioria dos países. Importante ressaltar, contudo, que a América Latina é a região onde a diferença entre homens

⁷⁶ A expressão teto (ou telhado) de vidro é usada em várias partes do mundo para se referir a uma espécie de barreira invisível, porém real, que as mulheres encontram no ambiente de trabalho. Ou seja, o termo teto de vidro trata de preconceitos de gênero muitas vezes velados que ocorrem na vida organizacional (IWFMF, 2011, p. 27).

e mulheres mais encolheu – em 2005, 27% dos profissionais eram mulheres; em 2015, o percentual saltou para 41%. O continente igualmente desponta em participação de jornalistas mulheres em coberturas como política e polícia. Na região latino-americana, 41% e 38% desses temas são cobertos por mulheres jornalistas, respectivamente. Porém, nas demais regiões do globo, elas tratam de no máximo 31% (em política) e 28% (na cobertura de crimes e violência).

A título de exemplo, Cuba, nosso vizinho de América Latina, revela número de mulheres atuando no mercado de trabalho equivalente ao de homens, incluindo aí funções de chefia nas redações. Guerra (2014), citada por Rocha e Dancosky (2016), aponta que dos 4.148 jornalistas afiliados à Unión de Periodistas de Cuba, 2.064 são mulheres e são o grupo que passou a assumir os principais cargos de direção nos meios locais, regionais e nacionais.

Outro estudo, o *Global Report on the Status of Women in the News Media*, publicado em 2011 pela *International Women's Media Foundation (IWMF)*, com base em pesquisa realizada entre 2008 e 2010, em 522 empresas de 59 países, com 170 mil profissionais de veículos de comunicação, dá conta de que: (1) as mulheres representam 33% da força de trabalho jornalístico em escala mundial; (2) em cargos de gerência elas são 27%; (3) na Europa Oriental e na Nórdica observaram-se os maiores percentuais de mulheres em cargos de governança e alta administração, em empresas de mídia (com percentuais que variam entre 33% e 46%).

Números que se aproximam dos levantados por Neveu (2006), que cita a Finlândia e a Nova Zelândia como países com concentração de mais de 45% de mulheres no mercado de trabalho jornalístico. De seu país de origem, a França, Neveu aponta que, apesar de a participação feminina estar em uma crescente, a ocupação é diferenciada dependendo do veículo de comunicação. Elas são “52% nas revistas, 42% nos semanários informativos, 39% na imprensa cotidiana nacional [francesa], 39% nas televisões nacionais e 26% nos diários regionais” (NEVEU, 2006, p. 44).

Os números da IWMF (2011) representam entre um terço e quase metade de participação feminina entre os cargos gerenciais das empresas de mídia, mas são reveladores também no sentido de que mostram um crescimento em relação a um estudo anterior envolvendo 239 nações (GALLAGHER, 1995), no qual se observou 12% de participação da mulher entre cargos gerenciais.

Trata-se de um estudo global, envolvendo países de todos os continentes. Nas Américas,

o Brasil está entre os 13 países pesquisados. Nos Estados Unidos, por exemplo, o estudo observou que menos de um quarto dos profissionais em postos de alta gerência são mulheres. E quando o posto envolve direção, elas são um terço. É lá também onde se observam muitos dos casos de telhados de vidro. No Brasil, o IWWMF constatou que homens em cargo de decisão, nas empresas jornalísticas, têm salário maior do que as mulheres na mesma posição. No entanto, nos demais níveis hierárquicos, os salários se equiparam.

De todo modo, há um entendimento de que as vitórias feministas, somadas às mudanças no processo de profissionalização da carreira jornalística, representaram benefícios às mulheres, pois contribuíram para dar mais peso ao nível de preparo do candidato, no processo de seleção dos profissionais, e menos ao gênero, possibilitando, em alguma medida, a diminuição das desigualdades na competição dentro das redações (BOURDIEU, 1989; ROCHA, 2007, ROCHA; SOUSA, 2011; TRAVANCAS, [1993] 2011, LOPES, 2013, JORGE; RAMALHO; RIBEIRO, 2014).

Roseli Figaro dá um panorama global e atualizado dessas mudanças:

O perfil profissional no jornalismo em grande parte do mundo é feminino e jovem, com menor permanência de tempo na profissão. Pesquisas no Brasil (Figaro, 2013; Mick; Lima, 2013); na França (Damian-Gaillard, Frisque; Saïtta, 2010) e em Portugal (Silveirinha, 2004) mostram que as profissionais do jornalismo têm escolaridade de nível superior (mesmo quando não obrigatória e específica) e o perfil profissional tornou-se polivalente. Elas trabalham em diferentes tipos de veículos de mídia, com linguagens e tecnologias analógicas, digitais ou híbridas. Os motivos dessa mudança de perfil no jornalismo têm em comum a urbanização, o crescimento da população feminina, o aumento da formação profissional de nível superior entre as mulheres, a relevância da comunicação na sociedade contemporânea – sobretudo de veículos como a televisão – e o advento da internet (FIGARO, 2018, p. 578).

No entanto, estudos revelam também que, como consequência aos desafios impostos pela sociedade, algumas mulheres jornalistas adotam a cultura machista da redação como uma forma de avançar em suas carreiras (GMMP, 2015, p. 45). Cultura machista resultado de um histórico de esmagadora presença masculina nas redações. O que nos remete ao “biorritmo” da empresa jornalística, nas palavras de Traquina (2005) e à teoria organizacional, de Warren Breed (2016), segundo a qual as normas veladas da organização e absorvidas “por osmose” pelos jornalistas influenciam o trabalho jornalístico.

Biorritmo este que pode de certa forma explicar o gênero eminentemente “masculino”

do jornalismo, conforme conclui Silva (2010). “Apesar da presença das mulheres a trabalhar dentro dos media ter aumentado em todas as regiões do mundo nas últimas duas décadas [fim do século XX], o verdadeiro poder é ainda um monopólio maioritariamente masculino” (GALLAGHER, 2004, p. 89). Em outras palavras, se o jornalismo traz em seu histórico uma profissão masculina, essa cultura que perdura e paira sobre as redações pode persistir a despeito das mudanças estruturais pelas quais a profissão vem passando, ao longo das últimas décadas. Essa “preservação do estado de coisas”, vigente no Brasil, na visão de Saffioti (1987), é um contributo do machismo, presente tanto na cabeça de homens quanto na de mulheres. A mais recente onda do feminismo, entretanto,

poderá colaborar com o cumprimento de funções intrínsecas ao jornalismo: ouvir uma pluralidade de fontes e de versões sobre um mesmo fato. E, com certeza, poderá favorecer ao exercício de uma comunicação que irá colocar homens e mulheres no centro de todos os acontecimentos, o que, fatalmente, implicará no maior desenvolvimento desse importante campo social (VELOSO, 2013, p. 293).

Já há jornalismo nessa direção. “Muitos produtores de mídia estão mais atentos ao pensamento feminista e ao desenvolvimento das sensibilidades feministas de suas audiências” (CARTER; STEINER, 2009, p. 29, tradução nossa⁷⁷), o que não significa, entretanto, que o sexismo tenha sido eliminado da mídia. No Brasil, realidade a que nos deteremos a seguir, há iniciativas importantes nesse sentido por parte de quem faz jornalismo atualmente – que são, efetivamente, mulheres, em larga medida, tanto nas esferas de execução quanto de comando.

4.2 DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO NO JORNALISMO

A divisão sexual do trabalho, conceito a que nos detivemos no capítulo anterior, não acontece somente quando se consideram áreas distintas, mas também no interior de cada uma delas – seja “masculina” ou “feminina” (STANCKI, 2003, p. 9). No jornalismo, que é aqui nosso objeto de análise, as profissionais mulheres estão em grande número entre as repórteres, também na edição e subedição, assim como estão (em menor número, mas estão) no estágio mais alto da hierarquia, como editoras-chefe e diretoras de jornalismo. O crescimento vertical na carreira parece natural, à medida que as jovens profissionais recém-formadas nos anos 1990 e 2000 passam a estar entre os grupos mais experientes (sobretudo se pensarmos sob a

⁷⁷ No original: “Many media producers are now more alive to feminist thought and in developing the feminist sensibilities of their audiences”.

perspectiva de que o jornalismo é uma profissão eminentemente jovem). Entretanto, quanto mais alto o posto hierárquico, menos mulheres há neles (MICK, LIMA, 2013; GARCIA, 2009).

Por outro lado, Bourdieu (2014) aponta o jornalismo, assim como outras áreas de produção simbólica, a exemplo da literatura e da arte, como espaços profissionais propícios às mulheres, enquanto que aos homens ficam reservados os espaços públicos, notadamente os poderes econômico e político⁷⁸. “As posições dominantes, que elas ocupam em número cada vez maior, situam-se essencialmente nas regiões dominadas da área do poder, isto é, no domínio da produção e da circulação de bens simbólicos” (BOURDIEU, 2014, p. 130).

Dito de outro modo, os resquícios da violência simbólica são observados na sociedade atual (VELOSO, 2013). Em última instância, significa dizer que a lógica tradicional da dicotomia masculino *versus* feminino continua a existir como um determinismo social. Dessa forma, o jornalismo se encaixa como uma profissão cada vez mais feminina. Assim, o fenômeno relativamente recente de aumento da população feminina nas redações do mundo ocidental seria esperado ou, ao menos, seria um caminho natural da profissão. Porém, apesar de as prospecções feitas por Bourdieu em 1990 fazerem sentido hoje, quase 30 anos mais tarde, uma vez que a feminização do jornalismo é uma realidade na maioria dos países ocidentais, as questões “macro”, que referem-se à equidade de salários e funções, ainda são motivo de questionamentos com base na tradicional dicotomia entre os sexos.

Bourdieu fala, inclusive, “que a perspectiva de feminilização⁷⁹ de uma profissão reduz sua desejabilidade e prestígio” (2014, p. 86). Por conseguinte, pode ser um fator suscitador de precarização. É o que mostra também o estudo de Subtil e Silveirinha (2017), em Portugal. As pesquisadoras associam o que chamam de “desprofissionalização” do jornalismo à maior tendência às desigualdades de gênero.

Se os efeitos das novas formas jornalísticas recaem sobre homens e mulheres, e à semelhança do que acontece no panorama de outras profissões, existe uma maior exposição feminina a condições de precariedade e instabilidade profissional no jornalismo (SUBTIL; SILVEIRINHA, 2017, p. 130).

⁷⁸ Trouxemos dados sobre homens e mulheres na política brasileira, no capítulo anterior, quando discorremos sobre a divisão sexual do trabalho.

⁷⁹ Ao fazer essa colocação, o autor não se ocupou em conceituar o termo. O contexto, contudo, nos permite entender feminilização da profissão como sendo o fenômeno de aumento no número de mulheres no exercício de determinada atividade, substituindo a mão de obra masculina (YANNOULAS, 2011; 2013). Mais à frente, ainda neste capítulo, trataremos da conceituação de feminização.

Marques da Silva (2010) complementa:

O retrato das mulheres nos media precisa de profundas transformações, o que significa que a feminização desta profissão não surtiu também efeitos ao nível da proposta de alternativas para a imagem estereotipada das mulheres, o que mostra que as mulheres têm encontrado mais dificuldade em tirar partido do que seriam potencialidades e em serem agentes de transformação (MARQUES DA SILVA, 2010, p. 311).

Saffioti (1987) trata o fenómeno como inerente ao capitalismo, por meio do qual o capital busca os ramos mais rentáveis da economia, ou seja, atividades mais lucrativas. Em outras palavras, à mulher são ofertadas as atividades que fogem ao modelo estruturado do capitalismo.

Antes disso, no entanto, se olharmos para os primórdios da profissão, poderemos observar que, embora fosse um ofício exercido majoritariamente por homens, é possível encontrar alguns registros de mulheres pioneiras a trabalhar em redações. Nos EUA, esses resgates históricos remontam ao século XVII, com tipógrafas ou proprietárias de imprensa. Porém, só no século XIX, após o final da Guerra de Secessão (que terminou em 1865), foi publicada a primeira reportagem realizada por uma mulher, Emily Verdery Bettey, contratada como repórter pelo *New York Sun*, em 1868.

Dentre pioneiros nomes femininos na imprensa americana, podemos citar ainda: (1) Katharine Graham Meyer (1917-2001), que coordenou o jornal *The Washington Post* por mais de duas décadas (ficou conhecida por sua supervisão ao caso Watergate, que levou à renúncia do então presidente americano Richard Nixon); e (2) Jill Abramson – primeira mulher a ocupar o cargo de editora-chefe em 160 anos de história do jornal *The New York Times*, entre 2011 e 2014.

O processo de profissionalização da carreira jornalística, já no século XX, ganhou força via criação de associações e sindicatos, divisão do trabalho por editorias e inovações tecnológicas. A partir daí, apareceram mais oportunidades às mulheres de ingresso nesse mercado (BOURDIEU, 2014). Nas últimas décadas do século XX, a concentração de jornalistas mulheres cresceu no mundo ocidental a ponto de tornar as redações jornalísticas ambientes de espaços equiparados entre profissionais homens e mulheres.

Mas, apesar das mudanças emergentes na sociedade contemporânea ocidental e das

conquistas femininas no campo profissional, econômico, político e social, a dominação masculina ainda perdura nos anos 1990 (BOURDIEU, 2014). E é a partir daí (mais intensamente dos anos 2000 para frente) que a profissão se viu diante de uma crise profissional sem precedentes. A emergência das novas tecnologias e o jornalismo *online* suscitam mudanças organizacionais e laborais e aparecem como grandes vetores da instabilidade que se instalou na profissão, afetando mulheres e homens jornalistas.

4.3 A PRESENÇA DA MULHER NO JORNALISMO BRASILEIRO

O aumento da população feminina nas redações de jornais do Brasil e do mundo ocidental é uma realidade e vem ocorrendo, de forma sistemática, desde o fim dos anos 1970. Tal não significa que elas estivessem ausentes da profissão. O que ocorria, de fato, é que a presença da mulher era pouco notada ou mesmo ocultada (muitas mulheres usavam pseudônimos masculinos nos textos que publicavam em jornais).

Pode-se dizer que ao longo do século XIX e parte do XX, a história dos profissionais do jornalismo foi contada no masculino, seguindo, na verdade, uma prática da história oficial brasileira, que pouco ou nada registra a participação feminina no processo histórico (SAFFIOTI, 1987; WOITOWICZ; ROCHA, 2018). Por exemplo: *A História da Imprensa no Brasil*, de Nelson Werneck Sodré, resgata a trajetória da imprensa Brasileira desde 1808 até os anos 1960 (a primeira edição da obra é datada de 1966). Trata-se de leitura imprescindível para quem busca conhecer a história dos meios de comunicação do Brasil, mas que pouco trata da mulher jornalista e sua contribuição para o jornalismo brasileiro.

Ao empreender uma minuciosa pesquisa em torno da história da imprensa feminina e feminista do século XIX, Duarte (2017) constatou a “quase invisibilidade do periodismo feminino” (2017, p. 15), o que, a nosso ver, pode estar justamente atrelada à cultura patriarcal predominante e fortalecida, à época, visto que a pesquisadora contabilizou quase uma centena e meia de títulos de revistas e jornais femininos e feministas que circularam no país, ao longo dos anos 1800. Ou seja, embora a história reserve pouco espaço para o resgate dessa segmentação do jornalismo e para as profissionais que o desenvolveram, muitos produtos jornalísticos foram feitos por mulheres e tantos outros foram produzidos para as mulheres ou em nome delas.

À medida que se avança na história das mulheres contada pelos jornais, constata-se a força das estruturas limitadoras: Igreja, Estado, família e

escola. Segundo Bourdieu (1999), foi através dessas instituições que o patriarcado eternizou seu poder e legitimou a opressão sobre as mulheres (DUARTE, 2017, p. 23).

Carter e Steiner (2009) incluem, além do patriarcado, outro sistema de interesse: o capitalismo. Ambos contribuem para a perpetuação das diferenças de gênero. Porém, há de fato uma mudança em curso no que se refere à rigidez da identidade masculina e feminina. Tal qual na França, que “germinou” a imprensa feminista⁸⁰ (BUIIONI, 1990), esse segmento do jornalismo, no Brasil, contribuiu de forma importante com as mudanças que observamos nos dias de hoje. Possibilitou o resgate da história e o registro das causas e lutas travadas por essas mulheres, sobretudo no período que vai dos anos 1850 até a conquista do voto feminino, em 1934. “As feministas, além de possuírem suas próprias publicações, buscam espaço nos jornais para chamar atenção para reivindicações voltadas às opressões das mulheres no trabalho, em casa e nas relações sociais” (WOITOWICZ, 2009. p. 31).

De fato, houve participação da mulher em toda a trajetória do jornalismo brasileiro, ao longo dos pouco mais de 200 anos de história – que se inicia com o lançamento, em 1808, de *A Gazeta do Rio de Janeiro*⁸¹, época em que o Brasil ainda é uma colônia portuguesa. O jornal, a propósito, era editado pelo próprio governo imperial, recém-chegado ao país. Porém, nos primórdios dos impressos, no Brasil, ao longo do século XIX, a mulher tinha mais espaço em jornais tidos como femininos – e mesmo essas publicações eram muitas vezes comandadas por homens (DUARTE, 2017). Um exemplo é *O Espelho Diamantino*, primeiro título feminino de que se tem conhecimento no país (1827-1828). Por vezes, relata Duarte (2017), os homens editores adotavam um discurso feminino.

Conforme afirma Koshiyama (2001), o ambiente para a mulher jornalista, até a segunda metade do século XX, era basicamente de discriminação, exclusão e minoria. Inseridas nesta realidade, antes as mulheres tinham espaço, sobretudo, nos suplementos femininos das publicações jornalísticas, ou “em setores do jornalismo considerados pela opinião masculina dominante como de pouco prestígio ou de menor importância” (KOSHIYAMA, 2001, p. 36),

⁸⁰ No fim do século XVIII, início do XIX, a partir, sobretudo, da Revolução Francesa. Alemanha e Itália também têm papel expoente na eclosão dessa imprensa.

⁸¹ Não é o foco deste trabalho problematizar a questão, porém, registramos que alguns autores empreendem uma discussão em torno de qual jornal é, de fato, pioneiro no Brasil: *Correio Braziliense* (1 de junho de 1808) ou *Gazeta do Rio de Janeiro* (10 de setembro do mesmo ano) (BARBOSA, 2008). A *Gazeta do Rio de Janeiro* teria sido o primeiro a ser impresso (pela Imprensa Régia) e circular em solo brasileiro, enquanto que o *Correio Braziliense* primeiramente circulou em Londres, onde fora impresso.

como revistas e no chamado extra redação – assessorias, por exemplo (FIGARO, 2018). Em outras palavras, temos um século XX marcado por uma cultura profissional formada e guiada por homens (WOITOWICZ; ROCHA, 2018). Olhando para os Estados Unidos e Europa (o que nos permite, de certa forma, direcionar o foco para o Brasil), Carter e Steiner (2009) levantam a suposição de que, como os homens eram os leitores mais “almejados” dos jornais, os conteúdos noticiosos eram produzidos para atraí-los. Dessa forma, havia o receio (ou a certeza?) de que as mulheres não conseguissem cobrir os assuntos de interesse dos homens ou mesmo que elas escrevessem de forma a não interessá-los. Com isso, o espaço para mulheres trabalharem em jornal tornava-se reduzido. Mais tarde, lembram as pesquisadoras, algumas mulheres começaram a ser contratadas para escrever sobre temas de interesse das mulheres, um público um tanto “marginalizado”.

A título de resgate histórico, Sodré (1966) ressalta o *Jornal do Brasil*, “pioneiro em muitos setores, tendo apresentado, em 1893, a primeira seção feminina da imprensa brasileira, a cargo de Clotilde Doyle” (SODRÉ, 1966, p. 397). O registro da primeira mulher repórter, entretanto, é do século seguinte: Margarida Izar, em 1930 (ROCHA, 2004). Embora as primeiras décadas do século XX sejam um período de quase inexistência feminina nas redações dos jornais de temas gerais, Margarida Izar se destacou por ser repórter de rua, que saía em busca de pautas (ROCHA, 2004), algo inédito para uma mulher, naquela época.

A história do jornalismo aponta, entretanto, que a porta de entrada da mulher na profissão deu-se no colunismo social (ROCHA, 2004). Até os anos 1940 era muito baixa a participação feminina nas redações. Realidade que foi mudando, gradativamente, a partir de 1947, com a abertura de cursos de formação superior em jornalismo e, sobretudo, a partir de 1969, quando a profissão foi regulamentada e o diploma passou a ser exigido para exercício da atividade.

Passadas quatro décadas desde a atuação da primeira repórter, as redações tornam-se visivelmente mais heterogêneas, em termos de composição de gênero. “Dados do Ministério do Trabalho, compilados pela Federação Nacional dos Jornalistas, Fenaj, revelam, entre meados da década de 1980 e o começo dos anos 2000, o início da mudança do perfil de gênero de jornalistas com carteira de trabalho assinada, no Brasil” (FIGARO, 2018, p. 571). É também de Figaro (2013, p. 165) a análise da realidade do mercado formal do Brasil em 2002, com base nos dados da RAIS: dos 20.961 jornalistas trabalhando com carteira assinada, as

mulheres ocupam 51,5% das vagas nas redações.

A partir dos anos 1980, com a redemocratização do Brasil, após o período em que o país esteve sob o regime militar, assistiu-se ao aumento do número de mulheres nas redações, que pode se explicar, em parte, em função da procura delas por cursos universitários, associado ao aumento da oferta de faculdades de jornalismo e comunicação⁸², observado a partir da segunda metade do século XX (ROCHA; SOUSA, 2011; GUIMARÃES, 2006). É, como podemos perceber, o momento que demarca a mudança na condição da mulher no jornalismo brasileiro, que nos remete aos dias de hoje.

Ao fim dos anos 1900, a realidade de uma maioria de mulheres entre os universitários é notória. Dados do Ministério da Educação (MEC) do Brasil dão conta de que, no vestibular de 1998, ingressaram 14.969 mulheres e 10.015 homens nos cursos de graduação. “A desigualdade de gênero, na educação, é reversa e tem se ampliado além do esperado” (ALVES, 2016, p. 631), bem diferente dos primeiros 450 anos da história do Brasil, quando as mulheres constituíam a maior parte da população analfabeta. “Recentemente, ultrapassaram os homens em todos os níveis educacionais, inclusive mestrado e doutorado” (ALVES, 2016, p. 631).

No que diz respeito aos cursos da área da comunicação e do jornalismo, elas são, conforme o censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 64%. Em trabalho comparativo entre as realidades de Portugal e Brasil, Rocha e Sousa (2011) concluíram que a ocupação das mulheres (assim como de profissionais jovens) é uma realidade do jornalismo em ambos os países, “fruto do rejuvenescimento e feminização no mercado de trabalho na história do mundo ocidental e da profissionalização do jornalismo” (2011, p. 17).

O jornalista Manoel Marcos Guimarães, ao redigir o apêndice à edição brasileira da obra *Sociologia do Jornalismo*, de Èrik Neveu (2006), observa mais a fundo a chamada feminização e juvenilização das redações, no caso do Brasil, e propõe uma relação de causa e efeito. O jornalista pondera que “a maior presença feminina parece ter contribuído para a juvenilização da idade média dos jornalistas brasileiros” (GUIMARÃES, 2006, p. 193). Sua pesquisa se baseia em dados de 2001 e revelam que, naquele ano, do total de mulheres empregadas no jornalismo, 77,31% estavam na faixa etária dos 18 a 39 anos. Pesquisas mais recentes (MICK; LIMA, 2013) apontam que, em 2012, 59% das jornalistas tem até 30 anos e

⁸² Entre 1990 e 2010, o número de cursos superiores em jornalismo saltou de 61 para 317 (MICK; LIMA, 2013).

o índice das que alcançam 40 anos chega a 81%.

Assim como Alves (2016) e OIT (2016) traçam caminhos de equidade no mundo do trabalho, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e a organização Gênero e Número, apoiadas pelo Google News Lab, divulgaram, em dezembro de 2017, os resultados da pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro*⁸³, focada em diagnosticar as situações que prejudicam as mulheres jornalistas no exercício do seu trabalho. Ou seja, fornece ferramentas específicas para o jornalismo que possibilitam mudanças nas relações de trabalho e promoção de ambientes laborais mais seguros e menos discriminatórios.

A realização de grupos focais (com 42 jornalistas mulheres) e aplicação de questionário *online* (477 respondentes validadas, atuantes em 271 veículos) permitiu obter dados qualitativos e quantitativos a respeito das relações de gênero no ambiente das redações. Um dos resultados aponta para o equilíbrio nos cargos de editor (49,5% de mulheres em cargo de edição). Outro, demonstra equilíbrio entre homens e mulheres em diferentes editorias, como política, cultura, internacional, país; discrepância nas editorias de esporte, tecnologia e educação, onde há mais homens; discrepância nas editorias de economia, moda, estilo de vida, turismo e gastronomia, onde há mais mulheres.

Esse quadro sugere uma certa divisão do trabalho jornalístico conforme os antigos estereótipos que apontam que os homens são mais aptos a trabalhar em áreas como esportes e tecnologia, enquanto mulheres teriam afinidade com temas como viagem, comportamento, moda etc. No entanto, a forte presença de mulheres editoras em áreas como jornalismo econômico mostram que há mais nuances nesse quadro e que as mulheres têm conquistado posições antes consideradas domínios masculinos (MAZOTTE; TOSTE, 2017, p. 9)

A percepção das jornalistas, contudo, é de que, a despeito de haver muitas profissionais no jornalismo, a ascensão da mulher é muito difícil. Tanto assim que, na pesquisa quantitativa com 477 profissionais mulheres, 53,4% afirmaram acreditar que a mulher tem menos oportunidades de progredir na carreira do que o homem. Já nos grupos focais, com 42 mulheres jornalistas, assédio moral foi tema recorrente. Pressão para não engravidarem e usufruírem de licença maternidade estavam entre os principais exemplos dados.

Algumas profissionais apontaram dificuldades em conciliar a maternidade com o trabalho em vista do que julgam serem exigências irrealistas de

⁸³ Em fevereiro de 2018 foi lançado o site interativo da pesquisa. Disponível em: <<http://mulheresnojornalismo.org.br/>>. Acesso em: 06 abr. 2018.

disponibilidade de tempo e até mesmo desorganização dos chefes e colegas com as tarefas e horários de trabalho (MAZOTTE; TOSTE, 2017, p. 13).

O expressivo número de 84,9% de respondentes disse não ter filhos crianças ou adolescentes. Percentual este que corrobora com as afirmações de que as mulheres jornalistas são, na maioria, jovens e sem filhos. Uma forma de sugerir que o mercado de trabalho jornalístico absorveu mão de obra feminina nas últimas décadas, mas pouco mudou os processos de trabalho e estruturas organizacionais, a exemplo das pressões sobre o tempo, imprevisibilidade de horários, escalas noturnas e nos fins de semana. “[...] em vez de separar mulheres e homens, separam agora homens e mulheres responsáveis pelo cuidado de filhos” (MAZOTTE; TOSTE, 2017, p. 13).

No Brasil, a partir dos anos 1950, vimos a profusão de veículos de comunicação, de TVs a revistas, o que resultou no alargamento da absorção de mão de obra; após a década de 1970, com a obrigatoriedade do diploma, os chamados provisionados foram sendo gradativamente substituídos por novas gerações de graduados em comunicação social/jornalismo; a entrada gradativa das mulheres na profissão jornalística, resultado de uma série de mudanças na estrutura da sociedade, que fez a população feminina migrar de casa para as universidades e para os mais distintos postos de trabalho, cada vez com maior intensidade, a partir do fim do século XX; o fenômeno da precarização da profissão é apontado pelas mais recentes pesquisas empreendidas ao longo do território nacional e é visivelmente perceptível aos olhos do mercado.

Falar sobre feminização do jornalismo implica reconhecer também as lógicas de precarização do trabalho que recaem sobre jornalistas, especialmente mulheres. Somadas à crescente juvenização da profissão, tais condições perpetuam e, em certa medida, acentuam as diferenças entre homens e mulheres no exercício do jornalismo (ROCHA; WOITOWICZ, 2018, p. 40).

Ao que depreendemos: nesse organismo social denominado jornalismo, os momentos chamados por Neveu de “evoluções” se dão, muitas vezes, paralelamente. Encontram-se, perpassam-se. Nesse imbricar de mutações, temos hoje um Brasil (até mesmo uma realidade ocidental) de universidades povoadas por mulheres, redações idem. Apesar da suspensão da obrigatoriedade do diploma, o que há nas redações são profissionais graduados e especializados para atuar nas tradicionais e também nas recentes frentes de trabalho, aliadas à internet e à tecnologia (o que dá indicativos de que o mercado sofre mutações e se diversifica,

mas o jornalismo enquanto negócio segue absorvendo mão de obra proveniente das escolas superiores de jornalismo e comunicação).

E, contraditoriamente, apesar de qualificados, enfrentam a precariedade nas contratações e na execução das atividades. Dito com outras palavras, vivemos, atualmente, um momento de mutação e instabilidade.

A organização do trabalho deve ser repensada. O que temos hoje é um cenário marcado pela precarização e intensificação do trabalho, com o desrespeito dos direitos trabalhistas como o não pagamento de horas extras, o não cumprimento de banco de horas, a não realização de folga a cada seis dias de trabalho e uma pressão extrema, marcada por metas inalcançáveis e por produtividade (KOSHIYAMA; REIMEBRG, 2018, p. 32).

Retornando aos quadros que demonstram a massiva entrada das mulheres na profissão jornalística, de 1986 a 2001, há um sensível aumento (50%) no número de mulheres no trabalho do jornalismo (FIGARO, 2018, p. 572). Em 2006, segundo dados do Ministério do Trabalho, 52% das vagas de jornalista eram ocupadas por mulheres (CASADEI, 2011). Ou seja, em 20 anos as mulheres passaram de um terço a metade dos jornalistas no mercado brasileiro.

Dentre essas profissionais, cinco figuraram entre as 40 mulheres mais poderosas do Brasil, no ranking da Revista americana de negócios e economia *Forbes*⁸⁴ 2017. Junto de nomes como o da presidente do Supremo Tribunal Federal, da procuradora-geral da República e de diretoras gerais e fundadoras de grandes empresas nacionais e multinacionais, estão as jornalistas Eliane Cantanhêde (colunista do *Estadão* e comentarista da Globo News), Maria Júlia Coutinho (apresentadora do tempo no *Jornal Nacional*, da Rede Globo), Miriam Leitão (jornalista e comentarista de Economia na Rede Globo – que inclui rádio, TV, impresso e *online*), Renata Vasconcellos (editora-executiva e apresentadora do *Jornal Nacional*) e Sonia Racy (apresentadora do programa *Show Business*, da Band, e colunista do jornal *O Estado de S. Paulo*).

Sabe-se, hoje, que a maioria dos jornalistas são mulheres jovens, na faixa até os 35 anos, têm curso superior em jornalismo, especialização em nível de pós-graduação, possuem vínculos empregatícios precários e são multiplataformas (FIGARO, 2013; NONATO, 2013). Além disso, se antes as mulheres figuravam entre as funções menos prestigiadas, atualmente

⁸⁴ Disponível em: <<http://forbes.uol.com.br/listas/2017/12/as-mulheres-mais-poderosas-do-brasil-2/#foto1>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

são “numericamente bastante presentes em novas iniciativas do trabalho jornalístico a partir das redes sociais.” (FIGARO, 2018, p. 572)

A característica multiplataforma poderia ser o pós-jornalismo descrito por Marques de Melo, “o fim do primado do jornalismo impresso para dar lugar a uma outra modalidade de jornalismo multimídia (2012, p. 176). O que em momento algum é descrito pelo pesquisador como algo negativo. Ao contrário, para Marques de Melo, os fundamentos do jornalismo, assim como a motivação, se mantêm, uma vez que a necessidade social por informação só cresce. É também o que Fidalgo (2008) chama de quinto momento da cronologia do processo de institucionalização do grupo profissional dos jornalistas, seguido de quatro momentos elencados por Ruellan (1997): (1) os primórdios, antes do aparecimento da imprensa industrial, a partir de meados do século XIX; (2) industrialização; (3) entre as duas guerras mundiais, entre 1918 e 1935, quando se estabeleceu um quadro legal e institucional para a profissão; e (4) após a Segunda Guerra Mundial, quando se consolidam os direitos até então adquiridos.

Para Lopes (2013), o *habitus* da profissão de jornalista é alterado em função da apropriação tecnológica e novos fluxos informacionais estimulados pelas dinâmicas das redes e da convergência. Nos últimos 15 anos, as novas tecnologias trouxeram elementos facilitadores para a execução do trabalho dos jornalistas⁸⁵, mas, ao mesmo tempo, representaram novas demandas de um jornalismo integrado por diferentes mídias. Ou seja, concomitante ao período em que as mulheres começaram a ocupar massivamente os espaços nas redações, o volume e os nichos de trabalho cresceram.

Ao realizar um estudo antropológico com profissionais de imprensa no início da década de 1990 com objetivo de analisar a constituição da identidade social dos jornalistas, Isabel Travancas ([1993] 2011) apontou a percepção dos profissionais para a tendência de haver predominância feminina nos locais de trabalho. O que não significava, no entanto, facilidade para as mulheres, já que muitos lugares e patamares seguiam fechados para elas. A ligação do jornalismo com o audiovisual seria, conforme os profissionais entrevistados, à época, um atrativo para as mulheres. Entretanto, o esforço feminino é enaltecido (como forma de atestar

⁸⁵ Não é nosso foco de trabalho, mas consideramos relevante lembrar que Fidalgo (2008) fala que a evolução tecnológica das últimas décadas mudou os moldes do trabalho dos jornalistas e, em certa medida, colocou em risco um dos pontos do profissionalismo até então conferidos à profissão, ao permitir que outras pessoas utilizem as ferramentas de uso exclusivo dos jornalistas. “Pode-se dizer que foi ameaçado, quando não já ferido de morte, o tradicional monopólio dos jornalistas no domínio da recolha, tratamento e difusão de informação noticiosa sobre a atualidade” (2008, p. 60)

sua capacidade e competência).

Travancas observou, junto aos jornalistas, uma crença de que a tendência do jornalismo é se transformar cada vez mais em uma profissão feminina. E um dos fatores que contribuem com essa realidade são os baixos salários – a questão salarial estaria, para algumas profissionais, em segundo plano, atrás do prestígio que a carreira proporciona, enquanto que para os homens os rendimentos aparecem como aspecto de maior relevância. No início dos anos 1990, a pesquisadora afirmou, com base em seu trabalho de campo, que, apesar de as redações estarem cada vez mais povoadas por mulheres, elas ainda sofriam preconceito e precisavam provar que poderiam ser tão boas ou mesmo melhores do que os homens.

Pesquisa mais recente (JORGE; RAMALHO; RIBEIRO, 2014), também centrada no método de entrevista em profundidade, mas com mulheres jornalistas em cargos de chefia, chegou, preliminarmente, em resultados que se aproximam do que Travancas constatou nas redações, nos anos 1990: as profissionais entendem que, para chegar a uma posição de comando ou para desenvolver trabalhos mais complexos, precisam trabalhar mais que os colegas homens, a fim de mostrar que são capazes. Algo que nos remete à Veloso (2013), que, após mapear a situação laboral da mulher na mídia de 11 países e entrevistar 14 mulheres jornalistas, indica haver uma conversão de diferenças biológicas em diferenças políticas, que denota dificuldade para as mulheres no ambiente de trabalho.

Como consequência, ocorre, muitas vezes, o que alguns pesquisadores (BOURDIEU, 1989; TOURAINE, 2010; MARQUES DA SILVA, 2010) apontam como o preço que as mulheres pagam pelo sucesso profissional, que não raras vezes suscita em prejuízo à vida pessoal e familiar, o que envolve problemas na relação conjugal, afastamento dos filhos e outros aspectos domésticos considerados comportamentos comuns à modernidade. O trabalho de campo que desenvolvemos nesta pesquisa nos dá pistas sobre as mudanças e permanências dessa realidade nas redações.

De todo modo, tal realidade nos permite pensar sobre as condições com que essas mulheres fazem seu trabalho. Em pesquisa com viés quantitativo e sem análise *in loco*, Mick e Lima (2013) identificaram que elas são majoritariamente solteiras, brancas, com até 30 anos (59%). Mas têm salário menor que o dos homens. Os autores diagnosticaram que, no Brasil, as mulheres são maioria entre as categorias com faixa de renda de até cinco salários mínimos. Das mulheres jornalistas, 31,9% têm salários superiores a cinco mínimos – os homens nessa condição são 46%.

O estudo que Isabel Travancas ([1993] 2011) fez com jornalistas apontou, já à época, a elevada carga horária como segundo maior problema da profissão (atrás unicamente dos baixos salários). Cabe ainda apontar o olhar de Travancas para a relação dos jornalistas com a família. Dentre as profissionais, as mulheres são as que mais se queixam da difícil tarefa de divisão de horários de modo a investir tanto na carreira quanto na criação dos filhos. Travancas observou uma tensão existente entre o mundo do trabalho e o familiar dos jornalistas – tanto o relacionamento com os filhos quanto o conjugal (este tema é abordado de forma mais profunda no capítulo de cunho predominantemente analítico).

A seguir, seguiremos tratando da mulher no jornalismo. Deter-nos-emos, sobretudo, à realidade portuguesa, uma vez que esse trabalho propõe-se a uma análise comparativa da mulher no mundo do trabalho do jornalismo nos dois países.

4.4 A PRESENÇA DA MULHER NO JORNALISMO PORTUGUÊS

Portugal viveu quatro décadas sob o regime ditatorial do Estado Novo. Entre 1933 e 1974, a imprensa teve de se submeter à censura estabelecida pela ditadura de António de Oliveira Salazar, que teria sido, nas palavras de Garcia (2009, p. 49), “um dos regimes mais duradouros de controle ideológico no século XX”. Começa com a Constituição de 1933, que considera a censura prévia constitucional, e segue até a revolução de 1974.

O 25 de abril de 1974 é um marco não somente por conta da retomada da democracia, após quatro décadas de ditadura. A mudança de regime político representou mudanças significativas que foram muito além do voto. O acesso à educação e ao trabalho ganharam dimensões que mudaram a sociedade portuguesa (MARQUES DA SILVA, 2010; GARCIA, 2009). Para as mulheres significou maior acesso a todos os níveis de ensino e também ao mercado de trabalho, conquistas dos direitos civis (voto, liberdade de expressão, participação pública etc.). Foi também quando o país deu os primeiros passos rumo ao fim à censura oficial à imprensa.

Assim como no Brasil, em Portugal, o jornalismo começou como uma ocupação predominantemente masculina. A sua história remonta à segunda metade do século XVI, acompanhando o que se passava no restante da Europa. Em 1641, um ano após a restauração da independência de Portugal, começou a circular em Portugal o primeiro jornal periódico, chamado *A Gazeta*, que circulou até 1647. Depois disso, o país se viu sem qualquer publicação periódica até 1663, quando surgiu o *Mercúrio Português*, editado por quatro anos

(SOUSA, 2008, p. 94).

À luz do século XVII, sob o absolutismo régio e a Igreja Católica, o jornalismo português afastou-se do desenvolvimento observado em outros países europeus. Desde 1667, com o fim de *Mercúrio Português*, o país ficou sem periódicos até 1715, quando então surgiu a *Gazeta de Lisboa*, que viria a ser o principal periódico de informação política até 1820 (SOUSA, 2008, p. 95-96).

Já no século XIX, a história da imprensa portuguesa se associa à brasileira, quando a família real veio para o Brasil e fez do Rio de Janeiro a capital do Reino. Aí então surge a *Gazeta do Rio de Janeiro*, em 1808 (até 1822), órgão oficioso do governo de Portugal e do Brasil que significou a aparição da imprensa no nosso país (MARQUES DE MELO, 2006; SOUSA, 2008). Nesse período, Portugal vivenciou a era napoleônica, que se estendera pela Europa. Surgem, assim, periódicos contra e a favor à chegada e permanência dos franceses. O *Diário do Porto*, por exemplo, teria sido financiado pelas forças da França. Enquanto outros, como *A Minerva Lusitana*, fora fundado no contexto de resistência contra os franceses (SOUSA, 2008).

A primeira lei de liberdade de imprensa em Portugal é de 1821, reforçada em 1822 pela Constituição – o que estimulou o aparecimento de novos periódicos. Mas durou pouco, até 1828, quando o rei anti-liberal D. Miguel colocou a imprensa sob censura. Em 1834 surge uma nova lei de liberdade de imprensa. Mas, antes disso, em 1826, um passo importante para o jornalismo português foi dado com o surgimento do *Periódico dos Pobres*, o primeiro jornal popular, que inspirou outros na mesma linha, até surgir, mais tarde, em 1864, o *Diário de Notícias*, o primeiro jornal noticioso “industrial” (objeto de trabalho desta pesquisa). O *DN* foi uma grande novidade em relação aos jornais portugueses de então. Como surgiu com uma tônica comercial, inovou também na forma de chegar ao leitor. Primeiro, diminuiu o preço, tanto na venda avulsa quanto na assinatura, facilitando o acesso. E contratou vendedores ambulantes para comercializar os impressos, nas ruas (SOUSA, 2008; ROCHA; SOUSA, 2011). Tinha também linguagem acessível, conteúdo popular, generalista e espaço publicitário. A capa do primeiro número de *DN* anunciava, conforme reproduz Sousa (2008):

O Diário de Notícias – o seu título o está dizendo – será uma compilação cuidadosa de todas as notícias do dia, de todos os países, e de todas as especialidades, um noticiário universal. Em estilo fácil, e com a maior concisão, informará o leitor de todas as ocorrências interessantes, assim de Portugal como das demais nações, reproduzindo à ultima hora todas as

novidades políticas, científicas, artísticas, literárias, comerciais, industriais, agrícolas, criminais e estatísticas, etc. Eliminando o artigo de fundo, não discute política, nem sustenta polêmica. Registra com a possível verdade todos os acontecimentos, deixando ao leitor, quaisquer que sejam seus princípios e opiniões, o comentá-los a seu sabor. Escrito em linguagem decente e urbana, as suas colunas são absolutamente vedadas à exposição dos atos da vida particular dos cidadãos, às injúrias, às alusões desonestas e reconvenções insidiosas. É pois um jornal de todos e para todos – para pobres e ricos de ambos os sexos e de todas as condições, classes e partidos. Todos os países ilustrados possuem publicações deste gênero, e nomeadamente a Inglaterra, a França, a Bélgica, e ainda a nossa vizinha Espanha, publicações que têm atraído considerável número de simpatias, leitores e subscritores. A ideia não é pois original nossa, senão imitada ou traduzida, como melhor quiserem, para preencher uma notável lacuna do nosso jornalismo. E os meios de publicação que a empresa do *Diário de Notícias* adota, embora pareçam singulares, são também uma cópia fiel do que se usa nesses países onde se compreendem e exploram todos os meios de publicidade. (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 29 de dezembro de 1864 *apud* SOUSA, 2008, p. 102).

O *Diário de Notícias* foi o propulsor do jornalismo comercial (em oposição ao político) de Portugal, ou seja, em vez de seguir o modelo francês⁸⁶, vigente até aquele momento, em Portugal, aproximou-se da linha anglo-americana, o que resultou em maior profissionalização. Conforme Sousa (2008) e Rocha e Sousa (2011), nesse período (metade do século XIX) os jornais passaram a publicar notícias locais, “embora nem sempre fossem as mais relevantes” (SOUSA, 2008, p. 104). Mas também aprofundavam fatos. Sua importância reside fortemente no fato de ter liderado um novo momento no jornalismo português, separando textos opinativos de informativos (ROCHA; SOUSA, 2011).

O *DN* foi inspiração para outros jornais nascidos no fim do século XIX, um jornalismo local e profissionalizado. Esse jornalismo noticioso objetivo, neutro e independente provocou: 1 – rápida expansão no número de jornalistas; 2 – divisão de trabalhos nas redações, além de implantação de hierarquia profissional⁸⁷; 3 – apelos à formação do jornalista com competências e conhecimento técnico⁸⁸; 4 – diferenciação entre estilo jornalístico e demais

⁸⁶ “O jornalismo português oitocentista pode, em alguns aspetos, ser comparado ao francês, onde não houve, tampouco, uma clara separação entre jornalismo e outras formas de literatura, ou entre jornalistas e outros escritores” (SILVEIRINHA, 2012, p. 168).

⁸⁷ Até o fim do século XIX, os jornalistas, em Portugal, eram, essencialmente, cidadãos que escreviam para os jornais. Por volta de 1834 a situação começa a mudar e os jornais passam a integrar profissionais com funções de editor e chefe de redação (TENGARRINHA, 1989).

⁸⁸ A regulamentação do exercício da profissão de jornalista se dá por decreto-lei de 1943. Já o primeiro curso universitário foi regulamentado em 1979, e estabelecia a licenciatura em comunicação social na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (ROCHA; SOUSA, 2011). Assim, os primeiros candidatos a jornalistas credenciados via ensino superior especializado começam a aparecer nas redações em meados dos anos 1980 (GRAÇA, 2009, p. 163).

estilos de escrita; 5 – fundação das associações de classe, que mais tarde inauguraria o sindicalismo jornalístico⁸⁹; 6 – migração de jornalistas de um jornal para outro (SOUSA, 2008, p. 106).

O desenvolvimento do jornalismo português se iniciou na segunda metade do século XIX (ROCHA; SOUSA, 2011), como produto de uma sociedade industrial que começava a se estabelecer paulatinamente nesse período. A partir daí iniciou-se um movimento de profissionalização do jornalismo. Esse processo que começou lá atrás não mais terminou, diz Traquina (2005), ao afirmar que a legitimação do jornalismo tem feito parte da história dessa atividade, e não está concluído. A propósito, o movimento surgiu como forma de melhorar a remuneração e condições de trabalho dos profissionais e, atualmente, passa por um momento instável, do ponto de vista da precarização e juvenização do jornalismo enquanto profissão (ROCHA; SOUSA, 2011; GARCIA, 2009; BULHÕES; RENAULT, 2016).

[...] tendo a industrialização da imprensa e a paralela penetração do capitalismo neste setor, em contexto democrático, permitido profissionalizar o jornalismo e concebê-lo como uma atividade orientada para a elaboração e divulgação de informações, norteadas por um ideal de ‘factualidade’, que são disponibilizadas a um público alargado e contribuem para o debate, a fiscalização dos poderes e a participação democrática (GARCIA, 2009, p. 25, grifo do autor).

Os avanços da imprensa, contudo, não possibilitaram o ingresso das mulheres na profissão:

A entrada das mulheres no jornalismo industrial será, pois, lenta e difícil. Naturalmente que a misoginia prevalecente no país será a primeira razão – a mesma misoginia que afastava as mulheres do voto ou da universidade. Mas esta explicação não é suficiente. Se a profissionalização de médicos ou advogados, por exemplo, estava vedada às mulheres porque elas não se podiam formar nestes campos, o mesmo não acontecia com o jornalismo, que não exigia uma formação particular. Assim, a definição da profissão jornalística a partir de um campo de legitimação que, segundo Denis Ruellan (1993), é constituído por dimensões técnicas e intelectuais da prática jornalística, baseadas nos esforços de distinção que os grupos profissionais fazem para definir e administrar seu espaço ocupacional, parece-nos uma pista interessante para percebermos por que razão as mulheres têm uma tão grande invisibilidade na história da formação do jornalismo

⁸⁹ Em 1880, durante a comemoração dos 300 anos da morte do poeta português Luís de Camões, constituiu-se a primeira associação de jornalistas em Portugal (SOUSA, 2008). Mais tarde, em 1905, foi fundada a Associação de Classe dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa, que em 1921 foi renomeada Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa. O Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ) data de 26 de fevereiro de 1934.

(SILVEIRINHA, 2012, p. 171).

Além disso, o país terminou os anos 1800 e iniciou o século XX sob censura. O cerceamento da imprensa seguiu até o fim da monarquia⁹⁰, em 1910. Mas o período de liberdade durou pouco porque o governo republicano impôs censura logo em 1912. Esse misto de liberdade e cerceamento deu-se nos anos seguintes. Entre 1926 e 1933, o país viveu sob a ditadura militar. Até António de Oliveira Salazar promulgar nova constituição e dar início ao Estado Novo, assim como a institucionalização da censura prévia. Salazar ficou no poder até sofrer um acidente que o incapacitou, em 1968, mas o Estado Novo perdurou até 1974, com Marcelo Caetano.

As dificuldades para o jornalismo durante o Estado Novo não se limitavam à censura e a medidas repressivas como a suspensão da publicação por um determinado período de tempo, apreensão de exemplares, multas e mesmo a prisão para jornalistas, editores e vendedores. Por vezes, os órgãos jornalísticos viam-se, também, impedidos de enviar jornalistas ao exterior para cobrir determinados acontecimentos, nomeadamente quando em causa poderiam estar as posições oficiais do regime, como aconteceu com o *Jornal de Notícias*, impedido de enviar jornalistas para cobrir a Guerra Civil de Espanha, em 1934 (SOUSA, 2008, p. 111).

Foi, portanto, um regime de controle ideológico que perdurou no século XX (GARCIA, 2009). Num estudo sobre os jornalistas portugueses de 1956 a 1968, Correia e Baptista (2007) asseveram que nessa época começou-se a observar o rejuvenescimento da classe profissional dos jornalistas, que tinha inclusive mais altos índices de escolaridade. Foi também nesse período que as mulheres começaram a aparecer nas redações, até então dominadas por homens. Após um longo período, no decorrer do século XX, em que o jornalismo português se caracterizava pelo pouco prestígio social, baixos salários e em situação de fragilidades das liberdades políticas (TRAQUINA, 2005), “os jornalistas portugueses terão chegado a 1974 com a consciência, e também com o orgulho, de constituírem uma classe profissional autônoma, cada vez melhor formada, mais profissionalizada” (SOUSA, 2008, p. 117).

O que se viu nas décadas após a Revolução dos Cravos, em 1974, que instituiu a democracia, foi o que Subtil (2000, p. 3) designou de “viragem no perfil da profissão e na própria composição social” e o que Correia (2008, p. 118) classifica como “para melhor e para o pior, o mais interessante período da história do Jornalismo português”, inclusive sob o

⁹⁰ A monarquia, conforme Tengarrinha (1989), encarava a imprensa como um perigoso inimigo.

ponto de vista do mercado de trabalho. Feminização, rejuvenescimento, aumento da formação escolar e surgimento de novas funções são apontadas por Garcia (2009, p. 23) como principais traços da dinâmica que se apresentou ao universo dos jornalistas a partir da alteração política do 25 de Abril de 1974. Isso porque nas décadas anteriores do século XX, em meio à ausência de um universo de informação independente e de espaço político democrático, o corpo profissional dos jornalistas em Portugal era bastante reduzido⁹¹, e o de jornalistas mulheres era ainda menor – entre 1950 e 1970, ingressavam na profissão uma ou duas mulheres por ano (GARCIA, 2009, p. 74).

Apesar de a história dos profissionais do jornalismo em Portugal ter vindo a ser feita no masculino, há registro de mulheres com importante participação, mesmo em uma época em que a figura feminina costumava estar bem longe das redações. Mas existem incertezas nos registros históricos no que se refere à identificação dessas mulheres (VENTURA, 2014), o que já se revela como indícios das dificuldades impostas, à época.

Certo é que a participação delas na produção jornalística é anterior à fase em que assinaturas de mulheres aparecem nas publicações. Isso porque as jornalistas precisavam usar pseudônimos masculinos. Antónia Gertrudes Pusich (1805-1883) é uma delas. Foi a primeira a assinar o próprio nome em publicações de jornais. Chegou a ser diretora de periódicos – fundou *A Cruzada*, *A Beneficência* e *A Assembleia Literária*. Seu trabalho em jornais e na produção de livros e peças de teatro lhe permitiu sustentar a família. Hoje, seu nome batiza uma rua no Bairro de Alvalade Sul, em Lisboa.

Contemporânea de Antónia Gertrudes Pusich, Amália Vaz de Carvalho (1847-1921) faz igualmente parte da história do jornalismo de Portugal. Jornalista, escritora e feminista, desde o fim do século XIX escrevia artigos em defesa da criação de um liceu feminino. Em 1885, conseguiu que o rei D. Luís assinasse um decreto de lei autorizando a criação do estabelecimento de ensino feminino, mas não viveu a tempo de ver o pleito atendido – a escola começou a funcionar no ano letivo de 1933-1934⁹². Em 1950, o nome de Amália foi igualmente atribuído a uma rua do bairro Alvalade, na capital portuguesa⁹³.

Virgínia Quaresma (1882-1973) foi uma das primeiras mulheres a licenciar-se em um curso superior, em Portugal. Formou-se em Letras e enveredou pelo jornalismo. Feminista,

⁹¹ Conforme Garcia (2009, p. 63), em 1940 havia 208 jornalistas com carteira profissional, em Portugal. Trinta anos depois, esse número não chegava a 500.

⁹² Os anos letivos em Portugal começam em agosto de um ano e estendem-se até meados do ano seguinte.

⁹³ Informação destacada de: <<http://maislisboa.fcsh.unl.pt/pioneiras-nas-ruas-lisboa/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

atuou em jornais femininos e veículos diários de comunicação portugueses. Entre 1911 e 1915 viveu no Rio de Janeiro, onde trabalhou como diretora da sucursal de Lisboa da Agência Americana de Notícias. Nos anos seguintes retornou várias vezes ao Brasil, sempre atuando como jornalista. Há também registros históricos indicando que Manuela de Azevedo (1911-2017) teria sido a primeira jornalista mulher a ter carteira profissional, em Portugal.

A linha de participação das mulheres nos jornais de então [anos 1800] é diversa, descontínua e ao pulso de um país onde os homens dominavam os meios de comunicação que garantiam a continuidade da sua visão cultural, social e política (SILVEIRINHA, 2012, p. 169).

A entrada massiva das mulheres nas redações acontece paralela a um momento de expansão do próprio jornalismo, à luz da liberdade de expressão e de imprensa (MARQUES DA SILVA, 2010), notadamente viabilizada pela abertura da democracia. A ascensão delas à reportagem (considerado um estilo nobre no jornalismo) se deu por volta dos anos 1960/1970 – foi uma dentre o conjunto de alterações na comunicação social dessa época. Algumas modificações do período são profissionalização da administração dos jornais (lógica comercial, menos sujeita aos grupos familiares), contratação de profissionais mais jovens e melhor formação (VENTURA, 2014).

Já na década de 1980, em cinco anos, entre 1983 e 1988, a população de jornalistas cresceu 32% – em janeiro de 1988 havia no país 1508 jornalistas. Dali a dois anos eles já somavam 2347. Os anos 1990 foram marcados pela oferta de jovens escolarizados atraídos pelo jornalismo, enquanto profissão, sobretudo, por conta das mudanças por que passava a indústria de notícias, que proporcionavam diversificadas oportunidades de trabalho, além do fim do monopólio do Estado sobre os meios de comunicação e, conseqüentemente, pelo surgimento de grupos privados de comunicação (GRAÇA, 2009; CORREIA, 2008).

Acerca do surgimento de novos grupos de comunicação, comandados pela iniciativa privada, e da privatização dos veículos estatais, o ano de 1976 é um marco. O *Correio da Manhã* (também objeto de trabalho nesta pesquisa) é um exemplo representativo. Surge em 1979 com o emblema de jornalismo industrial dirigido às classes urbanas e classificado de popular sensacionalista. Porém, com uma linha mais conservadora que seus congêneres *Bild* e *Sun*⁹⁴ (CORREIA, 2008, p. 124-125). Na mesma época, surgem vários jornais diários

⁹⁴ *Bild* é um jornal tabloide alemão que surgiu em 1952 e logo tornou-se campeão de vendas na Alemanha e outros países europeus. *The Sun* é um jornal igualmente tabloide veiculado no Reino Unido e Irlanda, lançado

privados que rapidamente fecharam as portas por razões como falta de um projeto empresarial viável e subordinação a orientações políticas que limitam a capacidade de expansão. O *Correio da Manhã* foi praticamente o único a escapar de tal desfecho (GARCIA, 2009, p. 67-68) e segue na atualidade como jornal de maior circulação paga.

“O mundo do jornalismo não conheceu meramente um súbito alargamento, como se tornou mais jovem, feminino, diplomado e segmentado” (GARCIA; SILVA, 2009, p. 122). A distribuição por gênero, entretanto, era bastante desigual – a proporção era de 25,4% de jornalistas mulheres para 74,6% de homens, em 1990. O ingresso de mulheres na profissão jornalista foi gradual, e os números demonstram esse crescimento. Entre 1975 (após, portanto, a revolução de 1974) e 2001, a participação feminina aumentou 12 vezes no mercado de trabalho português (ROCHA; SOUSA, 2011). No início do século XXI, elas correspondiam a 37,9% dos profissionais do jornalismo. Passados 17 anos, as mulheres são 48,2% dessa classe de trabalhadores (conforme Tabela 2). Assim, pode-se dizer, atualmente, que há paridade no quantitativo profissional.

Tabela 2 – Jornalistas portugueses, conforme o sexo

Percentual de jornalistas portugueses, por sexo:		
1990	mulheres 602 (25,4%)	homens 1772 (74,6%)
1997	mulheres 1394 (32,8%)	homens 2853 (67,2%)
2001	mulheres 2363 (37,9%)	homens 3867 (62,1%)
2017	mulheres 2947 (48,2%)	homens 3167 (51,8%)

Fonte: Sindicato dos jornalistas (SJ), Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) e Obercom 2017

O percurso até agora traçado permite destacar o papel relevante que as mulheres jornalistas vêm assumindo na construção da identidade profissional dos jornalistas portugueses. Efetivamente, torna-se claro que, sobretudo após a década de 1970, se assiste a uma reconfiguração sexual das redações portuguesas, abandonando o jornalismo o seu caráter de “profissão de homens” (Sobreira, 2003)⁹⁵ para abraçar um contexto de um crescente índice de feminização (MIRANDA, 2014, p. 62).

em 1964. Ambos seguem em circulação.

⁹⁵ SOBREIRA, R. **Os Jornalistas Portugueses: 1933-1974: Uma profissão em construção**, Lisboa: Livros Horizontes, 2003.

Essa conjunção de fatores, contudo, é compreendida, em trabalhos recentes publicados por Miranda e outros pesquisadores portugueses (CERQUEIRA, 2008; SUBTIL, 2000; MARQUES DA SILVA, 2010; SILVEIRINHA, 2012; SILVEIRINHA; SIMÕES, 2016, ROCHA; SOUSA, 2011; LOBO *et al.*, 2015; MIRANDA, 2017; SUBTIL; SILVEIRINHA, 2017), como não suficientes no que se refere à redistribuição de poder ou sedimentação da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres. Ou seja, apesar da entrada da mulher de forma massiva nessa profissão que ganhou status e maiores proporções, a elas cabe, em muito maior número, os cargos de execução, e não de decisão.

Mais do que isso: na busca por interpretar, de forma mais abrangente, a integração da mulher ao mundo do trabalho do jornalismo, Subtil e Silveirinha (2017) observaram um processo que chamam de “desaceleração” e “subida residual” (2017, p. 127) nos últimos anos – notadamente na última década.

Esta quase estagnação coincide com o acentuar da orientação pró-comercial dos *media* e a dinâmica trucidante da digitalização, condições que afetam os que já exercem a atividade, mas também as novas gerações de jornalistas que tentam aceder à profissão (SUBTIL; SILVEIRINHA, 2017, p. 127).

As autoras pontuam persistir, a despeito das conquistas e reconhecimento dos direitos fundamentais, das últimas décadas, barreiras sociais que são entraves para uma justiça plena entre os cidadãos e cidadãs portugueses. De todo modo, as questões de gênero estão presentes no discurso das ciências sociais em Portugal desde os anos 1990 (AMÂNCIO; OLIVEIRA, 2014). O que nos permite dizer que é um fenômeno recente. O trabalho de campo será apresentado a partir do próximo capítulo, mas, a título de acompanhamento dos estudos recentes aos quais nos referimos nos parágrafos anteriores, cabe aqui ressaltar que, a exceção de algumas falas e contradições, o consenso geral é de que as escolhas da direção para os cargos de chefia são meritocráticas e que as mulheres já garantiram espaço igualitário em relação aos colegas homens.

Observação semelhante é descrita a partir de entrevistas a jornalistas portuguesas analisadas por Lobo *et al.* (2015), na qual os respondentes, de forma geral, rejeitam possíveis assimetrias de gênero, uma vez que “o jornalismo constitui-se como uma exceção entre a maioria dos universos profissionais e é uma profissão onde a igualdade de gênero foi plenamente avançada” (LOBO *et al.*, 2015, p. 1153, tradução nossa). Ao que as pesquisadoras entendem como uma tipificação dos papéis de gênero, incorporados à vida profissional.

No capítulo a seguir, compartilhamos as bases metodológicas, assim como as técnicas e procedimentos adotados nesta pesquisa a fim de refletir em que medida as mulheres em cargos de gestão no jornalismo alteram as dinâmicas do trabalho na redação. E se de alguma forma elas rompem com a cultura masculina no ambiente de trabalho. Apresentamos, então, a seguir, nosso objeto empírico composto de quatro veículos de comunicação e 28 jornalistas que neles trabalham.

5 A PESQUISA LUSO-BRASILEIRA

Nenhum de nós pode esperar ser original. Nós simplesmente tomamos emprestado do grande acervo de velhas ideias aquelas que se adequam a nossos propósitos, e só depende de nós mesmos e de nossa formação se escolhemos as boas ou as más.

(Joseph Pulitzer)

Após travar, no capítulo anterior, discussões sobre gênero nas redações jornalísticas, por meio de outros autores e pesquisas já realizadas na área, e do processo de feminização da profissão em cada um dos países por nós estudados, apresentamos, agora, de forma mais aprofundada, nosso objeto de trabalho e profissionais entrevistados. Trilhamos, igualmente, o caminho metodológico percorrido na pesquisa de campo e análise.

5.1 AS REDAÇÕES E SUAS PECULIARIDADES: MÉTODOS DE TRABALHO

Neste momento da pesquisa, em que nos dedicamos aos jornalistas, ao ambiente de trabalho desses profissionais, aos papéis de gênero que se estabelecem nas redações e também às representações das relações de poder que se revelam por meio das percepções dos profissionais, nossa fonte primária são os próprios jornalistas. A opção foi por realizar uma pesquisa empírica por meio de entrevistas. As falas de mulheres e homens jornalistas são os documentos que fundamentam as análises que aqui fazemos, uma vez que os consideramos os agentes que estão na linha de frente da informação.

Todos os que foram ouvidos e questionados, falaram de maneira espontânea sobre suas experiências, visões de mundo e pontos de vista sobre a profissão. Por darem personalidade ao jornalismo praticado nos dias de hoje, inclusive com apontamentos sob o aspecto da mídia enquanto negócio (FIGARO, 2013), suas colocações são contextualizadas e comparadas entre

si.

Ao rastrear o perfil da pesquisa acadêmica em jornalismo feita no Brasil, com vistas nas opções metodológicas dos pesquisadores, Gislene Silva (2008) infere e problematiza: “Por que a maioria das pesquisas recorre a produtos jornalísticos? Será somente porque ainda não temos consolidadas tradições de pesquisa nos campos da produção e recepção?” (SILVA, 2008, p. 5). Ao passo que propõe essa hipótese, a pesquisadora elenca outras variáveis relevantes e que cabem para a realidade deste nosso trabalho: 1 – acesso ao objeto de trabalho (gravar áudios e vídeos, arquivar páginas da internet e recortar jornais e revistas é mais fácil do que conseguir autorização para entrar em redações ou mesmo a disponibilidade dos profissionais para conceder entrevistas); 2 – custos da pesquisa (é mais barato investigar produtos do que processos); 3 – tempo.

Como queríamos mergulhar no mundo do trabalho do jornalista em busca de percepções dos profissionais que nos dessem pistas da realidade de trabalho a partir da presença massiva de mulheres nas redações, o método de trabalho que melhor nos coube foi a entrada nas redações e entrevistas com os profissionais que fazem o jornalismo, nos dias atuais. Retomando a leitura de Silva (2008) pós-trabalho de campo, as hipóteses, em alguns casos, ganham concretude. Ter acesso às redações demandou tempo, deslocamento, custos e, em alguns casos, longas negociações e incertezas se conseguiríamos atingir o objetivo. Nos dois jornais portugueses, após contatos infrutíferos por telefone e e-mail, fomos “bater” na porta dos respectivos jornais. No *Diário de Notícias*, logo conseguimos autorização da direção. O posterior agendamento das conversas individuais com os jornalistas deu-se sem grandes intercorrências.

O *Correio da Manhã* foi o jornal onde tivemos mais dificuldades. Mesmo após ir ao prédio do jornal (no qual não pudemos entrar e fomos recebidas na calçada pelo chefe de redação), o contato pessoal não rendeu frutos. Faltando menos de um mês para o regresso ao Brasil é que a direção geral nos atendeu e abriu as portas da redação. Ficamos, inclusive, à vontade para frequentar o espaço e conversar com os profissionais que mais se encaixassem no perfil da pesquisa. Alguns jornalistas, entretanto, demonstravam ter pouca disponibilidade.

O acesso aos jornais brasileiros se deu de forma mais simples. No *Diário de Pernambuco*, nosso contato foi com a editora executiva, que nos deixou à vontade para trabalhar com os profissionais. Da mesma forma, no *Super Notícia*, nosso primeiro contato foi com a direção de jornalismo do grupo Sempre Editora. Em seguida fomos direcionadas para

tratar diretamente com a editora do jornal, que nos deu autonomia para agendar a data da viagem até Belo Horizonte.

Como as questões de gênero perpassam nossos questionamentos sobre trajetória profissional, rotina de trabalho, liderança, vida pessoal e expectativas profissionais, uma vez que buscamos compreender a mulher jornalista e sua relação com poder e liderança na redação, entendemos que nosso *corpus* poderia ser composto por mais mulheres, mas que a entrevista com homens jornalistas seria fundamental para uma interpretação mais ampla e contextualizada do problema de pesquisa. Seguimos, de certa forma, o conselho de Saffioti, que afirma não ser possível escrever sobre a mulher, deixando de fora o homem, e vice-versa. “Se cada um desses seres situa-se, socialmente, em diferentes polos da relação de dominação-exploração, não se pode abordar um, esquecendo o outro” (1987, p. 29). A outra razão nos é apontada por Cornu (1994), ao sublinhar a natureza coletiva do jornalismo, que se materializa em uma redação e, ainda mais amplamente, em um veículo de comunicação.

A liberdade individual do jornalista como intérprete da realidade se insere numa prática coletiva: a da sua redação, que vê definidos pelo seu estatuto, pela linha editorial do média, os seus critérios de avaliação e as suas referências de interpretação; o jornalista inscreve-se pois necessariamente numa comunidade de interpretação (CORNU, 1994, p. 334).

Muito mais do que “contemplar” os diferentes lados dessa relação, a experiência de entrevistar homens e mulheres é reveladora das realidades avassaladoras fruto da herança patriarcal que afeta tanto um quanto o outro. Seria incompleto não observar em conjunto a forma como o mundo do trabalho afeta a vida familiar e social das jornalistas e dos jornalistas. Da mesma forma que há condutas esperadas por parte das mulheres, há para os homens (GALLAGHER, 2009). Ao mesmo tempo em que se naturalizam papéis de um e de outro, há um desejo de ambos na redefinição e ressignificação desses papéis. Está traduzido na fala de homens que querem maior licença paternidade, para que possam vivenciar mais intensamente a chegada do filho; que lutam pela flexibilização de horários e maleabilidade no trabalho, a fim de estabelecerem vínculos mais próximos com a família e poderem dividir melhor o trabalho produtivo e o reprodutivo. “A flexibilização se expressa na diminuição drástica das fronteiras entre atividade laboral e espaço da vida privada” (ANTUNES, 2018, p. 141).

A divisão sexual do trabalho que flexibiliza o tempo de trabalho da mulher e não do homem a partir de uma legitimação social envolve dois aspectos: 1 – empregos com duração

mais curta para elas justificam-se na necessidade de conciliação entre a vida familiar e a profissional; 2 – o emprego flexível e o conseqüente salário flexível motivados por uma representação social de que a renda feminina é complementar (HIRATA, 2007), ainda que estatísticas como as do IBGE⁹⁶ demonstrem como é crescente a parcela das famílias chefiadas por mulheres.

‘Gênero *não* é coisa de mulher’. Como conceito, depende da interpretação das relações entre homens e mulheres. Como ferramenta analítica, precisa ser aplicado para o estudo tanto das masculinidades quanto das feminilidades. Como plataforma para defesa, homens e mulheres devem adotar o conceito de gênero [...] o envolvimento de homens no monitoramento e análise de gênero é importante, não apenas no sentido de envolvê-los, mas também porque suas leituras e interpretações precisam ser debatidas (GALLAGHER, 2009, p. 157-158, grifo da autora, tradução nossa)⁹⁷.

Pela natureza da nossa pesquisa, concentramo-nos, sobretudo, nas mulheres que compõem esse grupo profissional, porém, cientes da importância de olhar para a experiência coletiva dessa classe trabalhadora. Em Portugal entrevistamos um total de sete mulheres e sete homens. No Brasil, foram oito mulheres e seis homens. As entrevistas em Portugal foram realizadas entre maio de junho de 2017. Há, no total (considerando apenas o *CM* e o *DN*), quase 15 horas de entrevistas gravadas em áudio e transcritas, uma a uma. Todas as conversas, com exceção de uma – a primeira, com a subdiretora do *DN*, que preferiu um encontro em uma cafeteria localizada numa área cultural de Lisboa, após seu expediente de trabalho – se deram na própria redação, mas em ambiente reservado, com a presença exclusiva de entrevistado e entrevistador. No jornal *Diário de Notícias*, cada entrevista durou, em média, uma hora. Cada transcrição resultou numa média de 12 páginas de documento de *Word*, totalizando pouco mais de oito horas de áudio. A entrevista mais longa durou uma hora e 57 minutos. A mais curta, 51 minutos.

No *Correio da Manhã*, foram realizadas as entrevistas mais curtas da fase portuguesa da

⁹⁶ Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do IBGE, dão conta de que, num intervalo de 15 anos entre 2001 e 2015, o número de lares chefiados por mulheres cresceu 105%, de 14,1 milhões para 28,9 milhões. Disponível em: < <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2018/03/em-15-anos-numero-de-familias-chefiadas-por-mulheres-mais-que-dobra.html> >. Acesso em: 08 fev. 2019.

⁹⁷ No original: “‘Gender is *not* a women thing’. As a concept, it actually depends on na interpretation of the relationships between women and men. As na analytical tool, it needs to be applied to the stud of both masculinity and femininity. As a platform for advocacy, men as well as women must adopt it [...] The involmnet of men in gender monitoring and analysis is important, not just in the sense of getting them ‘on board’ but – more critically – because their readings and interpretations need to be debated”.

pesquisa de campo. Era comum, no início, ou antes, de iniciar a conversa, o profissional alertar acerca do pouco tempo que dispunha para a entrevista. Assim, o áudio mais curto registrou 33 minutos. O mais longo, curiosamente, também se deu no *CM*. Durou uma hora e 59 minutos. Os demais tinham pouco mais de 40 minutos de duração, perfazendo um total de seis horas e meia de conversas gravadas ao longo da penúltima semana de junho de 2017.

No Brasil, o trabalho de campo aconteceu em 2018. Primeiro no *Diário de Pernambuco*, entre 30 de maio e 11 de junho. Em razão de o jornal ser sediado no Recife, o agendamento e a execução das entrevistas ocorreram mais facilmente. Em média, cada entrevista durou uma hora e quinze minutos. Somamos oito horas de áudio. A mais curta conversa aconteceu em 50 minutos. A mais longa, em uma hora e 43 minutos.

A viagem a Minas Gerais deu-se entre os últimos dias de outubro e início de novembro, pós-eleições presidenciais. Foi quando realizamos a última etapa do trabalho de campo. Entre os dias 30 de outubro e 1 de novembro, entrevistamos profissionais, conhecemos o parque gráfico, as redações dos diferentes produtos, que ficam localizados na cidade mineira de Contagem – região metropolitana de Belo Horizonte. Foi o jornal que mais nos disponibilizou informações, desde histórico da empresa, passando por circulação e perfil de leitores. No *Super Notícia*, levamos uma média de pouco menos de uma hora com cada jornalista que participou do *corpus* da pesquisa. A gravação mais breve tem 43 minutos e meio. A mais longa, uma hora e 9 minutos.

5.2 A ESCOLHA DO PERCURSO

Deuze e Witschge (2016) dão notas da amplitude da pesquisa em jornalismo, tanto no que se refere à necessidade de se basear em variados pontos de vista, quanto na variedade de perspectivas teóricas e metodológicas. Dessa forma, considera-se o jornalismo como um objeto de estudo em movimento. “Precisamos perguntar o que está se tornando o jornalismo, em vez de se perguntar o que é o jornalismo” (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 18).

A complexidade do objeto de estudo específico desta pesquisa, a mulher no mercado de trabalho do jornalismo, se revela à medida que é preciso ir além das entrevistas com mulheres jornalistas, e também à medida que estar na redação, observando e acompanhando os movimentos nela feitos, complementa o processo analítico. Ou seja, o percurso metodológico de um objeto de estudo em movimento é igualmente mutável e adaptável à realidade que se vê

ao longo do caminho.

Ao investigar o jornalismo, a partir do gênero como categoria de análise (SCOTT, 1995), podemos pensar em que medida o jornalismo produz relações de gênero (SILVA, 2015). Com inspiração nos instrumentos etnometodológicos⁹⁸ e etnográficos⁹⁹, a partir do uso das técnicas de entrevista em profundidade semiaberta (DUARTE, 2006), o intuito é buscar, dentre outras coisas, informações sobre as rotinas e práticas de trabalho, com as pessoas que põem em prática os conceitos produtivos (WOLF, 1994). Como todas as entrevistas se deram dentro da redação (a exceção de uma, que aconteceu em um espaço público), em horário de trabalho, foi possível também fazer uma técnica cara à etnografia: uma espécie de observação, que permitiu acompanhar um pouco a rotina dos profissionais em seu ambiente de trabalho. A corrente teórica do *Newsmaking*, que emprega a metodologia etnográfica, por meio da observação participante, “procura descrever como as exigências organizativas e a organização do trabalho e dos processos produtivos influenciam na construção da notícia” (VIZEU, 2014, p. 8).

Dessa forma, o trabalho de campo transita por uma linha tênue entre a etnografia, que busca compreender a cultura de um grupo (nesse caso os jornalistas) sob a perspectiva interna – o interior da redação – e a etnometodologia, que está preocupada com as práticas, com a forma como os membros do grupo criam o mundo social no qual estão inseridos (EDGAR; SEDGWICK, 2003). Em cada uma das 28 entrevistas, o objetivo era ouvir e compreender as percepções daqueles profissionais sobre rotinas, constrangimentos, ética, vida pessoal-profissional etc. Ou seja, um aspecto importante da etnografia. “Ele [o entrevistador-pesquisador] não está em busca de uma resposta verdadeira, objetiva” (TRAVANCAS, 2006, p. 103). Porém, tem a função de “interpretar o que está sendo dito, observado e sentido” (TRAVANCAS, 2006, p. 104). Além disso, por ser qualitativo, o método de pesquisa permitiu uma proximidade com os entrevistados, que muito contribuiu nas etapas de interpretação, análise e comparação.

Outro ponto relevante que aproxima este trabalho de campo à etnografia são as visitas

⁹⁸ Etnometodologia: “[...] investigação das propriedades racionais de expressões indexicais e outras ações práticas como realizações contínuas e contingentes de práticas engenhosas da vida cotidiana” (GARFINKEL, 2018, p. 101).

⁹⁹ Na etnografia, “Os dados são recolhidos pelo investigador presente no ambiente que é objecto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os processos produtivos.” (WOLF, 1994, p. 167).

às redações dos quatro jornais, em dias e horários diferentes, que nos oportunizou acompanhar parte do processo de produção e edição do jornal, sobretudo enquanto aguardávamos um entrevistado ou conversávamos informalmente com algum profissional, entrevistado ou não para a pesquisa. O que nos permite depreender que em certa medida – e com consciência das limitações – houve uma observação, com olhar para práticas sociais, neste caso, “sobre as práticas jornalísticas que resultam num produto chamado notícia” (VIZEU, 2007, p. 234).

O mais importante, em nosso entendimento, é atentar para os princípios básicos do plano de pesquisa, de modo a ter consciência do percurso no caminho metodológico. Esta pesquisa, portanto, resulta de uma experiência no e do jornalismo diário impresso, mas com um diálogo muito forte e presente com as mídias digitais. E, em certa medida, com cada mídia à qual se dedicam as empresas e os profissionais entrevistados.

O jornalismo vive constantes transformações, o que torna cada vez mais relevante pensar as rotinas e processos de trabalho e, conseqüentemente, torna mais importante essa linha de investigação. As perspectivas pessoais são uma forma de pensar e repensar o jornalismo como um conjunto de pessoas comprometidas com as práticas e premissas da profissão. “O que o jornalismo é e o que é ser um jornalista pode ser entendido tanto em termos ideológicos quanto praxeológicos e não são mais dependentes do trabalho realizado dentro de instituições” (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 10).

Na segunda década do século XXI, elas já se apresentam em maior número na maioria “das típicas redações brasileiras” (JORGE; ADGHIRNI, 2013, p. 211), ou se aproximam de uma relação paritária, como em Portugal (OBERCOM, 2017). Os mesmos estudos, no entanto, apontam que, embora as mulheres estejam em maior número, não chegaram na mesma proporção aos cargos de chefia e comando.

Ao transformarem-se mais lentamente, as estruturas hierárquicas de poder não acompanham o aumento da escolarização e da presença das mulheres em contextos de trabalho que, assim, não tiveram efeitos numa maior presença das mulheres em lugares de decisão e gestão (MARQUES DA SILVA, 2010, p. 298).

A partir desses dados, fomos olhar de perto os cargos de chefia intermediária e as pessoas que os ocupam a fim de ter mais elementos para pensar as condições sob as quais os profissionais progredem na carreira, as nuances de poder e liderança que se estabelecem no ambiente de trabalho e como se dão as percepções sobre as relações de gênero ao longo do

processo de produção noticiosa. Nossa técnica de trabalho foi a realização de entrevistas individuais com homens e mulheres jornalistas que ocupam esses cargos.

Seria inviável entrevistar a totalidade de profissionais com cargos de edição e coordenação de cada um dos jornais selecionados para a pesquisa, mas como a busca é por significados e não por números (TRAVANCAS, 2006), elegemos uma população de entrevistados envolvendo um total de 28 profissionais com vínculo de trabalho em quatro diferentes jornais (sete de cada veículo), editores e subeditores pertencentes a distintas editorias, além de chefes de redação e editores executivos de cada um dos veículos de comunicação selecionados no recorte da pesquisa empírica. Desta forma, mulheres e homens jornalistas que ocupam cargos de chefia intermediária, ou seja, coordenam equipes ao mesmo tempo em que são chefiados por uma instância jornalística superior, são o público-alvo da nossa pesquisa.

O questionário-guia para as entrevistas com os profissionais foi pensado de modo a testar as hipóteses desta pesquisa (QUIVY, CAMPENHOUDT, 1992). Conforme explicitado na Introdução, foram elaborados conjuntos de perguntas com diferentes temáticas, como (1) trajetória pessoal e profissional, (2) ambiente de trabalho e (3) liderança e processo de produção noticiosa, sempre com olhar para as questões de gênero e para um contexto de vida que perpassa as expectativas profissionais, mas também objetivos e realidades pessoais. A partir desse tripé temático, várias questões emergiram das conversas. E, baseado nos aspectos das entrevistas que mais afluíram, elaboramos as seguintes categorias de análise:

- 1- Ambiente de trabalho;
- 2- Processo de produção;
- 3- Relações de gênero.

A análise das categorias se dá com base nas respostas ao questionário padrão pré-elaborado e aplicado, com pequenos ajustes, aos profissionais dos dois países. O objetivo principal é buscar as percepções dos sujeitos estudados e, a partir de perspectivas teóricas, apresentar e interpretar tais percepções. Apresentamos os resultados no próximo capítulo.

Como método de análise, tomamos as falas de cada jornalista entrevistado. A partir daí, sob a perspectiva comparativa entre os jornais brasileiros e portugueses, observamos três pontos: (1) as aproximações enunciadas a partir de cada tópico do questionário; (2) as diferenças entre as falas; e (3) o que não foi dito pela maioria, mas mencionado por um ou outro entrevistado. A pesquisa comparada é pensada como forma de olhar para além do

contexto nacional. Olhar para o fenômeno social do aumento da população feminina no jornalismo, colocando-o em perspectiva.

Não é difícil encontrar argumentos a favor desta perspectiva, que alarga os olhares e traz novos ângulos de visão, permitindo aos investigadores evidenciar aspectos até então nebulosos e olhar para o seu país através dos olhares de outros investigadores, a partir de outros lugares e de outras posições. (PONTE, 2010, p. 2)

Amparados em Esser e Hanitzsch, para quem “a necessidade de comparação internacional é mais evidente em áreas onde encontramos uma forte relação entre os fenômenos da comunicação, de um lado, e os sistemas políticos e de valores culturais, de outro” (2012, p. 4, tradução nossa)¹⁰⁰, e no conceito de comunidade interpretativa transnacional, de Traquina (2005), evidenciamos as similitudes entre Brasil e Portugal no que se refere ao fenômeno de consolidação das mulheres jornalistas na profissão, assim como para as variações das duas realidades. Sobretudo porque o maior montante de estudos sobre a mídia é resultado de experiência em um único país (HALLIN; MANCINI, 2010).

A análise comparativa é valiosa para a investigação social, em primeiro lugar porque nos sensibiliza para a variação e a similitude, e isso pode contribuir fortemente para a formação e para o refinamento do nosso mecanismo conceitual (HALLIN; MANCINI, 2010, p. 16).

5.3 OBJETO DE TRABALHO: OS JORNAIS

A dimensão comparativa desta pesquisa empírica nos levou às redações de quatro jornais – dois portugueses e dois brasileiros. Como parâmetro, optamos pelo de maior circulação, em cada país, e pelo mais longo, em circulação, no Brasil e em Portugal. Assim, a pesquisa centrou-se no *Correio da Manhã* e no *Super Notícia*, veículos de maior circulação em Portugal e no Brasil, respectivamente; e no *Diário de Notícias* e *Diário de Pernambuco*, jornais mais antigos de cada país.

Como introdução ao trabalho analítico, trazemos, a seguir, um breve fluxo histórico de cada um dos jornais que abriram suas redações para esta pesquisa. A quantidade e a natureza das informações de cada veículo diferem em razão de termos tido acesso a dados mais ou

¹⁰⁰ No original: “The need for international comparison is more evident in areas where we find a strong relationship between communication phenomena, on the one hand, and political systems and cultural value systems, on the other”.

menos detalhados ou completos de cada jornal.

Diário de Pernambuco

Em 7 de novembro de 1825 foi publicada a edição número 1 do *Diário de Pernambuco* (imagem 1). São 193 anos de atividade ininterrupta, o que dá ao veículo sediado no Recife o título de jornal mais antigo da América Latina. E, segundo o impresso anunciou no editorial da edição de 7 de novembro de 2018¹⁰¹, é a empresa privada mais antiga do Brasil, em atividade. Mais longeva que ela, só a Casa da Moeda, uma empresa pública criada em 1694.

O tipógrafo e jornalista Antonino José de Miranda Falcão fundou o jornal, que em 1931 passou para o comando dos Diários Associados¹⁰², de Assis Chateaubriand, um conglomerado brasileiro de veículos de comunicação. Nomes como Gilberto Freyre¹⁰³, Raimundo Carrero¹⁰⁴ e Antônio Maria¹⁰⁵ fizeram parte da equipe do jornal.

Em 2015, o *Diário de Pernambuco* passou para o controle do grupo de mídia Sistema Opinião de Comunicação, do *Grupo Hapvida*, que adquiriu mais de 50% das ações dos Diários Associados, na região Nordeste. No fim do mesmo ano, o *Grupo R2* assumiu o controle de 78% das ações do jornal, ao adquirir as cotas da Hapvida e também dos Diários Associados. Desde 2015, Alexandre Rands, sócio do Grupo R2, é presidente do *Diário de Pernambuco*.

Nosso trabalho de campo no *Diário de Pernambuco*, que se deu com visitas à redação em horário de trabalho dos profissionais, entrevistas formais com oito jornalistas (um deles ficou de fora do material de análise, uma vez que optamos por ter sete entrevistas válidas em

¹⁰¹ EDITORIAL. O *Diário de Pernambuco* faz 193 anos. **Diário de Pernambuco**. Opinião. 08 nov. 2018 Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/DIARIO%20DE%20PERNAMBUCO_0_0_20181107_CEL.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

¹⁰² A trajetória dos Diários Associados começou em 1924 e chegou a ser o maior conglomerado de mídia do Brasil. Atualmente, conta com 47 veículos de comunicação, dos quais oito são jornais impressos, incluindo o *Diário de Pernambuco*.

¹⁰³ Aos 18 anos, enquanto estudava nos Estados Unidos, Gilberto Freyre começou a colaborar com o *Diário de Pernambuco*. Aos 25, já de volta a Recife, tornou-se redator-chefe do jornal. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/historiape/index.php/2017/01/06/gilberto-freyre-o-mestre-de-apipucos/>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

¹⁰⁴ Em 1969, o escritor pernambucano foi trabalhar no *Diário de Pernambuco*, onde exerceu vários cargos. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/raimundo_carrero/>. Acesso em: 29 nov. 2018.

¹⁰⁵ Nascido em 1921, em Pernambuco, o poeta, cronista e compositor Antônio Maria publicava em *O Jornal* uma coluna chamada O Jornal de Antônio Maria, que era também reproduzida no *Diário de Pernambuco*, ambos veículos pertencentes ao Diários Associados. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2018/09/03/interna_vidaurbana,761717/antonio-maria-um-ser-humano-fora-de-serie.shtml>. Acesso em: 29 nov. 2018.

cada veículo) e conversas informais com membros da equipe, aconteceu entre 30 de maio e 11 de junho de 2018, pouco mais de dois meses após uma demissão coletiva de 38 jornalistas e 8 profissionais do setor administrativo da empresa, que aconteceu em 28 de março. Após o processo de desligamento de profissionais, a redação passou a contar, entre estagiários, prestadores de serviços e contratados, com 95 profissionais do jornalismo¹⁰⁶. Equipe chefiada por Paula Losada¹⁰⁷, editora executiva, função que exerce desde 2006. No entanto, até a demissão coletiva sobre a qual acabamos de falar, Paula era chefiada por outra mulher, que ocupava o cargo de diretora geral da redação. Desde o desligamento da chefe, Paula assumiu sua função, ainda que oficialmente o nome dela conste, no expediente *online*, atrelado à função anterior. Quando visitamos a redação, em meados de 2018, Losada nos disse que a previsão era de que no segundo semestre houvesse a mudança oficial, no Expediente. Ela iria para a direção geral e, em seu lugar, ficaria o colega Vandek Santiago, recém-promovido a editor executivo. Porém, na versão *online*¹⁰⁸, o nome de Paula Losada aparecia junto ao de Vandek Santiago, ambos como editores executivos¹⁰⁹. Na versão impressa, contudo, o expediente, atualmente, inclui apenas direção administrativa e comercial. Nas mais recentes edições impressas, o expediente jornalístico não aparece.

Em 2015, ano de referência para os dados de circulação desta pesquisa, o *Diário de Pernambuco* mantinha uma circulação média diária de 16.740 exemplares, sendo, assim, o 51º jornal brasileiro no ranking de circulação impressa. Em Pernambuco, é o terceiro maior em circulação, atrás do *Jornal do Commercio* (27º) e do *Aqui PE*¹¹⁰ (40º), e é considerado um veículo de alcance estadual. Como forma de incluir na pesquisa dados mais atualizados, solicitamos ao IVC informações referentes ao ano de 2018. Os relatórios que o instituto forneceu nesse período, entretanto, não contemplam o *Diário de Pernambuco*. Segundo informações do próprio IVC, o veículo não é mais filiado ao Instituto Verificador de Circulação¹¹¹.

¹⁰⁶ Informação obtida diretamente com a editora executiva do jornal, Paula Losada, em 19 de nov. 2018, via aplicativo de mensagens Whatsapp.

¹⁰⁷ Paula Losada tem 51 anos e três filhos adultos. Há 21 anos, em 1987, entrou no *Diário de Pernambuco* como estagiária de economia. No ano seguinte foi contratada. Entre 1998 e 2000 deixou o *DP* para coordenar o jornal concorrente *Folha de Pernambuco*. Desde 2000 segue no *DP*.

¹⁰⁸ Disponível em <https://www.diariodepernambuco.com.br/outros/fale_conosco/>. Acesso em: 29 abr. 2019.

¹⁰⁹ Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/outros/fale_conosco/>. Acesso em: 05 fev. 2019.

¹¹⁰ O *Aqui PE* é um jornal dirigido às classes C e D e foi criado em 2008 pelo conglomerado de mídias Diários Associados, ao qual o *Diário de Pernambuco* igualmente pertenciam. Ambos são produzidos de forma integrada, na mesma redação.

¹¹¹ Informação obtida por e-mail.

Imagem 1 – Capa da primeira edição do *Diário de Pernambuco*

Fonte: *Diário de Pernambuco*

Super Notícia

O *Super Notícia* foi lançado em 1º de maio de 2002 pelo Grupo Editorial Sempre Editora¹¹², braço de comunicação do Grupo Sada¹¹³, que possui empresas na área de infraestrutura e logística. Concebido – e sempre mantido – no formato tabloide (35cm x 26cm), foi inspirado no jornal *Diário Gaúcho*, do Grupo RBS – lançado em 2000, atualmente é o sexto jornal em circulação no país, com média de 100 mil exemplares diários (IVC, 2018). À época do lançamento, eram impressos 3 mil exemplares diariamente. Em 2004, eram cerca de 7 mil exemplares/dia. Em 2008, superou a marca de 300 mil exemplares. O auge em circulação deu-se entre os anos de 2012 e 2014. A tiragem histórica, conforme lembram o diretor executivo da Sempre Editora, Heron Guimarães, e a editora do *Super Notícia*, Carla Alves (2018, informação oral), foi a edição de 5 de junho de 2012, cuja capa trazia a notícia da contratação do jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho pelo clube Atlético Mineiro. Naquele dia, foram vendidos 380 mil exemplares do *Super Notícia*.

Conhecido como “*Super*”, o veículo diário é conhecido no Brasil por seu fenômeno de

¹¹² A Sempre Editora foi lançada em 1996 e é proprietária também dos jornais diários *O Tempo* (lançado também em 1996, com foco no leitor das classes A e B, objetivando concorrer com o *Estado de Minas*, é o jornal referência da Sempre Editora), *O Tempo Betim* e *O Tempo Contagem*, do semanário *Pampulha*, além da rádio Super Notícia.

¹¹³ Spedizione, Auto trasporti, Deposit, Associati (SADA)

vendagem. A “fórmula do sucesso” inclui, na visão da direção, o foco na distribuição, que é pensada de modo que o jornal chegue às comunidades periféricas. Outro ponto forte são as promoções – estratégia por meio da qual o leitor deve juntar um conjunto de selos (cada edição diária traz um selo), incluir uma quantia em dinheiro e trocar por um prêmio¹¹⁴.

A linha editorial, fortemente sustentada no tripé (1) esporte (futebol, sobretudo envolvendo os dois principais times de futebol de Minas Gerais: Cruzeiro e Atlético Mineiro), (2) polícia e (3) celebridades (fofoca, beleza, sensualidade etc.), reafirma o gênero jornalismo popular. Vale ressaltar, entretanto, que uma característica apontada pelos editores com quem conversamos e entrevistamos é a do papel social do *Super Notícia*, marcado pela prestação de serviço – que vai da informação do que abre e fecha no feriado e fins de semana, passando por vagas de emprego e orientações sobre como proceder em uma entrevista de trabalho ou mesmo como denunciar um crime ou buscar ajuda em situações de emergência. O impresso tem quatro editorias fixas: Cidades, Geral, Variedades e Esportes.

O jornal *Super Notícia* circula em 48 dos 853¹¹⁵ municípios mineiros, entre a capital Belo Horizonte, a Grande BH e região metropolitana – uma população estimada de 5,8 milhões de habitantes. O perfil dos leitores¹¹⁶ indica uma relação paritária entre leitores homens e mulheres (eles são 50,8%. Elas somam 49,2%). São predominantemente pertencentes à classe C (57,3% estão em famílias cuja renda gira entre R\$ 3 mil e 4,5 mil mensais) e a maioria tem ensino médio (37,8%).

Em 2015, ano que utilizamos como referência para definir o *corpus* da pesquisa de campo, o IVC apontava o *Super Notícia* como jornal de maior circulação impressa do Brasil. A circulação média diária, naquele ano, foi de 249 exemplares, seguido pelo jornal *O Globo*

¹¹⁴ A primeira promoção foi cópia da criada pelo jornal *Extra*, do Rio de Janeiro. O objetivo era colecionar miniaturas de carros brasileiros. A procura foi muito grande, tanto assim que o grupo Sada, que detém negócios na área de logística, passou a encomendar e importar diretamente o produto, na China. Foram vendidos cerca de 1 milhão de carrinhos, vinculados à promoção. Utensílios domésticos e eletro portáteis, como chapinha alisadora de cabelo, também figuram entre os itens promocionais.

¹¹⁵ Minas Gerais é o estado brasileiro com maior número de municípios. As 853 localidades representam 15,5% dos municípios brasileiros.

¹¹⁶ Trata-se de uma pesquisa envolvendo o perfil sociodemográfico dos leitores de todos os jornais mineiros (*O Tempo*, *Super Notícia*, *Estado de Minas*, *Aqui* e *Hoje em Dia*) encomendado pelo grupo Sempre Editora, ao qual o jornal *Super Notícia* pertence. A direção do Grupo forneceu tal pesquisa com a condição de que só usássemos os dados dos veículos pertencentes à Sempre Editora.

(193 mil) e *Folha de S. Paulo* (189 mil). O primeiro lugar no ranking dos jornais brasileiros foi a razão por que optamos por estudar este veículo.

De 2015 a 2018 percebe-se uma queda expressiva na circulação impressa – não só do *Super Notícia*, mas também dos demais jornais brasileiros. Ainda tomando como base o ranking dos jornais impressos do IVC, em 2018, o *Super Notícia* registrou média de 145 mil exemplares diários em circulação, com queda mês a mês (gráfico 2), seguido por *O Globo*, com 123 mil, e *Folha de S. Paulo*, com 116 mil. Ou seja, a queda na circulação atingiu os três maiores jornais em circulação, que, ainda assim, mantiveram igual posição no ranking.

Heron Guimarães (2018, informação oral) pontua cinco razões para a queda de circulação: (1) crise econômica do país, a partir de 2015; (2) Plano diretor de Belo Horizonte, que implementou o sistema de transporte integrado BRT, o que representou queda nas vendas em terminais rodoviários e pontos de ônibus; (3) fim das promoções que o jornal fazia, em função da alta cotação do dólar, que encareceu as importações de produtos; (4) crise do papel; (5) popularização dos *smartphones* (a empresa estima que 75% da leitura, atualmente, se dá via aparelho de telefone celular).

Uma característica forte do *Super Notícia* – presente, de forma geral, nos jornais populares – é a venda avulsa. Dos 145 mil jornais em circulação, 137 mil são adquiridos via venda avulsa. Como o jornal é vendido a R\$ 0,50, o maior faturamento vem dos anúncios, que representam 60% do conteúdo diário do impresso. Atualmente, o número de páginas varia entre 20 e 32 (além do encarte diário de Esportes, veiculado no *Super* e em *O Tempo* – considerado o jornal referência do grupo Sempre Editora –, que pode ter 8 ou 12 páginas, conforme a demanda comercial e editorial), de acordo com a quantidade de anúncios. O veículo que começou como um apêndice do jornal *O Tempo*¹¹⁷, em 2002, em poucos anos tornou-se o maior faturamento da Sempre Editora. Atualmente, conforme informação do diretor executivo da Sempre Editora, o *Super* “sustenta o grupo”.

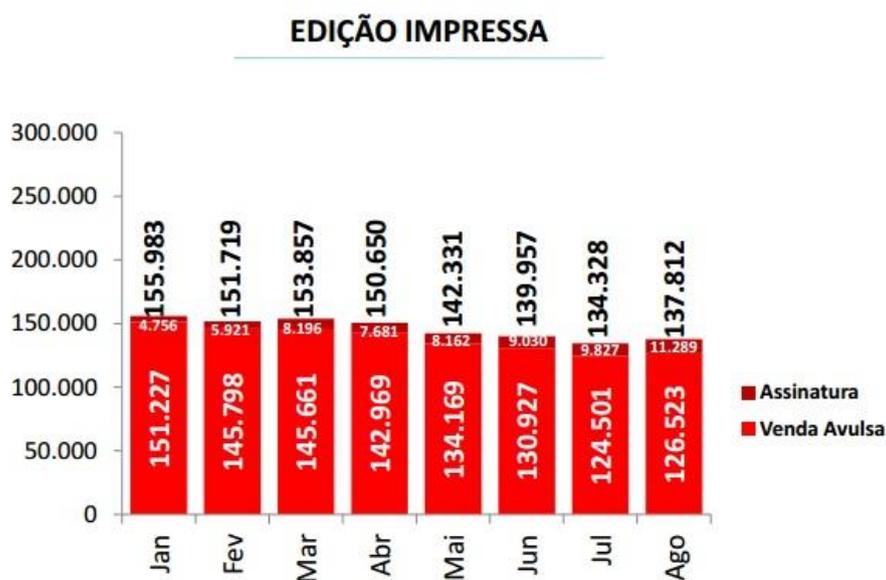
Em julho de 2017, o grupo lançou uma rádio (cujo perfil é misto – notícias e entretenimento) e houve mudanças em todos os veículos da empresa (inclusive o editor do *SN* foi alçado editor da rádio e Carla Alves¹¹⁸, que atuava no jornal *O Tempo* como subeditora de

¹¹⁷ Conforme o IVC, em 2018, *O Tempo* registrou circulação impressa de 41 mil exemplares. Somadas as edições impressa e digital, a média diária chega a 93 mil. Na configuração impresso + digital, o jornal fica em 10ª colocação entre os veículos brasileiros.

¹¹⁸ Carla Alves tem 43 anos, é separada e tem um filho de 16 anos. Começou a trabalhar no grupo Sempre Editora em 1988. Entre *O Tempo* e o *Super Notícia*, foi rádio escuta, repórter, coordenadora de pauta e subeditora. Entre 2012 e 2014 deixou o jornal para fazer assessoria política. Ao retornar, assumiu a função de

Política, passou a editora do *Super*). A redação é pequena. São 22 profissionais atuando no *Super*¹¹⁹, ou seja, trata-se de um jornal de circulação elevada, mas com força laboral reduzida. No entanto, o jornal utiliza material produzido por *O Tempo*, que mantém uma estrutura maior¹²⁰.

Gráfico 2 – Circulação do jornal *Super Notícia*¹²¹



Fonte: Sempre Editora, com base nos dados do IVC 2018

Correio da Manhã

Lançado em 1979, portanto, cinco anos após o fim do período ditatorial de Portugal, o *CM* é o primeiro veículo português criado por membros da sociedade civil. Os jornais até então existentes pertenciam inicialmente ao Estado e com o passar dos anos foram sendo privatizados (RIBEIRO, 2017, informação oral¹²²). Em 19 de março de 2019, o jornal diário *Correio da Manhã* completou 40 anos. Desde 2003 é líder em tiragem entre os impressos

subeditora de Política, em *O Tempo*, até ser convidada a chefiar o *SN*, em 2017.

¹¹⁹ Uma editora, quatro subeditores, quatro redatores, oito repórteres, duas estagiárias e três diagramadores. Informação obtida diretamente com a editora do jornal, Carla Alves, em 06 de fev. 2019, via aplicativo de mensagens Whatsapp.

¹²⁰ Solicitamos, mas não obtivemos informação sobre o número de jornalistas do jornal *O Tempo*.

¹²¹ Esses dados nos foram passados no início de novembro, pela direção do grupo. Naquele momento havia dados disponíveis até agosto. Terminado o ano, solicitamos informações completas de 2018, por e-mail, mas não obtivemos resposta.

¹²² O diretor geral editorial Octávio Ribeiro foi nosso primeiro contato formal com o jornal, e se deu por meio de um almoço, no qual também participou o diretor adjunto Carlos Rodrigues. Nessa conversa, ambos passaram algumas informações sobre a empresa.

portugueses. Atualmente registra uma média diária de 110 mil exemplares. O *CM* pertence à Cofina Media, grupo fundado em 1995 e que em 2000 adquiriu o diário. Atualmente, a Cofina detém cinco jornais portugueses, além de três revistas e um canal de TV a cabo¹²³.

O *CM* é um jornal em formato tabloide. Desde sua fundação manteve a linha editorial popular – o que representou pioneirismo em Portugal. É considerado, no país, um jornal generalista, ou seja, aborda diferentes temáticas. Mas dá especial destaque ao esporte (em especial o futebol, sobretudo envolvendo o Benfica e o Sporting – os principais clubes portugueses), às celebridades e a temas envolvendo polícia, segurança e cotidiano – tratados em linguagem acessível ao grande público.

Em julho de 2002 o *CM* passou a ser publicado, também, na internet¹²⁴. Mas 2008 foi o ano de maior investimento na plataforma digital, que virou um complemento da edição impressa e focou na interatividade com o leitor, que passou a ter a opção de comentar matérias e enviar fotos e vídeos. Em 2017, ano em que fizemos pesquisa de campo no *CM*, foi possível observar um caminho de valorização do impresso. Algumas matérias da edição impressa vêm com o selo “notícia exclusiva da edição em papel”, o que se justifica no fato de o *CM* ser o principal título do grupo e a edição impressa ser o maior gerador econômico. Em 2017, o *CM* detém 60% da cota de mercado de venda em bancas. Fato, conforme explica o diretor adjunto Armando Monteiro (2017, entrevista à autora), que permite independência do jornal.

Não conseguimos, junto à direção, informações precisas sobre o número de profissionais que trabalham no *CM*. Mas estima-se que há, em todo o país, cerca de 120 jornalistas trabalhando pelo *CM* – incluindo as redações de Lisboa e correspondentes em Porto, Braga, Coimbra, Viseu, Évora, Portimão e Leiria. O diretor adjunto Armando Pereira (2017, entrevista à autora) nos informou que o *CM* mantém correspondentes a cada 50 quilômetros, com intuito de cobrir todo o território nacional. O expediente do jornal, conhecido em Portugal como “ficha técnica”, mantinha, em 2017, os nomes de cerca de 50 profissionais. Isso porque apenas figuram lá os diretores, editores e repórteres especiais (chamados por eles de grandes repórteres).

Trata-se de uma redação eminentemente jovem. Uma característica forte é a atuação multiplataforma. Em 2013 o *Grupo Cofina* lançou uma TV por cabo. Toda a equipe passou

¹²³ *Destak*, *Record*, *Jornal de Negócios* e *Mundo Universitário* são os outros jornais pertencentes ao grupo Cofina. Os títulos das revistas são *Sábado*, *Máxima* e *TV Guia*. O canal por cabo chama-se cmTV.

¹²⁴ Atualmente, o endereço é www.cmjornal.pt.

por um treinamento, uma vez que a empresa optou por um modelo no qual os jornalistas do impresso e do *online* integrariam a equipe da TV. Assim, não houve um aumento expressivo no número de jornalistas na redação integrada. Houve contratações, mas nenhum membro da direção com quem conversamos precisou o acréscimo no número de jornalistas. Mas enfatizaram ser a redação que mais trabalha em Portugal, a um baixo custo.

Tivemos muita dificuldade de realizar a pesquisa de campo no *Correio da Manhã*. Por dois meses fizemos tentativas infrutíferas, incluindo telefone, e-mail e idas ao jornal. Ao comentar os entraves com um jornalista de outro veículo, este disse: o único caminho para se chegar ao *CM* é por meio do diretor geral. O jornalista afirmou que nenhum profissional do *CM* falaria conosco sem o aval da direção. Enviamos, então, um e-mail para o diretor geral editorial, Octávio Ribeiro¹²⁵. Explicamos, na mensagem, que vínhamos da Universidade Federal de Pernambuco com intuito de pesquisar os jornais portugueses. Para nossa surpresa, a resposta chegou no mesmo dia. Assinada pela secretária do diretor, propunha um almoço com sugestão de duas datas.

No dia do almoço, que antecedeu uma visita à redação, o diretor revelou que o *CM* é um jornal muito fechado e que normalmente não são permitidas pesquisas dentro da redação. Mas autorizou o presente trabalho.

Diário de Notícias

Desde sua primeira edição, em 1864 (imagem 2), o *Diário de Notícias* já teve diferentes linhas editoriais, já pertenceu ao Estado, hoje é propriedade privada. Nomes importantes para a literatura mundial, como Eça de Queiroz, Fernando Pessoa e José Saramago já escreveram, atuaram como jornalistas e até chegaram a comandar este impresso.

À data da pesquisa realizada em Portugal, seguindo uma tendência entre os veículos portugueses, brasileiros e de outros países, o *DN* pertence a um grupo de mídia, o *Global Media Group*, cujo portfólio inclui outros veículos de comunicação portugueses, como o *Jornal de Notícias*¹²⁶, *O Jogo*, TSF Rádio Notícias, além de revistas e outros jornais regionais.

Em 2000, o *DN* chegou a ter média diária de 65 mil exemplares impressos, mas

¹²⁵ Octávio Ribeiro, 55 anos, é jornalista há três décadas. Trabalha no *CM* desde 2002. Em 2007 passou a diretor geral editorial. Até então era subdiretor do diário. Tem passagem por outros veículos portugueses, como *Semanário*, a *Rádio Renascença*, *Notícias Magazine*, *TVI* e *O Independente*. É casado e tem um filho de 13 anos.

¹²⁶ O *Jornal de Notícias* segue uma linha popular. Concorre com o *Correio da Manhã* e registra a segunda maior tiragem entre os jornais generalistas de circulação nacional, com 53,8 mil exemplares diários (OBERCOM, 2015).

registrou quedas consecutivas ao longo dos últimos anos. Chegou a 2015 com 13 mil exemplares diários, o que o coloca em quarto lugar, em circulação, entre os jornais generalistas portugueses (OBERCOM, 2017). O diretor-adjunto, Paulo Tavares (2017, informação oral), não precisou, mas informou que havia, na redação, naquele maio de 2017, cerca de 50 jornalistas trabalhando no *DN*, que é o mais antigo jornal de alcance nacional em circulação, em Portugal¹²⁷. No quadro hierárquico, o *DN* tem diretor, diretor-adjunto e dois subeditores. Tivemos contato com o diretor-adjunto, Paulo Tavares, que nos recebeu e autorizou a pesquisa de campo no veículo, e entrevistamos a única mulher no quadro diretivo, a subdiretora Joana Petiz.

Desde 2016 está sediado nas Torres de Lisboa, depois de 76 anos produzido num prédio histórico, na Avenida da Liberdade – endereço tradicional e turístico da cidade¹²⁸ (imagem 3).

¹²⁷ Mais antigo que o *DN*, há o *Açoriano Oriental*, um jornal regional diário que circula na Ilha de São Miguel, que pertence ao Arquipélago dos Açores (um conjunto de nove ilhas distantes 1,6 mil quilômetros de Portugal Continental), que desde 1976 é uma região autônoma integrada na república portuguesa, ou seja, embora seja um território pertencente a Portugal, é administrativo, legislativo e politicamente independente e autônomo. Fundado em 1835, o *Açoriano Oriental* pertence ao mesmo Global Media Group.

¹²⁸ Seis meses antes de iniciarmos a pesquisa de campo no *Diário de Notícias*, o jornal mudara de endereço. Na fachada do antigo prédio, no entanto, os dois letreiros com o nome do diário são mantidos. A nossa primeira entrevistada diz que “em termos de infraestrutura é bom porque é tudo novo. Tem algumas disfuncionalidades porque a redação é ao comprido e se acaba por criar alguma distância. Por exemplo, a direção está em uma ponta e os editores executivos em outra. Na antiga redação, a direção estava no centro. A comunicação era mais imediata”. Nos dias seguintes, nas visitas que fizemos à nova redação, quando conversamos informalmente com alguns jornalistas e entrevistamos outros, nos foi dito que a mudança teve cunho financeiro, uma vez que o prédio histórico, construído com a finalidade de abrigar o *DN*, fora vendido por 20 milhões de euros para dar lugar a apartamentos de luxo. Informação que se confirma em julho de 2018, quando o *DN* publica matéria dando detalhes do empreendimento – inclusive confirmando que, embora o local passe a se chamar Liberdade 266, os dois letreiros com o nome do diário serão recuperados e mantidos. Disponível em: <<https://www.dn.pt/dinheiro/interior/edificio-do-diario-de-noticias-da-lugar-a-34-apartamentos-de-luxo-9634437.html>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

Imagem 2 – Capa da primeira edição do *Diário de Notícias*



Fonte: *Diário de Notícias*

Imagem 3 – Fachada da antiga sede do *Diário de Notícias*



Fonte: *Diário de Notícias*

5.4 POPULAÇÃO ABARCADA PELO OBJETO DE TRABALHO: OS JORNALISTAS ENTREVISTADOS

Em cada redação, entrevistamos sete jornalistas mulheres e homens com cargos de chefia intermediária, de modo que temos 28 entrevistas validadas oriundas do trabalho de campo. Interessa-nos as experiências, percepções e entendimentos dos profissionais entrevistados. Por questões de natureza ética e deontológica, optamos por não identificar os profissionais que nos concederam entrevista. Entendemos que assim poderíamos utilizar, de forma mais ampla, tudo o que nos foi dito em entrevista, sem exposição direta dos jornalistas.

Como forma de identificação dos profissionais, optamos por numerá-los de 1 a 7, seguido das letras A, B, C e D, que correspondem a cada um dos veículos. O objetivo é evitar a possibilidade de relacionar o profissional ao veículo em que trabalha. Assim, nos referimos aos jornalistas de um jornal como 1A, 2A e assim sucessivamente, até o 7A. A partir do mesmo critério, os jornalistas do outro veículo são identificados como 1B, 2B etc. As pessoas do terceiro jornal aparecem por meio das siglas 1C, 2C... Por fim, os profissionais do último jornal são identificados como 1D, 2D, 3D... até 7D.

Como a dimensão de gênero é um ponto central desta pesquisa, e realizamos entrevistas com homens e mulheres em cada uma das quatro redações, optamos, ao longo da análise, por identificar cada fala como pertencente a um homem ou uma mulher jornalista. Todas as entrevistas, à exceção de uma, foram feitas dentro das redações. A conversa fora da redação aconteceu no Cento de Cultura de Belém, em Lisboa, por sugestão da entrevistada. Segundo ela, seria um local mais fácil de chegar, comparado ao jornal.

A seguir, seguem algumas características dos entrevistados que consideramos importante pontuar:

1 - Entre os 28 profissionais, dois têm mestrado. Um brasileiro e um português;

2 - Uma única jornalista não tem curso superior. Iniciou o curso de Antropologia, mas desistiu e fez no Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas)¹²⁹, um curso de formação profissional para jornalistas, em Portugal. Os demais portugueses têm

¹²⁹ Em Portugal, o exercício da profissão de jornalista está atrelado à posse da carteira profissional. Para tal, é obrigatório o estágio de 12 meses para pessoas com formação universitária em Comunicação e Jornalismo. Para os demais casos (pessoas com outras graduações e aqueles que não têm formação universitária), o estágio tem duração de 18 meses (CCPJ, 2018). O Cenjor, que se equipara a um curso profissionalizante, com duração média de um ano, é um caminho seguido por muitos jornalistas portugueses.

graduação. Dez com formação em Comunicação Social/Jornalismo e três deles possuem graduação em outras áreas – Linguística, Ciências Políticas e Direito;

3 - Os 14 entrevistados brasileiros têm formação em Jornalismo;

4 - Todos os profissionais, com exceção de uma mulher, exercem cargos de chefia intermediária. A escolha por incluir uma profissional que atualmente não atua em cargo de gestão se deu em razão da sua experiência. De profissão, tem 50 anos. Foi editora de política, chefiou sucursais do jornal *Gazeta Mercantil*, dentre outras funções de liderança. Atualmente é colunista de Política;

5 - A mais jovem profissional entrevistada tem 27 anos. A mais velha, 72. Ambas são brasileiras;

6 - Em Portugal, a mais jovem profissional que integra o *corpus* da pesquisa tem 34 anos. A mais velha tem 49 anos.

7 - Entre os 28 entrevistados, 15 são mulheres e 13, homens;

8 - Entre os 13 homens entrevistados, oito têm filhos;

9 - Das 15 mulheres jornalistas entrevistadas, oito são mães.

Concluída esta etapa de explanação do percurso feito na pesquisa de campo, partiremos, no próximo capítulo, para o conteúdo que emergiu das visitas às redações e conversas com os profissionais. A partir das categorias estabelecidas, buscamos analisar e interpretar as percepções dos profissionais sobre as implicações da atuação feminina na dinâmica do trabalho nas redações.

6 MULHERES JORNALISTAS: GÊNERO, PRÁTICAS E ROTINAS PROFISSIONAIS

Quero progredir; não posso imaginar que minha vida seja igual à de mamãe, à da sra. Van Daan e à de todas as mulheres que realizam seu trabalho e são solenemente esquecidas. Quero ter algo mais que marido e filhos. Quero me dedicar a algo que me realize como pessoa.

(Anne Frank)

Este capítulo se propõe ser analítico. Ocupa-se em discutir, à luz das teorias e estudos do jornalismo e de gênero, das entrevistas e observações, possíveis implicações que o aumento da população feminina nas chefias intermediárias dos jornais traz às rotinas de trabalho jornalístico. As teorias do jornalismo são tratadas a partir dos estudos de autores como Pulitzer (2009), Traquina (2005), Vizeu (2014, 2015), Silva (2014), Wolf (1994), Schudson (2010), Zelizer (2000), Genro Filho (2012) e Cornu (1994). Lembramos, contudo, da intenção de seguir o ensinamento de Rüdiger (2018, p. 79), para quem “na pesquisa empírica, histórica ou etnográfica, as teorias, em vez de se aplicarem, como se costuma falar, interagem com a experiência”.

Como método de análise das 28 entrevistas, valemo-nos das possibilidades que a Análise de Conteúdo (AC) qualitativa com perspectiva de gênero oferece a fim de compreender o mundo do trabalho do jornalismo. Enquadramos nossas temáticas de estudo em categorias de modo que nos permitisse fazer uma triangulação para tornar inteligíveis a quantidade e diversidade de informações (FONSECA JUNIOR, 2006). Os temas abordados nas entrevistas foram agrupados em três instâncias, chamadas categorias. Quais sejam: 1 – Ambiente de trabalho; 2 – Processo de produção; e 3 – Relações de Gênero.

Apta a avaliar características da produção de pessoas, grupos e organizações (HERSCOVITZ, 2007, p. 123), a AC ajuda a entender, dentre outras coisas, um pouco mais sobre quem produz a notícia. A partir de agora, portanto, discutimos os dados obtidos durante o trabalho de campo, a partir das categorias analíticas.

6.1 AMBIENTE DE TRABALHO

Estudo de 2015 da *Global Media Monitoring Project* (GMMP, 2015), intitulado *Who Makes the News?*, atesta que o sexismo dentro da profissão é demonstrado já nas práticas de contratação, o que significa dificuldade desde o acesso à profissão, e essas perspectivas de desigualdade persistem quando as mulheres estão dentro das redações, como membros da equipe. Não para a jornalista 7A, de 49 anos. Em 1997, grávida de seis meses, a profissional portuguesa foi convidada a integrar a equipe de repórteres do Esporte do Jornal A. Seu histórico profissional e não sua condição de gestante foi definidor para a contratação. Algo que, ao mesmo tempo em que é justo, causa surpresa por ser incomum no mercado de trabalho. A jornalista por nós entrevistada, que atualmente ocupa o cargo de editora-adjunta, afirma que naquele ambiente de trabalho não é algo incomum, visto que “duas ou três colegas entraram grávidas, muito grávidas, digo, já de seis ou oito meses” (7A, 2017, entrevista à autora).

Marques da Silva (2010) endossa o conceito de Virgínia Ferreira (1998) de ‘mulheres-álibi’ para explicar esse grupo que funciona como comprovação de que não existe discriminação. A experiência vivida pela jornalista 7B, onze anos atrás, quando grávida de sua primeira filha, é contrária à vivida pela profissional do Jornal A. 7B foi hostilizada pelo então chefe ao informar que sua gestação de alto risco implicaria em uma licença médica prolongada.

Comecei a perder sangue e tal e tive que ir pro hospital e a médica disse: ‘vai já pra casa, deita’. Depois eu liguei pra dizer o que é que se passava, e ele, a primeira coisa que me disse foi: ‘esta foi muito mal altura para engravidar’. E eu fiquei sem saber o que ia dizer, devia ter dito: ‘olha, peço desculpa, devia ter falado consigo ao invés do meu marido’ [a respeito da decisão de engravidar] (7A, 2018, entrevista à autora).

Há casos de meritocracia, assim como há casos de mulheres em altos postos de comando, de mulheres com os mais altos salários. Esses exemplos demonstram mudanças, avanços. Mas não significam, contudo, que sejam situações generalizadas, corriqueiras, habituais no ambiente de trabalho. Revendo o que afirma Silva (2010), são “situações-álibi”. Como exemplo, a relação entre cargos e méritos.

A interpretação que muitas vezes se faz da presença das mulheres em ocupações tradicionalmente masculinas tem contribuído para mascarar o que os números significam e contribuído para que se interpretem os sucessos enquanto resultado de processos meritocráticos (SILVA, 2010, p. 298-299).

A compreensão da cultura midiática contemporânea, como sendo baseada no mérito, seria, conforme Subtil e Silveirinha (2017), oriunda da noção pós-feminista.

[O chamado pós-feminismo] tem, nas últimas décadas, operado como “senso comum” cultural nos locais de trabalho, determinando uma ideia social genérica de que, longe de serem alvo de desigualdade, as mulheres há muito atingiram a igualdade e, mais do que isso, estarão, pelo contrário, a prosperar numa cultura baseada no mérito. Esta ideia genérica que vivemos tempos de pós-feminismo, tem por base a crença hegemônica de que a igualdade entre homens e mulheres foi plenamente alcançada e constitui-se como um discurso que se alia poderosamente ao do neoliberalismo (SUBTIL; SILVEIRINHA, 2017, p. 130).

Dito de outro modo, as diferenças de gênero tendem a ser “naturalizadas”. Uma leitura apresentada no relatório Mulheres no Trabalho (OIT, 2016) remete às diferenças “indiretas”. Por exemplo, as empresas dizem não haver discrepância salarial entre mulheres e homens. A diferenciação, esclarecem, dá-se por cargos. O jornalista 2C, de 37 anos, tem essa visão, a partir de sua experiência:

Eu nunca vi a questão do ganhar menos porque é mulher. Nas empresas que eu trabalhei, os salários eram [equivalentes ao cargo]. Se amanhã eu tô fora e uma colega assume, ela vai ganhar o salário de editor. É o salário de editor, não é o meu salário. Não é aquela história de jogador de futebol, que o cara contrata Neymar e ele vem ganhando o dobro dos outros porque ele é o Neymar. No nosso mundo nunca vi, talvez exista nos maiores jornais (2C, 2018, entrevista à autora).

No entanto, a longevidade e as promoções são aspectos que podem suscitar – ou contribuir para – em aumento salarial. Como muitas mulheres não conseguem se manter longos anos no emprego por conta dos contextos familiares, elas não raras vezes não alcançam os níveis mais altos de remuneração. Mas há também as diferenças “diretas” de salário. Globalmente, as mulheres ganham menos 24% que os homens – diferença acentuada nas profissões mais especializadas, nas quais os profissionais se caracterizam por ter formação superior (PNUD, 2015, p. 7, 43, 122). O que nos leva a pensar nas heranças do patriarcado, que, assim como o racismo e outras formas de segregação, precisa ser pensado não simplesmente como ideologia, e sim enquanto relações de poder (SAFFIOTI, 1987, p. 94). Da

mesma forma que, conforme reflete Scott (1988, p. 177), “[...] o poder é construído no terreno da diferença e a partir deste campo deve ser desafiado” (SCOTT, 1988, p. 177).

6.1.1 Percepções sobre um futuro de es(ins)tabilidade

Antunes (2005, p. 12) afirma que nos dias de hoje o desafio é dar sentido ao trabalho, tornando também a vida fora dele dotada de sentido. Desde os primórdios da profissão, o jornalismo flertou com a noção de sacerdócio e com o ideal de um mundo melhor, o que, em linhas gerais, permite pensar em melhorar a vida das pessoas e provocar mudanças sociais.

Um sentido que, por característica, está imbricado na vida dentro e fora do trabalho. Seria o que Ribeiro (2007) chama metaforicamente de religião do jornalismo, que “secreta um sentido de missão que envolve a promoção da verdade e da justiça e a transformação de estruturas sociais” (RIBEIRO, 2007, p. 36). Fenômeno que chamou atenção de Ribeiro, nos anos 1980, quando o pesquisador fez seu trabalho de campo nas redações de jornais e que igualmente tem sido observado por nós, nas falas dos profissionais.

Dentro das redações, as dificuldades financeiras, a “crise” no jornalismo são temas presentes nas falas de todos os jornalistas. Como algo que já se incorporou à cultura da redação (MARQUES DE MELO, 2012, p. 161), após as décadas em que o tema se mantém em pauta, alimentado pela queda de tiragem dos jornais impressos, migração do interesse publicitário – do impresso para os meios eletrônicos – e insegurança no incipiente modelo de negócio do jornalismo na internet. A força editorial do *online*, em contraste com a sedimentação dessa mídia como modelo de negócio, é justificativa para muitos profissionais quando o assunto é salário, estabilidade na carreira e perspectivas de futuro. Karam e Christofolletti (2011) relativizam: “O que os analistas não podem esquecer é que o jornalismo – como instituição – quase sempre se manteve sob o signo da crise” (2011, p. 87).

Todos os profissionais entrevistados têm um discurso semelhante no tocante ao papel que exercem de cidadãos participantes da vida em sociedade, de profissionais que contribuem para melhorar o mundo ao seu redor. Os jornalistas gostam do seu trabalho (BREED, 2016; NONATO, 2013). “A maioria das empresas de mídia estão em dificuldade financeira desde os anos de recessão econômica (2011-2015), baixa capitalização do mercado” (REUTERS, 2018). O relatório da Reuters aponta que, nos nove primeiros meses de 2017, os três maiores grupos de mídia portugueses (Cofina, Impresa e Media Capital) acumulavam uma dívida

superior a 371 milhões de euros. Realidade que se reflete em salários achatados, falta de perspectivas de aumento salarial, demissões, sobrecarga de trabalho em função dos enxugamentos de mão de obra nas redações. Tudo isso, para Ribeiro (2007, p. 50), deixa o profissional dividido e angustiado, “entre o imaginário romântico e a realidade empresarial”.

“A queda de receita de publicidade, combinada com as dívidas, pode gerar sérias questões envolvendo a independência da mídia [portuguesa], em geral” (REUTERS, 2018, p. 86, tradução nossa¹³⁰). Apesar disso, o relatório da Reuters aponta que os cidadãos portugueses mantêm altos níveis de credibilidade no jornalismo. Dentre os veículos mais confiáveis, sob o ponto de vista da população, estão o jornal *Público* e a *TV SIC Notícias*. Por outro lado, os mais interessantes veículos para entretenimento são o jornal *Correio da Manhã*, *TVI* e *SAPO* (uma espécie de provedor local).

Um jornal que não consegue receitas superiores aos custos está sempre numa posição difícil para garantir a sua independência – seja face ao Estado, seja face aos anunciantes... Há também, nos tempos que correm, uma grande tentação de estar sempre de boas relações com o poder, de não incomodar, de não agitar, para conseguir no futuro algum tipo de benefício. O jornalismo radicalmente independente, incômodo se for preciso, frontal e incisivo face a todos os poderes, não está muito “na moda”. E é pena, pois com isso vai perdendo o valor específico que o distingue de outras atividades da comunicação mais institucionais, mais de marketing e de promoção, do que propriamente de investigação e de denúncia (FIDALGO, 2017, *online*¹³¹).

Os dois apontamentos de Joaquim Fidalgo são tratados como que “mantra” no jornal *Correio da Manhã*. O fato de, em 2017, o impresso ser detentor de 60% do mercado português permite, segundo o diretor e editores, que o veículo seja independente. Viabiliza ser o que o professor Fidalgo chama de “frontal e incisivo face a todos os poderes” e a equipe de jornalistas do veículo chama de dar a notícia “doa a quem doer”. O *CM* foi o único entre os veículos onde realizamos trabalho de campo a dar indicativos dessa linha, digamos, “independente”.

Marcondes Filho (2000, p. 31) é crítico: “Chantageado pelo desemprego, os jornalistas de posição intermediária na empresa e os precários (frilas, repórteres-redatores, focas etc.) perdem rapidamente de vista o fascínio da profissão”. Mais do que isso: a impossibilidade de

¹³⁰ No original: “Declining advertising revenues combined with high levels of debt could raise serious questions about the independence of the media in general”.

¹³¹ Entrevista concedida ao portal ObjEthos, para Livia Vieira de Souza, em 28 de junho de 2017. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2017/06/28/objethos-entrevista-joaquim-fidalgo/>. Acesso em: 01 jul. 2017.

planejamento e de gestão do próprio trabalho gera, conforme Schwartz (2000), estado de alerta, estresse e incertezas. Claudio Abramo – chamado por Marques de Melo (2012, p. 84) de jornalista do batente –, morto em 1987, já nutria um olhar um tanto mais cético, realista, ciente das limitações e distante do romantismo:

O jornalismo é um meio de ganhar a vida, um trabalho como outro qualquer; é uma maneira de viver, não é nenhuma cruzada. E por isso, você faz um acordo consigo mesmo: o jornal não é seu, é do dono... No jornalismo, o limite entre o profissional como cidadão e como trabalhador é o mesmo que existe em qualquer profissão (ABRAMO, 1988, p. 109).

Abramo nos mostra, mais uma vez, que esse conflito é antigo e anterior às recentes transformações pelas quais passa o jornalismo, vai muito além das questões de suporte e tecnologia. São, isso sim, inerentes aos estratos da profissão. Os jornais sobre os quais nos detivemos na pesquisa de campo portuguesa – *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias* – oferecem assinatura para acesso a conteúdo *online*. No entanto, observa-se uma resistência do público para pagar por informação *online*. Uma realidade diferente, por exemplo, dos Estados Unidos (país cujas empresas de mídia são líderes globais em novos fluxos de receitas digitais), onde se observou, em 2017, um crescimento na receita de assinatura digital (REUTERS, 2018).

O Brasil, apesar da crise, vem seguindo os passos dos Estados Unidos no que se refere a pessoas dispostas a pagar por notícia na internet. Enquanto a circulação em papel dos jornais tem diminuído, as assinaturas *online* vêm crescendo. Estudo da Reuters (2018) aponta esse crescimento das *paywalls* como possível razão para decrescer o número de notícias compartilhadas no Facebook, no Brasil – ainda que oito em cada dez brasileiros use essa rede social.

Jornais americanos vivenciaram um declínio na publicidade impressa. Em Portugal também se percebeu uma queda na publicidade dos jornais em papel. A diferença é que no país europeu esta ainda figura como a principal fonte de receita, uma vez que a prática de pagar por informação *online* ainda não se institucionalizou. 2A, uma editora de 37 anos, relembra os primeiros tempos de notícias via internet:

Começou por ser uma coisa grátis, e hoje em dia ninguém vai dizer às pessoas que agora já não é grátis e tem que pagar, ninguém aceita isso. E, seja pra ler notícias, ou seja para ver filmes, ou para ouvir músicas, ninguém aceita que lhes digam que tem que pagar. E, portanto, tem que se descobrir como fazer perceber às pessoas que aquilo foi escrito por alguém e que esse

alguém é uma pessoa que precisa de um salário tal como as outras pessoas que estão a partilhar. E é isso que eu acho que as pessoas não têm consciência. As pessoas acham que as notícias aparecem no Facebook¹³² ou no Twitter e pronto! Mas não pode ser assim. Alguém vai ter que descobrir um modelo em que as pessoas percebam o papel do jornalista e percebam que esses jornalistas precisam ter um salário e que esse salário vem do fato de as pessoas terem que pagar. Ou, se as pessoas não tiverem de pagar, vejam um financiamento através de outra maneira (2A, 2017, entrevista à autora).

A fala de Rosenwald (2017) é complementar a da jornalista, ao identificar um ciclo de depreciação do jornalismo:

O impresso oferece um espaço limitado para a publicidade. Esse espaço é infinito no *online*, o que derruba os preços e joga os produtores de conteúdo em um círculo vicioso. Para gerar dinheiro, eles precisam de mais conteúdo que possa receber anúncios. Uma parte desse conteúdo é – como é possível dizer – uma droga, o que dá mais uma razão para que os leitores não queiram pagar pelas notícias” (ROSENWALD, 2017, p. 54).

O depoimento da jornalista 2A, acima, reverbera na conversa com a maioria dos outros jornalistas portugueses entrevistados, que enxergam, inclusive, o jornal impresso como uma espécie de “salvação temporária” do jornalismo, uma vez que esse ainda é o suporte que sustenta financeiramente as redações. O que não deixa de ser uma contradição, já que o “senso comum” do jornalismo chama o impresso de “moribundo”, com os dias (talvez anos) contados para morrer.

Algo que parece se aproximar de grandes jornais brasileiros. Em *O Globo*, Moretzsohn (2014, p. 62) percebeu que, a despeito do olhar voltado à interatividade e à cobertura *online*, os investimentos, inclusive com reforma gráfica, no jornal papel, denota “a necessidade de manutenção do impresso, que ainda é, como disse o ex-editor executivo Orivaldo Perin, ‘a vaca leiteira das empresas’: como se sabe, o grande problema para a sustentação de publicações *online* é a indefinição sobre a melhor maneira de se explorar a publicidade.”

Secretário geral da Federação Europeia de Jornalistas desde 2013, o jornalista belga Ricardo Gutiérrez afirma que a produção jornalística vem sendo negativamente afetada pelo

¹³² Bell (2017, p. 73) reproduz uma fala da diretora de produto do Facebook, Fidji Simo, durante o encontro de 2016 da *Online News Association*, a respeito da função primeira do Facebook – ser uma empresa de tecnologia ou de comunicação: “Nós temos um papel muito importante na indústria da comunicação [...] a razão para nos considerarmos primeiramente uma empresa de tecnologia é porque nós não criamos conteúdo e nós não temos um negócio de curadoria de temas de interesse. Nosso foco é levar a todos os usuários o que eles querem ver em seus *feeds*”.

mercado, que a publicidade não mais suporta os jornais e, por isso, crê no surgimento de novos modelos de negócios, como o *crowdfunding*¹³³.

Um jornalista autônomo, que trabalha em um material específico com um alto nível de credibilidade, poderia vender seus artigos diretamente a um cliente, através de plataformas que trocam informações entre os cidadãos que querem ser informados e os jornalistas que produzem tais conteúdos. Esta seria uma forma de restabelecer o tênue vínculo entre cidadãos e jornalista (GUTIÉRREZ, em entrevista a GRÉGOIRE, 2017, p. 27).

Paralelo a esses novos modelos de negócio que começam a surgir, o que se percebe, entretanto, ao observar as estruturas das redações, com equipes cada vez mais focadas na cobertura *online*, é que a aposta para o futuro (e até mesmo para o presente) está centrada na plataforma digital. Entretanto, por uma questão de ordem prática – recursos financeiros – o impresso segue com certo protagonismo. No *CM*, cuja fonte principal de distribuição é a venda em bancas de jornais, algumas notícias vão antes para o impresso e só depois para o *online*, como forma de valorizar o jornal impresso que o leitor compra diariamente. Algo cada vez mais difícil de ser feito, conforme observa 5B, uma editora de 34 anos.

Antes, as pessoas esperavam o jornal para ler as principais notícias do dia. Hoje, quando o jornal sai, salvo umas cinco ou seis [matérias] com conteúdo exclusivo, já está tudo disponível *online*. Ou seja, as pessoas já sabem tudo o que aconteceu. O jornal também teve que se adaptar neste sentido, de ter histórias com mais profundidade, porque o que está aqui [mostra uma edição impressa], já está em todo lado, então nós vamos ter que dar ao leitor coisas que eles não viram em outros sítios, ou seja, com uma maior profundidade, seja por falarmos com pessoas de várias visões do assunto. O jornal teve que se reestruturar para sobreviver aos tempos modernos (5B, 2017, entrevista à autora).

A aposta é no *online*, mas esta e as demais plataformas ainda trabalham a favor do impresso. O jornalista 1B é coordenador geral de Desporto, função que engloba *online*, TV e impresso. “Tudo gira a volta do jornal”, aponta 1B. Um exemplo recente: entrevista exclusiva com o presidente do clube de futebol português Benfica. Fez-se um vivo com o entrevistado para a TV e para o *online*, seguida da chamada ‘entrevista completa amanhã, no jornal impresso’. “É promover o jornal do dia seguinte; quem quiser ver a entrevista completa, vai

¹³³ Termo em inglês que remete a financiamento coletivo, em geral por meio de pessoas físicas, que consiste na captação de recursos financeiros para viabilizar projetos de interesse coletivo, a exemplo de jornalismo cidadão. Ver mais em: Marcela Donini (2014). <<http://faroljornalismo.cc/blog/2014/06/01/baixe-o-ebook-sobre-crowdfunding-no-jornalismo/>> Acesso em: 02 mar. 2018.

ver o jornal. A partir do momento em que as pessoas compraram o jornal, a entrevista completa passa na televisão, passa no *online*”. (1B, 2017, entrevista à autora).

Tudo isso são indicativos de transformação da profissão. “A convergência de suportes, gêneros de discurso e tarefas está trazendo mudança” (FIGARO, 2013, p. 97). Alguns em tom mais otimista. Outros, menos. Mas a crise pela qual passa o jornalismo enquanto modelo de negócio é enxergada por todos, mesmo aqueles que se veem bem posicionados na carreira e valorizados financeiramente. O jornalista 3B é um exemplo. Aos 35 anos, estava, no momento da nossa entrevista, na iminência de deixar o cargo de editor de área para assumir a chefia de reportagem do jornal, um cargo de mais poder, prestígio e funções mais macro. Ele chama de “tempestade perfeita” a conjunção de fatores que atingem diretamente o jornalismo, na atualidade.

O crescimento avassalador do *online*, o crescimento dos dispositivos móveis com a internet, de onde de minuto em minuto sai uma informação gratuita, os canais da informação na televisão com noticiários de hora em hora, isto conjugado com uma crise econômica, conjugado com milhares e milhares de pessoas que estão recém-formadas a quererem entrar no mercado, conjugado com transformações internas nas redações, de colocar redações cada vez mais multiplataforma. Há quinze anos as pessoas escreviam para papel. Atualmente isso não acontece. Atualmente os jornalistas têm que ter capacidade de ser multiplataforma. Como é óbvio, há pessoas que não se adaptaram. Tudo isso junto cria uma tempestade perfeita, somada ainda ao crescimento de grandes multinacionais como o Google, o Facebook, que potencializam a audiência, mas ficam com toda a receita¹³⁴. Sente-se o impacto nas empresas. Desapareceram vários jornais. Fecharam, simplesmente (3B, 2017, entrevista à autora).

O depoimento do profissional, quando alinhado a estudos recentes envolvendo o mundo do trabalho do jornalismo, nos dá elementos para associar o que ele chama de “tempestade perfeita” com o fenômeno de precarização, que leva às dificuldades e inquietações que mulheres e homens jornalistas encontram para conciliar profissão e família. A realidade de redações enxutas e multiplataformas, mão de obra abundante e crise do jornalismo enquanto modelo de negócio são complicadores da profissão que, em hipótese, podem estar associados

¹³⁴ “Em 2016, o faturamento mundial do Google alcançou 89,6 bilhões de dólares. O Facebook, 27,6 bilhões de dólares. Nos Estados Unidos, segundo a Interactive Advertising Bureau (IAB), 89% do crescimento anual da propaganda digital ficou com ambos” (SÁ, 2017, p. 39).

Rosenwald (2017, p. 56) relata que em outubro de 2016, executivos do *Guardian* compraram anúncios em seu próprio site com objetivo de contabilizar quanto dinheiro sobrava para a empresa depois que o Google e outras empresas que leiloam espaços pegassem as partes deles. Identificaram que 30% do valor pago pelos espaços voltaram para o *Guardian*.

à realidade de rejuvenescimento e precarização do trabalho nas redações (MICK, LIMA, 2013; BULHOES, RENAULT, 2016; THIBES, NICOLETTI, 2017; BRÉDART, 2017; GARCIA, 2009; GARCIA; MARMELEIRA, MATOS, 2014). “A precariedade tem se tornado parte da experiência vivida no jornalismo” (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 16).

Ao longo da entrevista de quase uma hora com a editora adjunta 7B, a profissional apontou contribuições para a reflexão do mundo do trabalho do jornalismo, na atualidade. Dentre eles, elencamos: 1 – progressivo aumento da jornada de trabalho na redação, nos últimos anos; 2 – difícil conciliação da vida familiar e profissional (que gera o dilema do que priorizar e como gerir as demandas de cada área); 3 – do machismo ao companheirismo nas relações de trabalho; 4 – crise no jornalismo que leva à falta de perspectiva na profissão; 5 – satisfação em ser jornalista como “ímã” que mantém os profissionais na ativa.

Há 25 anos na mesma empresa, 24 dos quais como jornalista, é possível perceber que 7B nutre admiração pelo jornal, além de colegas e chefia, e até mesmo gratidão pelo fato de a direção confiar a ela tarefas de responsabilidade. Apesar disso tudo, mantém uma postura crítica em relação à jornada de trabalho, remuneração e sacrifícios que faz para dar conta da demanda crescente de trabalho frente a uma redação mais enxuta e com novas frentes de trabalho.

Nesses últimos anos, observa a editora adjunta, o que mudou efetivamente foi a quantidade de trabalho. “Cada vez menos pessoas e cada vez mais trabalho”. Quando perguntamos se essa percepção poderia estar atrelada ao fato de atualmente ter menos tempo em função da família, 7B responde que não. E lembra que houve um tempo em que conciliava trabalho com a universidade (foi dessa forma que se graduou). Atualmente, no entanto, isso seria inviável, uma vez que ela não tem um turno sequer livre (trabalha das 11h às 23h, em média).

Nossos primeiros contatos com o Jornal B deram-se por meio do chefe de redação. Em nossa primeira conversa pessoalmente, o profissional justificou a dificuldade de conseguirmos entrevistar profissionais do veículo a partir do que ele chamou de peculiaridade daquela redação, a única, entre todas de Portugal, onde os profissionais atuam na TV, no impresso e no *online*. Mais tarde, tal informação fora reiterada pela direção do jornal. Um entrevistado, inclusive, classificou como “a redação de Portugal que mais trabalha, mais produz e é uma redação muito barata”.

Esse diferencial que gera mais trabalho para a equipe é resultado da criação de um canal

próprio de TV por cabo, em 2013. É uma TV de baixo custo, que opera com câmeras estáticas (sem o trabalho de técnicos de câmera), um único estúdio e com a mesma equipe de jornalistas que atua no impresso e no *online*, conforme explicou a direção, que nos levou para uma rápida visita aos estúdios da TV. Figaro (2013), ao estudar as mudanças no mundo do trabalho do jornalismo, diz que a profissão está se transformando. Uma mudança atrelada à convergência de suportes, gêneros do discurso e também de tarefas (MULLER, 2012). Multitarefa, multiplataforma, polivalente. Assim Scolari (2008) denomina o jornalista da era digital, em particular aquele que atua nas empresas que operam várias mídias. Um profissional dotado de três polivalências: (1) tecnológica – base do profissional multimídia; (2) temática – sai o especialista em determinado tema e entra o generalista; e (3) midiática – profissional trabalha para várias mídias ao mesmo tempo (SCOLARI, 2008). Isso porque a convergência tecnológica ultrapassou os limites puramente técnicos. Tornou-se convergência econômica e cultural (JENKINS, 2008). Percebe-se no dia a dia e, conseqüentemente, na fala dos profissionais.

No jornal B, observamos três profissionais com essa característica polivalente mais acentuada. Um deles, o 1B, coordena todas as mídias em sua área de atuação. Enquanto 3B, que está na iminência de ser promovido, fala da importância em se pensar a “informação ao minuto”. E a editora 5B refere-se ao jornalismo como “tudo ao minuto”. A pressão do tempo a que se referem Traquina (2005) e Travancas ([1993] 2011), ao tratar das características da cultura jornalística, é bastante presente entre esses profissionais.

No jornal C, dois profissionais chamaram atenção sob o aspecto da multiplicidade de tarefas. Um deles é 3C, que coordena as redes sociais, o site, mantém uma coluna esportiva no impresso, além de revezar com as chefias os plantões de capa, aos domingos. Um profissional polivalente, que faz seus próprios horários (inclusive trabalha a partir de casa, quando lhe convém e as tarefas permitem). A outra profissional é 7C. Ela tem somente 27 anos, mas com sete anos de experiência no mesmo jornal, desde o estágio – período em que passou por muitas e diferentes atividades.

Eu acho que é bom num todo, que todo mundo aprendeu a ser múltiplo, a fazer várias coisas. Ninguém se restringe mais a fazer só o seu, sabe? E eu acho que isso é bom no jornalismo como um todo. É ruim pela demanda, porque acaba você sendo usado pelo seu chefe, seu patrão, enfim. ‘Ah, só tem tu, então vai tu e faz tudo, te dana’. Mas ao mesmo tempo eu acho que é bom profissionalmente, por você saber fazer tudo, sabe? (7C, 2018, entrevista à autora).

O jornal A nos pareceu mais conservador sob esse aspecto do profissional multitarefa. As funções pareceram mais demarcadas. No jornal D, o profissional 1D se destaca quanto ao trabalho em diferentes mídias. Apesar de a redação parecer ter “incorporado” a rádio, instalada há pouco mais de um ano junto à redação, o editor 1D tem uma relação diferente com as mídias *online*. E demonstra gostar de estar nas diferentes frentes de trabalho. A crise do jornalismo, aponta ele, exigiu que o profissional se readaptasse. “Eu tive que reinventar, né? A crise me exigiu ser um profissional mais sinérgico, mais multitarefa. E isso por um lado é muito bom” (1B, 2018, entrevista à autora). 1B é responsável por uma editoria, atua na rádio, na TV *online* do grupo, assina uma coluna e um programa no canal de TV *online*.

A decisão do jornal B de investir em um canal de TV editorialmente pensado nos mesmos moldes do jornal impresso mais lido pela população pode estar atrelada ao fato de que a televisão em Portugal, mais do que em muitos outros países, é a mais importante fonte de notícias (REUTERS, 2018, p. 87). A convergência de plataformas é uma maneira que as organizações noticiosas encontraram de manterem-se competitivas, uma vez que a receita de anunciantes cai progressivamente no impresso, e o cenário convergente suscita redução de custos, inclusive com profissionais (SILVEIRINHA, SIMÕES, 2016, p. 32). No *CM*, por exemplo, para incluir a equipe do impresso e *online* no novo produto, a TV por cabo, um curso de jornalismo em TV foi oferecido a todos os profissionais que já atuavam no veículo. Em face dessa recente realidade, os editores e repórteres das diferentes seções do jornal ganharam mais atribuições.

No período em que estivemos na redação do jornal B para realizar entrevistas, alguns dos profissionais explicaram que o veículo estava passando por um momento de demissão coletiva, sem, contudo, perspectivas de que novos profissionais seriam contratados. Assim, a editoria onde 3B é editor e 7B adjunta¹³⁵, acabara de perder dois membros. 7B citou, inclusive, que acabara de assumir uma das atribuições da ex-colega, embora antes disso já

¹³⁵ Na entrevista com 3B, além de falar sobre o processo de demissão coletiva pelo qual o jornal estava passando, o jornalista contou também que mudanças estavam sendo executadas no organograma da redação e que ele, dali a semanas, deixaria de ser editor de área para assumir a função de chefe de redação. O que se confirmou, visto que a ficha técnica (expediente) do jornal na internet foi atualizada e nela 3B passa a figurar como chefe de redação adjunto. A propósito, outras pessoas entrevistadas para esta pesquisa ou com quem conversamos mudaram de função. 2B, que era diretor-adjunto, passa a diretor geral adjunto. O chefe de redação com quem estabelecemos o primeiro contato passou a diretor-adjunto. Disponível em http://www.cmjornal.pt/mais-cm/ficha-tecnica/detalhe/ficha_tecnica?ref=ficha-tecnica MaisVistas. Acesso em: 17 jan. 2018.

mantivesse uma jornada “de não menos que 12 horas”.

A propósito da redução das equipes, nos últimos anos, ficou perceptível nas redações portuguesas que visitamos: profissionais ressentidos de não terem mais condições de manter uma equipe experiente, na qual cada profissional cobre quase que exclusivamente um rol de temas e pode estar sempre em busca de notícias da referida área. Pudemos observar no trabalho de campo que a questão do jornalista especialista é uma forma de trabalhar bastante usual, com repórteres setoristas de distintas áreas dentro da mesma editoria.

Para o pesquisador belga Steve Paulussen, citado por Brédart (2017, p. 14), projetos de convergência que exigem que o profissional trabalhe em uma variedade de plataformas foram encorajados por uma lógica de mercado que procura reduzir o custo da mão de obra no jornalismo. As novas tarefas, afinal, não substituem antigas funções. São somente incorporadas ao dia a dia de trabalho.

Em 2016, a Federação dos Jornalistas Europeus fez uma pesquisa envolvendo 19 países da Europa, pertencentes a 49 órgãos representativos dos jornalistas (Brédart, 2017). Ao perguntar sobre os principais problemas que afetam a saúde e a segurança, 83% dos profissionais responderam que é a sobrecarga de trabalho, seguido de muito estresse (77%), falta de tempo (60%) e pouco tempo livre (36%)¹³⁶.

Na pesquisa intitulada *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*, a pesquisadora Roseli Figaro perguntou como os profissionais conseguem planejar a própria vida a partir das perspectivas profissionais. Jornalistas sindicalizados e com trabalho fixo em uma empresa afirmaram conseguir se planejar a médio prazo, enquanto que um grupo mais amplo de profissionais (incluindo *freelancers*, contratados, pessoa jurídica, cooperativado etc.) disseram conseguir apenas se planejar no curto prazo (FIGARO, 2013, p. 36). E no grupo dos profissionais que não consegue planejar a vida fora do curto prazo estão, sobretudo, os mais jovens, embora as questões financeiras estejam presentes na vida de profissionais de diferentes faixas etárias. 5D tem 43 anos de idade e só conhece o jornalismo como profissão. São 22 anos desde a conclusão da faculdade.

A nossa profissão é muito ingrata em termos financeiros. Então eu acho assim: é um salário ok, um salário ok. Dá pra eu me virar, pagar o financiamento do apartamento, faço uma viagemzinha de vez em quando. Não consigo juntar dinheiro, mas eu tô adquirindo patrimônio e tô vivendo. Pago a escola do meu filho e tá bom, entendeu? Me preocupo um pouco em

¹³⁶ Mais de uma resposta era permitida no questionário.

relação ao futuro, porque eu acho que a gente tem que ter uma reserva financeira, aprendi isso com a minha avó, com meu pai, mas a gente faz o que é possível, né? (5D, 2018, entrevista à autora).

6.2 PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA: VALORES SOCIAIS E PESSOAIS DOS JORNALISTAS IMBRICADOS AOS VALORES-NOTÍCIA

Concordamos com Deuze e Witschge (2016), que afirmam existir, entre a maioria dos jornalistas, uma determinação de fazer bem feito o seu trabalho. É um compromisso atrelado não à empresa ou ao contrato de trabalho, mas essencialmente à dedicação ao ofício. Podemos até mesmo dizer que se trata de uma ligação pessoal, de cunho emocional e afetivo com a profissão, com os rituais dos atos de jornalismo. Os pesquisadores apontam valores ideais que legitimam e dão credibilidade ao que os jornalistas fazem dia após dia: 1 – serviço público; 2 – objetividade; 3 – autonomia; 4 – imediatismo; 5 – ética. Todos esses são aspectos levantados por nossa pesquisa e, sobretudo, presentes nos discursos dos profissionais. O que reforça o desafio de pensar os estudos de jornalismo a partir de uma cultura profissional não só transmidiática como também transnacional (TRAQUINA, 2005) – com base na experiência de escuta de profissionais oriundos de dois países.

Em uma pesquisa com cerca de 120 jornalistas de diferentes veículos, Breed (2016) observou que a orientação acerca da política editorial de um jornal não é explicitada a nenhum dos profissionais. Entretanto, ela é sabida por todos, exceto pelos novatos. O que configura, na visão dos próprios profissionais, aprender “por osmose” (BREED, 2016, p. 216). É o que observamos, em larga medida, nas entrevistas que fizemos em quatro jornais.

A postura e as falas dos profissionais se assemelham conforme o meio de comunicação em que trabalham. Um exemplo disso se deu fortemente no jornal B, que segue uma proposta editorial popular e que, na visão de jornalistas de outros meios de comunicação, trata-se de um jornal com viés sensacionalista. Os jornalistas atuantes no Jornal B, de maneira geral, veem a forma como o veículo trata as notícias como um jeito “independente” de fazer jornalismo. Dos sete profissionais entrevistados, ao menos metade usou a expressão “doa a quem doer” para definir a forma como lidam com a informação. E mesmo quando o jargão não era explicitado, na fala dos jornalistas, essa disposição de lidar com os fatos apareceu muito fortemente.

Tal comportamento nos remete ao conceito dos jornalistas como comunidade interpretativa (ZELIZER, 2000), que sublinha a coesão com que os profissionais manifestam uma cultura comum. Ao retomar o conceito de Zelizer, Traquina (2005) faz o exercício de ampliá-lo para comunidade interpretativa transnacional, “uma diáspora, espalhada pelo mundo” (TRAQUINA, 2005, p. 106). Aqui, entretanto, propomos o exercício inverso: pensar o “cultivo” de uma comunidade que se forma dentro do veículo de comunicação. Vamos aqui nominá-la comunidade profissional local, aquela que se dá no cerne da redação.

Esse universo restrito às paredes de uma redação está sujeito, naturalmente, aos princípios deontológicos do jornalismo, às visões éticas dos profissionais, assim como aos imperativos econômicos e de interesse particular da empresa (CORNU, 1994, p.430). Mas essa comunidade profissional local está também unida – ou entrelaçada – por um pensamento e um discurso comum quanto ao *modus operandi*. Em outras palavras, queremos dizer que os jornalistas que se sentem partícipes e creem na linha editorial do jornal onde trabalham comungam de um discurso comum àquele grupo. E isso não está relacionado diretamente ao tempo que a pessoa trabalha na empresa. Tem mesmo a ver com crença e envolvimento no projeto do jornal. Destoam desse comportamento comum os profissionais que aparentam desmotivação ou desinteresse pelo jornal. É possível que, em alguma medida, esse comportamento esteja ligado ao que afirmam Charron e Bonville (2016), que entendem que os jornalistas são observadores de seus pares.

Os profissionais do jornal B, por exemplo, nos dão elementos para pensar essa comunidade interpretativa de caráter local, uma vez que os discursos vão ao encontro do ideal de independência, de contributo ao sistema democrático, evidenciado por Traquina como profissionais atuando “no papel de ‘cães de guarda’ que protegem os cidadãos [...] atuando doa a quem doer” (2005, p. 51, grifo do autor).

1B, por exemplo, é um jornalista de 42 anos. Por 20 anos trabalhou como repórter da TVI¹³⁷ – ingressou como estagiário e permaneceu até 2016, quando foi convidado a trabalhar para o veículo B. À época da entrevista (junho de 2017), 1B estava no jornal B havia nove meses, mas já apresentava um forte discurso em defesa do seu novo local de trabalho. Apesar de ter percebido que, com a saída da TV, “algumas fontes sumiram”, 1B entende que o jornal

¹³⁷ TVI, sigla para Televisão Independente, é um canal privado de televisão português pertencente ao grupo Media Capital, que detém também estações de rádio e portais de internet, além de negócios nas áreas de música, cinema e vídeo. É o segundo canal de TV privado inaugurado em Portugal, após a SIC (Sociedade Independente de Comunicação).

“fala de forma corajosa” e que, apesar de novo na empresa, teve facilidade em se adaptar à nova forma de fazer jornalismo e se familiarizar com a equipe.

Breed (2016, p. 219-223) chama de “conformismo” – ou ajustamento harmônico – essa tendência que os profissionais têm em aceitar e até mesmo admirar a orientação editorial do jornal. O autor fala do universo americano dos anos 1950, mas entendemos ser possível tratar da orientação editorial como um todo a partir das ponderações de Breed e ampliar para uma escala mais global, nos dias de hoje. Dentre as razões para um jornalista se adequar às normas editoriais da empresa estariam: 1) o receio de ser demitido; 2) sentimento de estima com superiores em função de uma relação de respeito ou amizade; 3) ambição de crescer na empresa; 4) sindicalismo não atuante; 5) o prazer da atividade e o clima amistoso de trabalho¹³⁸; 6) a preocupação primeira em buscar a notícia – na medida em que essa é a razão primeira para sua permanência no jornal, e não a análise da estrutura social do jornal.

De igual forma, Breed (2016, p. 225-227) elenca cinco razões que explicam por que essa política editorial nem sempre está refletida nas páginas do jornal: 1) justamente por não ser explícita, muitas vezes a linha editorial é vaga e não estruturada. “Assim, surge uma zona de crepúsculo que permite um raio de desvio” (2016, p. 226); 2) como é o repórter quem vai pra rua em busca de notícia e fala com as fontes, ele acaba tendo a opção de fazer certas seleções; 3) se uma boa matéria é publicada num jornal concorrente, o repórter muitas vezes consegue executá-la no veículo onde trabalha, mesmo não sendo da linha editorial, sob alegação de que o tema tornou-se muito importante para ser ignorado; 4) quando a notícia é uma iniciativa do repórter (não é um evento pautado, ou sugerido pela chefia) há muito mais possibilidade de ele desviar da linha editorial, a partir do mérito da sua iniciativa; 5) os repórteres especiais (ou “estrelas” da redação) facilmente transgridem a política editorial do jornal.

Esses cinco pontos, diz Breed, “indicam que, sob certas condições, os controles que levam ao conformismo com a política editorial do jornal podem ser ultrapassados [...] existem algumas limitações da força da política do *publisher* [direção]” (2016, p. 227-228). O que ajuda a compreender a visão de muitos jornalistas, ao afirmarem ter autonomia em relação aos superiores, assim como incentivam que seus subordinados tenham iniciativa para sugerir e executar pautas de forma autônoma.

¹³⁸ O “clima na redação” é tratado mais especificamente neste trabalho por meio da análise das respostas a uma das perguntas do nosso questionário, feitas aos jornalistas que aceitaram nos conceder entrevista.

6.2.1 Uma profissão de autonomia relativa

Ao ser questionada sobre os lados bom e ruim da função que ocupa, a jornalista 5A, que é editora executiva, cargo que se assemelha ao de chefe de redação no Brasil, diz que o pior é estar entre os editores e a direção, ou seja, mediar as decisões da direção, de modo que sejam executadas pelos editores de área. “A direção é quem manda, não é? É a última palavra. Às vezes a direção quer mesmo isto e os editores não entendem porque para eles não faz sentido. Eles têm essa resistência” (5A, 2017, entrevista à autora). A jornalista explica:

As direções têm conhecimentos, têm informações, que a redação não tem, que passa nomeadamente pelas relações financeiras da empresa, pelas relações com a administração, a relação com os clientes/anunciantes, que até aí eu não tenho, os editores e os redatores não têm, então as coisas que às vezes são pedidas não fazem sentido aqui embaixo [na redação] (5A, 2017, entrevista à autora).

Warren Breed (2016) aponta essa dimensão ao tratar de controle social na redação. Diz o autor que, num cenário ideal de um país democrático, não haveria controle ou políticas no jornal. O que importaria seria a natureza do acontecimento e a habilidade do repórter em lidar com os fatos. Na prática, contudo, tem-se que a direção estabelece uma política editorial que deve ser seguida pela redação. O relato da jornalista 5A, ao referir-se ao cotidiano da redação onde trabalha, é sistematizado por Breed (2016, p. 213) em três razões que geram esse “conflito” hierárquico: 1 – a existência de normas de ética jornalística; 2 – o fato de os subordinados tenderem a ter atitudes mais liberais do que a direção e invocarem as normas para justificar matérias que vão de encontro à política do jornal; 3 – o tabu ético que impede a direção de obrigar subordinados a seguirem a sua orientação.

Como se trata de algo que algumas vezes é admitido e outras vezes é velado, gera margem para conflitos entre direção e os jornalistas que produzem as matérias. “Uma vez que a política editorial é determinada pelos executivos, é obvio que eles não podem recolher e escrever pessoalmente as notícias. Têm que delegar estas tarefas aos *staffers*” (BREED, 2016, p. 215). Porém, é muito comum ouvir profissionais se considerarem autônomos, a despeito de ratificarem o fato de que “a última palavra é da direção” ou “a direção é quem manda”. E, ao avaliarem estender essa autonomia a sua equipe, existem respostas como a do editor 4A: a dificuldade de impor autoridade e chamar atenção de um subordinado mais velho, com mais experiência no jornalismo e tempo de casa. Ou de 5A, que, na posição de chefe dos editores,

observa que muitas vezes o editor de área não está disposto a impor um comando de produção de matéria para seu repórter por manter com ele uma relação amistosa, de parceria e até de dependência.

Isso não é uma linha de montagem [...] dependes dos trabalhos de terceiros [...] um editor depende muito da boa vontade também dos redatores, dos jornalistas. É uma engrenagem. Porque assim, se o jornalista [repórter] não estiver com vontade de colaborar, isto se reflete no trabalho do editor” (5A, 2017, entrevista à autora).

São experiências que remetem a uma postura hierárquica horizontalizada entre as chefias intermediárias e suas equipes de trabalho, de modo que, ainda que exerça um cargo de chefia, o editor mantém com o repórter uma relação mais pautada na troca e partilha de experiências e condutas profissionais – ao menos quando se trata da produção jornalística, propriamente. Não nos referimos, aqui, à gestão de pessoas de forma ampla (que inclui horários, escalas, promoções, demissões etc.). Referimo-nos, propriamente, ao processo de produção da notícia.

O que Breed chama de conformismo pode ser encarado como adaptação ao *modus operandi* do veículo de comunicação. Ou mesmo uma perda da consciência de classe, expressa no fato de que o profissional aproxima-se das proposições da empresa e não da categoria. O que acaba se refletindo em relações duradouras de trabalho. Alguns profissionais acreditam que o nível de autonomia, em última instância, se reflete na “cara” do jornal, por estar muito ligado à chefia – sobretudo a chefia mais alta, em nível de editor-chefe ou diretor de redação. Aos 45 anos, o jornalista 6A já vivenciou algumas trocas de direção ao longo dos seus 20 anos de redação. Para ele, esse *modus operandi* nada mais é do que “a cara da direção”. Conforme avaliação do profissional, o diretor propõe uma cultura organizacional que se mantém até que outro diretor ocupe o posto e proponha uma nova cultura de trabalho. Mesmo posicionamento de 3A, 36 anos, editor que há nove anos exerce cargos de chefia: “a cara do jornal muda a partir da direção”. Uma realidade, contudo, que não se dá assim de forma automática. Porém, distancia-se do que Pulitzer (2009, p. 19) chama de consciência de classe necessária entre os jornalistas, baseada na moral, educação e caráter.

O que no parágrafo acima chamamos de proposições da empresa é o que Cornu (1994, p. 255-256) trata como “liberdade modesta e concreta” da empresa midiática ou, ainda, “liberdade interna”. Modesta porque fica distante da chamada liberdade de imprensa em sentido lato, que por norma atinge a todos, enquanto sociedade com plenos direitos ao acesso

à informação, e não somente ao jornalista no exercício da sua profissão. Em meio a essas liberdades em nível de sociedade e de organização é que se questiona quão autônomo é o trabalho cotidiano do jornalista (CORNU, 1994).

4D, 30 anos, há oito anos no jornal D (começou ainda estudante de Jornalismo, fazendo estágio), entende que a autonomia está atrelada à relação com a chefia. Ele, que se mostra bastante crítico à empresa, pontua que até mudar a edição geral do jornal, pouco mais de um ano atrás, se sentia mais autônomo e, por consequência, mais confiante na definição de conteúdos e desdobramentos de pautas. 4D utiliza a metáfora do eletrocardiograma: “Às vezes tem uns picos de alta autonomia, às vezes de baixa autonomia. Aí fica meio que esse gráfico de batimento cardíaco” (4D, 2018, entrevista à autora).

É até mesmo possível observar uma diversidade de compreensões do sentido de autonomia, por parte dos jornalistas. Autonomia pensada pela perspectiva da tomada de decisões editoriais (tanto para execução de matérias quanto para seleção de temas a incluir na edição), autonomia na condução das equipes, autonomia em relação à direção da empresa ou ainda autonomia do jornal frente aos anunciantes privados e públicos.

Amparado em Bourdieu (1997), Schmitz pontua que:

Por ‘autonomia jornalística’ não se entende ‘liberdade de imprensa’ nem do ‘poder do jornalista’ e menos ainda do jornalismo como ‘quarto poder’, mas a influência sobre os mecanismos do campo jornalístico, cada vez mais sujeito às exigências da sociedade e do mercado (leitores, audiência, anunciantes) em primeiro lugar sobre o jornalista e, em seguida, em parte por meio dele, sobre os diferentes campos (SCHMITZ, 2017, p. 4-5, grifos do autor).

Bourdieu (1997) advoga a autonomia como uma conquista contra as injunções econômicas e políticas. Ao mesmo tempo em que defende o campo jornalístico¹³⁹ como menos autônomo, se comparado a outros campos, a exemplo da arte e da ciência, uma vez que está sob a pressão do campo econômico, traduzido em índice de audiência e anunciantes.

O campo jornalístico tem uma particularidade: é muito mais dependente das forças externas que todos os outros campos de produção cultural, campo da matemática, campo da literatura, campo jurídico, campo científico etc. Ele depende muito diretamente da demanda, está sujeito à sanção do mercado (BOURDIEU, 1997, p. 76).

¹³⁹ Bourdieu (1997, p. 57) define campo jornalístico como “um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças.

Razão pela qual a autonomia jornalística, de forma geral, fica comprometida. Ao que Bourdieu posiciona o campo jornalístico, categoricamente, como “relativamente autônomo”. Não obstante, quando pensamos no grau de autonomia de um jornalista, no contexto de uma empresa, como ao que o jornalista 4D se refere, é preciso levar em conta a “saúde” da imprensa, como um todo, no raio de ação do profissional (quanto menor o número de potenciais empregadores, maior a insegurança do jornalista empregado) e a posição do seu jornal comparado aos demais órgãos de imprensa (BOURDIEU, 1997).

O jornal B é considerado pela direção como independente de qualquer governo. O que é possível somente em razão da vendagem. Obter 60% do mercado de venda de jornais, no país, significa garantir a independência do veículo.

O nosso padrão, prioritariamente, são as pessoas que todo dia compram o jornal. No dia em que estas pessoas deixarem de comprar o jornal, é de fato um problema gravíssimo. Enquanto essas pessoas, muitas milhares de pessoas comprarem o jornal, é sinal que o jornal está independente (2B, 2017, entrevista à autora).

Justo por isso a equipe valoriza tanto o que seu público quer saber. “A audiência é muito importante. E é importante que, quanto mais pessoas comprem o nosso jornal, mais pessoas saibam que podem contar com determinado tipo de informação” (4B, 2017, entrevista à autora). Fundamental pensarmos, contudo, que, para haver independência total de modo a focar nos assuntos de interesse público, o jornal precisa estar, inclusive, independente do público (assunto no qual entraremos a seguir). A jornalista 4B pondera, também, sobre a autonomia do jornalismo enquanto negócio e prestação de serviço para a sociedade. “Há a questão do financiamento dos meios de comunicação. Quanto mais gente houver a comprar jornais, seja qual for o jornal, mais emprego e mais autonomia financeira vai haver para que esse trabalho seja bem feito” (4B, 2017, entrevista à autora).

O jornal D, segundo os números a que tivemos acesso e conforme avaliações dos profissionais que ali estão, vai bem financeiramente. 60% do jornal que circula diariamente são compostos por anúncio (inclusive, o espaço comercial no jornal D é o mais caro entre os veículos do grupo de comunicação a que pertence). A jornalista 5D trabalhava em outro veículo do grupo. Ao ser transferida, lembra-se de ter se sentido “rebaixada”. Hoje, passados três ou quatro anos, se apercebe de que galgou espaço em um jornal com mais visibilidade e interesse por parte da empresa. “Houve um momento em que deixou de ser o jornal que se

espreme sai sangue, para ser o carro-chefe da empresa” (5D, 2018, entrevista à autora).

Pode parecer contraditório, mas, apesar de ser o jornal com mais estabilidade financeira, comparado aos concorrentes do mesmo estado, o jornal D é o que menos paga aos seus jornalistas, conforme afirmação do profissional 1D. “Eu não acredito que eu recebo bem aqui no jornal. Os jornalistas daqui são os que recebem menos [comparado aos jornais concorrentes]” (1D, 2018, entrevista à autora). O porquê disso ele não sabe, mas percebe ser como uma cultura que se perpetuou. Ainda assim, o jornalista conta que seus colegas de trabalho, assim como ele mesmo, não almejam trabalhar para a concorrência, justo por estar em meio a crises financeiras, que resultam em processos de demissão. “É uma estabilidade que a gente tá tendo aqui, porque é o jornal que cresce, né? E os outros, não, os outros tão afundados em crise, então é uma faca de dois gumes” (1D, 2018, entrevista à autora).

O jornalista 4D, que trabalha no mesmo jornal que 1D, reforça os apontamentos do colega, ao comparar com a realidade dos concorrentes:

Eu sei que o [jornal X] não tá pagando direito, tá atrasando. O [jornal Y] não tava recolhendo fundo de garantia. Então assim, eu acredito que tenha um clima talvez mais pesado por essas questões. Quanto a isso, a gente não tem nada do que reclamar. Salário sempre em dia, pagamento todo certinho, quando tem aumento é feito, férias, tal. Então, assim, isso gera uma estabilidade, né? Precisei usar meu plano médico, o plano tava em dia. Teve um colega no [Jornal Y] que precisou usar o plano médico e descobriu que ele tava sendo descontado, mas a empresa não estava pagando. Então ele teve que ir pro SUS. Então, assim, quanto a isso, não há o que reclamar, sabe? (4D, 2018, entrevista à autora)¹⁴⁰.

Ou seja, o desejo de trabalhar em uma empresa sem estar a todo tempo assombrado pelo fantasma da demissão se sobrepõe à vontade de receber um salário mais justo. O que, segundo Bourdieu (1997), resulta em obstáculo definidor para a falta de autonomia do jornalista. E demissão é tema recorrente nas falas entre os profissionais e, portanto, norteia o ambiente de trabalho.

Demissões coletivas são igualmente realidades no Brasil e em Portugal. No período em que estivemos na redação do jornal B, estava em curso uma demissão em massa. No jornal C, ocorrera menos de três meses antes. E ainda era possível sentir os efeitos do processo na fala dos profissionais. O jornalista 3C, há 18 anos no jornal C, contabiliza, nesse período, seis ou

¹⁴⁰ Como forma de não expor os dois jornais que circulam no mesmo Estado do veículo onde realizamos trabalho de campo, uma vez que não ouvimos as respectivas empresas, optamos por suprimir os nomes da fala do jornalista.

sete processos de enxugamento de profissionais. Nos jornais A e D não havia indicativos de estar havendo, ter havido recentemente ou mesmo perspectivas (boatos) de demissões coletivas num futuro próximo.

No jornal D, entretanto, percebemos que algumas mudanças haviam sido anunciadas no nosso primeiro dia de trabalho na redação. Tanto assim que a editora, que nos atenderia no início da tarde, pediu que aguardássemos por cerca de uma hora, pois a equipe havia sido chamada para uma reunião de última hora com a direção. Ocasão em que foram feitos ao menos dois anúncios importantes, que nos foi relatado pela editora: 1 – a demissão da superintendente de jornalismo do grupo (que havia sido, inclusive, nosso primeiro contato com o veículo, a fim de explicar a entrevista e solicitar autorização para entrar na redação); e 2 – a determinação de que a primeira edição do impresso passaria a fechar meia hora mais cedo (em vez de 20h30min, 20h). Mas, ao que os dias seguintes indicaram, não se tratava de um início de processo de demissão, e sim um desligamento pontual.

O tema demissão coletiva não foi diretamente abordado por essa pesquisa, mas o assunto surgiu em muitas das entrevistas, naturalmente por conta das realidades que as redações estavam vivendo ou mesmo em razão da história pregressa de profissionais mais experientes, que já vivenciaram crises nas empresas jornalísticas pelas quais passaram. Como, por exemplo, com a jornalista 5A, que lembra ter presenciado duas demissões em massa no jornal onde trabalha. Foi, inclusive, um dos argumentos que usou com o filho de 19 anos na tentativa de demovê-lo da ideia de cursar comunicação. Outro caso é o de 7D, uma profissional que já passou pela experiência de ser desligada durante um processo de demissão coletiva de profissionais – inclusive no mesmo veículo em que voltou a trabalhar em janeiro de 2018. Já a jornalista 2D está desde 2011 no mesmo veículo. Desde sua chegada, percebe uma redução gradativa da equipe, o que a deixa em alerta: “A gente fica, né, insegura, pensando como é que vai ser” (2018, entrevista à autora).

Ao relembrar os enxugamentos que presenciou ao longo de sua experiência de redação, o jornalista 3C ressalta que o jornal C historicamente é comandado por mulheres. Quando ele ingressou no veículo, até mesmo a editora de esportes era uma mulher. A última demissão coletiva, entretanto, resultou em uma mudança exponencial na redação. Afora a chefia maior, as editorias de área passaram todas ao comando de homens. “Prestei até atenção nisso, outro dia desse que a gente tava tendo uma reunião. A única mulher era a editora executiva” (3C, 2018, entrevista à autora). A jornalista 4C, há 15 anos no jornal C, fora desligada da empresa

em março de 2018, quando houve a demissão coletiva. Entretanto, reivindicou judicialmente e teve direito à reintegração à empresa, uma vez que, como está a menos de dois anos de se aposentar, não poderia ser demitida. Assim, por um mês ficou afastada. Ela tem uma hipótese para essa recente mudança de gênero nas chefias de áreas:

[A chefia maior] se preocupou, teve uma estratégia de [promover] pessoas com quem ela podia contar mais. Por exemplo, [2C], ele aguenta muita coisa. [2C] chega de manhã e sai de meia noite e meia. [O editor de política e economia] também. Os meninos, assim, eles recebem e não reclamam. Mulher, eu acho que reclamaria mais. Então, assim, por exemplo, eu acho que neste aspecto, talvez haja um pouco de preconceito ainda, porque a mulher tem outras atribuições (4C, 2018, entrevista à autora).

6.2.2 O interesse (do) público e o valor-notícia

Esta pesquisa discute o mundo dos jornalistas na atualidade – momento este que congrega não só a maior presença de mulheres jornalistas nas redações, mas também um processo de rejuvenescimento dos profissionais e de forte presença do jornalismo *online* e multimídia. Por isso, nosso roteiro de entrevista questiona o trabalho em meio à necessidade de captação de audiência, mensurada pelo número de cliques.

Interessa-nos saber como os preceitos éticos e deontológicos que regem o jornalismo ficam diante da corrida pela audiência. A maioria dos profissionais entende que a produção é afetada pela “meta dos cliques”, o que comumente implica na publicação de conteúdos rasos e/ou sem forte valor social, de interesse público. Porém, ainda é forte o discurso daqueles que entendem que as duas realidades são independentes ou, ao menos, que uma não influencia diretamente a outra. 6B, editor adjunto de Sociedade, entende que “a busca da audiência não está atrelada à ética. “Temos o nosso código, temos que aplicar as nossas regras. Isso não invalida escrever para toda a gente ou escrever para o maior número de pessoas possível” (6B, 2017, entrevista à autora). Entre os mais “antigos”, que foram apresentados ao jornalismo *online* no decorrer da carreira, há ainda quem diferencie os objetivos e a qualidade que se espera do veículo impresso e do *online*.

A jornalista 7A tem 49 anos e está na profissão desde o início dos anos 1990. Para ela, se no *online* há oscilação de qualidade e relevância da informação, isso não ocorre no impresso. “São diferentes os leitores do papel e do *online*. No jornal [impresso] não existe notícia pensada para a audiência. No *online*, sim, há notícias que se estivessem no impresso

seriam criticadas pelos leitores” (7A, 2017, entrevista à autora). A profissional avalia ainda que esse diferencial entre impresso e *online* tende a acentuar-se. Além disso, 7A entende que, se o jornal impresso quiser sobreviver, tem de seguir uma linha completamente diferente do *online*.

Outros tratam esse apelo pela audiência como uma espécie de “tentação” para o jornalista. 4A é editor de Esporte e diz que, apesar da dúvida sobre publicar algo não tão bem apurado ou não tão relevante, ao fim o que prevalece é o rigor dos preceitos jornalísticos. Assim como avalia a também editora 2A. Nesse misto de

[...] o que é importante e achamos que as pessoas têm de saber e o que achamos que as pessoas têm interesse em ler, há os valores éticos que falam em nome da reputação do jornalista. Senão vamos ter de dar razão a Donald Trump, quando ele diz que tudo é *fake news* e que nós [jornalistas] somos as piores pessoas (2A, 2017, entrevista à autora).

Percebe-se, nisso tudo, que muitos jornalistas vivem o conflito diário da ética e do rigor jornalístico em meio à velocidade com que as informações têm de ser publicadas e a relevância do que se publica em nome dos títulos que chamam atenção do público. Nem todos veem com clareza e dizem sem receio que “se tu não tens uma história bombástica para chegar ao maior número de pessoas, és jornalista pra quê?”, como o fez o jornalista 2B, ou como sua colega 7B, editora adjunta, que afirma: “É claro que a preocupação é conseguir aquilo que os outros têm e ainda mais. Tem um bocado de ser sensacionalista¹⁴¹ para atrair público”. Muitos, ainda, nutrem a preocupação com a precisão da informação, entendendo que “quanto menos rigorosos formos com a notícia, menos leitores teremos” (3A, 2017, entrevista à autora) ou a constatação de que “a audiência só pela audiência pode trazer vendas de imediato, mas não traz em longo prazo” (5B, 2017, entrevista à autora).

Lins da Silva (2017) sentencia que a única saída para a profissão é o profissionalismo. A velocidade e a instantaneidade das informações no universo *online* são realidades. “Temos que amparar as checagens de informações mais do que nunca e seguir os estritos códigos de conduta e de ética de profissionalismo do jornalismo” (LINS DA SILVA, 2017, p. 38). Para Meditsch, a espetacularização é problema para o jornalismo como conhecimento. Aliciar as

¹⁴¹ O sensacionalismo revela-se uma velha receita do jornalismo para crescimento de circulação. Shudson (2010, p. 114) conta que Joseph Pulitzer, nos anos 1800, racionalizou as políticas de publicidade do jornal *World*, a fim de se adaptar ao momento do mercado. Porém, “a inovação mais responsável pelo rápido crescimento da circulação do jornal foi, em uma palavra, o sensacionalismo” (SCHUDSON, 2010, p. 114).

peças para que se interessem por determinada informação não é propriamente um mal, aponta o pesquisador.

O uso dessas técnicas se justifica amplamente pela eficácia comunicativa e cognitiva que proporcionam. O problema é quando passam a ser utilizadas em função de objetivos que não os cognitivos, como a luta comercial por audiência e o esforço político de persuasão (MEDITSCH, 2008, p. 11).

6A, 45 anos, é editor de digital e carrega sempre consigo – na redação, quando sai para lancha ou jantar e também durante nossa entrevista – uma tela indicando medição de audiência das matérias que eles e os concorrentes postam no site. O fato de jornalistas se preocuparem com audiência dos conteúdos *online* induz a mudanças na forma como produzem títulos e até mesmo ilustram e escrevem os textos (BRÉDART, 2017). Somar cliques é sinônimo de audiência. Audiência é um caminho para a viabilidade econômica dos produtos *online* (incluindo o jornalismo). Jenkins (2008) coloca que a convergência tecnológica extrapola a técnica para se anunciar como convergência econômica e cultural. O embate entre conteúdo mais importante do que plataforma ou vice-versa é a questão do momento, é o desafio do jornalismo, da comunicação, tanto no aspecto profissional quanto econômico.

O ambiente competitivo, em que há necessidade de publicação com velocidade, somada ao fato de que é possível corrigir a informação a qualquer momento e de forma igualmente veloz, podem induzir o jornalista a relativizar a ética profissional.

Como os jornalistas, que, ao longo do século XX e graças a um forte movimento de profissionalização, desenvolveram um discurso de legitimação que promove uma atitude crítica em relação às imposições comerciais das empresas jornalísticas, conseguem hoje em dia, apesar de alguns movimentos de ‘resistência’, contribuir de bom grado para uma mutação cuja motivação principal seria de natureza econômica e que, a priori, parece dizer mais respeito à empresa jornalística e seus administradores do que aos próprios jornalistas? (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 365, grifos dos autores).

6.2.3 Da pauta à edição: concepções de gênero ao longo do processo

O histórico do jornalismo está, e não poderia deixar de ser, atrelado ao público a quem se destinam os relatos jornalísticos e a sua autoridade. Ponte afirma que “a história do jornalismo será também a história das ocorrências que se contam, de como se contam, de

quem as pode contar e de quem elas são contadas, de quem é ouvido e para quem se conta” (2005, p. 227). Inspirados nessa assertiva, entendemos ser importante trazer aqui um tópico que se dedique ao cruzamento da identidade de gênero do profissional jornalista e do receptor do conteúdo jornalístico. Pulitzer (2009, p. 55) dá grande importância a essa relação com o consumidor da notícia. “Os médicos trabalham para seus pacientes e os arquitetos para seus clientes. Só a imprensa faz do interesse do público o seu interesse”.

Considerando que Wolf (1994), ao tratar dos valores-notícia e seus pressupostos, coloca o público como um dos fatores implícitos nesse que é um balizador do que vai ou não entrar na pauta dos veículos jornalísticos; da mesma forma que o investigador britânico Stuart Hall (1970 *apud* PONTE, 2005, p. 184), ao designar valores-notícia como “significados ideológicos” determinados por profissionais a partir de conhecimentos inferidos sobre a audiência e a sociedade, sentimos necessidade de considerar uma pontuação feita por Steiner (2009). A autora, que pesquisa o gênero feminino no jornalismo, afiança que, num pensamento dicotômico, tem-se que as mulheres jornalistas pensam mais no público, enquanto que os profissionais do sexo masculino tendem a ter uma postura mais “fria” no que tange à recepção. Diante dessa questão, entendemos ser relevante pensar as imbricações que as profissionais mulheres trazem à produção jornalística.

Em certa medida, isso se aplica a gestores com os quais conversamos – sejam eles homens ou mulheres –, que acreditam existir, sim, essa diferença do olhar masculino e do feminino. O jornalista 3A é um editor de 36 anos que atualmente responde por uma editoria que trata das políticas públicas de educação, saúde etc., mas entre 2009 e 2016 foi editor de uma seção voltada aos problemas que envolvem direta e imediatamente a população, como vagas em hospitais, vítimas de violência, problemas de moradia, dentre outros. No entendimento dele, é comum mulheres terem um faro mais aguçado para os temas sociais. O profissional crê que essa sensibilidade feminina no olhar para as pessoas contribui para o trabalho em editorias que lidam com questões sociais. Mesma percepção de sua colega (e chefe) 5A, que percebe a mulher como detentora de uma “capacidade de perceber as coisas que dizem respeito diretamente às pessoas”.

Apesar dessas percepções que vão ao encontro da crítica feita por Steiner (2009), há um discurso forte na defesa de que, independente do sexo, o que existe são “pessoas com mais sensibilidade para uma área ou para outra”, como afirmou 3B, que, desde 2010, exerce a função de editor. A colega editora 5B compartilha da opinião de 3B. “Acho que quem faz os

produtos são as pessoas, independente de serem homens ou mulheres. O olhar de cada pessoa é diferente” (3B, 2017, entrevista à autora).

São avaliações que podem ser melhor compreendidas à luz do que defende Butler (2003), ao afirmar que a chave para entender gênero é não enxergá-lo como um papel, tampouco um estático e dicotômico conjunto de diferenças entre mulheres e homens, mas como um desempenho, um ato relacional, a fim de avançar nas discussões epistemológicas e não de valores natos de homens e mulheres (STEINER, 2009, p. 127). Ainda assim, é válido pensar num contexto em que convergem os fatos de (1) as mulheres serem maioria entre os jornalistas em nações como o Brasil e estarem se aproximando da paridade em outros países, como Portugal, e (2) os valores-notícia darem ao público um protagonismo referenciado pelo cenário de concorrência empresarial e jornalístico. Importante nesse contexto asseverar que, conforme diz Vizeu (2014, p. 102), os critérios de seleção dentro da redação são “um componente complexo que se desenrola ao longo do processo produtivo”, mas não podemos esquecer as escolhas subjetivas inerentes aos valores-notícia, aos critérios de seleção jornalística.

Vizeu (2014), quando da observação participante que realizou no *RJTVI*, nos anos 1990, pôde compreender que a imagem que os profissionais têm do público é mais intuitiva do que propriamente baseada em pesquisas de audiência. O então editor do telejornal afirmou, à época, que boa parte do público que assistia ao jornal que ia ao ar por volta do meio-dia era composta por mulheres, ao lado de aposentados e crianças. Vizeu entendeu, à época, que ali havia uma visão pré-concebida.

Na hora do almoço os homens têm que estar trabalhando. Em consequência do perfil traçado, os jornalistas supõem que seus telespectadores querem ver coisas mais leves [...] na prática, os editores do *RJTVI* criaram um estereótipo do seu público (VIZEU, 2014, p. 107).

Mais tarde, Vizeu (2015) vai chamar de audiência presumida no jornalismo essa tendência dos profissionais de construir antecipadamente o perfil de seu público. Entre a pesquisa empírica de Vizeu e os dias de hoje, há um intervalo de duas décadas – espaço de tempo suficiente para possíveis mudanças nas rotinas de trabalho dentro das redações. Uma delas, que é o cerne deste trabalho, envolve o aumento da população feminina entre os profissionais de jornalismo, tornando a proporção entre homens e mulheres mais equilibrada,

não só em quantitativo de profissionais, mas também quanto à distribuição de tarefas e relações de trabalho (MAZOTTE; TOSTE, 2017).

No Brasil dos anos 1980, as profissionais jornalistas eram menos de 40% das redações. No início da segunda década do século XXI, elas já são mais de 60% dos profissionais jornalistas (MICK; LIMA, 2013).

Cristina Ponte analisou a autoria de matérias envolvendo crianças e infância, de onde depreende:

[...] o gênero não é uma variável a ignorar, apesar de ser eminentemente masculino o imaginário da profissão. Há jornalistas que falam de um “jornalismo no feminino”, apontando uma maior atenção aos pormenores e uma apetência por temas da esfera social, não dissociada de uma “ética do cuidado” [...]. Como dirá um jornalista, é como se houvesse uma “ordem natural das coisas, não intencional”, que leva a que um jornalista homem vá cobrir a criminalidade infantil mas considere que temas de educação ou saúde serão melhor tratados por jornalistas mulheres, pela sua sensibilidade (PONTE, 2005, p. 161, grifos da autora).

A pesquisadora portuguesa traz elementos para pensar a objetividade jornalística e se ampara em pesquisas de Stuart Allan (1998), pra quem há, no imaginário da objetividade, normas, valores e crenças profissionais associadas a um modelo “masculino” de tratar os fatos de forma neutra e sem emoções, sem sentimentos.

A ideia do ‘puro registro dos fatos’ é uma ideia que faz cultura e que considera que o olhar feminino terá natural dificuldade em isolar ‘fatos’ e uma maior apetência para cobrir as áreas de ‘interesse humano’, mais carregadas de afetos (PONTE, 2005, p. 161, grifos da autora).

Allan associa o conceito de verdade a uma invocação “masculinizada”, no sentido de que “as orientações dos homens para o ‘mundo dos fatos’ são consideradas as mais ‘apropriadas’ para revelar a verdade imutável do real” (ALLAN, 1998, p. 125-126, grifos do autor). E, em considerando a existência dessa “verdade”, faz-se então coerente a busca pela objetividade. Essa discussão nos parece, no entanto, um tanto restritiva, à luz do que temos discutimos aqui. E remete também ao fim do século XIX, quando da inserção de mulheres jornalistas experimentando o jornalismo em primeira pessoa, com relatos carregados de impressões – tudo isso como forma de buscar um espaço na profissão até então pensada e exercida por homens.

Sob essa perspectiva, desprendemos do objetivo e do subjetivo as “possíveis” masculinidades e feminilidades, deixando aos jornalistas a missão de lidar com as implicações éticas e políticas sobre a realidade (MEDITSCH, 1992, p. 32), e sabendo que o jornalismo é permeado por intencionalidade. Saffioti (1991, p. 151) explica – e partilhamos inteiramente da leitura feita por ela – que “a sociabilidade masculina não é igual à feminina exatamente em função da organização social de gênero. Isto equivale a dizer que as mulheres vivenciam as experiências de vida diferentemente dos homens”. Situação que permite às mulheres construir um ponto de observação a partir de distintas dimensões.

Meditich (2008, p. 11) aponta a maneira particular como os jornalistas veem o mundo, da mesma forma que a realidade das organizações onde trabalham, as condições técnicas e econômicas para a realização de suas tarefas e, também, os jogos de poder e de interesses como aspectos intimamente ligados à forma como a informação vai circular. Indubitavelmente, na visão de mundo dos jornalistas a que se refere Meditsch estão embutidas convenções sociais de gênero sobre as quais fala Saffioti. O que de certa forma resulta nas “classificações” generificadas de “objetivo”, “emotivo”, “sensível” etc.

A partir das discussões sobre a visão de mundo do profissional como prerrogativas da produção jornalística, e considerando as transformações recentes do mundo do trabalho do jornalismo, envolvendo, inclusive, mudanças no perfil dos profissionais, a pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro*, de 2017, afiança:

A cobertura jornalística tende a refletir as dinâmicas de desigualdade no interior das redações. Isso porque os critérios de noticiabilidade, o enquadramento e os informantes selecionados para a produção das notícias refletem as preferências de quem está nos cargos da alta gerência – e esses continuam sendo majoritariamente homens (MAZOTTE; TOSTE, 2017, p. 23).

Os topos de chefia dos veículos brasileiros por nós observados são ocupados por mulheres. Como nosso universo é de apenas dois jornais, não é possível contrapor à pesquisa *Mulheres no Jornalismo Brasileiro* (2017). Mas nosso *corpus* vai de encontro ao observado pela pesquisa nacional. O que, entendemos, não invalida as dinâmicas de desigualdade envolvendo os critérios de noticiabilidade, enfoque e escolha de fontes para cobertura de temas, justamente em razão das visões de mundo masculinizadas. A jornalista 5C tem 45 anos e dois filhos. Coordena uma equipe 100% composta por estagiários – três mulheres e um homem. Os membros da jovem equipe costumam dizer que a chefe “é tão mãe...”.

Não é que eu seja boazinha, tá? Mas eu tenho que dar autonomia pra que eles caminhem sozinhos e tenham responsabilidade [referindo-se aos filhos]. Então é a mesma coisa aqui no trabalho, o estagiário tem que ter autonomia de trabalhar, de ter a responsabilidade dele, de cumprir os prazos. Quando eu vejo que a coisa tá extrapolando demais, eu interfiro (5C, 2018, entrevista à autora).

A jornalista compreende que a função de chefia, de fato, parece-se com a relação mãe-filho. Demonstra isso não apenas quando se refere aos seus subordinados, mas também quando remete à relação com suas chefias. Ao falar da relação jornalismo-maternidade, relata suas duas experiências antagônicas como profissional gestante.

Eu peguei a minha primeira maternidade com uma chefe muito complicada. E também, eu acho que por eu não ter tanta experiência, a mãe de primeira viagem fica muito mais sensível e suscetível a certos tipos de problemas, né? Tanto que eu me afastei da empresa com seis pra sete meses [de gestação] porque eu tive inflamação na pélvis. Pra você ter ideia, eu cobria, na época, aquela denúncia de tráfico de órgãos. Eu, grávida de seis meses e meio, dava plantão na Polícia Federal o dia inteiro em pé, atrás de notícia, de informação. Eu não fui poupada pela chefia pra esse tipo de cobertura, não que eu quisesse ser poupada, mas, assim, eu não tinha a experiência que eu tenho hoje. Tanto que, na segunda gravidez, eu pensei em falar com a chefe [diferente da primeira] pra dizer: "olhe, eu posso assumir algumas coisas internas, mas, assim, eu quero mais uma flexibilidade de horário. Eu quero ter o direito de poder ir fazer minhas consultas pré-natal (já perdi muita consulta pré-natal)". Quando eu pensei em falar isso, a minha segunda chefe já chegou pra mim e disse: "você vai assumir essa responsabilidade aqui todinha, mas aí o horário é você quem faz". Então, assim, foi muito bacana isso dela, tá? Ela me deu uma série de responsabilidades. Eu passei a fechar um caderno de guia de profissões, eu fechava a página de saúde de domingo, uma página de *pets* que tinha na época. Sempre fazia *n* coisas, fora que alguns problemas de polícia do dia a dia, que podiam ser apurados por telefone, eu também tinha essa incumbência. Mas, assim, eu pegava a hora que eu quisesse, eu tinha que entregar o material pronto, editado, inclusive, tá? Isso me fez trabalhar mais satisfeita e eu trabalhei até a véspera de a minha filha nascer (5C, 2017, entrevista à autora).

6.3 RELAÇÕES DE GÊNERO

As teorias do jornalismo dão conta de questões que perpassam os processos de produção noticiosa, mas as subjetividades e aspectos culturais de masculinidade e feminilidade são questões que podem requerer que alarguemos os pensamentos a partir das teorias do jornalismo existentes. Afinal, mulheres e homens jornalistas são parte da engrenagem dessa máquina de fazer jornalismo.

Os estudos feministas estimularam o pensamento em torno da questão de gênero nas

redações, sua relevância, o silenciamento ou a colocação dessa “variável” em segundo plano no *ethos*¹⁴² jornalístico e também nos ideais de produção da notícia (PONTE, 2005, p. 160). O debate sobre quem produz se alargou e ganhou novas dimensões, atualmente, nos estudos sobre o conhecimento jornalístico.

Em meados dos anos 1890, nos Estados Unidos, surge o gênero *stunt articles* – chamado também de reportagem-dublê ou jornalismo performático (SINGER 2014), que trazia nos jornais textos em primeira pessoa, escritos por “ousadas jornalistas” que contavam suas experiências. Esse gênero surgiu em paralelo às colunas que tratavam de uma “nova mulher”¹⁴³, das condições das mulheres e suas participações na sociedade, na vida cotidiana e no trabalho. Dessa vez, as próprias jornalistas buscavam experiências que ampliassem a esfera de participação das mulheres. Assim, os artigos em primeira pessoa “exploravam territórios que eram culturalmente específicos dos homens” (SINGER, 2014, p. 291). Escalar pontes, remar um caiaque em meio a um redemoinho, enfrentar um campeão de luta livre e guiar um veículo a motor são exemplos de reportagens dublê protagonizadas por mulheres.

No *stunt articles*, as mulheres jornalistas, as *stuntgirls*, sobressaíam-se pelo inusitado do que narravam em primeira pessoa, como personagens de sua própria matéria (QUEIROZ, 2013). Para ter espaço nos veículos que contavam basicamente com o trabalho de homens jornalistas, a elas não bastava desempenhar a atividade tal como eles. Era necessário buscar elementos adicionais, a fim de gerar um fator a mais de interesse por parte dos empregadores.

Desde essa época (século XIX) existem discussões sobre gênero nas redações. Ao longo do século XX, a temática tornou-se ainda mais complexa, ao ponto de “agora, ao menos oficialmente, os homens afirmam que a questão de gênero é irrelevante na sociedade moderna” (STEINER, 2009, p. 117). A autora discute o gênero nas redações, e pensa por meio das formas de assimilação de métodos, práticas e ética.

Ao raciocínio de Steiner, ponderamos que este pensamento masculino em relação a não relevância da questão de gênero pode, inclusive, ser ampliado para o universo feminino, no sentido de que a naturalização das relações de trabalho e das rotinas profissionais entre homens e mulheres também as leva a pensar como ultrapassado considerar questões de gênero. Sobretudo em um tempo em que as mulheres são maioria nas redações em vários

¹⁴² Pierre Bourdieu define *ethos* como o conjunto de princípios interiorizados que guiam a conduta do indivíduo de forma inconsciente e que permite a adesão aos valores partilhados por determinado grupo social.

¹⁴³ Termo surgido no fim dos anos 1890 em torno das transformações na configuração social da feminilidade. Simbolizavam a incorporação de comportamentos tipicamente “masculinos” contra uma ideologia patriarcal da feminilidade (SINGER, 2014).

países do mundo. O que nos leva a refletir sobre o fato de que haver maioria numérica (ou seja, o aspecto quantitativo) pode ser confundido com hegemonia ideológica – duas coisas distintas, na verdade, conforme constatou o Indicadores de Gênero para Meios de Comunicação da Unesco, ao apontar a proporção de mulheres em postos de comando como um dos fatores relevantes de gênero, dentre outros, como proporção salarial e tipos de contratos de trabalho. “O fato de a direção da área de jornalismo ser mulher não quer dizer necessariamente que os estereótipos tenham sido reduzidos ou extintos” (UNESCO, 2014, p. 19).

Editora de *site*, 5C só conhece por livros as histórias das *stunt girls* no jornalismo. Mas vivenciou diferenças culturais de gênero em momentos da carreira de repórter. Por exemplo, em 2000, quando uma cobertura policial a levou a uma cidade no interior do seu Estado, onde ficou hospedada por três meses. Ao longo do período, levou alguns furos dos colegas jornalistas concorrentes pelo fato de ser mulher. Nas noites do município interiorano, os policiais e os jornalistas homens encontravam-se no cabaré. Lá, em clima de informalidade, informações importantes eram reveladas e viravam notícia. Como o lugar era “não recomendado” às mulheres, 5C ficava sem esse canal de comunicação.

Baseado nos dados da RAIS¹⁴⁴ de 2015, focados exclusivamente no jornalismo, demonstrando que, dentro das redações há cargos mais propensos a determinado sexo¹⁴⁵, o Artigo 19¹⁴⁶ (2016) infere que, se olharmos para o montante dos números das empresas de comunicação nacionais, veremos que, na maioria dos casos, as posições de maior poder continuam sendo ocupadas pelos homens:

A despeito de o senso comum apontar para uma já consolidada igualdade de gênero no mercado de trabalho, e em particular entre os profissionais do jornalismo, o que estes dados nos mostram é exatamente o oposto. Há uma falsa representação, já que há uma relativa maioria de mulheres nas redações (ARTIGO 19, 2016, p. 14).

¹⁴⁴ Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho. Baseia-se em registros administrativos para fornecer estatísticas de trabalho formal, segundo ocupações, em território nacional.

¹⁴⁵ Os dados de ocupação segundo sexo da RAIS 2015 demonstram que os cargos de maior poder, como editor e diretor de redação, são ocupados por homens em 61% e 54%, respectivamente. Enquanto funções de revisor, produtor e arquivista, por exemplo, são majoritariamente exercidas por mulheres, com 73%, 61% e 55% de participação feminina, respectivamente.

¹⁴⁶ Trata-se de uma organização internacional de direitos humanos que há 30 anos atua na defesa e promoção do direito à liberdade de expressão e acesso à informação (ARTIGO 19, 2016, p. 4).

Ao ser questionada sobre as possíveis alterações nas redações, nas últimas décadas, em função da chegada massiva das mulheres, a jornalista 5B, de 34 anos, diz que o ambiente de trabalho tende a ficar diferente a partir do ingresso de mais jornalistas mulheres. A seguir a profissional avalia que as relações atualmente são de paridade e pondera: “Eu acho que, hoje em dia, já quase colhemos isso como um **não assunto**, no sentido em que já é tão normal [...] as pessoas são pela competência e não por gênero” (5B, 2017, entrevista à autora, grifo nosso). A jornalista 5B é a mais nova entre os profissionais portugueses entrevistados para esta pesquisa.

Como ela, outros profissionais apostam nessa relação igualitária de gênero. O que, de certo modo, vai ao encontro da pesquisa de Touraine (2010, p. 23), cujos resultados, segundo o autor, evidenciam que as mulheres “não acreditam no necessário desaparecimento da identidade feminina, não se consideram vítimas”. Mesmo quando sofrem injustiças ou violências, elas carregam consigo projetos positivos, da mesma forma que mantêm o desejo de viver uma existência transformada por elas mesmas. Faz-nos crer num caminhar em que as mulheres têm objetivos positivos para si mesmas, e não somente aqueles que envolvem a luta contra a dominação masculina (TOURAINÉ, 2010, p. 81). Os objetivos positivos, poderíamos dizer, seriam as metas profissionais e também de crescimento pessoal e de foro íntimo e familiar, sem necessariamente “carregar” a bandeira da militância ou do ativismo. O que parece não ser uma novidade em termos de resultados de pesquisas de gênero nas redações jornalísticas.

Gallego (2004) relata que, quando estava na iminência de fazer um trabalho de observação participante em jornais espanhóis, com vistas a verificar a reprodução de tratamentos assimétricos dados a homens e mulheres nos conteúdos informativos, aconselhou-se com Gaye Tuchman. Na ocasião, a pesquisadora americana a alertou: “Não encontrareis ninguém nas redações a falar de estereótipos”. O trabalho de campo de Gallego confirmou o prenúncio de Tuchman. “Efetivamente, não encontramos ninguém, em nenhum momento, pronunciando esta palavra nem outras parecidas” (GALLEGO, 2004, p. 57).

As conversas com homens e mulheres jornalistas nos mostram, entretanto, dois caminhos: da mesma forma que expressam uma visão profissional neutra, argumentam que o gênero interfere na experiência da profissão (SUBTIL; SILVEIRINHA, 2017). A editora 2A, de 37 anos, afirma: “Em termos de jornalista é igual. Um jornalista é sempre um jornalista. Homem ou mulher segue os princípios da profissão” (2A, 2017, entrevista à autora). Em

1987, Saffioti apregoava que a educação feminina era municiada de vitimização, que à mulher era permitido o papel de vítima, exemplificada nas expressões “ser mãe é padecer no paraíso” e “mulher gosta de apanhar”. Quando o relato de jovens jornalistas quer enfatizar o afastamento dessas diferenças entre homens e mulheres e, sobretudo, busca deslocar da mulher a visão de vítima, a nós nos parece a busca por tratar como ultrapassado esse tempo, no sentido de que já houve as conquistas desejadas.

Quando Delphy (2004, *online*) trata de “mito da igualdade já conquistada”, entendemos que a autora refere-se estritamente ao que observamos nas falas dessas jornalistas. “A afirmação de uma ‘igualdade já conquistada’ não representa apenas uma mentira: é um veneno que entra na alma das mulheres, destruindo sua autoestima e sua crença, frequentemente frágil, de que são indivíduos inteiros – e não pela metade” (DELPHY, 2004, *online*, grifo da autora).

Para Delphy, as conquistas feministas são frágeis, de modo que tropeçam em vários tipos de obstáculos. “Um dos desafios do feminismo atual consiste, portanto, em esclarecer essa situação, em mostrar que, em nenhum país e em nenhuma relação social, os dominantes renunciam voluntariamente a seus privilégios” (DELPHY, 2004, *online*). Essa ideia de que “tudo foi ganho, não há mais nada a fazer”, exceto arregaçar as mangas e provar que se é digno dessa igualdade, como alicerça Delphy (2004), está arraigada tanto em concepções de homens quanto de mulheres.

Mas há uma percepção, sobretudo entre as com mais idade e anos de profissão, de que há sim mudanças substanciais. A jornalista 7B, 43, é editora adjunta no veículo no qual trabalha desde os 17 anos (começou como secretária e dali a um ano passou a repórter – portanto, este configura como único emprego da profissional), tem uma visão crítica acerca da chegada das mulheres às redações.

A presença feminina, para o bem ou para o mal, muda a rotina da redação. As mulheres mostraram que conseguem fazer as coisas [...] É verdade que as mulheres conseguem fazer muitas coisas ao mesmo tempo e são mais organizadas (7B, 2017, entrevista à autora).

Em seguida observa sob outro aspecto: “Já trabalhei em seção só com mulheres e elas estavam sempre a picar [criticar, ser rude, dizer indiretas] umas as outras”. Ao que conclui: “O melhor é ser misto, com equilíbrio”. Raciocínio que vai ao encontro – e de certa forma complementa – do que diz a jornalista 6C, de 72 anos.

Hoje, não tem mais mulheres em cargos de chefia, tem mais mulher em toda redação [...] eu prefiro mesclado porque é uma concorrência mais saudável [...] Elas têm, porque eu sou também, eu sinto isso, a concorrência [...] Não sei se ainda é um resquício da cultura a gente tá sempre querendo provar que sabe, sempre querendo provar que pode mais, que sabe mais. Quando eu comecei em jornal [fim dos anos 1960] tinha homem e mulher junto. Hoje, tem muito mais mulher. Muito mais, muito mais competitivo (6C, 2018, entrevista à autora).

Nas palavras da jornalista 4C, de 51 anos, seria o fato de as mulheres terem por característica “brigar muito por espaço” (2018, entrevista à autora). Essa característica aparece igualmente na pesquisa de Travancas ([1993] 2011). Jornalistas com quem a pesquisadora conversou salientam o bom trabalho realizado por mulheres da redação e justificam tanto pela competição na profissão, que é grande, quanto “pelo fato de elas terem de provar que são melhores que os homens” (TRAVANCAS, 1993, p. 91). Para a pesquisadora, entretanto, a acirrada competição entre os colegas não se restringe ao universo feminino, uma vez que a busca por notoriedade está muito mais atrelada a uma “ideologia individualista” dos jornalistas, que resulta em usar a profissão como instrumento para ocupar um lugar destacado na sociedade.

Os jornalistas 1D e 4D, ambos homens, classificam, por regra, como situações sazonais.

Às vezes, vou ser sincero, às vezes, assim, tem algumas peculiaridades que são dignas de mulher. Às vezes também, pode ser que seja alguma semana que ela não está bem, né, que está mais nervosa e aí assim, algumas picuinhazinhas que, no caso, se fossem trabalhadas por um homem, que é mais objetivo, que não tem esse lance da sensibilidade, essa coisa assim de buscar isso tudo, o mais sisudo, passaria, entendeu? Só que como ela [a mulher] é muito cheia de detalhes, aquilo vira um grande... E isso é algo que eu defino como algo de mulher (1D, 2018, entrevista à autora).

O jornalista 4D, com pensamento semelhante, admite que essa percepção possa estar ligada a um histórico machismo na sociedade.

É claro que, por ser homem, por ser hétero, por ter sido criado na sociedade patriarcal e tudo mais, é claro que às vezes eu tenho uma opinião ou eu tenho uma forma de lidar às vezes com o comando que remete a isso, mas nunca é desrespeitoso, às vezes é um questionamento muito mais mental do que de fato uma ação. Por exemplo, é inegável que mulher tem um período de TPM e que ela fica mais sensível e mais nervosa, então às vezes a maneira que uma chefia trata você, você consegue identificar sim que é esse período [...] Você percebe que às vezes é mais rude, que às vezes é mais grosseira e tudo mais e aí, mentalmente, não é responder à altura ou, tipo assim, "ah, você

pode me tratar assim não, qual é?" e tal. Não é isso, mas, assim, é compreender que realmente existe, por exemplo, essa diferença hormonal (4D, 2018, entrevista à autora).

Ambos, entretanto, afirmam gostar de trabalhar e ser chefiados por mulheres. 1D, inclusive, ressalta o quanto o convívio com líderes mulheres contribuiu para seu crescimento profissional.

Eu gosto muito de trabalhar com mulher, tanto que eu lido muito com elas, eu vejo que, se eu tivesse trabalhando com homem, seria mais, não sei usar o termo certo, mais carrancudo, mais sisudo e eu acho que, assim, o que eu tenho trabalhado com as mulheres aqui na redação, é que elas trazem essa sensibilidade, entendeu? Pra poder deixar uma página mais trabalhada, de uma forma que vai ficar mais bonita e mais encantadora pro leitor. E isso eu aprendi a fazer, eu já tenho essa sensibilidade comigo, mesmo sendo homem, mas ao mesmo tempo aprendi muito com algumas mulheres aqui (1D, 2018, entrevista à autora).

5D é jornalista, é mulher, crê na ascensão feminina em razão da capacidade de fazer muitas coisas ao mesmo tempo, mas conclui:

É muito melhor trabalhar com homem. Você pode falar com ele, falar assim: "não, você fez isso aqui errado", ele encara numa boa. Você fala com uma colega mulher "nossa, você fez isso aqui errado", ela te olha assim, você tem que medir palavras pra conversar com mulher, entendeu? Eu acho que o homem é melhor (5D, 2018, entrevista à autora).

Observando sob o aspecto positivo, o jornalista 3A, 36 anos, é editor e divide as tarefas de edição com uma mulher e, com base no dia a dia do trabalho, é assertivo ao afirmar que sim, há mudanças a partir da maior presença feminina nos jornais. "As mulheres podem ter um olhar fresco sobre alguns temas [...] podem ter um faro mais apurado para determinados temas sociais, que os homens talvez não tenham" (3A, 2017, entrevista à autora).

Os exemplos temáticos dados por 3A reproduzem, na verdade, os papéis sociais "de homens e de mulheres" difundidos mundo afora. Ou, como profere Saffioti (1987, p. 29), "mulher emotiva é a outra metade do homem racional". Roseli Figaro (2018, p. 573, grifo da autora) enfatiza que "a determinação social de tipos de trabalho específicos ao universo feminino também significa atribuir papel de inferioridade à mulher, seu lugar de submissa, apegada a detalhes, exposta às diretivas dos *mais fortes*".

A editora executiva 5A, 47 anos, pende entre as nuances de diferença e da desigualdade. “Acho que trazemos uma visão diferente das coisas. Alargamos o campo de visão da redação. Defendo a igualdade, mas acho que não somos todos iguais, homens e mulheres” (5A, 2017, entrevista à autora). Essa parece uma questão confusa e delicada no ambiente de trabalho. Fica latente a reticência ao tema por parte de alguns profissionais, sobremaneira nas redações portuguesas, considerando que, atualmente, no mundo ocidental, as mulheres garantiram seus espaços nas redações em números equivalentes ou superiores aos homens e que essa realidade basta para assegurar a igualdade. Fica subentendido, a partir disso, que, sem um olhar mais aprofundado, jornalistas homens e mulheres podem tender à compreensão de que a presença nas redações, ou seja, o aspecto quantitativo, é demonstrativo suficiente de que há uma igualdade de gêneros nas redações jornalísticas (BANDEIRA; VIZEU, 2018). Ao que a fala de Roseli Figaro nos ajuda a distinguir e ao mesmo tempo problematizar o que muitas vezes aparece como naturalizado:

A questão de gênero não é um problema de diferença (a diferença sempre é bem-vinda); é um problema de desigualdade. É aí que os estudos de gênero contribuem para se entender como a opressão da mulher está vinculada a uma estrutura de poder que tem na propriedade privada o eixo da exploração (FIGARO, 2018, p. 576).

Figaro (2018) ressalta ainda que essas questões ultrapassam as particularidades de gênero. Torna-se uma problemática voltada à superação da discriminação e da dominação que a sociedade impõe à mulher. No jornalismo, especificamente, a discriminação a que se refere a pesquisadora traduz-se em redução salarial, sobreposição de tarefas, precarização do trabalho e também no assédio moral e sexual.

Esse, até aqui, nos parece um ponto central desse momento em que vivemos: por um lado, temos os relatórios e estudos nacionais e internacionais apontando e chamando atenção para a necessidade de implementação de ações com vistas à igualdade no ambiente de trabalho (UNESCO, 2014; ARTIGO 19, 2016; GMMP, 2015). De outro, temos homens e mulheres nas redações que não costumam pensar a respeito do tema, ou consideram ser desnecessária tal reflexão, uma vez que o assunto está ultrapassado e resolvido, ou seja, situado no passado. A dissonância desses discursos aparece como ponto importante deste trabalho.

6.3.1 O trabalho e as relações com a vida familiar e em sociedade

Resguardada a limitação do nosso trabalho de campo, que se materializou por meio de entrevistas e observação nas redações, buscamos considerar a forma como os profissionais conciliam a família e o trabalho, por meio de uma série de perguntas norteadas por esta temática.

A rotina de trabalho na redação, como é descrita pelas profissionais que se tornaram mães em meio à trajetória profissional, se assemelha entre todas as profissionais dos diferentes veículos que são objeto deste trabalho. A alteração na disponibilidade apareceu como principal entrave. Algumas se referem à disponibilidade para o trabalho e outras remetem aos filhos. Essa diferença, que parece sutil, revela particularidades expoentes. Dentre as profissionais que argumentaram faltar tempo para os filhos, outra questão vinha embutida: a culpa. Por não ter amamentado como acha que deveria tê-lo feito, por não acompanhar a rotina escolar ou simplesmente por não estar mais presente. Aquelas que, ao falar da mudança de disponibilidade, estavam se referindo ao trabalho, traziam outras questões, geralmente ligadas à troca de função ou recusa de promoção.

Um dos grandes desafios das mulheres com filhos ainda é equilibrar as questões de família e trabalho (GMMP, 2015). Nonato (2013), ao empreender pesquisa com profissionais de São Paulo, identificou que “para a mulher, ter filhos também significa abrir mão de cargos de chefia e de uma melhor remuneração na carreira” (NONATO, 2013, p. 197), o que leva muitas profissionais a optar por não ter filhos ou adiar esse passo na vida pessoal. Numa primeira reflexão, a aferição de Nonato pode soar um tanto radical, porém, de fato, aproxima-se dos dados coletados por esta pesquisa, que mostraremos a seguir. E nos permite constatar: as mulheres unem as vidas privada e pública. Quanto aos homens, entretanto, não podemos fazer igual inferência.

O estudo espanhol intitulado *Somos Equipe*, de 2017, cujo objetivo foi aprofundar as dificuldades que mulheres têm em conciliar família e trabalho, identificou que 58% das mulheres, ao tornarem-se mães, tomam decisões que implicam, de alguma forma, renúncia em sua carreira profissional (seja redução de jornada, mudança de função, demissão etc.), frente a 6,2% dos homens que seguiram caminho semelhante (ABUNDANCIA, 2019, *online*).

A decisão de aceitar ou galgar um patamar hierárquico mais alto muitas vezes é difícil não tanto pelas novas funções, mas pelo tempo e disponibilidade para a casa/família que o

cargo vai tomar. Ou seja, não se trata de discriminação direta, e sim de um contexto cultural da sociedade, que modifica o acesso de mulheres e homens a posições profissionais. A relação da mulher com a maternidade, da forma como é legitimada na sociedade, pode ter raízes ainda no século XIX, com forte participação dos veículos de comunicação da época.

Ao resgatar a história da imprensa feminina no Brasil do século XIX, Duarte (2017) aponta nessa direção. Numa realidade em que os índices de mortalidade infantil eram altos e as mulheres, sobretudo das elites, relegavam a criação dos próprios filhos a escravas e empregadas, percebeu-se um movimento de valorização da maternidade, da amamentação e do cuidado à família. “Os ideólogos do patriarcado nacional – aí incluindo homens e mulheres, filósofos, moralistas, jornalistas políticos e médicos – determinavam em seus escritos os novos comportamentos” (DUARTE, 2017, p. 23). Segundo a autora, jornais foram criados com objetivo de inculcar e naturalizar o comportamento maternal das mulheres, o que contribuiu para o afastamento da mulher do espaço público, uma realidade cujos reflexos podem ser percebidos ainda hoje. “A desigual distribuição de cuidados não remunerados e das tarefas domésticas entre homens e mulheres e entre as famílias e a sociedade é um fator determinante das desigualdades entre homens e mulheres no trabalho” (OIT, 2016, p. 3). Ao que Saffioti (1987, p. 15) rebate: “A igualdade de oportunidades pressupõe a partilha de responsabilidades por homens e mulheres, em qualquer campo de atividade, aí incluso o espaço doméstico” (SAFFIOTI, 1987, p. 15).

A forma como se dá a produção jornalística foi decisiva para a profissional brasileira 5D, de 43 anos, declinar de uma proposta de promoção, de redatora para subeditora:

Eu sei que o subeditor não é o editor, mas ele não é o redator, então ele tá ali tomando porrada de todo lado. Ele é demandado pelo repórter e demandado pelo chefe, ele não pode chegar aqui às duas tarde e não saber que cortaram a cabeça de uma mulher lá em Caratinga, entendeu? Então ele tem que tá o tempo todo ligado. E isso, pra mim, nesse momento, não encaixa na minha vida. Talvez, depois que o meu menino estiver alfabetizado, fazendo o para casa [tarefa escolar] dele sozinho, se virando um pouco mais sozinho, tudo bem, mas, nesse momento, eu prefiro perder dinheiro (5D, 2018, entrevista à autora).

Foi a primeira proposta de promoção desde 2012, quando ela começou a trabalhar nesse jornal, já como redatora. “Eu fiquei satisfeita [pelo convite], porque, pô, chegaram, me ofereceram a oportunidade. De alguma maneira valorizaram meu trabalho” (5D, 2018, entrevista à autora).

A jornalista 3D tem hoje 33 anos e um filho de três. Ao se formar, passou em uma seleção para *trainee* da *Folha de S. Paulo*, jornal onde trabalhou por quatro anos e meio. Lembra de uma rotina de dedicação quase exclusiva ao trabalho na capital paulista, onde vivia sozinha. De se estender por 12 horas na redação e, ao chegar em casa, checar e responder e-mails profissionais. Nesse ritmo, ela aprendeu a ser jornalista, na prática. E terminou por empreender um modo de trabalho pessoal pautado na intensidade. Ao deixar a *Folha* e começar a trabalhar no portal de notícias *GI*, em sua cidade natal, estranhou ao ver que os colegas faziam ginástica laboral coletiva e pausa para um lanche no meio da manhã.

Quando veio a maternidade surgiram seus maiores conflitos pessoais. O retorno da licença (momento em que já trabalhava no portal de notícias do grupo de comunicação onde atua hoje) e os transtornos envolvendo tempo de trabalho, horário para buscar o filho na creche e divisão dos cuidados do bebê com o marido a fizeram “pifar”, conforme suas palavras. “Aqueles três meses [pós-licença maternidade] foram meu pior momento no jornal”. A decisão de deixar o jornalismo diário *online* veio concomitante ao convite para trabalhar em uma revista segmentada sobre primeira infância. Lá, a jornalista 3D trabalhou até julho de 2018, quando a revista faliu.

Seu retorno ao jornalismo diário, no jornal D, se deu um mês antes deste trabalho de campo. E aconteceu conforme o que ela chamou de “restrições para o trabalho”:

Entrei em contato com o editor executivo aqui do jornal perguntando se tinha alguma vaga e tal, e falando pra ele que o meu horário, na verdade, agora é bem restrito. Não consigo trabalhar à noite por causa do meu filho. Eu e meu marido¹⁴⁷ já temos um esquema muito certinho de cuidar, então eu só consigo de manhã. [Pergunei] se teria, porque eu sei que tem menos vagas de manhã também, e ele falou "coincidentemente a única vaga que tem disponível é de manhã, é de cidades, tem tudo a ver com você e tal" (3D, 2018, entrevista à autora).

Assim a jornalista 3D assumiu a função de pauteira do jornal D. Mas, mesmo entre algumas profissionais que não são mães, foi possível perceber uma proximidade com o discurso das mães – a experiência das colegas e subordinadas aparecia como sustentação para essas falas. A disponibilidade diferente das mães-jornalistas aparece na fala de quatro jornalistas sem filhos, porém de perfis distintos. Uma delas tratou do tema quando disse “Quero ter filhos e quero continuar a trabalhar. Portanto, acho que se trata de uma questão de

¹⁴⁷ O marido de 3D é jornalista de um portal de notícias e trabalha das 16h às 23h, diariamente.

gestão” (5B, 2017, entrevista à autora). Outra exerce um cargo de alta gestão e avalia que as empresas deveriam dar mais condições para que mães de crianças pudessem trabalhar e, ao mesmo tempo, estar próximas aos filhos. A terceira jornalista, com vasta experiência em coordenação de equipes, depreende não ser uma questão de tempo para um ou para outro, e sim uma questão de prioridade, que o filho tem em relação ao trabalho. 7D, a última entrevistada para esta pesquisa, tem 50 anos, não tem filhos, mas, a partir de sua vasta experiência em redações, avalia existir jornada dupla, dificuldades e, sobretudo, necessidade de respaldo.

Acho extremamente guerreiras, não só as jornalistas, né? Eu acho que a profissional de uma maneira geral. Tem jornada dupla, sim. Demais. Eu não sou mãe, então pra mim é relativamente mais fácil de lidar [com a rotina da profissão]. Eu acredito sim que quem é mãe precisa de um respaldo. Eu trabalhava numa redação em que a maioria das minhas amigas tinha filhos. Não tinham ninguém pra cuidar e precisavam levar a criança pra um plantão no sábado. Então, quer dizer, eu acho que contava com a boa vontade de quem estava na chefia naquele determinado momento, entendeu? Acho que isso faz uma diferença. As mulheres que têm filhos têm um determinado momento que eu acho que elas têm que contar com essa boa vontade, entre aspas, do seu chefe ou de quem tá ali. Não, não que vá atrapalhar o trabalho, né? Compreensão, eu acho que nesse sentido assim. Eu acho que principalmente pro final de semana, é uma coisa muito difícil. Eu, por exemplo, assim, eu até falo pras minhas amigas, eu não saberia lidar com filhos e com essa profissão, eu me conheço, sabe? (7D, 2018, entrevista à autora).

Inferências semelhantes a que chegou Travancas: conciliar trabalho e vida familiar torna-se um problema. “Principalmente as mulheres e mães se queixam das muitas tarefas e da difícil divisão de horários” (TRAVANCAS, 1993, p. 91). Mas nem todas as mulheres relacionaram de forma direta as rotinas de trabalho e de mãe. Fato que observamos exclusivamente em três jornalistas sem filhos.

Ao contrário dessa unidade que encontramos na fala da maioria das mulheres entrevistadas, percebemos que, entre os homens, a percepção de que há alterações e interferências na rotina de trabalho, em razão da paternidade, é exceção. A maioria, entre os jornalistas pais, não relacionou uma realidade à outra. Dos 13 homens entrevistados, oito têm filhos.

Mesmo entre os que avaliam haver dificuldades em administrar a rotina, há profissionais que argumentam que a falta de tempo com os filhos é justificável pela natureza

da profissão e que o cônjuge (entre os que têm filhos, apenas um é separado da mãe das crianças) supre a lacuna. De modo que o tempo e dedicação ao trabalho não mudam.

A relação pessoal com o parceiro faz toda diferença. Ou tem compreensão ou não tem. Tem que ser mesmo uma equipe. Sem esse trabalho não teria uma coisa nem outra. E em termos pessoais a questão é: as minhas funções são estas. Já sabe o que é que é [...] Se não houver uma relação de confiança do parceiro, de compreensão, a coisa não se dá, porque são muitas horas fora, né? E terminado o trabalho temos um encontro com uma fonte, é mais tempo que nos rouba, e não é fácil de gerir também. E em relação à filha, nas folgas o tempo é delas [filha e esposa], como é óbvio. Resta pouco tempo pessoal mesmo. A coisa não é fácil (6B, 2017, entrevista à autora).

É possível observar, entre alguns, que o “peso” maior da criação dos filhos recai sobre as mães, o que as coloca em situação mais complexa de gestão trabalho-família:

Eu acho que é mais difícil para uma mãe do que para um pai porque, apesar de achar que Portugal tenha evoluído muito nos últimos anos, ainda há, não sei se chamaria... um machismo dentro da sociedade [...] a minha mulher é funcionária pública e tem uma vantagem em ser funcionária pública que tem um horário diferente para cumprir. Se ela não tivesse esse horário, nunca na vida conseguiria, por exemplo, se ela fosse jornalista e trabalhasse aqui, nunca na vida conseguiríamos buscar a criança [na escola] em um horário. E como é óbvio, quando eu disse que para as mulheres é mais complicado, para jornalista, que seja com um horário reduzido e conta com nossos dias por regra, as sete ou oito horas indicativas, as pessoas acabam sempre por trabalhar mais horas, mas geralmente são oito horas, com o horário reduzido são seis¹⁴⁸. Ao fazer as seis horas, os outros colegas vão ficar fazendo umas dez, e limita, como é óbvio, a quantidade, não digo a qualidade, mas a quantidade de trabalho a ser feito neste período e neste caso para as mães será mais complicado (3B, 2017, entrevista à autora).

O jornalista 1C, 56 anos, é editor e casado com uma repórter do mesmo jornal. Tiveram filhas gêmeas cinco anos atrás. Ele se mostra envolvido e partícipe da rotina das crianças. Por exemplo, desde que mudou de função e horário, alterou o horário de aula das crianças de modo a passar o turno da manhã em família, o que lhe permite acompanhar as tarefas escolares e o cotidiano das crianças. Ainda assim, percebe o mercado de trabalho pouco tolerante às demandas familiares.

Eu acho que talvez isso seja em toda área, é um pouco, não só no jornalismo, em várias áreas, né? Porque, quando uma mulher vai ter filho, então já tem aquele período todinho de licença. Depois, mesmo que volta, normalmente é

¹⁴⁸ O jornalista refere-se à possibilidade que a mãe tem de cumprir horário reduzido, ao retornar da licença maternidade. Em vez de cumprir as oito horas habituais, a lei lhe permite trabalhar seis horas.

a mulher que cuida da criança, então ela já não pode mais viajar tanto como viajava antes, ela tem umas preocupações, não sei se tem medo de repente de começar a faltar, tal. Quando a minha mulher teve [as filhas gêmeas], a gente fez um pacto: não pode usar nunca a criança como um argumento [para não cumprir uma tarefa de trabalho]. Porque senão fica um profissional com 10% a menos [na visão da chefia] (1C, 2018, entrevista à autora).

O único entre os jornalistas pais separado da mãe dos filhos é 2B, de 48 anos. Há 25 anos no mesmo jornal, dez anos atrás assumiu uma função na direção. Passa no mínimo 12 horas por dia na redação. A falta de tempo para a vida pessoal é, conforme palavras dele, “a parte opressiva desta profissão”, que, por outro lado, o permite aprender algo todos os dias. Pai de um rapaz de 17 anos e uma menina de 14, ele diz: “Não vi o crescimento dos meus filhos” (2B, 2017, entrevista à autora).

Ross (2017) compreende que a cultura nas redações denota uma não adequação ao contexto de vida das mulheres. Ou seja, há oportunidades, sim, mas para uma realidade cultural em que não há espaço para flexibilidade. A autora refere-se a uma inflexibilidade para assumir novas oportunidades devido às suas responsabilidades domésticas e/ou familiares, ou seja, seu trabalho não remunerado. O que chama de discriminação em razão da família ou do cuidado. “Por vezes, as mulheres optam por dar prioridade à família em detrimento da carreira, mas isso acontece com frequência porque as culturas de trabalho tornam impossível alcançar um equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar que beneficie tanto a pessoa quanto a organização empregadora” (2017, p. 68).

O Artigo 19 (2016), uma organização internacional de direitos humanos, entrevistou 13 pessoas de seis empresas diferentes, entre públicas, privadas, além de associações e sindicatos, no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Concluiu que são muitas as lacunas de políticas públicas de gênero:

No que se refere a melhores condições de conciliação entre o trabalho e a família/estudos, não encontramos nenhuma iniciativa de gestão que avançasse o que já está instituído por lei, em termo de regimes contratuais e jornadas ou mesmo oferta de serviços de apoio às mães lactantes ou com filhos pequenos. Apenas uma empresa pública sublinhou a adoção flexível de práticas institucionais (como folgas ou redução de jornada sem alteração a remuneração), ainda que não normatizadas, para atender necessidades esporádicas de funcionários, como em casos de cuidados de familiares e acompanhamento escolar de filhos, por exemplo” (ARTIGO 19, 2016, p. 33).

O estudo entende que, para além de não haver políticas de promoção da igualdade de

gênero nas organizações de mídia, há barreiras e padrões culturais que dão conta da ausência de ações nesse sentido.

Serviços de acolhimento e cuidado são tratados como responsabilidade individual, sem compreender que a conciliação do trabalho com a vida pessoal tem impacto direto de um lado na performance e no engajamento profissional e de outro na redução das oportunidades de progressão de carreira destas mulheres (ARTIGO 19, 2016, p. 39).

Ao implementar os pressupostos da meritocracia, as empresas tendem a desqualificar as políticas de promoção da igualdade, sem considerar as questões culturais imbricadas aos processos. “A cultura organizacional reflete os padrões culturais da sociedade como um todo, incluindo suas dinâmicas de preconceito e discriminação” (ARTIGO 19, 2016, p. 35).

Portugal registrou, em 2016, a segunda menor taxa de natalidade entre os países europeus, conforme dados da Eurostat, organização estatística da Comissão Europeia que produz dados estatísticos para a União Europeia (LUSA, 2017; BARATA, 2018). A explicação para um índice de natalidade tão baixo, de 1,36 filho por mulher (perdendo apenas para a Itália, que registra 1,35 filho para cada mulher), perpassa a falta de apoio às famílias, horários de trabalho nas empresas e acesso às creches. Dados que vão ao encontro da realidade dos jornalistas entrevistados, que têm jornadas de trabalho tão extensas que dificultam o convívio mais próximo com os filhos ou resultam em postergar a decisão da maternidade/paternidade.

A maternidade é um dos fatores que mais interferem no trabalho feminino, quando os filhos são pequenos. A responsabilidade pela guarda, cuidado e educação dos filhos na família limita a saída da mulher para o trabalho remunerado, sobretudo se os rendimentos obtidos são insuficientes para cobrir custos com formas remuneradas de cuidado infantil (Bruschini, 2001/02, p. 164-165).

Dentro do nosso universo de pesquisa em Portugal, dos sete homens entrevistados, seis têm filhos. Entre as sete mulheres com quem conversamos, três são mães. Como nosso *corpus* foi 50% composto por homens e os demais 50% por mulheres, significa que 85% dos entrevistados do sexo masculino são pais, enquanto 43% das mulheres são mães. As quatro mulheres que não têm filhos estão com idade entre 34 e 39 anos. Dessas, uma afirmou ter objetivo de ser mãe. As demais não deixaram isso claro. A jornalista que deseja ser mãe falou

sobre os pensamentos acerca da relação entre maternidade e profissão:

[...] em dias normais, por volta das nove eu consigo ter as coisas orientadas. Onze horas de trabalho, bastante trabalho. Não tenho filhos [...] O que eu sinto é que... eu tenho colegas que têm filhos e tudo se faz. Mas é uma questão mais complicada. Ou seja, eu acho que a nossa profissão é complicada, até mais para nós mulheres, não é? Porque acaba por ser uma profissão muito exigente e é difícil, acho que, pra uma mulher sentir que não está a falhar com alguma coisa... Eu estava a falar com uma colega que por acaso teve uma bebê há pouco tempo, e ela estava a dizer que não quer falhar em casa, e não quer falhar aqui, então eu acho que fazer essa gestão é complicado. Mas, lá está, tudo se faz. (5B, 2017, entrevista à autora).

Outra jornalista, com cargo de subdiretora, ao ser indagada se as empresas preferem contratar profissionais com o perfil dela, solteira e sem filhos, asseverou:

Tem que mudar muita coisa, mas eu percebo isso. Se eu tiver uma jornalista que engravida, vai pra casa, vai ter o bebê, eu sei que não vou contar com ela sete meses [seis meses de licença mais um mês de férias]. E depois, quando ela voltar, tem a criança. Nesses sete meses a empresa faz um contrato de substituição. Mas num cargo de chefia não é tão tranquilo. Não se faz um contrato de substituição e diz: agora vem aqui ser diretora por seis, sete meses. Eu percebo, e acho que é uma coisa que tem que mudar, mas percebo um desconforto das empresas, que pensam duas vezes antes de contratar uma mulher para chefiar. Se calhar, passa por ter uma creche na empresa. E a mulher, em vez de estar seis meses em casa, estar três e depois estar ali e saber que o filho está ao lado, bem cuidado, pode ir dar de mamar. Se calhar passa por trabalhar de casa – sendo uma opção, obviamente. Podia-se dar uma ajuda para que mulheres mais novas, com filhos, pudessem juntar as duas coisas (1A, 2017, entrevista à autora).

Diretor do jornal português *Correio da Manhã* desde 2007 (nos cinco anos anteriores, em que já estava no jornal, havia sido diretor-adjunto e subdiretor, funções também de comando), Octavio Ribeiro avalia que, para além do aspecto histórico, que ainda torna mais difícil a chegada das mulheres ao topo das chefias, há também algo de cunho pessoal: “Chega numa etapa e as mulheres parecem que não têm interesse em subir mais na carreira” (2017, informação oral). Uma possibilidade, apontou o gestor, seria a questão familiar, uma vez que em uma fase da vida muitas mulheres pensam em dividir o tempo com a família, com os filhos.

De acordo com a análise sociológica dos papéis tradicionais sexuais, os homens são líderes ‘instrumentais’, trabalhadores ativos e responsáveis pelas decisões fora de casa; as mulheres são ‘afetivas’ ou líderes emocionais na resolução de problemas dentro do lar (TUCHMAN, 1978, p. 143, grifos da

autora).

Ainda que o gestor português tenha feito um apontamento envolvendo percepções dele a respeito das mulheres profissionais jornalistas, consideramos muito pertinente conectá-lo à análise sociológica de Tuchman, afinal, os chamados “papéis tradicionais sexuais” permeiam os universos pessoal e profissional, com a mesma produção de sentido em torno da liderança instrumental masculina e liderança afetiva feminina. Ademais, todas as pessoas com carreiras profissionais têm, em alguma medida, vida pessoal. E nem sempre uma está em consonância com a outra. “Acho que o jornalismo ajuda a formar caráter e firma conceitos e princípios. O que esculhamba a vida social – e pode esculhambar a conjugal – é a rotina das redações” (CECÍLIA ZIONI, em entrevista à RAMOS, 2010, p. 103).

A jornalista 2A tem 37 anos, é solteira, não tem filho e chefia uma editoria, ao lado de uma colega, e observa as peculiaridades da profissão no que tange a maternidade:

Eu, por exemplo, não tenho filhos, mas muitas das minhas colegas têm. E elas têm grande dificuldade porque toda a sociedade tá orientada para profissões que trabalham das nove às cinco da tarde, e ninguém trabalha ao fim de semana. E isso não serve para nós, e então elas têm essas dificuldades. Tem que ter os filhos na creche que fecha às sete da tarde, e não tem ninguém com quem deixar os filhos, e isso tudo é sempre mais uma pressão que elas enfrentam em cima da pressão que já é a redação (2A, 2017, entrevista à autora).

4B, 35 anos, casada e sem filhos, é editora de política e economia. Chega diariamente à redação por volta das 10h, para a reunião da manhã. Diz que, em dias normais, consegue finalizar o trabalho pelas 20h. Mas, em sua fala, ressalta, constantemente, que o jornal onde trabalha é muito dinâmico e versátil.

Se houver uma coisa que aconteça, às 9h ou às 10h da noite e que nós percebemos a importância do que é que está em causa, esse jornal muito rapidamente se adapta, tira das páginas coisas que já estão fechadas, matérias que já estão fechadas e desdobra-se, vira-se, organiza-se todo para aquela matéria que também é importante. E às vezes isso obriga a prolongar um pouco mais o nosso horário de trabalho (4B, 2017, entrevista à autora).

Apesar de já ter muito trabalho, 4B ressenete-se de não ter mais tempo disponível para fazer reportagens, em função das atribuições de editora – ainda que ela escreva quase que diariamente. “Acho importante continuarmos atrás das notícias, buscar as notícias e a escrever no dia a dia, além de estar preocupada em fechar, em editar” (4B, 2017, entrevista à autora).

Algumas mulheres que, tendo filhos e um cargo de chefia, delegam os cuidados ao pai ou outras pessoas, lidam com a culpa. Como 5A, editora-executiva, cujo marido sempre cuidou das tarefas do dia a dia dos filhos.

Do ponto de vista pessoal, foi muito mau, porque eu tinha uma bebê. Apesar de ser mais jovem, tinha trinta e cinco anos, tinha vontade de progredir na carreira e gostava muito do que estava a fazer. Só para teres noção, eu saía de casa às oito e meia da manhã, dava de mamar, porque minha filha mamou até os dez meses, dava de mamar com ela a dormir, e chegava a uma da manhã e dava de mamar com ela a dormir. Tinha que amamentar com um bebê a dormir e eu me culpo um pouco por isso (5A, 2017, entrevista à autora).

A cultura de longas horas nas redações é percebida como uma dificuldade tanto para as mulheres que têm filhos quanto para as que não os têm (GMMP, 2015, p. 45). Da mesma forma, a partir da opção de fazer uma pesquisa de campo que contemplasse mulheres e homens jornalistas, na tentativa de compreender a realidade de trabalho em que vivem, pudemos observar homens que, igualmente, encontram na rotina do jornalismo dificuldade para conciliar com a vida familiar, com a criação e cuidados com os filhos. O que vai ao encontro do que dizem Koshiyama e Reimberg (2018, p. 19): “O ritmo acelerado e o desrespeito aos direitos trabalhistas atingem tanto homens quanto mulheres”. Investigação junto aos jornalistas feita em 2016 e divulgada pela Obercom em 2017 dá conta de que 46% dos profissionais consideram difícil conciliar vida profissional e pessoal.

O equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional seria possível, na prática, com (1) acordos de flexibilidade de trabalho para homens e mulheres; (2) licença maternidade e paternidade paga e respeitada; (3) oferta de serviços de cuidados com os filhos pequenos por parte de empresa (UNESCO, 2014). Aqueles que consideram fácil gerir a vida dentro e fora do trabalho são 29%. Outros 25% entendem esse processo como de médio grau de dificuldade (tabela 3).

Tabela 3 – Conciliação entre vida profissional e pessoal

Consideram extremamente difícil, muito difícil ou difícil	46%
Consideram extremamente fácil, muito fácil ou fácil	29%

Consideram nem fácil nem difícil	29%
-------------------------------------	-----

Fonte: Obercom 2017

Fato que pode ser pensado a partir do que um dos jornalistas que entrevistamos, 3A, 36 anos, chama de “mudança social” e “avanço social”. Ou como Silva (2010), sistematizou:

A aceitação de diferentes estruturas familiares terá efeitos nas expectativas sociais que recaem sobre os seus membros, levantando questões no que diz respeito a suportes sociais para o cuidar e à redefinição de prioridades na gestão familiar. A aceitação social de novas dinâmicas familiares e o enfraquecimento de visões mais tradicionalistas sobre a família originará a aceitação de diferentes valores em torno daquela instituição, onde os papéis ultrapassarão a organização binária heterossexual (SILVA, 2010, p. 320-321).

Aparentemente em menor número, mas há profissionais como o editor 3A, cuja fala deixa claro sua atuação no cenário doméstico. Casado com uma jornalista, atualmente assessora de comunicação, com quem tem dois filhos (de 5 e 2 anos), 3A conhece bem as dificuldades de conciliar as duas frentes de trabalho: em casa e no jornal. Conversamos em um período em que o jornalista havia acabado de recusar uma viagem a trabalho até a América do Sul (Brasil, Chile e Argentina) a fim de acompanhar o presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, em uma agenda política. Disse à direção da empresa que não poderia se ausentar do país por uma semana porque não havia quem o substituísse nas responsabilidades com os filhos.

Eu disse ‘é praticamente impossível’ porque a minha mulher teria que ficar com os dois miúdos, que são pequenos, e ela acabou de lançar um livro, uma coisa era completamente caótica em casa. Portanto, eu era incapaz de sair uma semana e deixá-la sozinha e ainda por cima numa fase tão difícil [referindo-se ao momento profissional da esposa, que implica em muitos compromissos inerentes ao lançamento do livro] (3A, 2017, entrevista à autora).

Sobre as mudanças e o impacto que a paternidade trouxe sob o ponto de vista profissional, 3A vai justamente ao ponto levantado na pesquisa *Who Makes the News?* (GMMP, 2015):

A partir do momento em que tive filho, decidi que há coisas que são absolutamente quase obrigatórias, que é o tempo para a família. A minha família não tem culpa que eu tenho um trabalho que me exige muito, que

exige que eu fique aqui muitas horas, há certas coisas das quais eu não abduco: ir buscar os miúdos [no colégio]. Há uma ou duas vezes por mês em que não é possível, mas pronto, os outros dias eu estou com eles (3A, 2017, entrevista à autora).

Posicionamento reforçado em outros momentos da entrevista, como, por exemplo, quando estamos tratando da rotina diária de trabalho: “em regra geral eu saio às sete, até porque tenho meus filhos e tenho que ir buscá-los na escola. Entre as dez e as sete é o meu horário normal”. Ou, ainda: “há uma hora em que eu tenho que ir embora porque tenho dois filhos à espera e que não podem ficar fechados na creche e aí é absolutamente religioso, não posso, não posso mesmo”.

No jornal B, entrevistamos sete profissionais, dos quais quatro são homens e três, mulheres. Entre elas, todas são casadas, e uma tem filhos. Os quatro homens são pais. Um ponto em comum na fala dos cinco “profissionais pais/mãe” foi o escasso tempo com os filhos. São profissionais que, em média, passam 12 horas na redação – dos quatro jornais pesquisados, demonstra ser onde os profissionais mais trabalham, em termos de quantidade de horas que passam na redação. 7B visivelmente se incomoda com isso: “Custa deixar as filhas na escola, pela manhã, e elas dizerem: ‘então tá, mãe, até amanhã’. Porque sabem que não vão me ver mais neste dia. Quando chego a casa [ela sai do jornal por volta das 23h] elas já estão a dormir”. Se 7B diz já estar habituada a essa rotina, assim como suas duas filhas (de sete e 10 anos), a jornalista lembra-se de outras colegas jornalistas e mães que em poucos meses de trabalho demitiram-se do jornal B alegando não conseguir conciliar a vida profissional com a vida em família. “Uma delas veio falar comigo e disse ‘não aguento mais, não vejo meus filhos’”.

Se retomarmos a chamada tribo jornalística (TRAQUINA, 2005), as questões relativas às dificuldades rotineiras dos profissionais podem estar inseridas na cultura profissional, segundo a qual os sacrifícios pessoais estão na natureza da profissão, assim como os efeitos nocivos que as longas e irregulares horas de trabalho têm sobre a vida privada do jornalista: “problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas e ausência da vida privada” (TRAQUINA, 2005, p. 53). Em resumo, “o jornalista vive uma tensão entre a vida privada e a pública” (TRAVANCAS, 1993, p. 106).

Os homens jornalistas que têm filhos, ainda que ressaltem as dificuldades de gerir o tempo com a família e o trabalho, mostraram-se mais resignados. 6B, por exemplo, tem uma filha de oito anos. Diz que é difícil conciliar, “mas não é só comigo, é em toda profissão”. O

jornalista 3B, 35 anos, entende ser esta uma dificuldade maior para as mulheres, tanto assim que a paternidade não suscitou para ele mudanças na rotina de trabalho:

Não mudou muito [a vida de jornalista, após a paternidade]... as semanas continuam sendo de cinquenta horas [de trabalho], mas há dias que, sei que lá, preciso ir a uma reunião... porque há uma hora que a partir da qual eu chego em casa e não vejo a minha filha. Quando tenho a possibilidade de chegar a casa e a ver, faço um esforço para conseguir sair. Mas na maior parte do dia a dia, não muda. Ficamos com outro olhar e com uma sensibilidade para algumas áreas, algumas notícias que acho que quem não é pai não tem a mesma sensibilidade, simplesmente porque não é (3B, 2017, entrevista à autora).

Na mesma linha vai o depoimento de 2C. O jornalista de 37 anos, pai de um menino de 3, aparece em dois lugares no expediente do jornal C, onde ele trabalha desde 2011, como editor. Ao ser questionado se mudou a vida como jornalista desde que se tornou pai, ele imediatamente disse que não. O profissional trabalha, normalmente, das 16h à meia-noite. Sua companheira, uma funcionária pública cujo horário de trabalho vai das 8h às 13h, “tem mais tempo com o pequeno”, diz o jornalista. 2C, entretanto, é citado pela colega de trabalho 4C, ao lembrar dos profissionais que podem trabalhar do início da manhã ao fim da noite, sem reclamar.

Da mesma forma que o profissional 1C. Ele havia sido promovido a editor executivo três meses antes de nossa conversa. Era repórter especial e, com a demissão coletiva que houve no jornal, foi alçado ao cargo de gestão. Em relação à rotina profissional, diz ele, não houve mudanças. No âmbito pessoal, sim. A responsabilidade inerente à paternidade limita decisões mais arriscadas e toma o tempo que antes era ocupado com leituras, estudos.

O jornalista 1B, 42 anos, tem uma filha de 11 anos e enfatiza, ao longo da entrevista, que a família é mais importante que o trabalho e diz que sua relação com a profissão mudou desde a paternidade. Entretanto, tem sorte porque sua mulher e mãe de sua filha já foi jornalista. Por isso, compreende as exigências da profissão. Como não exerce mais atividade jornalística, a mãe pode suprir as ausências do pai não só durante a semana, mas também aos sábados e domingos, que é quando a equipe de Esportes, onde ele atua, tem mais trabalho, conforme ele diz.

As posturas masculinas dentro da realidade desse jornal corroboram a afirmação de Touraine de que os homens tendem mais a separar a vida privada da pública e “continuam colocando a esfera pública acima da esfera privada e fazem dessa convicção um elemento

positivo em termos de autoestima pessoal” (2010, p. 84).

Ao falar sobre conciliação entre trabalho e maternidade, a jornalista 5A relembra quando seu filho mais velho, hoje com 19 anos, nasceu. 5A era repórter. Tem lembranças de ter sido um período muito tranquilo. “Era um horário certinho, eu não tinha cargo de edição. Eu entrava às três da tarde e saía às nove da noite. Portanto, tinha qualidade de vida” (5A, 2017, entrevista à autora). Já a experiência com o nascimento da filha mais nova, hoje com 12 anos, é bastante diferente. Ao retornar da licença maternidade e assumir a função de editora adjunta, viu essa qualidade de vida se perder.

A qualidade de vida, a relação com os filhos... pede-se muito de um jornalista. Não sabe o que é ir buscar um filho na escola, não é? O jornalista não vai buscar um filho a escola. Só vai, se trabalhar no fim de semana. Tem a segunda e a terça para ir, significa que já não esteve com a família nos dias de fim de semana (5A, 2017, entrevista à autora).

Independente de estar na reportagem, na edição ou na coordenação, o que essas mulheres buscam é uma relação mais harmônica entre o dia a dia com a família e com o trabalho. A jornalista 2D não quer sofrer o que a jornalista 5A sofreu. 2D tem 37 anos, um filho de 3 anos e está grávida de gêmeos. Desde o ingresso no jornal, em 2011, exerceu a função de repórter. Em razão dos planos familiares, relatou à chefia o interesse em deixar a reportagem para assumir um cargo de fechador de páginas – aquele que não é responsável direto pela equipe, mas edita matérias e páginas do jornal. Os oito primeiros meses têm sido de adaptação, já que gostava da reportagem, mas estar numa função menos cansativa, que não demanda saídas para produção de matérias para o impresso, portal e rádio, um horário mais definido de trabalho e, portanto, “um dia mais previsível”, têm sido pontos positivos da promoção (que não implicou em ganho salarial, uma vez que não há diferença entre o que recebe o repórter sênior, função que 2D exercia, e o profissional com cargo de fechamento).

Cinco décadas separam a realidade de 2D e das jornalistas brasileiras que atuaram a partir dos anos 1950 e 1960 e foram entrevistadas por Ramos (2010). Apesar da distância temporal, a autora concluiu, após as conversas, que “quem teve filhos durante a carreira negociou com a chefia para sair da reportagem e ficar mais no texto, o que permitia horários decentes” (RAMOS, 2010, p. 332). A razão, muito próximo da realidade da nossa entrevistada, é antes de tudo a conciliação mais tranquila entre dois aspectos tão importantes na vida dessas mulheres: o pessoal e o profissional.

A relação distinta que percebemos existir entre homens e mulheres no que se refere à

forma como lidam com o público e o privado (trabalho e família) nos faz pensar que é, de fato, uma das maiores diferenças entre eles, no universo de jornalistas que entrevistamos, em Portugal e no Brasil. A experiência da jornalista 5C é um exemplo:

Antes de eu ter filho, não pensava, por exemplo, na hora de sair da redação. Se deixasse, eu ficava o dia todo aqui [...] A gente virava a noite na redação trabalhando, editando, lendo o texto, entendeu? Ninguém tinha, assim, aquela loucura de sair da redação. A gente respirava, vivia a redação [...] depois que tive filho, passei a me sentir às vezes muito angustiada porque eu queria me dividir, ser uma boa mãe e uma boa profissional. Às vezes eu entrava em transe. Aquela loucura porque você queria dar uma assistência melhor em casa, mas não podia porque tinha que viajar, tinha que sair, isso é complexo, é um negócio bem complicado. Não foi fácil, não. Foi muito difícil (5C, 2018, entrevista à autora).

Os filhos da jornalista 5C têm hoje 10 e 14 anos. No depoimento acima, ela se referiu ao período que as crianças eram menores. Ao falar dos dias atuais, entretanto, a mãe-profissional novamente demonstra desconforto. Separada do marido com quem tem uma relação conturbada, ela explica que a cada 15 dias as crianças passam o fim de semana com o pai. Como não tem um diálogo bom com o ex-marido e a escala do jornal permite poucas mudanças, ocorre que muitas vezes ela tem de trabalhar justo no fim de semana em que está com a guarda dos meninos. “Pra evitar confusão, eu me privo às vezes de estar com meus filhos. Domingo que passou, eu trabalhei o dia todo. Eles ficaram em casa, foram pro clube com a minha mãe e minha irmã” (5C, 2018, entrevista à autora). Fica, segundo ela, o questionamento interno sobre estar desempenhando bem a função materna. “Toda vez que saio de uma reunião, na escola, fico arrasada, sentindo que não estou fazendo meu papel de mãe” (5C, 2018, entrevista à autora). A profissional e mãe refere-se à quantidade e à qualidade do tempo que se dedica aos filhos, em razão do período que passa trabalhando e do desgaste pós-trabalho.

O perfil da jornalista 6C destoa entre os entrevistados para esta pesquisa. É colunista e atualmente não exerce cargo de chefia. Entretanto, por oito anos foi editora de Política no mesmo jornal, além de ter passado outros oito anos como diretora de uma da sucursal da *Gazeta Mercantil*, dentre outras funções ao longo dos 50 anos de jornalismo. É a profissional mais velha da redação. Sua experiência profissional como gestora, colunista e mulher nos fez compreender que seria de grande contribuição ela estar entre os entrevistados para esta pesquisa. 6C não teve filhos, mas sua percepção a respeito do jornalismo associado à maternidade/paternidade nos dá caminhos para pensar a questão:

Filho é filho, né? Está em primeiro lugar em qualquer circunstância. Há diferença. Você não pode deixar seu filho em segundo lugar e nessa relação a empresa perde. Se você tá aqui fazendo uma cobertura super importante e lá vem avisar que seu filho caiu, o que é que você faz? [...] o fato de não ter filhos [...] mandam a gente fazer a cobertura lá no cafundó de Judas porque não tem pressa pra voltar (6C, 2018, entrevista à autora).

4C, 51 anos, editora assistente, nos concedeu entrevista dias antes da jornalista 6C. Embora sem nenhuma ligação direta, os relatos de 6C e a experiência de 4C complementam-se (ou um justifica o outro). A segunda filha de 4C nasceu em 1990, ano de sua formatura como jornalista. O bebê tinha um mês quando ela conseguiu seu primeiro trabalho: repórter em uma TV no interior do estado onde mora. Os primeiros meses na reportagem foram tão intensos que a falta de tempo fez com que a jornalista deixasse de amamentar, uma vez que delegou os cuidados da filha recém-nascida e da mais velha, então com 2 anos, à mãe (avó da criança).

Eu viajava enlouquecidamente. Eu era a repórter que mais viajava. Chegava em casa acabada. Com duas pequenas. E eu só queria cama para dormir. E ela acordava à noite, e eu dizia: não vou conseguir levantar. Às vezes mamãe levantava também... aí a gente conseguiu uma babá. Eu sei que no final das contas, meu marido disse: sua filha precisa de você. Ela tinha uns poucos meses e tava adoecendo muito, chegou a ser internada. Eram vários problemas, diarreia, gripe, imunidade baixa... só que eu tinha um negócio com o trabalho... que eu tinha que trabalhar. Eu sempre fui muito focada no trabalho. A gente tinha uma babá, que a gente achava ela perfeita. Quando eu cheguei num dia, o meu marido tinha demitido a babá. Aí eu disse, você demitiu, por quê? 'Porque sua filha precisa de você, entendeu? Você tem que parar. Ela precisa de você'. Eu esculhambei com ele, mas depois comecei a perceber isso. Aí fui dando uma desacelerada, fui pegando mais para ficar com as meninas, e estabelecendo horários na televisão, que antes eu não tinha (4C, 2018, entrevista à autora).

E foi justamente o ajuste nos horários que rendeu a demissão de 4C.

Eu cheguei de uma viagem pela tarde, dessas matérias que a gente fazia, matérias frias. Eu disse [para a chefe]: vou pra casa. Ela disse: não, você vai gravar o *off*. Eu disse: não vou, não tenho condições de gravar esse texto hoje, e essa matéria não vai entrar hoje. Preciso ir pra casa (4C, 2018, entrevista à autora).

No dia seguinte, quando chegou à redação com os textos prontos, para gravar, a chefe a demitiu. São experiências que nos mostram a importância da disponibilidade para o trabalho na vida do profissional.

O inimigo principal das mulheres não é o homem dominador, mas a ideia de que a vida social e política deve ser separada da privada, esta última sendo abandonada à diversidade de culturas. Contrariamente, as mulheres pensam que é necessário partir da vida privada para transformar este espaço público (TOURAINÉ, 2010, p. 89).

Depreendemos da afirmativa do pesquisador que a vida privada entra e determina sua participação na vida pública. As falas dos jornalistas entrevistados e os dados nos possibilitam apreender representações sobre a relação trabalho-família. São homens e mulheres que cotidianamente travam disputas entre a vida pessoal e a profissional. Mesmo os que não têm filhos ressentem-se de falta de tempo para executar tarefas para além das que desempenham diariamente.

Cem por cento dos jornalistas europeus (pertencentes a 19 países da Europa) que participaram de pesquisa feita em 2016 pela Federação Europeia de Jornalistas disseram que as condições de trabalho, nos últimos anos, vêm piorando (BRÉDART, 2017). Aqui no Brasil, Figaro (2013) identificou os mesmos discursos, enunciando inquietações sobre dar conta da demanda cada vez maior de tarefas e do desafio de ser multitarefa. O que nos leva a pensar que o que realmente pesa nos ombros da mulher é o modo de organização e representação da sociedade (TOURAINÉ, 2010), e não propriamente a relação direta que ela tem com os homens – o que pode explicar a fala de entrevistadas minimizando questões dicotômicas entre homens e mulheres ao mesmo tempo em que traz angústias e questionamentos referentes, entre outras coisas, ao gerenciamento do tempo, a cobranças pessoais, expectativas profissionais e representação política.

6.3.2 “Eu não sei a hora que eu tô trabalhando e a hora que eu não tô”

Outro aspecto igualmente revelador, na perspectiva vida profissional/vida privada, são os limiares entre o trabalho jornalístico dentro e fora da redação. Na era digital na qual vivemos, o trabalho muitas vezes não está limitado a um lugar (a redação ou o destino da pauta a ser executada), mas a uma rede envolvendo pessoas e tecnologias. Há profissionais muito determinados a “não levar trabalho pra casa”, ainda numa postura comum à era pré-digital, compreendidas por Deuze e Witschge (2016) como obsoletas, considerando a atual dinâmica das redações. “As novas maneiras como as redações são organizadas nos pedem para nos movermos para além da oposição binária de ‘dentro’ e ‘fora’ das redações”

(DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 15).

Ao mesmo tempo, existem jornalistas com dificuldade em identificar a tênue linha que separa o trabalho da vida pessoal. São profissionais que, ao trabalharem com cultura, usam seus horários e dias de folga para assistir a filmes, espetáculos ou ir a eventos culturais e produzir, a partir disso, textos, vídeos, áudios e fotos que serão usados nas mídias jornalísticas. Ou também jornalistas que atuam no *site* e mídias digitais do jornal e, mesmo em horário de folga, acessam e atualizam essas mídias, dadas as facilidades tecnológicas que permitem trabalho remoto.

Vivemos, portanto, um momento de transição de um modelo/mentalidade de jornalismo/jornalista para outro. Ou seja, do “binário”, que implica em estar ou não estar no trabalho, em serviço ou de folga, para o “disponível” ou “em estado de disponibilidade”. Em outras palavras, esse novo modelo é diferente da antiga mentalidade de “ser jornalista dia e noite”, de ser jornalista e saber identificar um fato jornalístico no momento em que ele acontece, como, por exemplo, um acidente de trânsito ou um desastre natural/urbano. Esses casos, evidentemente, não devem passar ao largo de um jornalista, mesmo que este esteja de folga. O dever da profissão o leva a comunicar as equipes de plantão ou mesmo cobrir o fato. Mas aqui estamos falando de acontecimentos inesperados e de potencial valor-notícia.

Diferente é a disponibilidade permitida pelos aparatos tecnológicos, que possibilitam ao editor controlar a audiência de conteúdos à distância e, mesmo estando de folga, sentir necessidade (imbuído da responsabilidade) de acompanhar a produção digital do jornal. Diante dessa diversidade e dinâmica do trabalho jornalístico, olhar para a rotina dentro da redação não é suficiente no sentido de mapear a atuação. Por isso a importância de olhar para a perspectiva do profissional.

Vemos que muitos (se não a maioria) dos jornalistas hoje estão envolvidos muito além do que qualquer profissão poderia pedir. Normalmente, a profissão pede por um determinado tipo de compromisso, mas os jornalistas na era digital têm de se comprometer, além de tudo, porque o seu trabalho é inseguro, o seu salário limitado, a confiança do público precária e o seu tempo de trabalho se estende além do *deadline* e do cronograma previsto. Com as proteções institucionais e os privilégios da profissão limitados, isso significa que seu caminho se torna cada vez mais pessoal. Esse envolvimento pessoal, afetivo e emotivo com o trabalho jornalístico (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 18).

O cruzamento da linha limítrofe entre o trabalho e a vida pessoal não está

necessariamente atrelado aos profissionais cujos cargos estão ligados ao *online*. 6A, por exemplo, é editor de digital. Trabalha diariamente das 17h às 2h. Enquanto está no jornal, não tem descanso. Até mesmo durante o “intervalo” para refeição. “Eu continuo a fazer o *site* enquanto estou a jantar” (6A, 2017, entrevista à autora). Mas, em momentos de folga, se organiza para não receber alertas de trabalho. Deixa isso sempre para o profissional escalado para trabalhar naquele horário ou aquele fim de semana. Desta forma, diz ele, consegue ter seus momentos de descanso.

Porém, 3C, que também é editor de *online*, tem uma rotina bastante diferente. A começar pela flexibilidade de horários, que pode ser bom por permitir ajuste com as demandas pessoais e do trabalho paralelo que ele desenvolve (produz *podcasts* sobre futebol). Ao mesmo tempo, o coloca em atividades que demandam tempo dentro e fora do jornal. 3C costuma ir para o jornal à tarde, pelas 16h, mas coordena o *site* e as redes sociais a partir de casa, desde o início da manhã. Ao chegar ao jornal, mantém a rotina de coordenação e, no cair da noite, passa a escrever a coluna diária de esportes, quase sempre relacionada aos jogos da noite. Vai para casa por volta das 21h. Nos plantões de fim de semana (trabalha um fim de semana inteiro para folgar outros dois), é responsável pela capa do impresso, sem, entretanto, desviar a atenção das mídias digitais. Quando perguntamos qual o tempo que tira para si, ele responde que, normalmente, é das 12h às 16h, período em que faz exercícios físicos e outras atividades não relacionadas ao trabalho. Casado e sem filhos, o profissional afirma que, ao mesmo tempo em que parece ser leve, pode ser exaustivo, à medida que “eu não sei a hora que eu tô trabalhando e a hora que eu não tô” (3C, 2018, entrevista à autora).

Uma sensação que parece fazer parte da rotina de outros profissionais. Figaro (2013) engloba essa característica no contexto da chamada “flexibilidade”, que inclui não só jornada e horários de trabalho, mas também relações de vínculo empregatício. “Como mão de obra maleável [...], esses profissionais não têm podido planejar suas vidas em termos econômicos e em termos afetivos” (FIGARO, 2013, p. 46), ou seja, aprofundam-se a falta de tempo fora do trabalho e o peso das incertezas do mercado.

1D não é editor de *online*, e sim de Variedades. Mas tem um programa na web TV e faz inserções na rádio – ambos relacionados ao grupo de comunicação para o qual trabalha. E mantém também um espaço com dicas gastronômicas e culturais no Instagram. Na redação, ele trabalha das 14h às 21h, em média. Mas constantemente vai a eventos culturais, como estreias de filmes e peças teatrais, à noite, depois do trabalho, ou pela manhã, antes de ir para

a redação. Ainda que produza conteúdos sobre os eventos para o grupo de comunicação, essas coberturas externas não computam como horas trabalhadas. Para ele, ao mesmo tempo que é lazer, é trabalho. “Atiro pra tudo quanto é lado aqui dentro” (1D, 2018, entrevista à autora).

7 APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE AS REALIDADES BRASILEIRA E PORTUGUESA

Existe uma grande defasagem entre a atividade jornalística e as teorizações que se fazem em torno dela [...] A prática, por sua limitação natural, jamais soluciona a teoria. Ela apenas insiste, através de suas evidências e contradições, que deve ser ouvida. Mas só pode se expressar racionalmente através da teoria.

(Adelmo Genro Filho)

Ao longo dos capítulos anteriores, empreendemos um olhar comparativo entre Brasil e Portugal sob diferentes aspectos, desde os tempos do Brasil colônia portuguesa, passando pelo sistema patriarcal que atravessou ambas as culturas e tratando, em especial, dos paralelos entre caminhos da profissionalização, com seus embates, avanços e retrocessos. Sempre conforme nosso momento de análise. Sempre na busca por não ser dicotômico, respeitando e considerando as particularidades e realidades de cada país. Partimos, agora, para uma instância que reflete sobre as convergências, divergências e particularidades das realidades brasileira e portuguesa.

A partir do nosso trabalho de campo e consulta a pesquisas comparativas anteriores, contudo, é imprescindível pontuar mais algumas demarcações. Portugal, um país considerado desenvolvido¹⁴⁹, está à frente do Brasil, uma economia em desenvolvimento, também no quesito igualdade entre homens e mulheres na saúde, educação, economia e política. O Relatório de Desigualdade Global de Gênero 2015¹⁵⁰ coloca o Brasil em 85º lugar, enquanto Portugal aparece na 39ª posição. Entretanto, Saffioti (1982) argumenta não ser o grau de industrialização do país o principal balizador das igualdades e diferenças no que tange à força

¹⁴⁹ Portugal tem Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) considerado muito alto, e é classificado como país com alta qualidade de vida, enquanto que o Brasil é considerado uma nação emergente. Disponível em < <http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/rankings/idh-global.html>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

¹⁵⁰ Um estudo do Fórum Econômico Mundial com objetivo de monitorar as disparidades de gênero no mundo. Disponível em: < <http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

de trabalho.

Não há grandes diferenças de montantes entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos no que tange à força de trabalho masculina. Os exames dos dados globais induzem a uma conclusão inteiramente distinta para a PEA [População Economicamente Ativa] feminina, pois esta se apresenta substancialmente inferior nas regiões subdesenvolvidas [...] a participação feminina na PEA não depende exclusivamente do grau de industrialização de um país, mas também de suas tradições nacionais, da religião dominante, de seu regime político, da maior ou menor estabilidade da família, da infraestrutura de serviços oferecida à população feminina trabalhadora etc. (SAFFIOTI, 1982, p. 116).

Brasil e Portugal têm similitudes quanto ao processo de entrada e consolidação das mulheres na profissão jornalista. Ambos os países viram o mercado de trabalho se abrir para as mulheres com o fim da ditadura e início do governo democrático, no fim dos anos 1970 início dos 1980, e, assim como outros países ocidentais, vivem hoje uma realidade em que o número de mulheres jornalistas é equivalente (caso de Portugal) ou superior (situação do Brasil) ao de homens na profissão. Tudo isso nos instigou a pensar em estudos comparativos (PONTE, 2010; ESSER; HANITZSCH, 2012) entre os dois países.

Otto Groth (2011) pontua que devemos começar nossas análises pelas características do objeto. Partimos dessa premissa para pontuar as realidades brasileira e portuguesa, trabalho empreendido por nós em capítulos anteriores. A partir daí, buscamos apontar possíveis convergências, divergências e complementaridades entre ambas (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992, p. 66).

Manuel Carlos Chaparro, um português cuja formação e prática jornalística se deram mais intensamente em território brasileiro¹⁵¹, ao empreender um paralelismo entre os jornalismo brasileiro e português, diz que o intercâmbio entre a profissão pensada e praticada aqui e lá pode ajudar no aperfeiçoamento de ambos (CHAPARRO, 2000). Lidia Marôpo¹⁵², que também tem uma trajetória profissional/acadêmica calcada entre Brasil e Portugal, entende que o percurso e institucionalização da profissão lá e cá resultaram em identidades

¹⁵¹ Chaparro iniciou no jornalismo em 1957, em Lisboa, na Juventude Operária Católica (JOC). Cinco anos depois migrou para o Brasil com a missão de reformular a diocese do Rio Grande do Norte. Antes de mudar-se para São Paulo para trabalhar na sede da *Folha de S. Paulo*, atuou em veículos pernambucanos, dentre eles o *Diário de Pernambuco*, objeto de trabalho desta pesquisa. Disponível em: <<http://oxisdaquestao.provisorio.ws/perfil/>> e <<http://portalintercom.org.br/memoria/depoimentos/manuel-chaparro/perfil4>>. Acesso em: 20 set. 2018.

¹⁵² Lidia Marôpo seguiu o caminho inverso de Chaparro. Nascida no Brasil e formada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará, vive em Portugal desde 2004, onde é pesquisadora e fez mestrado, doutorado e pós-doutorado em Comunicação.

profissionais diferentes entre os dois países, em algumas situações até antagônicas/conflitantes (MARÔPO, 2008).

A pesquisadora pondera as diferenças a partir de três pontos:

1) Importância dada ao diploma – no Brasil, ainda que uma instância jurídica tenha suspenso a obrigatoriedade de diploma para o exercício do jornalismo, em 2009, após 40 anos de exigência, a categoria segue reivindicando a revogação da suspensão. Em Portugal, ao contrário, essa exigência nunca existiu e, sobretudo, não se vê um movimento nesse sentido por parte dos profissionais, tampouco estimulado pelas entidades representativas, que, ao contrário, advogam pelo livre acesso à profissão;

2) Conselho Federal de Jornalismo – reivindicação histórica da categoria, no Brasil, 72% dos profissionais são favoráveis à criação de um órgão autorregulamentador (MICK; LIMA, 2013), enquanto que em Portugal o tema não consegue mobilizar a categoria e, inclusive, o sindicato se posiciona contrário à criação de uma ordem; e

3) Jornalistas assessores de imprensa – o Estatuto do Jornalista em Portugal é claro e específico ao determinar que assessoria de imprensa não constitui atividade jornalística. Lá, assessoria de imprensa é inerente às atividades de Relações Públicas, enquanto que no Brasil a legislação não é clara e a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) defende reserva de mercado da assessoria de imprensa para os jornalistas. Estima-se, inclusive, que 40% dos jornalistas em atividade, no Brasil, exercem funções em assessoria de imprensa ou outras atividades fora da mídia – desse quantitativo, 88% estão especificamente nas assessorias de imprensa (MICK; LIMA, 2013).

Sob outro ponto de vista, ao analisar a profissionalização e a precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal, Bulhões e Renault (2017) apontam mais aproximações que distanciamentos entre os dois países. Traquina (2005a) pondera ser esta semelhança ainda maior, uma vez que envolve o perfil e as rotinas desses profissionais no mundo inteiro. É a tribo jornalística transnacional a que se refere o pesquisador português, que partilha de um *ethos* centenário. Para o autor, com quem concordamos, os jornalistas não conseguiram blindar seu espaço profissional. Entretanto, a identidade da profissão, formada a partir dos valores comuns da atividade, é inegavelmente forte.

Uma primeira e grande diferença que podemos destacar entre os dois países é, naturalmente, a questão demográfica e de extensão territorial. O que se traduz, como se é de esperar, numa diferença exponencial em quantitativo de profissionais e até mesmo perfil das

empresas jornalísticas em um país e no outro. Se no Brasil temos, sobretudo, veículos de comunicação impressos com características regionais (ainda que alguns tenham alcance nacional), em Portugal os jornais conseguem mais facilmente fazer a cobertura de todo o território nacional a partir de equipes próprias, com uma ou duas sucursais.

No Brasil, a Pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro apresentou pela primeira vez dados demográficos, políticos e de atuação profissional dos jornalistas brasileiros. Até aquele momento – 2012 – as pesquisas feitas sobre o território nacional não permitiam a aferição da categoria em toda a extensão do país. Assim, o objetivo maior de *O Perfil do Jornalista Brasileiro* era justamente saber quantos são os profissionais do jornalismo, no Brasil. Os dados oportunizaram estimar 145 mil jornalistas atuando no país. Em território português, dados de 2017 contabilizam um total de 6.114 profissionais portadores da carteira profissional de jornalista – documento exigido para o exercício da profissão em território nacional.

Apesar de a profissão coexistir em contextos distintos nos dois países, a escolaridade dos profissionais aponta semelhanças. Tanto no Brasil quanto em Portugal, profissionais cada vez mais escolarizados estão no mercado (MICK; LIMA, 2013; GARCIA, 2009). Ainda na especificidade da formação acadêmica observa-se uma diferença importante entre Brasil e Portugal. Aqui, desde a regulamentação da profissão, o pré-requisito para o exercício do jornalismo foi a formação superior na área. E mesmo após a queda da exigência do diploma para a prática do jornalismo, em decisão judicial de 2009, 89% dos jornalistas têm formação superior específica em jornalismo (MICK; LIMA, 2013), o que dá indicativos de que a não obrigatoriedade do diploma pouco modificou os modos de contratação e o perfil dos jornalistas brasileiros, ao menos nesses primeiros anos.

Em Portugal, o exercício do jornalismo não exige diploma universitário, e sim a posse de um título profissional. O Estatuto do Jornalista estabelece a possibilidade de ingresso na atividade a qualquer cidadão maior de 18 anos com ensino secundário (equivalente ao ensino médio no Brasil), desde que permaneça, por dois anos, sob a condição de estagiário¹⁵³. Na prática, o que se vê nas redações são profissionais formados em Jornalismo e Comunicação Social, mas também em outras faculdades, como Direito, Letras, Sociologia e História. Muitos deles fazem cursos profissionais de Jornalismo (como o Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas – Cenjor – e Centro de Formação de Jornalistas).

¹⁵³ A licenciatura na área da comunicação social diminui o tempo do estágio para 12 meses. Licenciados em outra área cumprem estágio de 18 meses (MARÔPO, 2008).

Dentre os jornalistas ouvidos nesta pesquisa, apenas uma não havia concluído o ensino superior.

Traquina (2005a) assevera que, nos primeiros anos do século XXI, Portugal ainda está aquém de muitos outros países no quesito profissionais com formação acadêmica. Isso seria, conforme o autor, resquício dos obstáculos enfrentados pela profissão durante a ditadura do século XX. Mas Traquina pondera, ainda, que jornalistas não licenciados são espécie em extinção no país. Atualmente, 64,7% dos jornalistas portugueses têm curso superior. Desses, os que possuem formação na área de comunicação social/jornalismo são 66,7% (OBERCOM, 2017).

As associações e sindicatos são, em alguma medida, termômetro para se pensar o grau de profissionalismo que se busca para determinada ocupação. Na Portugal do fim do século XIX, surge a primeira associação de jornalistas. Durou só dois anos, quando emergiu a Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto, que desenvolveu atividades até os anos 1970 (MARÔPO, 2008). Mas foi a Associação da Classe dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa, criada em 1905, que deu início aos movimentos sindicalistas dos jornalistas portugueses – a entidade, inclusive, organizou a primeira greve do setor, em 1921. Tanto se envolvia com sindicalismo que foi renomeada para Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa. Até os anos 1930, o associativismo e o sindicalismo ficam mais restritos a Lisboa e Porto. O Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ), criado em 1934, foi a primeira organização de âmbito nacional. O SNJ segue em Portugal, e foi responsável pela conquista da carteira profissional de jornalistas, em 1941.

No Brasil, o primeiro sindicato da categoria foi criado na cidade mineira de Juiz de Fora, em 1919. E durante os anos 1930 houve uma expansão do movimento sindical brasileiro. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) data de 1946. Atualmente, reúne 31 sindicatos de jornalistas no país e tem cerca de 40 mil jornalistas associados¹⁵⁴.

Estarem, no entanto, assegurados por essas entidades, não blindam a profissão da precarização que se observa em vários países: “[...] são bastante semelhantes os indicadores de precarização da profissão de jornalista nos dois países: más condições laborais, baixa remuneração, jornadas de trabalho, acúmulo de funções, vínculos precários de trabalho, demissões e saúde do jornalista” (BULHÕES; RENAULT, 2017). A intensificação do trabalho é a primeira consequência evidente no trabalho precário – e facilmente observável

¹⁵⁴ Informação disponível em: < <http://fenaj.org.br/fenaj/a-federacao/>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

nos depoimentos e nas rotinas dos profissionais com quem conversamos e em cujas redações estivemos.

A feminização da profissão pode ser proporcional à precarização do setor, se pensarmos na forma como ambos os processos caminham paralelamente, no jornalismo. O que nos faz refletir, por conseguinte, sobre as diferentes consequências que a precarização do trabalho traz para homens e mulheres. Hirata (2010) pondera que as mulheres são mais atingidas pela precariedade do que os homens. “Quando há uma situação de trabalho precário das mulheres, a família e o contexto familiar tendem também a se tornar precários” (HIRATA, 2010, p. 22). Por isso, argumenta a autora, uma especialista em sociologia do trabalho e do gênero, as duas questões, precarização do trabalho e precarização familiar, devem ser analisadas em conjunto.

Nota-se, entre os profissionais portugueses, a valorização do jornal impresso, quando relacionado às outras mídias que compõem o processo produtivo diário – seja TV, rádio ou *online*. No Brasil, percebemos menos ênfase e mais “relativismo” dos profissionais no que se refere ao “papel” desempenhado pelo impresso no atual momento do jornalismo, de maneira geral, e de suas rotinas de trabalho.

Vê-se, contudo, em ambos os países, profissionais lidando com as diferentes mídias. Poucos são (e geralmente são os mais velhos) focados somente no impresso. Nas redações brasileiras isso fica ainda mais notório, já que em Portugal observamos alguns – embora poucos – profissionais resistentes à atuação nas duas plataformas. Lá, percebemos algumas posturas mais conservadoras quanto à atuação em uma ou em outra mídia. Mas somente no jornal A. No Brasil, só observamos esse movimento em duas entrevistadas, uma editora assistente de 51 anos e uma colunista de 72 anos.

Entrevistamos dois editores de *online* – um em Portugal e um no Brasil. Em ambas as falas, percebemos convergências de inquietações acerca da resistência de alguns profissionais. Há editores, inclusive, que ainda insistem em “concorrer” com o *online* do jornal onde trabalham. O editor 6A explica que todas as editorias deveriam enviar conteúdos para o site e redes sociais do jornal. Mas não o fazem. As editorias de Esporte e Cultura são as únicas que atuam de forma autônoma no *online*, diz ele. Todos os profissionais, entretanto, têm acesso ao site para postar conteúdos, mas muitos não sabem como usar a ferramenta. Assim, toda a equipe do *online*, composta por cinco pessoas, que se divide em horários de trabalho que vão das 7h às 2h, também produz conteúdos, ainda que em menor quantidade e profundidade

(normalmente apurações via telefone e internet). A fim de que o *online* não “concorra” com o impresso, os conteúdos que chegam a partir das 21h e vão para o impresso, não entram no *online*. Por volta da meia-noite é que o material completo do impresso é postado no site. Daí a razão de haver uma equipe trabalhando até as 2h. “É uma pura e simples questão cultural. E continua a ser uma questão cultural em 2017” (6A, 2017, entrevista à autora).

No jornal C, também as editorias de Esporte e Cultura/Lazer são as que efetivamente produzem para o site, de modo que a equipe do *online* não precisa produzir esses conteúdos. O restante da equipe, conforme avaliação do editor 3C, ainda tem dificuldade de pensar a redação de forma integrada.

Esportes, inclusive redes, eles dão conta de tudo. [Editoria de Cultura] Eles produzem, a gente posta, mas eles produzem tudo também, a gente não produz nada. No resto a gente produz e aí o diálogo era pra ser um pouquinho melhor do que é hoje. Tem problema ainda, não tem ainda a plena junção que é escrever aqui. A minha visão é a visão do que é Esportes: todo mundo trabalha com o site. Todo mundo. E o editor leva isso pro impresso. Faz um filtro do que pode pedir uma mudança de uma matéria e outra, mas o repórter de Esportes, hoje, ele vai pra rua e volta, ele produz na rua já quatro matérias por dia pro site daquele time que ele cobre. Então o site, às vezes, num dia como hoje, tem quatro, cinco matérias sobre aquele time (3C, 2018, entrevista à autora).

Nas migrações de funções, dentro das redações, observamos apenas o caso de uma profissional que foi contratada para atuar no *online* e, com o passar do tempo, suas atividades principais centraram-se na edição impressa. Foi o caso de 7C, a mais jovem profissional entre os 28 jornalistas que formam o *corpus* desta pesquisa. Ela ingressou no jornal ainda como estagiária, enquanto estudava jornalismo, há sete anos. Atualmente, é editora assistente e tem 27 anos de idade.

Entre os demais profissionais, observamos dois caminhos comuns: (1) atuar nas duas mídias (aqui se encaixa a maioria dos profissionais); e (2) migrar do impresso para o *online* (caso dos dois editores do *online* e de uma editora de site). Embora tenhamos focado nossa pesquisa em veículos originalmente impressos, ficou muito clara a forma como, atualmente, as diferentes mídias dialogam entre si. Arriscamos mesmo dizer que se misturam. Afirmativa esta baseada na observação da naturalidade com que profissionais relatam suas atividades cotidianas, que perpassam diferentes mídias, conforme a configuração de cada empresa.

Dentro das redações, grande parte dos profissionais não costuma pensar, tampouco problematizar, as razões por que hoje há mulheres por todas as editorias, espalhadas por diferentes cargos e com distintas funções. Até mesmo porque muitos já entraram no mercado à luz dessa realidade pós anos 1990 (ausência esta de memória que aparece como mais um sinal do rejuvenescimento das redações). Porém, ao serem estimulados a falar sobre essa recomposição, as respostas vão ao encontro dos estudos de Subtil (2009), feitos na década de 1990, que apontam dois fatores que contribuíram fortemente para este processo de feminização no jornalismo: (1) a chegada massiva das mulheres ao mercado de trabalho em geral e (2) o aumento da escolaridade, em particular ao nível do ensino superior. A autora evidencia a necessidade de atrelar esse crescimento a um contexto de recomposição da estrutura social no período, que se dá com incremento de relações de equidade entre homens e mulheres, observadas, por exemplo, no acesso ao ensino, sobretudo o superior¹⁵⁵.

A partir do nosso questionamento, podemos apontar três razões macro para a recomposição de gênero nas chefias intermediárias em Portugal, como pontos de vista convergentes entre os entrevistados:

- (1) Mudança de mentalidade – na fala da maioria dos entrevistados, essa percepção aparece na forma de apontamentos como “é um reflexo da própria sociedade portuguesa, patriarcal por muitos anos, até a década de 70 [...] a partir da revolução [Revolução dos Cravos, celebrada em 25 de abril de 1974, que representou o fim do período ditatorial no país, vigente desde 1933] houve os primeiros passos da emancipação da mulher” (3A, 2017, entrevista à autora). A propósito, o fim do período ditatorial e retomada da democracia, em 1974, é um marco, sob o aspecto da emancipação feminina, e está muito presente na fala dos portugueses. Realidade que se assemelha ao Brasil, que viveu sob o regime militar por um período menor¹⁵⁶, mas com desdobramentos próximos aos relatados pelos portugueses.

O período democrático em Portugal trouxe o acesso à informação, o acesso à formação a toda a gente. As mulheres, antes do 25 de abril, não podiam votar¹⁵⁷, as mulheres não podiam sair do país sem a autorização dos maridos.

¹⁵⁵ Os estudos de Subtil foram feitos no âmbito português. Lá, nos anos 1960, 29,5% dos universitários portugueses eram mulheres. Três décadas depois, elas eram mais de 60%.

¹⁵⁶ Perdurou de abril de 1964 a março de 1985 e foi marcado por sucessivos governos militares.

¹⁵⁷ O primeiro voto feminino em Portugal aconteceu em 1911. A eleitora se valeu de uma brecha na lei. Nas eleições seguintes, entretanto, a lei já especificava que somente chefes de família do sexo masculino poderiam votar. Em 1931, o direito ao voto foi facultado às mulheres que tivessem ao menos estudo secundário completo (os homens precisavam apenas saber ler e escrever). Somente em 1974, após o 25 de Abril, é que o voto se

Com a democracia, mudou muita coisa. Isso, sobretudo na década de 90, depois também da entrada de Portugal na União Europeia, que antigamente se chamava CEE, Comunidade Econômica Europeia¹⁵⁸, abriu-se um novo mundo, muitos fundos estruturais vieram pra Portugal, mas, sobretudo, foi o dinamismo que a democracia trouxe, a igualdade. Hoje, se fizeres uma pesquisa nas universidades, há tantas mulheres como homens. Há cursos em que há mais mulheres que homens, como o jornalismo. E depois há a renovação dos trabalhadores e as mulheres passaram a ter seguridade em mostrar aquilo que valem. Já não ficam em casa só a tomar conta dos filhos e passar a roupa a ferro para o marido. E isso as permitiu mostrar o que valem e o seu mérito, e por isso foram chamadas para cargos de chefia. Eu acho que no jornalismo não há [preconceito e machismo], não me deparei com isso. Aliás, se isso ocorresse eu nunca estaria onde estou. O [jornal A] é a prova. Agora há uma questão: e nas direções? Por que é que há sempre mais homens do que mulheres? Ainda falta esse patamar. Mas é um caminho que se faz caminhando. De fato, eu nunca tive diretora mulher, na época em que passei [está no mercado jornalístico há 27 anos]. (5A, 2017, entrevista à autora).

A história do país, para profissionais que pensam como a jornalista 5A, deu conta de corrigir machismos e outros preconceitos ligados às mulheres. O jornalista 4A tem 45 anos, é editor e faz um breve comparativo do passado com o presente:

Julgo que mesmo historicamente, há muito mais mulheres no jornalismo do que havia há trinta anos. E é uma questão também das mentalidades, hoje não há mais aquela coisa retrógrada, acho que é um menor mal. Na direção anterior do jornal, agora só há uma, mas havia três mulheres na direção anterior. Eram um diretor, um diretor adjunto e três diretoras adjuntas. E vemos isso com normalidade. Não me importava nada de ser chefiado por uma mulher, desde que ela fosse competente (4A, 2017, entrevista à autora).

(2) Jornal deixou de ser um ambiente masculino – algumas falas sustentam essa percepção, como a de 6B, diretor adjunto. “O mundo da imprensa era masculino. Agora, não. Pode ainda haver no topo esse reflexo histórico, mas nas chefias intermediárias já não se nota isso [...] as redações feminilizaram-se, então é uma questão de tempo. Daqui a cinco anos as mulheres estarão na direção”. A editora 5B, de 34 anos, tem 12 anos de experiência como jornalista, e recorda já ter trabalhado em redação “altamente masculina”. Ela refere-se a um jornal esportivo. “Mas até isso [redações esportivas predominantemente masculinas] já sinto mudar [...] desde que saí da *Bola*

tornou universal em Portugal.

¹⁵⁸ Em junho de 1985, Portugal assinou o tratado de adesão à Comunidade Econômica Europeia (CEE), atualmente União Europeia. Foi num contexto pós-revolução de 1974 que, em 1977, o país formalizou pedido de adesão à CEE, o que se concretizou na década seguinte, simultaneamente à Espanha, país vizinho de Portugal.

[nome do jornal desportivo] não senti isso em nenhuma outra redação” (5B, 2017, entrevista à autora).

Na fala de 5B novamente recaímos em um elemento dicotômico que persegue nossa pesquisa: a relação entre quantitativo de mulheres profissionais e a efetiva mudança cultural que historicamente se busca. Evoca o mito da igualdade conquistada, calcado numa premissa de que a maior quantidade define o todo. Entretanto, quando conversamos com um profissional brasileiro, cuja carreira tem também um histórico de cobertura esportiva, ele aponta haver, de fato, uma mudança cultural no jornalismo esportivo, que representa um avanço no respeito à mulher jornalista desportiva.

Nesse tempo [desde o fim dos anos 1990, quando começou a estagiar no jornalismo esportivo] eu vi muitas transformações. Era muito hostil, muito hostil. Da relação da mulher no trabalho, seja dentro da equipe até nas pautas dentro do futebol, era uma coisa absurda. Pra você ter ideia, que é aquele clássico, né, não tinha nem entrevista coletiva, mesa. Área de entrevista coletiva era no vestiário. Os jogadores completamente nus e não faziam a menor questão de não estar. Era selvageria, selvageria, selvageria mesmo. Assim, inacreditável, até pra homem. Veja só, hoje, eu não aceitaria na apuração um cara nu na minha frente, e durante muito tempo foi assim. Os caras tomando banho. O máximo era dizer assim "ó, tem uma mulher aqui fora, bota a toalha". Mas, meu irmão, um botava a toalha, dois passavam nus, não tinha isso não, não tinha. Meu irmão, insanidade. É uma época assim, faz dez, quinze, mas parece que faz 60 [anos] porque é muito insano. E assim, era muita hostilidade. E outra coisa que é pior ou que se completa, na verdade: o conteúdo também era assim. No sentido que basicamente o conceito de mulher no futebol era você ir pro estádio, tinha pauta de tirar foto de mulher bonita, então, assim, era uma coisa absolutamente normal. Esse ambiente foi o que mais se transformou. Esse ambiente das mulheres no universo esportivo, no jornalismo esportivo, esse se transformou, esse foi um processo que veio primeiro, o da profissionalização dos clubes e da comunicação independentemente dessa questão de gênero, da briga, né, da guerra que as mulheres conseguiram travar pra que as coisas também fossem niveladas e, por último, essa questão desse combate maior ao machismo que muitas vezes é pouco perceptível. E esse é o que nos faz mais refletir, que são as piadinhas... Porque o conceito de futebol sempre foi muito, muito interligado com essa questão do machismo e da homofobia, muito, muito, muito, muito, muito, muito (3C, 2018, entrevista à autora).

Outra profissional brasileira faz um apontamento que remete à reflexão sobre a quantidade x qualidade e, por isso, entendemos ser uma contribuição para este momento da discussão, ainda que estejamos refletindo a partir da comunidade jornalística portuguesa:

Acho que todas nós temos que nos impor mais, para poder ter o respeito de todo mundo, sabe? Tem mudado bastante [...] no final das contas, sempre tem aquele carinha babaca, que, enfim, faz piadinha engraçada e que não tem nada de engraçado no final das contas. E a gente sempre tenta se impor. Eu acho que no final das contas, a quantidade não muda a situação, mas a postura muda, sim (7C, 2018, entrevista à autora).

7C refere-se a situações em que ouviu “piadinhas” envolvendo o fato de ser jovem e já ocupar cargo de chefia.

Novinha, bonitinha... tá fazendo o que aí? E você ainda tem que passar por cima desse tipo de coisa. Eu respondo o que eu tiver que responder. E não é faltando com respeito, mas impondo o meu respeito, sabe? Eu tô aqui pra trabalhar como todo mundo tá, e se me mandaram subir as escadas mais rápido do que vocês, alguém está acreditando que eu posso fazer isso. Se eu não fizer o meu trabalho direito, a mesma pessoa que me mandou subir, vai me fazer descer. Eu apenas faço o meu (7C, 2018, entrevista à autora).

(3) As mulheres foram para as universidades – para homens e mulheres que trabalham nas redações jornalísticas de hoje, é perceptível que o caminho da universidade está povoado de mulheres, e isso já há algumas décadas. É como pensa a editora 2A, 37 anos:

Antigamente, só quem ia estudar eram os homens. E as mulheres aceitavam o papel de ficar em casa e cuidar dos filhos. Hoje em dia, eu acho que sobretudo a partir da minha geração, as mulheres já começaram a ter vida própria, ir atrás. E foram educadas naquela base de perceber o que é que eu gosto de fazer e eu vou lutar por isso e vou ser eu, independente, e vou ter a minha profissão, eu não vou existir através de um marido ou através de um homem, não, eu posso existir por mim própria. E acho que vem daí, porque nota-se também noutros sítios da sociedade, noutras áreas sem ser no jornalismo (2A, 2017, entrevista à autora).

Outra mulher, da mesma geração, com cargo semelhante em outro veículo, aponta um raciocínio na mesma linha:

Eu acho que isso é histórico, porque cultural e historicamente, se formos a pensar 30 anos, não chegavam tantas mulheres à universidade, não havia tantas mulheres a fazer um caminho de ensino superior, de formação, de carreira. E nos últimos anos isso tem acontecido, as mulheres procuram uma carreira, não procuram só estar em casa, ou seja, não só as próprias organizações passaram a dar mais oportunidades às mulheres, como as próprias mulheres mudaram a maneira de estar. Deixaram de querer estar só como domésticas, como mães, como educadoras e preferiram, em muitos casos, elas preferem ir atrás de uma carreira (4B, 2017, entrevista à autora).

Além da entrada das mulheres nas universidades, o editor 3B, 35 anos, lembra também do fenômeno da abertura de cursos de comunicação e jornalismo em Portugal – algo que igualmente nos remete à realidade brasileira¹⁵⁹. Para 3B, os cursos de comunicação já começaram atraindo mais mulheres que homens dispostos a cursá-los. Assim, infere-se que o jornalismo passou a ser uma profissão mais “feminina” concomitante ao momento em que o perfil do profissional passou a ser com formação na área.

Acho que isso tem muito a ver também com o *boom* que houve em Portugal dos cursos de comunicação. Há trinta anos, praticamente, exista um curso de comunicação social em Portugal. Atualmente existem dezenas de cursos. E como tal, também houve muitas mudanças para entrar na profissão. Depois da via acadêmica, havia há trinta anos também, se procurar estatísticas vais ver, havia muito poucos jornalistas licenciados. Atualmente a grande maioria dos jornalistas já vem com licenciaturas. E outros cursos de comunicação social são na maioria compostos por mulheres, os homens eram uma raridade. E acho que é a partir daí que começou a ter uma área mais branda nas redações e com os anos de experiência das pessoas que entraram nessa nova fase, essas pessoas também começam a chegar a cargos de chefia, independentemente de serem homens ou mulheres. Acho que é uma questão geracional. (3B, 2017, entrevista à autora).

O relatório de tendências 2016 das mulheres no trabalho da Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2016) foi menos otimista. “Nas últimas duas décadas, os significativos progressos alcançados pelas mulheres na educação não se traduziram numa melhoria comparativa na sua situação no trabalho” (OIT, 2016, p. 3).

No Brasil, elas representam 64% dos jornalistas brasileiros (MICK; LIMA, 2013). Ao empreender uma exposição dos dados da pesquisa de Mick e Lima com foco na desigualdade de gênero que estrutura o jornalismo brasileiro, Pontes (2017) pontuou que, ao se verificar as funções dos jornalistas brasileiros, é possível perceber uma tendência de mulheres ocuparem determinados cargos, como produtoras e repórteres. Assim como há outras funções que são mais comumente exercidas pelos homens, a exemplo de fotojornalista, repórter cinematográfico, colunista, diretor/gestor e coordenador. “Mesmo a função de editor é

¹⁵⁹ Após a regulamentação profissional, no Brasil, em 1969, houve o *boom* dos cursos superiores na área. Em 2012, quando lançou *História do Jornalismo*, Marques de Melo estimava haver cerca de 300 cursos de jornalismo no país (MARQUES DE MELO, 2012, p. 132). O ranking universitário 2016 feito pelo jornal *Folha de S. Paulo* contabiliza 315 cursos superiores em Comunicação/jornalismo no Brasil. Disponível em: <<https://rnf.folha.uol.com.br/2016/ranking-de-cursos/comunicacao/>>. Acesso em: 02 mar. 2018.

proporcionalmente mais ocupada por homens (22,8%) do que por mulheres (19,4%), quando comparada a proporção de homens e mulheres que atuam na mídia¹⁶⁰” (PONTES, 2017, p. 8).

Entre os entrevistados brasileiros, fazer uma categorização, nos moldes da que propusemos, nas linhas acima, em relação a Portugal, foi mais difícil em razão de que, da mais velha entrevistada, com 72 anos, à mais nova, com 27, todas e todos têm na memória um ambiente de trabalho povoado de mulheres, inclusive em posições de chefia. Portanto, nesses 14 depoimentos apareceram, sobretudo, percepções acerca do trabalho das e com as mulheres, ainda que haja reflexões envolvendo as razões e os caminhos percorridos até aqui. Alguns pontos convergentes entre os entrevistados envolvem:

(1) Mudanças – ou não mudanças – nas rotinas do trabalho jornalístico – como todos, em certa medida, entendem pertencer ao mundo do jornalismo enquanto profissão já com uma forte atuação da mulher, muitos não se sentem aptos a avaliar o fazer jornalístico antes da chegada das mulheres. Para alguns, como 7D, as diferenças não têm sexo, e sim postura e personalidade. “Eu sempre vejo o profissional, sabe? Eu, por exemplo, já tive chefes homens e já tive chefes mulheres, nunca vi assim nenhuma diferença por ser homem ou por ser mulher” (7D, 2018, entrevista à autora). Para outros, não existe diferença entre os sexos, ainda que mesmo estes façam, em algum momento da entrevista, distinções de gênero (que trataremos a seguir). No outro extremo, há os que consideram que as mudanças, a partir da chegada das mulheres a posições de chefia, são tão visíveis quanto relevantes.

Até elas entrarem em massa, a cobertura de mulher era relegada a um caderno de... que a gente chamava de *frufu*. Quando elas começam a entrar, então a cobertura feminina já começa a modificar. Já começando que são outras pautas [...] Não havia olhar da mulher, vai ser sempre como eu vejo. Por mais bem intencionado que eu esteja, eu não vou ver, entendeste? (1C, 2018, entrevista à autora).

(2) Características inerentes às mulheres que resultaram em ascensão – Em distintos momentos em que a entrevista remetia às questões de gênero, comumente apareceram, por parte de homens, mas ainda mais das mulheres, adjetivos como perspicaz, sensível, atenta, delicada, forte, determinada etc. para explicitar as razões

¹⁶⁰ A pesquisa identificou que 55% dos jornalistas trabalham em mídia (veículos de comunicação, produtoras de conteúdo etc.). Outros 40% atuam fora da mídia, em assessorias de imprensa ou comunicação e outras funções que requerem os conhecimentos jornalísticos). Outros 5% são docentes. Do total de profissionais que trabalham na mídia, 59,4% são mulheres (MICK; LIMA, 2013).

por que hoje há, no jornalismo, uma participação exponencial da mulher, destacadamente em funções de chefia intermediária. O substantivo sensibilidade e outras variações da palavra sensível apareceram com mais força, em metade das falas, normalmente como uma referência positiva.

Eu acho que a maneira de ver, de comunicar, muda, porque eu acho que as mulheres têm um outro entendimento. Elas têm outra sensibilidade até mesmo por ter sofrido essa..., por ter essa entrada recente no mercado, eu acho que elas conseguem perceber uma notícia, uma informação, a relevância de uma informação de uma maneira diferente porque elas, até tão pouco tempo, só consumiam aquilo [notícia] (6D, 2018, entrevista à autora).

Mas também aparece como uma espécie de defeito, como demonstra a jornalista 5C, ao dizer preferir trabalhar com homens, que são “menos ‘cri cri’, não ficam de *focalhada* e de muita sensibilidade” (2018, entrevista à autora).

(3) Reflexo da sociedade – O jornalismo como refletor da sociedade em que vivemos é, na visão de alguns profissionais, a razão principal para as mulheres estarem nos lugares onde estão, pessoal e profissionalmente. O editor 2C aponta razões sociais e econômicas:

À medida que o jornalismo foi perdendo um certo glamour que ele tinha, na nossa sociedade patriarcalíssima, super machista e tal, muitas vezes, as profissões para as quais os homens olham, aquelas que eles vislumbram, que vão ter mais *status*, que vão ter mais condições pra família, e não sei o quê... e talvez o jornalismo, por vários fatores, deve ter deixado um pouco de representar isso [...] assim como também talvez tenha havido uma mudança no perfil socioeconômico da profissão. Hoje, talvez, pessoas de origem mais popular estejam procurando fazer jornalismo (2C, 2018, entrevista à autora).

Ainda que haja também o entendimento de alguns profissionais de que a chegada das mulheres ao mercado jornalístico suscitou o foco nas demandas femininas e, por conseguinte, modificou a cobertura jornalística voltada à mulher. “Muda radicalmente. Esses grupos que não são ouvidos ou que são tratados como coadjuvantes, eles só começam a ter voz no momento que estão dentro de redação” (1C, 2018, entrevista à autora).

7.1 O VALOR-NOTÍCIA E O PERFIL DO JORNAL

Quando voltamos nosso olhar para os chamados jornais populares – que nos chama atenção em especial porque dois dos quatro veículos que estudamos – *Correio de Manhã*, de Portugal, e *Super Notícia*, de Minas Gerais (imagens 4 e 5) – pertencem a esta categoria e ambos foram selecionados por serem os jornais de maior circulação em seus países de origem – o dilema entre interesse do público e valor-notícia fica premente.

Amaral (2006) argumenta que o aumento das tiragens muitas vezes se sobrepõe à função de papel social da imprensa, colocando, assim, o interesse do leitor acima do interesse público. Os valores-notícias, balizadores usados pelos jornalistas para definir o que é e o que não é notícia, têm “pesos” diferentes entre os jornais populares e os de referência.

Na imprensa de referência, um acontecimento terá mais chance de ser notícia se: os indivíduos envolvidos forem importantes, tiver impacto sobre a nação, envolver muitas pessoas, gerar importantes desdobramentos, for relacionado a políticas públicas e puder ser divulgado com exclusividade. Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento, for próximo geográfica ou culturalmente do leitor, puder ser simplificado, puder ser narrado dramaticamente, tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização) ou se for útil (AMARAL, 2006, p. 4).

Em outras palavras, a autora refere-se à ênfase que os chamados jornais populares dão aos valores-notícia da utilidade, da proximidade e do entretenimento. Por outro lado, Amaral (2006) aponta como pistas para um conceito de jornalismo popular as seguintes características:

Leva em consideração a posição econômica, social e cultural do leitor e por isso fala de um determinado ponto de vista; expõe as necessidades individuais das pessoas para servir como gancho para aquelas de interesse público; representa as pessoas do povo de forma digna; publica notícias de forma didática, sem perder seu contexto e profundidade; agrega o conceito de responsabilidade social da imprensa (o dever de assumir os efeitos sociais das informações que divulga) ao de utilidade social (o atendimento a interesses concretos dos cidadãos); define-se pela sua proximidade com o público, pela adoção de elementos do universo cultural do leitor e conexão com o local e o imediato; é composto de notícias de interesse público, relatadas de maneira humanizada (AMARAL, 2006, p. 14).

Características que se aproximam, em maior ou menor medida, das observadas nos

jornais estudados. Pontos, inclusive, enaltecidos pelas equipes de jornalismo, que chamam de ‘jornalismo de serviço’, ‘jornalismo cru’, ‘jornalismo doa a quem doer’, ‘jornalismo corajoso’. Ao mesmo tempo, Amaral pontua características que temos dificuldade de identificar, que de fato caminham por diferir do que vemos, sob alguns aspectos:

[...] suas notícias não têm dimensões exageradas, buscam ampliar o conhecimento do leitor sobre o mundo e substituir o ponto de vista individual pelo ponto de vista do cidadão ou da comunidade, sem se dirigir para o campo do entretenimento e do espetacular (AMARAL, 2006, p. 14).

A jornalista 7D explica o fato de o jornal primar por fotos sensuais de mulheres, na capa, a partir de dois instrumentos: pesquisa de perfil de leitor e experiência de vendagem:

Recentemente, a gente teve uma reunião. Foi feita uma pesquisa de quem é o nosso leitor e foi passado pra gente mais ou menos. O nosso leitor é essencialmente masculino com a idade "x", que quer sim ver mulher pelada na capa [...] Por exemplo, a gente fez uma experiência aqui, na Copa [do Mundo 2018]. A ideia foi muito bacana. Como era Copa do Mundo e tal, futebol masculino, optou-se por colocar homens na capa, os homens bonitos do dia. Aí o que se percebeu? Que não houve a mesma reação de venda de quando se tem uma mulher na capa [...] Então, quer dizer, no dia seguinte, já se mudou essa estratégia [as fotos sensuais de mulheres voltaram para a capa] (7D, 2018, entrevista à autora).

A mesma política editorial que destaca a sexualidade dá ênfase à violência, de modo que pode expor as pessoas, abalando o preceito da prestação de serviço ao cidadão. A jornalista 5D concorda com o uso de linguagem popular, como, por exemplo, substituir a palavra “pênis” por “pinto”¹⁶¹, mas discorda da exposição de vítimas de crimes.

Tem uma coisa, assim, que me incomoda um pouco e eu acho que isso é ético ou talvez seja falta de ética. Vamos supor, uma menininha de 12 anos, uma garota de 12 anos é estuprada, violentada e morre enforcada. Ela já morreu, a gente vai pôr o nome dela no jornal. Eu, se eu fosse mãe dessa menina, ela tendo morrido ou não tendo morrido, só de ela ter sido estuprada, eu não queria ver o nome da minha filha no jornal. Mas eu ponho. Traz uma informação que vai machucar ainda mais essa família. Então eu acho que isso é antiético, só porque morreu você vai dar o nome? Ou não morreu você vai dar o nome? É editorial. Eu acho isso triste (5D, 2018, entrevista à autora).

Contudo, ainda que o jornalismo popular tenha esse forte potencial de expor e

¹⁶¹ Referimo-nos a uma matéria publicada no dia 30 de outubro de 2018 sobre a morte do jogador de futebol Daniel, que foi torturado e teve o pênis arrancado. Disponível em: < <https://www.vercapas.com.br/edicao/capa/super-noticia/2018-10-30.html>>. Acesso em 20 jun. 2019.

objetificar pessoas, os profissionais, de modo geral, creem no igual potencial de se aproximar do público, trazendo conteúdo de relevância social.

Eu lembro que eu fiz plantão uma vez numa capa e eu dei [foto de] uma mulher negra, que foi Globeleza e estava indo pra *Record*. E a capa [manchete] era um caso de estupro. Isso deve ter uns três anos, e eu lembro que eu dei na capa tipo assim "estupro não passará". Foi uma capa, assim, bem empoderada, sacou? Foi a capa do [jornal D] que eu mais vi compartilhada em rede social por pessoas que detestam o [jornal D] (4D, 2018, entrevista à autora).

O didatismo e a utilidade pública a que se refere Amaral (2006) são percebidos na rotina de trabalho dos profissionais: “Você não imagina como que os leitores são, nos procuram mais do que a qualquer outro órgão responsável. Então assim, tem um buraco na rua, o ônibus não passou, a luz acabou, eles ligam pra gente” (1D, 2018, entrevista à autora).

E ainda que haja profissionais que questionem alguns aspectos da linha editorial, a visão predominante entre eles é a de que é possível manter a ética, mesmo com os apelos à audiência. O jornalista 6D tem 35 anos e toda sua carreira foi vivida dentro da redação do jornal D. Começou como estagiário, passou a *trainee*, repórter e hoje é subeditor. Para ele, o mérito do jornal é contar histórias que se aproximam da realidade social do leitor.

Como eu era repórter de polícia, lembro que uma vez eu fiz uma história de um pai que matou o filho, o pai costumava espancar. Ele tinha três filhos, a mãe saía pra trabalhar e deixava as crianças com ele. Ele bebia, usava drogas e espancava as crianças. A mãe sabia que ele espancava as crianças. Um dia uma delas morreu, bateu tanto no menino que o menino morreu. Ele tinha cinco anos. Fui eu cobrir essa pauta. Os meninos até brincavam aqui na redação que a minha segunda casa era o IML, porque eu vivia no IML. Chego eu no IML, a mãe estava sentada, eu sentei ao lado dela, me apresentei [...] ‘a gente ficou sabendo do que aconteceu e queria conversar com a senhora’. Aí ela levantou a cabeça, me olhou e falou ‘que foi?’. Aí eu perguntei pra ela ‘o que é que aconteceu?’. Aí ela me contou que ela tinha saído pra trabalhar e que quando ela voltou o filho estava, já tava morto. Quando ela chegou nessa parte, ela me olhou e ela chorava, mas ela chorava, ela chorava de uma forma tão doída, mas você sabe qual era a dor dela? Que ela não fez nada. Ela sabia que o marido espancava, ela sabia e ela deixou seu filho ser morto. Então eu acho que ela carregava o choro não só de tristeza, o choro de culpa. Aí eu levantei e falei ‘desculpa, minha senhora, a senhora não precisa mais conversar comigo’. Eu cheguei aqui e falei ‘olha, eu consegui falar isso com ela. Não me peçam pra falar mais nada’. Eu senti a dor daquela mulher, que é uma realidade da sociedade, né? Uma mulher saía pra trabalhar, sustentava as crianças, não podia fazer nada como uma figura mais frágil. Não que ela fosse mais frágil, mas naquele momento ela estava fragilizada e ela deixou o filho morrer. Ela se sentia impotente diante do marido e acabou deixando o filho ser morto (6D, 2018, entrevista à

autora).

Uma jornalista portuguesa que por anos trabalhou no *Correio da Manhã*, ao tratar da importância de se observar o público a quem se destinam os veículos de comunicação, espontaneamente lembra do *CM*: “Se amanhã, a primeira página do nosso jornal é uma série de crimes e coisas sensacionalistas, o leitor vai dizer ‘o que é isto? Comprei o *Correio da Manhã*?’”. Outro tema, outro profissional, mas o mesmo exemplo. Desta vez, o momento da entrevista envolvia valores éticos e profissionais. A jornalista também utilizou o *Correio da Manhã* como exemplo.

O *Correio da Manhã*, que é um tabloide, é um jornal muito bem feito. Eu acho que a longo prazo aquilo não pode dar muito certo. Na verdade, vai continuar a dar certo porque há sempre pessoas dispostas a ver desgraça. Acho que isso vai deixar de ser visto como jornalismo. É um momento difícil que estamos a viver. Acho que é imprescindível nós mantermos esses valores porque as pessoas vão perceber. Eu quero continuar a ver o *Correio da Manhã*, o Facebook, as coisas mais diversas. Mas vão perceber que valor tem uma notícia. É uma coisa cíclica. A história nos mostra isso. E as notícias falsas vêm também um pouquinho por aqui, mas acho que no médio prazo vão valorizar a notícia, o que é sério e que é verdade. Não é por acaso que jornais como *Financial Times* e *Washington Post* continuam a ser valorizados. E os outros podem vender muito, mas não são vistos como referência. Isso vai passar a ser entretenimento (jornalista do *Diário de Notícias*, 2017, entrevista à autora¹⁶²).

Dos sete jornalistas do *Diário de Notícias* entrevistados, cinco citaram o *Correio da Manhã* para exemplificar questões envolvendo sensacionalismo, valor-notícia e ética¹⁶³.

¹⁶² Nesta citação e na anterior, optamos por não nomear os jornalistas como A ou B a fim de evitar uma maior exposição dos profissionais.

¹⁶³ Não estabelecemos um comparativo semelhante entre os veículos brasileiros porque os dois circulam em distintas regiões do país e têm abrangência regional, o que os mantém distantes. Não obstante, o *Diário de Pernambuco* mantém um jornal popular vinculado a ele – o *Aqui PE*. Os dois são produzidos, diariamente, na mesma redação, sob a mesma estrutura. A editora executiva do *DP*, Paula Losada, explicou que o *Aqui PE* não é uma empresa, e sim um produto vinculado ao *DP*. No popular, atuam três editores: um se dedica exclusivamente e os outros dois se dividem entre *DP* e *Aqui PE*. Ainda que diante dessa realidade de proximidade a um produto popular, o *Aqui PE* e sua linha editorial não apareceram em nenhuma das sete entrevistas. Contrariamente, em Portugal, o jornal *Correio da Manhã* apareceu fortemente nas falas dos profissionais do outro jornal. O *Aqui PE* não parece ser percebido como concorrente do *DP*. Em 2015, sua circulação impressa era de 21 mil exemplares, o que o mantinha em 40º lugar entre os jornais brasileiros (IVC, 2015). Não tivemos acesso a dados mais recentes de circulação. Em 2018 o jornal não era mais filiado ao IVC.

Imagem 4 – Capa do *Correio da Manhã* de 22 de março de 2019¹⁶⁴



Fonte: <https://www.cmjornal.pt/mais-cm/capas>

Imagem 5 – Capa do *Super Notícia* de 22 de março de 2019



Fonte: <https://www.vercapas.com.br/edicao/capa/super-noticia/2019-03-22.html>

7.2 UM OLHAR SOBRE OS DOIS PAÍSES

Dentro das redações, grande parte dos profissionais não costuma pensar, tampouco

¹⁶⁴ De forma ilustrativa, selecionamos a capa de cada um dos jornais de um mesmo dia: 22 de março de 2019.

problematizar, as razões por que hoje há mulheres por todas as editorias, espalhadas por diferentes cargos e com distintas funções. Até mesmo porque muitos já entraram no mercado à luz dessa realidade pós anos 1990. Pudemos observar, a partir das entrevistas com homens e mulheres jornalistas brasileiros e portugueses, que, no Brasil, ao estimulá-los a falar do tema, os profissionais parecem mais abertos às discussões envolvendo gênero, tanto para falar em equilíbrio quanto para refletir sobre desigualdades camufladas ou explícitas.

Em Portugal, alguns profissionais – sobretudo as mulheres mais jovens – demonstravam certo desinteresse pelo tema gênero, ao menos no início do diálogo. O que interferiu um pouco no desenrolar da entrevista, porque sentimos que, primeiro, precisaríamos “quebrar” a barreira do tema. Isso nos levou, algumas vezes, a enfatizar outros assuntos do questionário, como forma de deixar o entrevistado mais receptivo. Ao fim, notamos que as pessoas pouco afeitas ao assunto gênero deram respostas breves e pouco reflexivas. De outra feita, houve também casos em que o jornalista, embora inicialmente tenha dado pouca importância à questão, ao longo da conversa abriu-se ao diálogo, deu exemplos e opiniões. De modo que a diversidade de perfis foi positiva para a pesquisa.

Ainda no âmbito das percepções de campo, observamos, em ambos os países, profissionais cansados da rotina, inseguros com o trabalho, alguns cogitando outras alternativas como meio de subsistência, mas, mesmo diante de observações negativas sobre o mundo do trabalho atual, a profissão é bastante valorizada (no sentido de ser relevante para a sociedade) pela maioria dos entrevistados. Remeteu-nos a um misto de sensações contrastantes: ao mesmo tempo em que muitos profissionais têm dificuldades em enxergar um futuro próspero para a profissão, falam com carinho e apreço da atividade que escolheram para si.

Em Portugal, vimos profissionais mais atentos e críticos ao processo histórico do país e da imprensa, às questões econômicas em torno da viabilidade da mídia impressa e digital. Em ambos os jornais portugueses percebemos jornalistas acompanhando de perto – e de maneira crítica – o caminhar do jornalismo *online* e impresso enquanto modelo de negócio rentável.

Também em Portugal vimos jornalistas com vínculos muito estreitos com o veículo impresso. Mais do que pudemos observar no Brasil, a partir do universo de pesquisa, que foi pequeno, mas envolveu dois jornais de regiões brasileiras distintas demográfica, social e economicamente. No país europeu, os profissionais parecem mais crentes na sobrevivência e viabilidade do impresso. No Brasil, essa possibilidade parece um tanto relativizada. Dizemos

isso com base na forte percepção, entre os portugueses, de que o jornal impresso é ainda a principal fonte de renda das empresas de comunicação, tanto em relação às vendas e assinaturas quanto na receita de publicidade. No Brasil, não vimos profissionais atentos a esse cenário econômico. Vimos, sim, jornalistas conscientes e preocupados com a perspectiva econômica do jornalismo, em geral, e da sobrevivência do veículo para o qual trabalha, mas não atentos propriamente às receitas do *online*, do papel etc., tampouco aos modelos de negócio que podem levar a profissão para um lado ou para outro.

Nas categorias *ambiente de trabalho* e *processos de produção*, atentamos para o *modus operandi* desse grupo profissional. Se Traquina (2005) fala que os jornalistas partilham uma cultura profissional que extrapola os limites das organizações e dos territórios, nós vimos na pesquisa empírica empreendida em quatro redações de jornais, tanto no Brasil quanto em Portugal, a existência de uma cultura profissional interna, percebida dentro dos limites das organizações. Em outras palavras, há, além de uma cultura profissional abrangente, calcada nos saberes da profissão¹⁶⁵, uma cultura fixada nos contornos de cada redação, baseada no domínio não só da linha editorial do veículo, mas da postura ideológica dele, algo que faz com que alguns pensamentos e raciocínios estejam presentes nas falas dos profissionais de um veículo e não de outro.

Ao fim, cremos existir muito mais aproximações que distanciamentos entre as realidades e o dia a dia dos profissionais que nos concederam entrevistas, ao longo de 2017 e 2018. Percebemos um jornalismo com estigmas de gênero em ambos os países, mas muito mais como consequência de convenções culturais que perduram na sociedade, ano após ano, década após década. Aqui, referimo-nos não somente aos enquadramentos informalmente dados sobre os papéis, funções e até vocações que mulheres e homens têm de forma distinta. Falamos também de convenções culturais que se revelam nas maneiras como as pessoas são cobradas e cobram a si mesmas em relação ao trabalho, à vida pessoal e em família.

Podemos incluir até mesmo questões mais abrangentes, como as leis. Em Portugal, a licença paternidade tornou-se obrigatória em 2015. Até aquele ano, eram 10 dias úteis facultativos. A partir de então, passou a 15 dias úteis obrigatórios, com mais 10 dias úteis facultativos – uma duração total de 25 dias úteis. No Brasil, a lei prevê cinco dias corridos (empregadores que fazem parte do programa Empresa Cidadã concedem 20 dias corridos, em

¹⁶⁵ Os saberes a que Traquina se refere são: saber de narração, saber de reconhecimento e saber de procedimento (TRAQUINA, 2005).

troca de dedução de impostos).

Já a licença maternidade em ambos os países é semelhante: 120 dias. Há algumas particularidades. No Brasil, as empresas adeptas ao Programa Empresa Cidadã oferecem 180 dias corridos de licença às suas funcionárias, em troca de incentivos fiscais. Em Portugal, o afastamento pode se estender a 150 dias corridos, com 80% de remuneração. Além disso, pai e mãe podem revezar no gozo da licença parental, após os primeiros 42 dias de nascimento ou adoção da criança. Na Europa, entretanto, há países imbuídos da necessidade premente de equiparar as relações de gênero no trabalho. Na Espanha, por exemplo, o governo aprovou em 2019 um decreto que, até 2021, vai gradativamente igualar a licença para pais e mães, no país. Ambos terão quatro meses (atualmente, os pais espanhóis afastam-se do trabalho por cinco semanas e as mães, 16)¹⁶⁶.

Para os profissionais, entretanto, de maneira geral podemos dizer que as parcerias de trabalho, coleguismos e hierarquia parecem pender mais para o lado das questões “bem resolvidas” no quesito gênero. Ou seja, as relações interpessoais mostram-se fortalecidas nas redações que visitamos, tanto no Brasil quanto em Portugal, envolvendo pares, chefias e subordinados de diferentes gêneros.

Feitas as análises em torno da perspectiva comparativa entre as realidades que encontramos no Brasil e em Portugal, que foi uma abordagem central desta pesquisa, partimos, a seguir, para as reflexões finais em torno do processo. Nas considerações, a seguir, primamos menos para um olhar comparativo e mais para as percepções gerais que a pesquisa de gênero no mundo do trabalho do jornalismo nos permitiu enxergar.

¹⁶⁶ Disponível em: < <https://agenciapatriciagalvao.org.br/mulheres-de-olho/espanha-avanca-e-sera-o-pais-com-a-maior-licenca-paternidade-da-europa-quatro-meses/>>. Acesso em: 01 abr. 2019.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Heleieth Saffioti, autora que nos serviu como referência no caminhar desta tese, dissera: toda e qualquer conclusão é sempre provisória (1987), pois novas experiências na realidade social podem resultar em inflexões nos nossos pensamentos e, por conseguinte, nas análises que fazemos. Saffioti nos ajuda, portanto, até mesmo no instante de tecer reflexões finais sobre o trabalho realizado. Assim, ressaltamos que as considerações feitas, a partir de agora, referem-se ao nosso estudo sobre o mundo do trabalho das jornalistas com base em entrevistas com 15 mulheres jornalistas e 13 homens jornalistas, além do olhar sobre quatro redações de jornais de dois países. Logo, falamos a partir deste universo.

Neste trabalho, expusemos a fala de uma jornalista portuguesa que nos dissera, em 2017: a questão de gênero no mundo do trabalho do jornalismo é tratada como não assunto, já que os profissionais são percebidos pela competência e não pelo gênero. Mais tarde, durante uma fase de revisão da literatura sobre gênero e trabalho no jornalismo, deparamo-nos com uma colocação muito semelhante, inclusive com as mesmas expressões, só que proferidas cinco anos antes, no Brasil e por uma profissional de geração anterior de jornalistas. Durante a 68ª Assembleia Geral da Sociedade Interamericana de Imprensa, realizada em 2012, em São Paulo, a diretora de redação do jornal *Valor Econômico*, Vera Brandimarte, usou a expressão “não assunto” para asseverar que a questão de gênero é um tema que não se coloca mais nas grandes redações, onde prevalece a questão da competência (O GLOBO, 2012)¹⁶⁷.

Dois pensamentos equivalentes, proferidos por jornalistas de diferentes gerações, em momentos e contextos distintos. Uma portuguesa e uma brasileira, as duas nacionalidades sobre as quais nos propusemos estudar e estabelecer um comparativo para esta tese. Seria como dizer que a questão está resolvida, ao menos no que se refere ao jornalismo “da porta para dentro”, já que a profissão tem forte ocupação feminina. “Da porta para fora”, ou seja, no rol de temas tratados pelo jornalismo, nos últimos anos, observa-se que as questões de gênero vêm ganhando cada vez mais espaço – e aqui podemos citar a agenda positiva e propositiva, que perpassa assuntos como direitos, mercado de trabalho, política e educação, assim como problemas de gênero que afetam a sociedade, como o feminicídio e os assédios moral e sexual. Um exemplo é a recém-lançada plataforma sobre mulheres de *O Globo*, chamada

¹⁶⁷ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/sip-aumenta-numero-de-mulheres-no-comando-das-redacoes-6400690>. Acesso em: 12 abr. 2018.

*Celina*¹⁶⁸. A presença do tema na mídia – e, por conseguinte, na pauta da sociedade – demonstra quão atual é. E vai ao encontro da hipótese levantada por nós, demonstrando que, ainda que haja um histórico cultural masculino nas redações, o aumento da população feminina de jornalistas nas últimas décadas muda as dinâmicas profissionais, sob aspectos relacionados à pluralidade de vozes e à organização operacional do trabalho, uma vez que a prática é norteadada pela cultura social e profissional que orienta visões e formas de proceder.

Nosso trabalho não nos permite vaticinar, pois não nos centramos no conteúdo, mas aventa a possibilidade de a maior presença de mulheres em cargos de chefia ser uma mola propulsora para a proeminência do tema na cobertura diária e em reportagens especiais.

Em uma sociedade pavimentada na hegemonia masculina, se as questões de gênero ocupam com tamanho destaque as páginas dos veículos de imprensa, gerando debates e enfrentamento em todos os meios sobre a representação, (des)igualdade e efetiva participação das mulheres nas diversas esferas profissionais, nas empresas e órgãos dos três poderes, não nos parece plausível tangenciar ou minimizar a discussão quando focamos o ambiente interno das redações. Portanto, o objetivo desta pesquisa foi compreender o contexto e algumas das principais implicações que o aumento da população feminina no jornalismo e sua recente chegada às chefias intermediárias trazem às práticas e rotinas dentro das redações.

Se quantitativamente a relação é atualmente equilibrada, nas redações, esses números não são sinônimo de igualdade. Tampouco a igualdade é conquistada com a ocupação de cargos de chefia por mulheres. Parece, isso sim, uma visão um tanto dicotômica. A equidade efetivamente existe quando se dá na cultura organizacional. Pensar o gênero no mundo do trabalho do jornalismo é a forma de refletir para além do quantitativo de mulheres que hoje compõe as redações jornalísticas. É uma maneira de ajudar a compreender as relações de trabalho e de poder que se constituem com a chegada e atuação feminina nessa profissão que por tantos anos esteve atrelada ao universo masculino.

Autores como Mick e Lima (2013) e Mazotti e Toste (2017) identificaram que os níveis hierárquicos mais altos das redações brasileiras são majoritariamente ocupados por homens. Nos dois jornais brasileiros objeto de trabalho desta tese, a malgrado das pesquisas, as editoras-chefes são mulheres. Essa ascensão feminina a postos de liderança, contudo, não

¹⁶⁸ Lançado em 8 de março de 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/o-globo-lanca-celina-uma-plataforma-sobre-mulheres-diversidade-23506999?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newstarde>. Acesso em: 29 mar. 2019. Celina, o nome da plataforma, faz referência a Celina Guimarães Viana, primeira mulher a votar no Brasil, em 5 de abril de 1928.

garante um ambiente mais favorável à mulher jornalista. Para ascender profissionalmente, é condição *sine qua non* que cumpram longas jornadas diárias de trabalho, com disponibilidade inclusive após o expediente. Ou seja, prevalece a cultura organizacional que exige produtividade sem efetivamente levar em consideração as questões inerentes à vida pessoal, familiar e, por que não dizer, questões inerentes ao gênero. Neste trabalho, observamos que, a despeito de mulheres ocuparem postos altos na hierarquia, seus relatos demonstram que, por uma exigência desse mercado, sacrificam suas vidas pessoais e familiares. Quando não se dispõem à dedicação total ao trabalho, terminam aceitando cargos e salários mais baixos dentro da redação ou, no mínimo, deixam de progredir na profissão.

Em Portugal, os topos de chefia, nos dois jornais investigados, levam assinaturas masculinas. De toda a equipe de gestores maiores (em nível de direção), uma única mulher tem no cargo a palavra “diretora” – com o prefixo sub. Em cada jornal, havia quatro profissionais em nível de direção jornalística. Ou seja, nas mesmas redações onde se diz que há igualdade, as mulheres não ocupam os cargos de maior destaque na hierarquia. Realidade a se questionar, como o fez uma jornalista que, com 27 anos de carreira (16 deles no atual emprego), nunca teve uma diretora mulher. Porém, otimista, afirma que este caminho está sendo percorrido.

Adotar gênero como uma categoria de análise no jornalismo nos revelou, fortemente, as distintas relações que mulheres e homens têm com a maternidade/paternidade e com o trabalho, tanto no Brasil quanto em Portugal. Podemos dizer que foi a diferença de gênero que ficou subentendida em quase todas as entrevistas e que mais apareceu em nossa análise. Homens e mulheres que têm filhos, em especial os pequenos, se veem e são vistos pelos pares/chefias de forma diferente, no que se refere às atribuições e condições inerentes ao pai e à mãe. Isso nos mostra que, assim como aludimos acima, questões de gênero tratadas pelos jornalistas “da porta para fora”, na condição de pautas, em alguma medida interferem direta e concretamente na vida das pessoas que estão “da porta para dentro”, ou seja, nas pessoas que estão nas redações, praticando jornalismo.

A questão de homens e mulheres terem filhos e não conseguirem dividir, de forma saudável e equilibrada, seu tempo entre o trabalho, a vida familiar e pessoal, parece-nos menos um problema de gestão do tempo de cada profissional e mais uma questão organizacional. Queremos dizer, com isso, que a realidade de redações com número de profissionais cada vez mais reduzido e, por conseguinte, rotinas de trabalho cada vez mais

extensas, promove um desequilíbrio na vida dos dois mundos – o do trabalho e o da casa. E não estamos nos referindo somente aos veículos de comunicação com explícitas dificuldades financeiras. Referimo-nos igualmente aos jornais com finanças estáveis. Ou seja, pequenas equipes imersas em uma diversidade de tarefas que demandam longos e exaustivos períodos de trabalho são percebidas quase como praxe no mundo do trabalho jornalístico. E essa realidade recai sobre trabalhadores de ambos os sexos, igualmente. O que difere é a forma como homens, mulheres e empresas lidam com isso.

Dos 13 homens com quem conversamos, oito têm filhos. Entre as 15 mulheres entrevistadas, também oito vivenciam a maternidade. Dessas, metade falou em “culpa” e desequilíbrio em relação ao tempo para o trabalho e tempo para os filhos. A outra metade abriu mão de funções/opportunidades no trabalho em razão de priorizar o convívio com os filhos. Entre os homens, não houve menção à culpa. A resignação a uma rotina sem muito tempo disponível para a prole, cujos cuidados ficam mais a cargo das mães, apareceu explicitamente em cinco das oito entrevistas. As atribuições inerentes à profissão e a questão financeira surgem como justificativas. Um único jornalista pai colocou em nível de igualdade as divisões de tarefas entre ele e a esposa nos cuidados aos filhos – incluindo horários e condições para executar ou não incumbências no trabalho. Outro passa com as crianças todo o tempo em que não está trabalhando, mas não se permite usar os filhos como “desculpa” para não estar disponível para o trabalho. E um profissional de 45 anos, com três filhos de idades entre 11 e 16 anos, afirma que neste momento da carreira “começa a pensar” na vida familiar.

Não percebemos a relação paternidade/maternidade como uma questão geográfica, portanto, diferente no Brasil e em Portugal. Percebemos, sim, uma questão de gênero, em ambos os países. O que se pode justificar na herança da cultura patriarcal, que existe aqui e lá. A começar pelas leis de licença paternidade e maternidade. Embora Portugal tenha, em relação ao Brasil, uma licença parental que permite o maior envolvimento do pai, por estar mais dias disponível para o cuidado integral à família, os dois países seguem distantes de uma igualdade de gênero no mercado de trabalho quando olhamos para as leis que regem as licenças para pais e mães trabalhadores.

Uma licença parental equitativa pode suscitar não só numa aproximação maior da família envolvida, mas também na equiparação salarial entre homens e mulheres, já que a desigualdade possivelmente está de alguma forma ligada ao fato de a mulher se dividir entre o mercado de trabalho e os cuidados aos filhos pequenos. Olhando de uma forma ainda mais

abrangente, quando se encontra uma solução coletiva, que não envolve somente a mulher, cria-se um ambiente favorável até mesmo para o crescimento familiar, que resultaria em maior equilíbrio das taxas de natalidade, hoje consideradas muito baixas em vários países europeus (como Portugal, que tem a segunda menor taxa do continente, com 1,36 filho por mulher).

O processo de feminização, tal como é entendido nesta pesquisa, aponta para causas mercadológicas, além, obviamente, das questões culturais. Em outras palavras, uma conjunção de fatores contribui para a entrada das mulheres no mundo do trabalho do jornalismo, nas últimas décadas do século XX. A precarização do mercado jornalístico, fortemente observada nos últimos anos, foi e é concomitante à juvenização e ao ingresso de mulheres na profissão, o que muito nos diz sobre a exposição feminina a um mercado precário e instável, aberto aos profissionais iniciantes, naturalmente mais receptivos à combinação de baixos salários com jornadas de trabalho estendidas.

Da mesma forma, a maior incidência de mulheres na profissão contribuiu, em alguma medida, para uma pluralidade de vozes no fazer jornalístico. Quando nos amparamos nas perspectivas construcionistas, que acolhem as notícias como uma construção social da realidade, permeada pela cultura dos jornalistas (TRAQUINA, 2005) e da sociedade onde os profissionais estão inseridos, percebemos que, para além da heteronormatividade, dos valores da empresa e das rotinas produtivas, as subjetividades (incluindo aqui visões de mundo, valores e concepções de gênero) do sujeito jornalista dizem muito do processo produtivo que leva à notícia.

E a pluralidade de vozes surge aí com a pluralidade de experiências e até mesmo de papéis convencionados na sociedade. Isso, como dissemos, pode ocorrer “em alguma medida”, uma vez que os valores socioculturais hegemônicos são realidade e estão introjetados nas visões de mundo dos profissionais. Ou seja, de forma majoritária, o que percebemos é a persistência de uma cultura organizacional calcada em convenções sociais sobre o masculino e o feminino. Convenções estas naturalizadas nas falas das e dos profissionais, que exaltam os diferentes papéis e visões de homens e mulheres nos ambientes de redação, em meio às práticas profissionais. Como, por exemplo, a percepção coletiva de que as mulheres têm um olhar mais aguçado para temas sociais, de interesse humano, além de maior sensibilidade, enquanto que os colegas homens são menos detalhistas e mais práticos. A feminização altera a dinâmica das redações, abre espaço para a ocupação de cargos de

chefia por essa maioria de mulheres, mas ainda assim esbarra em uma barreira cultural.

O fenômeno mercado nos parece fortemente influenciado pelo social, ou seja, as convenções sociais relacionadas a um gênero e outro de alguma forma interferem nas tomadas de decisões e até mesmo nas divisões de trabalho. Esse conjunto de fatores exige de nós uma leitura atenta às nuances e complexidades do mundo do trabalho, de modo a tentar compreender a influência das questões de gênero no dia a dia das redações. Essas nuances e complexidades nos apontaram relevantes contradições associadas ao fazer jornalístico. Dentre elas, observamos:

(1) de um lado, relatórios e estudos nacionais e internacionais apontam a necessidade de implementação de ações com vistas à igualdade de gênero no ambiente de trabalho. Noutro lado, homens e mulheres que estão nas redações não costumam pensar sobre o tema e, quando são estimulados a avaliar, consideram que o assunto está ultrapassado e resolvido. Ou seja, são discursos dissonantes;

(2) o achatamento salarial de profissionais cada vez mais qualificados, ou seja, homens e mulheres jornalistas possuem mais formação acadêmica hoje do que jamais tiveram, na história da profissão, entretanto, o trabalho vem, paulatinamente, sofrendo precarização. Contradição esta ainda mais acentuada se observarmos dados do Ministério do Trabalho que detectam que mulheres são maioria entre os trabalhadores brasileiros com curso superior e, no entanto, têm média salarial menor;

(3) os jornais cujas finanças são mais estáveis (conforme afirmações das respectivas direções e também dos jornalistas) registram os menores salários dentre os veículos da região na qual circulam. Ainda assim, os profissionais que neles atuam sentem-se mais seguros em trabalhar por remuneração menor, mas com a garantia de cumprimento de seus direitos (um dos sinais da precarização mencionada no tópico anterior);

(4) para muitos profissionais, apesar do prognóstico de poucos anos de vida pela frente, o jornal impresso é, atualmente, a principal fonte de sustento dos veículos de comunicação, ainda que a maior visibilidade e prestígio estejam na plataforma *online*.

Assim, diante das contradições apontadas ao longo da pesquisa e considerando nosso objetivo, voltamos à questão levantada nos parágrafos anteriores: ainda é preciso falar em igualdade de gênero nas redações? Silveirinha, pesquisadora portuguesa a quem muito respeitamos e a cujos trabalhos recorreremos em diferentes momentos desta pesquisa, vaticina, na introdução da edição de 2017 da revista *Media & Jornalismo*, que se ocupa em discutir a

relação entre gênero e mídia:

O questionamento sobre as mulheres na comunicação não pode parar e tem de abranger múltiplas dimensões. Só acumulando e detalhando conhecimento podemos, por um lado, reforçar o que já sabemos, consolidando bases para a necessária ação de mudança, e, por outro, acompanhar as novas formas de desigualdade que se estabelecem à medida que a realidade mediática se vai transformando nos seus contornos tecnológicos e nas suas novas peles de mediação (SILVEIRINHA, 2017, p. 9).

Partilhamos inteiramente da leitura feita por Silveirinha. Essa pesquisa, diante do universo de mulheres que forma o corpo de jornalistas no Brasil, em Portugal e no mundo, é apenas uma busca por mostrar o dia a dia delas, a partir do mundo do trabalho, que tem um peso grande – cada vez maior para muitas profissionais – em seus cotidianos. Por meio dela, é possível vislumbrar que a história do gênero permanece, mesmo neste século XXI, em fase de transição. Por isso, pesquisas contextualizadas sobre o trabalho de homens e mulheres, incluindo masculinidades e feminilidades figuradas nas redações, podem fazer pensar criticamente as definições convencionais de profissionalismo, incluindo como o gênero pode funcionar, ou ser trabalhado, na redação.

Este trabalho trouxe à luz especificidades do gênero feminino nas redações que podem ser aprofundadas em futuras pesquisas. O desafio da maternidade entre as mulheres jornalistas que almejam crescer na profissão é um deles. Outro ponto que não conseguimos aprofundar, e que merece atenção, é a forma como as mulheres que chegam aos mais altos postos nas redações lidam com as subordinadas, especialmente frente às necessidades e particularidades relativas ao gênero (nas quais se incluem gestação, maternidade e os convencionados “comportamentos femininos” apontados nas entrevistas).

Ao prefaciar a quarta edição de *Ideologia e Técnica da Notícia*, publicada em 2012 (a primeira edição é de 1979), Nilson Lage afirma ter buscado acrescentar comentários sobre fatos que transcorreram após a década de 1970. E ficou com “a sensação de que tudo mudou, mas tudo continua a mesma coisa” (LAGE, 2012, p. 10). Nesta pesquisa, não ficamos com a sensação de que a relação da mulher com o jornalismo é atualmente como era três ou quatro décadas atrás. O cenário é outro. A mulher, ano após ano, torna-se mais próxima e ligada à profissão, embora algumas barreiras estejam ainda por transpor.

Portanto, distante de finalizar a discussão, percebemos, ao contrário, que, se há uma

conclusão, é a de que o tema gênero precisa ainda ser muito pensado e problematizado no mundo dos jornalistas. Parafraçando Marcel Proust¹⁶⁹, nessa viagem de descobrimento pelo universo das redações em dois países, procuramos novas paisagens, mas o maior ganho mesmo foi poder enxergar a partir dos olhos de outros profissionais, outros pesquisadores, que nos permitiram lançar novos olhares e perspectivas a serem exploradas.

¹⁶⁹ Em *A prisioneira*, quinto volume da coleção *Em busca do tempo perdido*. “A única viagem verdadeira, o único banho de Juvência, seria, não partir em busca de novas paragens, mas ter outros olhos, ver o universo com os olhos de outra pessoa, de cem outras, ver os cem universos que cada uma delas vê” (1992, p. 107-108). Disponível em: <<https://projetophronesis.files.wordpress.com/2012/06/proust-em-busca-do-tempo-perdido-5-a-prisioneira.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ABRAMO, Laís. Inovação Tecnológica e Segmentação por Gênero no Mercado de Trabalho. In: GITAHY, Leda (Org.). **Reestructuración productiva, trabajo y educación en América Latina**. Campinas: Unicamp, 1994. p. 229-246.
- ABREU, Alzira Alves de (Org.). **A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora. **Elas ocuparam as redações**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- ABUNDANCIA, Rita. **Carga mental: a tarefa invisível das mulheres de que ninguém fala**. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/01/politica/1551460732_315309.html>. Acesso em: 08 mar. 2019.
- ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalista: Do mito ao mercado**. Florianópolis: Insular, 2017.
- ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. Introdução. In: CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.
- ALLAN, Stuart. Gendering the Truth: politics of News Discourse. In: CARTER, Cynthia; BRANSTON, Gill; ALLAN, Stuart (Org.). **News, Gender and Power**. Nova York: Routledge, 1998. p. 121-140.
- 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. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2018.
- ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- ALVES, Francisco das Neves. Consciência de classe na imprensa operária portuguesa ao observar a transição monarquia - República no Brasil. **Projeto História**, São Paulo, v. 48, p.1-29, 2013.

ALVES, José Eustáquio Diniz. Desafios da equidade de gênero no século XXI. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 24, p.629-638, maio 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1805-9584-2016v24n2p629>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

AMÂNCIO, Lígia. **Fatores psicossociológicos da discriminação da mulher no trabalho**. 1989. 34 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas, Universidade de Liabos, Lisboa, 1989.

AMÂNCIO, Lígia; OLIVEIRA, João Manuel de. Ambivalências e desenvolvimentos dos estudos de gênero em Portugal. **Faces de Eva**, Lisboa, n. 32, p.23-42, 2014.

AMARAL, Márcia Franz. Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular? **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Brasília, p.1-15, 06 set. 2006. Disponível em: <<file:///C:/Users/admin/Downloads/imprensa%20popular.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2005.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ANTUNES, Ricardo. **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil I**. São Paulo: Boitempo, 2006.

ARTIGO19. **Gênero & Mídia: um olhar de gênero para o ambiente de mídia brasileiro**. São Paulo: Artigo 19, 2016.

BANDEIRA, Ana Paula. **Jornalismo Feminino em Santa Catarina: uma análise do suplemento Donna DC, do Diário Catarinense**. 2012. 139 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

BANDEIRA, Ana Paula. Jornalismo Feminino e Jornalismo feminista: aproximações e distanciamentos. **Vozes & Diálogo**, Itajaí, v. 14, n. 2, p.190-199, jul. 2015. Semestral. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/8167>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

BANDEIRA, Ana Paula. Gênero e Poder no Processo de construção social da realidade: Representações do real na campanha virtual #meuamigosecreto. **Anais: Intercom**, São Paulo, p.1-13, set. 2016. Disponível em: <**Anais: Intercom**, Rio de Janeiro, p.1-15, set. 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0427-1.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

BANDEIRA, Ana Paula; VIZEU, Alfredo. A mulher na redação em Portugal: o processo de feminização do jornalismo. In: AGUIAR, Leonel; SILVA, Marcos Paulo da; MARTINEZ, Monica (Org.). **Desigualdades, relações de gênero e estudos de jornalismo**. São Paulo: Life Editora, 2018. p. 35-52.

BANDEIRA, Maria de Lourdes. Divisão sexual do trabalho: práticas simbólicas e práticas sociais. In: SIQUEIRA, Deis E.; POTENGY, Gisélia F.; CAPPELLIN, Paola. **Relações de trabalho, relações de poder**. Brasília: Unb, 1997. p. 155-176.

BARATA, Clara. França já não é a campeã da natalidade na Europa. **Público**. Lisboa, p. 1-2. 17 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2018/01/17/mundo/noticia/franca-ja-nao-e-a-campea-da-natalidade-na-europa-1799666>>. Acesso em: 01 maio 2018.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil: 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, Marialva. Jornalismo no Brasil: dois séculos de história. In: SOUSA, Jorge Pedro (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia**. Perspectivas luso-brasileiras. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 129-154.

BARBOSA, Marialva; ENNE, Ana Lucia Silva. O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional. **Eco-pós**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p.67-87, ago. 2005.

BARDIN, Laurance. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições70, 2010.

BEAUVOIR, Simone de. **A mulher independente**. Rio de Janeiro: Pocketouro, 2008.

BELL, Emily. . Diálogo entre culturas. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 6, n. 19, p.70-73, jan. 2017. Semestral. Disponível em: <<http://arquivo.espm.br/revista/jornalismo/2017-jan-jun/>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

BERTOLINI, Jeferson. Trabalho precário no jornalismo. In: FERREIRA, Laura Senna; ORCHARD, Maria (Org.). **Leituras do mundo do trabalho: um olhar sociológico**. Florianópolis: em Debate/UFSC, 2015. p. 83-102.

BIASOLI-ALVES, Zélia Maria Mendes. Continuidades e Rupturas no Papel da Mulher Brasileira no Século XX. **Psicologia: teoria e pesquisa**, Brasília, v. 16, n. 3, p.233-239, set. 2000.

BISPO, Marcelo de Souza; GODOY, Arilda Schmidt. A Etnometodologia enquanto Caminho Teórico-metodológico para Investigação da Aprendizagem nas Organizações. **Rac**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 5, p.684-704, 2012.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 2008. Disponível em: <[file:///C:/Users/admin/Downloads/BOURDIEU, Pierre \(org.\). A miséria do mundo.pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/BOURDIEU,%20Pierre%20(org.)%20A%20miseria%20do%20mundo.pdf)>. Acesso em: 05 maio 2018.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRÉDART, Hélène. Burnout among journalists: a symptom of discontent in newsroom. **Hesamag**, Bruxelles, v. 1, n. 15, p.12-16, mar. 2017. Semestral. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Hesamag_15_EN_WEB.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2018.

BREED, Warren. Controle social na redação: Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 213-231.

BRUSCHINI, Cristina. Trabalho feminino: trajetória de um tema, perspectivas para o futuro. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 3, p.17-32, jan. 1994. Quadrimestral. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/16287-50162-1-PB (1).PDF>. Acesso em: 06 mar. 2018.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. A Bipolaridade do Trabalho Feminino no Brasil Contemporâneo. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, n. 110, p.67-104, 2000.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. Instruídas e trabalhadeiras: Trabalho feminino no final do século XX. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 17/18, p.157-196, 2001/02.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel**. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

BUITONI, Dulcília. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. A precarização da prática jornalística: uma revisão bibliográfica sobre o impacto das condições de trabalho na saúde e qualidade de vida do jornalista. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 2, p.165-174, jul. 2016. Semestral. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/414-1525-1-PB.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. Precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal: aproximações a partir da perspectiva da profissionalização. **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo: SBPJor**, São Paulo, p.1-16, nov. 2017.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

BUTLER, Judith. CORPOS QUE IMPORTAM. **Sapere Aude**, Belo Horizonte, v. 6, n. 11, p.12-16, 2015. Tradução de Magda Guadalupe dos Santos e Sérgio Murilo Rodrigues. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1740575/mod_resource/content/2/BUTLER.%20Judith.%20Bodies%20that%20matter_introdu%C3%A7%C3%A3o%20em%20port.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2019.

BYERLY, Carolyn M.; ROSS, Karen. **Women & Media: a critical introduction**. Massachusetts: Blackwell Publishing, 2008.

CARTER, Cynthia; STEINER, Linda. **Critical readings: media and gender**. Michigan: Open University Press, 2009.

CASADEI, Eliza Bachega. A Inserção das Mulheres no Jornalismo e a Imprensa Alternativa: primeiras experiências do final do século XIX. **Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo**, São Paulo, v. 3, n. 1, p.1-10, jan. 2011. Semestral. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/88218-125032-1-PB.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2018.

CASTILHO, Marta; MELO, Hildete Pereira de; SABBATTO, Alberto di. Trabalho produTivo e reproduTivo na vida das operárias Manauaras. **Gênero**, Niterói, v. 16, n. 1, p.133-153, 2015.

CCPJ. **Comissão da Carteira Profissional de Jornalista**. 2018. Disponível em: <<https://www.ccpj.pt/>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

CERQUEIRA, Carla Braga. A Imprensa e a Perspectiva de Género: Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. **Observatorio (obs*) Journal**, Lisboa, v. 2, n. 2, p.139-164, 2008. Trimestral.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016. (Jornalismo e Sociedade Volume 3). Organizadores da edição brasileira: Zélia Leal Adghirni, Fábio Henrique Pereira.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. Santarém: Jortejo, 2000.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CORREIA, Fernando. Crise de identidade profissional e emergência de um novo paradigma. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 213-225.

CORREIA, Fernando; BAPTISTA, Carla. **Jornalistas: do ofício à profissão. Mudanças no jornalismo português 1956-1968**. Lisboa: Caminho, 2007.

CORREIA, João Carlos. História do jornalismo em Portugal: o pós-25 de abril. In: SOUSA, Jorge Pedro (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia. Perspectivas luso-brasileiras**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 118-129.

DELPHY, Christine. **Para redescobrir o feminismo**. 2004. Disponível em: <<http://diplo.org.br/2004-05,a922>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

DESLANDES, Suely Ferreira. O projeto de pesquisa como exercício científico e artesanato intelectual. In: DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 31-60.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O Que o Jornalismo está se Tornando. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 2, p.7-21, jul. 2016.

DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XIX**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

EDGAR, Andrew; SEDGWICK, Peter. **Teoria cultural de A a Z: conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo**. São Paulo: Contexto, 2003.

ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas. On the Why and How of Comparative Inquiry in Communication Studies. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Ed.). **Handbook of comparative communication research**. Zúrique: Routledge, 2012. p. 3-22.

Ferreira, Virgínia, Positive action and employment segregation. In: FERREIRA, Virginia; TAVARES, Teresa; PORTUGAL, Sílvia. **Shifting Bonds, Shifting Bounds – Women, Mobility and Citizenship in Europe**. Oeiras: Celta, 1998. p.271-279.

FIDALGO, Joaquim. **O jornalista em construção**. Porto: Porto Editora, 2008.

FIGARO, Roseli. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In: FIGARO, Roseli (Org.). **As mudanças do mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013. p. 7-143.

FIGARO, Roseli. The World of Work if Female Journalists: Feminism and Professional Discrimination. **Brazilian Journalism Research**, [s.l.], v. 14, n. 2, p.546-567, 30 ago. 2018. Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo. <http://dx.doi.org/10.25200/bjr.v14n2.2018.1052>.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280-304.

GALLAGHER, Margaret. **An Unfnished Story: Gender Patterns in Media Employment**. Paris: Unesco, 1995.

GALLAGHER, Margaret. O imperialismo de batom e a nova ordem mundial: as mulheres e os media no final do século XX. In: SILVEIRINHA, Maria João (Org.). **As mulheres e os Media**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004. p. 69-96.

GALLAGHER, Margaret. The impact of monitoring media images of women. In: CARTER, Cynthia; STEINER, Linda (Ed.). **Critical readings: media and gender**. Michigan: Open University Press, 2009. p. 148-161.

GALLEGO, Juana. Produção informativa e transmissão de estereótipos de gênero. In: SILVEIRINHA, Maria João (Org.). **As mulheres e os Media**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004. p. 55-67.

GARCIA, José Luís. Introdução ao estudo dos jornalistas portugueses. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 23-46.

GARCIA, José Luís. Principais tendências de profissionalização dos jornalistas no período pós-transição democrática. In: GARCIA, José Luís. **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 63-92.

GARCIA, José Luís. Sobre a censura em Portugal. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 47-61.

GARCIA, José Luís; MARMELEIRA, José; MATOS, José Nuno. Incertezas, vulnerabilidades e desdobramento de atividades. In: REBELO, José (Org.). **As novas gerações de jornalistas em Portugal**. Lisboa: Mundos Sociais, 2014. p. 9-19.

GARCIA, José Luís; SILVA, Pedro Alcântara da. Elementos de composição socioprofissional e de segmentação. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 121-131.

GARFINKEL, Harold. **Estudos de etnometodologia**. Petrópolis: Vozes, 2018.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: GASKELL, George; BAUER, Martin W. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 64-89.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2012.

GILL, Rosalind. **Gender and the media**. Cambridge: Polity Press, 2007.

GIMENEZ, Sandra. Brasil cai 17 posições em ranking global que mede discriminação contra mulheres. **O Globo**. Rio de Janeiro, p. 1-2. 7 dez. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-cai-17-posicoes-em-ranking-global-que-mede-discriminacao-contra-mulheres-23287814?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newssaberviver>. Acesso em: 10 dez. 2018.

GMMP, Global Media Monitoring Project. **Who Makes the News?** Londres: Wacc, 2015. Disponível em: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/I~14023,*0+.,mported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2017.

GOHN, Maria da Glória. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 79-108.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1997.

GRAÇA, Sara Meireles. Os problemas-chave de ingresso no jornalismo. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 133-168.

GRÉGOIRE, Denis. The market is detrimental to the free and independent production of information. **HesaMag: The precarious state of journalism**, v. 15, p. 25-27, jun. 2017.
Disponível em: < [file:///C:/Users/admin/Downloads/Hesamag_15_EN_25-27%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/Hesamag_15_EN_25-27%20(2).pdf) >.
Acesso em: 19 jun. 2019.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUARNIERI, Tathiana Haddad. Os direitos das mulheres no contexto internacional: Da criação da ONU (1945) à conferência de Beijing (1995). **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, Juiz de Fora, v. 8, p.1-28, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Google%20Drive/tese/bibliografia%20brasileira/genero/Guarnieri.pdf >. Acesso em: 01 fev. 2019.

GUERRA, Josenildo Luiz. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Org.). **Crítérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 39-49.

GUERRA, Y. H. Mujer y periodismo en Cuba: un itinerario singular. In: *Colóquio Mulher e Sociedade: As Representações de Gênero na Contemporaneidade*, 3, 2014, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: UEPG, 2014.

GUIMARÃES, Manoel Marcos. Sociologia do jornalismo: o caso Brasil. In: NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006. p. 185-209.

HACKETT, Robert. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 147-185.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 309-341.

HALL, Stuart. A world at one with itself. In: COHEN, Stanley; YOUNG, Jock (Ed.). **The manufacture of news: social problems, deviance and the mass media**. Londres: Constable, 1970. p. 85-94.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. **Sistemas de media: estudo comparativo**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 123-142.

HIRATA, Helena. Crise mundial e o impacto da reestruturação produtiva na divisão sexual do trabalho. In: COSTA, Albertina et al (Org.). **Divisão sexual do trabalho, Estado e crise do capitalismo**. Recife: SOS Corpo, 2010, p. 16-31.

HIRATA, Helena. Flexibilidade, Trabalho e Gênero. In: HIRATA, Helena; SEGNINI, Liliana (Org.). **Organização, trabalho e gênero**. São Paulo: Senac, 2007. p. 89-108.

HIRATA, Helena. Globalização e divisão sexual do trabalho. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 17/18, p.139-156, 2001/02.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. **The time bind**. Nova York: Metropolitan Books, 1997.

HOLLAND, Patricia. The politics of the smile: 'Soft news' and the sexualization of the popular press. In: CARTER, Cynthia; STEINER, Linda (Org.). **Critical Studies in Mass Communication**. Michigan: Open University Press, 2009. p. 68-86.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Em 2018, mulher recebia 79,5% do rendimento do homem**. 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

IBGE. **Outras formas de trabalho 2017**. 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101560_informativo.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2018.

IFJ, International Federation Of Journalists. **Getting the balance right: Gender equality in journalism**. Bruxelas: International Federation Of Journalists, 2009.

IVC, Instituto Verificador de Comunicação. **Posição, Participação e Evolução das Publicações**. Rio de Janeiro: IVC, 2015.

IVC, Instituto Verificador de Comunicação. **Posição, Participação e Evolução das Publicações**. Rio de Janeiro: IVC, 2018.

IWMF, International Women's Media Foundation. **Global Report on the Status of Women in the News Media**. Washington: Iwmf, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JORGE, Thaís de Mendonça; ADGHIRNI, Zélia Leal. Brazil: Need for national debate on women in journalism. In: BYERLY, Carolyn M. (Ed.). **The palgrave international Handbook of women and journalism**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2013. p. 211-225.

JORGE, Thaís de Mendonça; RAMALHO, Alzimar; RIBEIRO, Laís di Giorno. Mulheres no comando de redações: questões sobre a influência das mulheres jornalistas no processo de seleção de notícias. In: Encontro nacional de pesquisadores em jornalismo, 12, 2014, Santa Cruz do Sul. **Anais...** . Santa Cruz do Sul: Sbpjor, 2014. p. 1 - 16.

KARAM, Francisco José Castilhos; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, Gislene et al (Org.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2011. p. 79-102.

KOSHIYAMA, Alice Mitika. Mulheres jornalistas na imprensa brasileira. In: BARBOSA, Marialva (Org.). **Estudos de jornalismo**. Campo Grande: Intercom, 2001. p. 33-41.

KOSHIYAMA, Alice Mitika; REIMBERG, Cristiane Oliveira. Sentido do trabalho, sofrimento e prazer para as trabalhadoras jornalistas. In: AGUIAR, Leonel; SILVA, Marcos Paulo da; MARTINEZ, Monica (Org.). **Desigualdades, relações de gênero e estudos de jornalismo**. São Paulo: Life Editora, 2018. p. 19-34.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo/Unesp, 2005.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2012.

LAGO, Cláudia et al. Jornalismo e Gênero: sim, isso é subversivo. **Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**: SBPJor, Brasília, v. 14, n. 1, p.6-11, 2018.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy. Outros agentes na comunidade interpretativa do jornalismo. **Rumores**, São Paulo, v. 7, n. 14, p.45-61, out. 2013. Semestral.

LEAL-ADGHIRNI, Zelia. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p.45-57, jul. 2005. Semestral. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/2088-6213-1-PB.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2018.

LENZI, Alexandre. **Inversão de papel: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa**. 2017. 312 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação

em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Morte e vida da imprensa. **Revista de Jornalismo ESPM** – Pós-imprensa, São Paulo, n. 19, p. 36-38, jan 2017.

LIPPMANN, Walter. **Liberty and the News**. Nova York: Harcourt, Brace, And Hone, 1920. Disponível em: <<https://archive.org/details/libertynews00lippuoft/page/n5>>. Acesso em: 14 jan. 2019.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2010.

LOBO, Paula et al. “In Journalism, We Are All Men”. **Journalism Studies**, [s.l.], v. 18, n. 9, p.1148-1166, 25 nov. 2015. Informa UK Limited.
<http://dx.doi.org/10.1080/1461670x.2015.1111161>. Disponível em:
<<http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1111161>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

LOMBARDI, Maria Rosa. A persistência das desigualdades de gênero no mercado de trabalho. In: COSTA, Albertina et al (Org.). **Divisão sexual do trabalho, Estado e crise do capitalismo**. Recife: SOS Corpo, 2010. p. 32-56.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LOZANO, Vicente. La RAE redefine periodismo. **El Mundo**. Madri, p. 1-1. 8 jan. 2019. Disponível em:
<<https://www.elmundo.es/opinion/2019/01/08/5c335fa021efa0a9178b4583.html>>. Acesso em: 11 jan. 2019.

LUSA. França já não é a campeã da natalidade na Europa. **Público**. Lisboa, p. 1-2. 10 jul. 2017. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2017/07/10/sociedade/noticia/portugal-teve-a-segunda-taxa-de-natalidade-mais-baixa-da-ue-em-2016-1778560>>. Acesso em: 01 maio 2018.

MAIA, Rousiley C. M. Visibilidade midiática e deliberação pública. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008. p. 165-194.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da Enunciação**. Curitiba: Criar Edições, 2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MAROCCO, Beatriz. O saber que circula nas redações e os procedimentos de controle discursivo. In: SILVA, Gislene et al (Org.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2011. p. 295-316.

MARÔPO, Lidia. Construções identitárias dos jornalistas: uma análise comparada entre Brasil e Portugal. **5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação: Sopcom**, Braga, p.414-427, set. 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.26/21199>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

MARQUES DA SILVA, Sofia. Mulheres e feminilidade em culturas ocupacionais de hegemonia masculina. In: FERREIRA, Virgínia (Ed.). **A igualdade de mulheres e homens no trabalho e no emprego em Portugal: Políticas e circunstâncias**. Lisboa: Comissão Para a Igualdade no Trabalho e no Emprego, 2010. p. 293-332.

MARQUES DE MELO, José. **História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual**. São Paulo: Paulus, 2012.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MARTINEZ, Monica; LAGO, Cláudia; LAGO, Mara de Souza Coelho. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p.1-23, maio 2016. Quadrimestral.

MATOS, Marlise. Movimento e teoria feminista: É possível reconstruir a teoria feminista a partir do sul global? **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p.67-92, jun. 2010.

MAZOTTE, Natália; TOSTE, Verônica. **Mulheres no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Abraji/gênero e Número, 2017. Disponível em: <http://www.mulheresnojornalismo.org.br/12901_GN_relatorioV4.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2018.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense-universitária, 1982.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Ed. da Ufsc, 1992.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo como forma de conhecimento: uma abordagem qualitativa. In: SOUSA, Jorge Pedro. **Jornalismo: história, teoria e metodologia**. Perspectivas luso-brasileiras. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 7-12.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (bocc)**, Covilhã, p.1-17, 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>>. Acesso em: 04 maio 2018.

MELO, Chico Homem; RAMOS, Elaine. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

MELO, Hildete Pereira de. **A política de cotas para as mulheres no Brasil: importância e desafios para avançar!**. 2018. Disponível em: <<http://www.generonumero.media/a-politica->

de-cotas-para-as-mulheres-no-brasil-importancia-e-desafios-para-avancar/>. Acesso em: 10 fev. 2019.

MELO, Hildete Pereira de; CASTILHO, Marta. Trabalho reprodutivo no Brasil: quem faz? **Revista Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p.135-158, 2009.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.

MIRANDA, João. Contributos para o estudo sobre a feminização do jornalismo português. **Media e Jornalismo**, Coimbra, v. 17, n. 30, p.27-42, jan. 2017. Semestral.

MIRANDA, João. Notas sobre o papel e a situação da mulher no processo de profissionalização do jornalismo português. **Media e Jornalismo**, Coimbra, v. 25, n. 14, p.53-74, 2014. Disponível em: <<http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/JoaoMiranda.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

MONTIEL, Aimée Vega. Gender Studies. **The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy**, Virginia, p.1-7, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect193>>. Acesso em: 05 maio 2018.

MORAES, Francilaine Munhoz; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo e democracia: o papel do mediador. **E-compós**, Brasília, v. 14, n. 2, p.1-15, 2011.

MORENO, Ana Carolina. **Mulheres respondem por 32% das candidaturas apresentadas e 40% das consideradas inaptas**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/09/22/mulheres-respondem-por-32-das-candidaturas-apresentadas-e-40-das-consideradas-inaptas.ghtml>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

MORETZSOHN, Sylvia. O “novo ritmo da redação” de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. **Parágrafo**, São Paulo, v. 2, n. 2, p.59-79, jul. 2014. Semestral. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/234/280>>. Acesso em: 06 abr. 2018.

MÜLLER, Carlos Alves. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: PEREIRA, Fabio; MOURA, Dione; ADGHIRNI, Zélia Leal (Org.). **Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 145-166.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NONATO, Cláudia. O perfil diferenciado dos jornalistas associados ao sindicato de são paulo. In: FIGARO, Roseli (Org.). **As mudanças do mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013. p. 144-203.

OAKLEY, Ann. Sexo e gênero. **Feminismos**, Salvador, v. 4, n. 1, p.64-71, 2016.

OBERCOM, Observatório da Comunicação. **Anuário da Comunicação 2014-2015**. Lisboa: Obercom, 2015.

OBERCOM, Observatório da Comunicação. **Profissão Jornalista: condições laborais, formação e constrangimentos**. Lisboa: Obercom, 2017.

OIT, Organização Internacional do Trabalho. **Mulheres no Trabalho: Tendências 2016**. Genebra: OIT, 2016. Disponível em: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457096.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2018.

OIT, Organização Internacional do Trabalho. **Perspectivas Sociales y del empleo en el mundo: Avance global sobre las tendencias del empleo femenino 2018**. Genebra: OIT, 2018. Disponível em: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_619>. Acesso em: 05 abr. 2018.

OLIVEIRA, Dennis de. **Jornalismo e ação cultural pela emancipação: Uma práxis jornalística com base nos conceitos de Paulo Freire**. 2014. 254 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/11511782/OLIVEIRA_Dennis_de_-_Jornalismo_e_ação_cultural_pela_emancipação>. Acesso em: 03 maio 2018.

OLIVEIRA, Dennis de. Jornalismo, mídia e esfera pública: dimensões da ação ideológica. **Trabalho Apresentado na Sessão de Temas Livres do XXVIII Congresso da Intercom**, Rio de Janeiro, p.1-12, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/63880071583213862887193586110156567229.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

OLIVEIRA, José Manuel Paquete de. Elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses. **Revista Comunicação e Linguagens**, Lisboa, n. 8, p.47-53, 1988.

ONU, Organização das Nações Unidas. **Informe de La Cuarta Conferencia Mundial sobre La mujer**. Nova York: Naciones Unidas, 1996.

PASQUINO, Gianfranco. Movimentos sociais. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política: Vol. 1**. Brasília: UnB, 1998. p. 787-792.

PETRARCA, Fernanda Rios. Construção do Estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 35, p.81-94, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n35/v18n35a06.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PEUCER, Tobias. Os Relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 2, p.13-29, 2004. Tradução de Paulo da Rocha Dias.

PINHO, Ana Paula David de. **Nem Tão Frágil Assim: Um estudo sobre mulheres em cargos de chefia**. 2005. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Estudos

Interdisciplinares de Comunidades e Ecologia Social, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

PNUD, Programa das Nações Unidas Para O Desenvolvimento. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2015**: o trabalho como motor do desenvolvimento humano. Nova York: Pnud, 2015. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/hdr/arquivos/RDHglobais/hdr2015_ptBR.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2017.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

PONTE, Cristina. Lentes cruzadas na pesquisa em Jornalismo: a proposta de Barbie Zelizer. **Anais**: Intercom, Rio de Janeiro, p.1-15, set. 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0427-1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

PONTE, Cristina. Os jornalistas como “comunidade interpretativa transnacional”. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, n. 1, p.143-159, jan. 2009.

PONTE, Cristina. “Potencialidades da pesquisa comparada no estudo da Comunicação: A experiência da rede europeia EU Kids Online. **Comunicação no Sopcom (Associação Portuguesa de Comunicação)**, Lisboa, p.1-15, 2010. Disponível em: <http://www2.fcsh.unl.pt/eukidsonline/docs/PT_Potencialidades da pesquisa comparada Sopcom.pdf>. Acesso em: 02 maio 2018.

PONTES, Felipe Simão. Desigualdades estruturais de gênero no trabalho jornalístico: o perfil das jornalistas brasileiras. **E-compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 20, n. 1, p.1-15, jan. 2017.

PULITZER, Joseph. **A escola de jornalismo**: a opinião pública. Florianópolis: Insular, 2009.

QUEIROZ, Natália Costa Cimó. **O auge de Nellie Bly**: Uma jornalista estadunidense no final do século XIX. 2013. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/107052/320608.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 05 mar. 2018.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Lucvan. **Manual de investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 1992.

RAE, Real Academia Española. **La RAE presenta una nueva actualización de la versión en línea del Diccionario de la lengua española**: 2451 modificaciones, que recogen adiciones, enmiendas y supresiones. 2018. Disponível em: <<http://www.rae.es/noticias/la-rae-presenta-una-nueva-actualizacion-de-la-version-en-linea-del-dle>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

RAMOS, Regina Helena de Paiva. **Mulheres jornalistas: a grande invasão**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Faculdade Casper Líbero, 2010.

REIMBERG, Cristiane Oliveira. **O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho**. 2015. 376 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação, Sofrimento e Prazer na Perspectiva Teórica da Psicodinâmica do Trabalho, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/admin/Downloads/CristianeOliveiraReimberg.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2018.

REUTERS, Institute. **Digital News Report 2017: Reuters Institute for the study of journalism**. Oxford: Reuters Institute, 2018.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Os anos 1960-70 e a reconfiguração do jornalismo brasileiro. In: SACRAMENTO, Igor; CANTARELA, Letícia (Org.). **História da Comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2014. p. 163-195.

RIBEIRO, Jorge Claudio. A "religião" do jornalismo. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 6, n. 11, p.35-51, 2007. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/68776253-A-religiao-do-jornalismo-1-the-religion-of-journalism.html>>. Acesso em: 03 maio 2018.

ROCHA, Heitor Costa Lima da. Verdade e rigor no Jornalismo: A intersubjetividade como referência na construção da notícia. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, v. 2, p.171-183, 2007.

ROCHA, Paula Melani. **As mulheres jornalistas no Estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira**: As mulheres jornalistas no Estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira. 2004. 238 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1412/TesePMR.pdf?sequence=1&isAlloWed=y>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

ROCHA, Paula Melani; DANCOSKY, Andressa Kikuti. A feminização do jornalismo e a ausência da perspectiva de gênero nas editorias de tecnologia no Brasil. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 35, p.119-136, jan. 2016. Quadrimestral. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/issue/view/2783>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

ROCHA, Paula Melani; SOUSA, Jorge Pedro. O mercado de trabalho feminino em jornalismo: análise comparativa entre Portugal e Brasil. **Impulso**, Piracicaba, v. 51, n. 21, p.7-18, jan. 2011.

ROCHA, Paula Melani; WOITOWICZ, Karina Janz. As mulheres na conquista de espaços no jornalismo paranaense: invisibilidade, lutas históricas e o processo de feminização da profissão. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). **Gênero, Mídia & Lutas Sociais: Percepções críticas e experiências emancipadoras**. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2018. p. 28-43.

RODGERS , Shelly; THORSON, Esther. A Socialization Perspective on Male and Female Reporting. **Journal of Communication**, v.53, n. 4, p. 658-675, 2003.

ROSA, Mislene Aparecida Gonçalves; QUIRINO, Raquel. Trabalho produtivo e trabalho reprodutivo na vida das mulheres: estudo de caso em uma indústria têxtil de Minas Gerais. **Polêmica**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p.66-80, 2017.

ROSCHO, Bernard. **Newsmaking**. Chicago: The University of Chicago Press, 1975.

ROSEN, Jay. Para além da objetividade. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Revista de comunicação e linguagens: jornalismo 2000**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 2000. p. 139-150.

ROSENWALD, Michael. Vida longa ao impresso. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 19, p.54-57, 2017. Semestral.

ROSS, Karen. As mulheres nas estruturas de tomadas de decisão nos meios de comunicação europeus. **Media e Jornalismo**, Coimbra, v. 17, n. 30, p.63-69, set. 2017. Semestral. Disponível em: <<http://impactum-journals.uc.pt/mj/issue/view/264>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

ROSS, Karen. Women at Work: journalism as en-gendered practice. **Journalism Studies**, [s.l.], v. 2, n. 4, p.531-544, 2001. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/14616700120086404>>. Acesso em: 05 maio 2018.

RÜDIGER, Francisco. Campo minado: sobre os princípios fundacionais da epistemologia da comunicação. **Galaxia**, São Paulo, v. 38, p.71-83, 2018. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/32105>>. Acesso em: 19 fev. 2019.

RUELLAN, Denis. **Les “pro” du journalisme – De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel**. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 1997.

SÁ, Nelson de. Antes tarde do que nunca. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 19, p.39-41, 2017. Semestral.

SAFFIOTI, Heleieth I.b. O trabalho da mulher no Brasil. **Perspectivas**, São Paulo, n. 5, p.115-135, 1982.

SAFFIOTI, Heleieth I.b. Primórdios do conceito de gênero. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 12, p.157-163, 1999.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

SAFFIOTI, Heleieth. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987.

SAFFIOTI, Heleieth. Feminismos e seus frutos no Brasil. In: SADER, Emir (Ed.). **Movimentos Sociais na transição democrática**. São Paulo: Cortez, 1986. P. 105-158.

SAFFIOTI, Heleieth. “Novas perspectivas metodológicas de investigação das relações de gênero. In: SILVA, Maria Aparecida Moraes (Org.). **Mulher em seis tempos**. Araraquara: Faculdade de Ciências e Letras, Unesp, 1991. p. 141-176.

SALAVERRÍA, Ramón. **La RAE renueva las definiciones de periodismo y periodista**. 2018. Disponível em: <<http://www.salaverria.es/blog/2018/12/22/la-rae-renueva-las-definiciones-de-periodismo-y-periodista/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

SÁNCHEZ-GARCÍA, Pilar; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, Eva; GONZALO, Salomé Berrocal. Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. **Revista Latina de Comunicación Social**, Santa Cruz de Tenerife, p.187-208, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 12, p.35-50, maio 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n2/23959.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

SCHMITZ, Aldo. A autonomia profissional do jornalista brasileiro: ideais e práticas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora. **8º Congresso Brasileiro de Sociologia**, Brasília, p.1-19, 2017.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHWARTZ, Yves. Trabalho e uso de si. **Pro-posições**, São Paulo, v. 1, n. 5, p.34-50, jul. 2000. Disponível em: <<https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/2070/32-artigos-schwartz.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interativa**. Barcelona: Gedisa, 2008.

SCOTT, Joan Wallach. PREFÁCIO A GENDER AND POLITICS OF HISTORY. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 3, p.11-27, 1994.

SCOTT, Joan. **Gender and politics of history**. Nova York: Columbia University Press, 1988.

SCOTT, Joan. Gênero, uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p.71-99, jul. 1995. Trimestral. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoe-realidade/article/view/71721/40667>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

SCOTT, Joan. O enigma da igualdade. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p.11-30, jan. 2005. Quadrimestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2005000100002/7778>>. Acesso em: 09 mar. 2018.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Morte e vida da imprensa. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 6, n. 19, p.36-38, jan. 2017. Semestral. Disponível em: <<http://arquivo.espm.br/revista/jornalismo/2017-jan-jun/#zoom=z>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

SILVA, Gisele Barão da. Direitos das mulheres na imprensa: uma análise de guias para jornalistas. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). **Gênero, Mídia & Lutas Sociais**. Ponta Grossa: UEPG, 2018. p. 178-190.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Org.). **Críticos de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 51-69.

SILVA, Gislene. Problemática metodológica em jornalismo impresso. **Rumores**, Brasil, v. 2, n. 3, p.1-9, dez. 2008. Semestral. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51126/55196>>. Acesso em: 27 fev. 2018.

SILVA, Lenir Aparecida Mainardes da; SANTOS, Volney Campos dos. Desigualdade de gênero no mundo do trabalho: análise de indicadores e políticas públicas para mulheres. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani. **Gênero, Mídia & Lutas Sociais: Percepções críticas e experiências emancipadoras**. Ponta Grossa: Ed. Uepg, 2018. p. 99-109.

SILVA, Lorena Holzmann da. Admitimos mulheres para trabalhos leves. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p.349-363, 1995. Disponível em: <[file:///C:/Users/admin/Downloads/16445-50700-1-PB%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/admin/Downloads/16445-50700-1-PB%20(1).PDF)>. Acesso em: 11 fev. 2019.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: modos de produção das notícias**. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias**. 2010. 250 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 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 as implicações dos regimes de poder-saber nas possibilidades de encontro com a alteridade**. 2015. 276 f. Tese (Doutorado) - Curso de Biblioteconomia e Comunicação, Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

SILVA, Marcos Paulo da. Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Org.). **Críticos de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 71-83.

SILVA, Pedro Alcântara da; MENDES, Hugo. Valores sociais: família, política e ciência. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e**

encruzilhadas no limiar do século XXI. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 169-211.

SILVEIRINHA, Maria João (Org.). **As mulheres e os Media**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

SILVEIRINHA, Maria João. As mulheres e a afirmação histórica da profissão jornalística: contributos para uma não-ossificação da História do jornalismo. **Comunicação e Sociedade**, Braga, v. 21, p.165-182, 2012. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/viewFile/707/628>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

SILVEIRINHA, Maria João. Mulheres e media: Quanto mais sabemos, mais complexo o problema nos parece. **Media & Jornalismo**, Coimbra, v. 17, n. 1, p.7-10, 2017.

SILVEIRINHA, Maria João; SIMÕES, Rita Basílio de. "As mulheres tentam compensar. O verbo 'compensar' é terrível, não é?": Género e jornalismo em tempos de mudança. **Ex æquo**, Lisboa, n. 33, p.31-47, 2016.

SINGER, Ben. O poder feminino no serial-queen melodrama: a etimologia de uma anomalia. In: SACRAMENTO, Igor; MATHEUS, Leticia Cantarela (Org.). **História da Comunicação: experiências e perspectivas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014. p. 267-306.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1966.

SOLOSKI, John. O jornalista e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 133-145.

SOUSA, Jorge Pedro. **Tobias Peucer: Progenitor da Teoria do Jornalismo**. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=13>. Acesso em: 29 jan. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história do jornalismo em Portugal até o 25 de abril de 1974. In: SOUSA, Jorge Pedro (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia. Perspectivas luso-brasileiras**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 93-118.

STANCKI, Nanci. Divisão sexual do trabalho: a sua constante reprodução. **Paper Apresentado no I Ciclo de Debates em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia**, PUC-SP, p.1-11, 2003.

STEINER, Linda. Gender in the newsroom. In: WAHJ-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The handbook of journalism studies**. Nova: Routledge, 2009. p. 116-128.

STOLLER, Robert. **Sex and Gender**. Science House, 1968.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 51-61.

- SUBTIL, Filipa. Anotações sobre o processo de feminização da profissão de jornalista na década de 1990. In: GARCIA, José Luís (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: Ics – Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 93-108.
- SUBTIL, Filipa. As guerras mundiais e as mutações na teoria social da comunicação e dos media. **Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, p.15-40, 2015.
- SUBTIL, Filipa. As mulheres jornalistas. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Lisboa, p.1-17, 2000. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/subtil-filipa-mulheres-jornalistas.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- SUBTIL, Filipa; SILVEIRINHA, Maria João. Caminhos da feminização da profissão de jornalista em Portugal: da chegada em massa à desprofissionalização. In: MATOS, José Nuno; BAPTISTA, Carla; SUBTIL, Filipa (Org.). **A crise do jornalismo em Portugal**. Lisboa: Le Monde Diplomatique, 2017. p. 122-133.
- TEIXEIRA, Nírcia Ribas Borges; VALÉRIO, Maristela. A "nova" mulher: o estereótipo feminino representado na revista Nova/Cosmopolitan. In: **Verso e Reverso**. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, ano 22, n. 49, abr. 2008.
- TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa; SANTOS, Marli. Subjetividades femininas na cobertura jornalística. **XXV Encontro Anual da Compós**, Goiânia, p.1-15, 2016.
- TENGARRINHA, José. **História da imprensa periódica portuguesa**. Lisboa: Caminho, 1989.
- THIBES, André; NICOLETTI, Janara. Evolução salarial dos jornalistas de 2005 a 2015: Indicativos de precarização do trabalho. **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, p.1-20, 2017.
- TOURAINÉ, Alain. **O mundo das mulheres**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume I: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005a.
- TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2011.
- TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 98-109.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**. Nova York: The Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 111-131.

TUCHMAN, Gaye. The symbolic annihilation of women by the mass media. In: TUCHMAN, Gaye; DANIELS, Arlene; BENET, James. **Hearth and home: images of women in the mass media**. Nova York: Oxford University Press, 1978. p. 3-38.

UNDP, Human Development Report. **Achieving universalism in developing countries**. Nova York: UNDP, 2016.

UNESCO. **Indicadores de Género para Medios de Comunicación: MARCO DE INDICADORES PARA EVALUAR LA SENSIBILIDAD EN MATERIA DE GÉNERO EN LAS OPERACIONES Y CONTENIDOS MEDIÁTICOS**. Paris: Unesco, 2014.

VEIGA, Marcia. Gênero: um ingrediente distintivo nas rotinas produtivas do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 9, n. 2, p.490-505, 2012.

VELASCO, Clara; OLIVEIRA, Leandro. **Nº de mulheres eleitas se mantém no Senado, mas aumenta na Câmara e nas Assembleias**. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/08/no-de-mulheres-eleitas-se-mantem-no-senado-mas-aumenta-na-camara-e-nas-assembleias.ghtml>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. **Gênero, poder e resistência: as mulheres nas indústrias culturais em 11 países**. 2013. 342 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

VENTURA, Isabel. A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas: uma revolução antes da Revolução?. In: MAGALHÃES, Sara I.; ALVAREZ, Teresa (Org.). **Mulheres e Media**. Lisboa: Associação Portuguesa de Estudos Sobre As Mulheres, 2014. p. 9-15. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/279963225_Mulheres_e_Media>. Acesso em: 17 jan. 2019.

VIZEU, Alfredo. **A audiência presumida no jornalismo: o lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: Os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: Edipucrs, 2014.

VIZEU, Alfredo. O *newsmaking* e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 223-236.

WOITOWICZ, Karina Jans; ROCHA, Paula Melani. Repensar os parâmetros hegemônicos no jornalismo: a perspectiva de gênero na produção jornalística e na formação profissional. In: AGUIAR, Leonel; SILVA, Marcos Paulo da; MARTINEZ, Monica. **Desigualdades, relações de gênero e estudos de jornalismo**. São Paulo: Life Editora, 2018. p. 53-68.

WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Recortes da mídia alternativa: Histórias & Memórias da comunicação no Brasil**. Ponta Grossa: UEPG, 2009.

WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani. As mulheres na conquista de espaços no jornalismo paranaense: invisibilidade, lutas históricas e o processo de feminização da profissão. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). **Gênero, Mídia & Lutas Sociais**. Ponta Grossa: UEPG, 2018. p. 28-43.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.

YANNOULAS, Silvia (Org.). **Trabalhadoras: análise da feminização das profissões e ocupações**. Brasília: Abaré, 2013.

YANNOULAS, Silvia. Feminização ou feminilização?: Apontamentos em torno de uma categoria. **Temporalis**, Brasília, v. 22, n. 11, p.271-292, maio 2011. Semestral.

ZELIZER, Barbie. Os jornalistas como comunidade interpretativa. **Jornalismo 2000: Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa, n. 27, p.50-65, fev. 2000.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA A JORNALISTAS PORTUGUESES

Identificação

Órgão de Comunicação:

Nome:

Idade:

Função que ocupa na redação:

Contatos:

1 Perfil e trajetória profissional

1.1 Como se deu a escolha pelo jornalismo? [Há jornalistas no histórico familiar que tenham influenciado na escolha da profissão?]

1.2 Qual foi o seu percurso profissional e acadêmico desde o fim da graduação até ao cargo que ocupa hoje? [queremos saber formação, com que idade entrou na profissão, tempo de experiência profissional, órgão de comunicação social por onde passou; cargos que ocupou dentro da atual empresa, quais foram as editoriais por onde passou e quantos anos levou a chegar ao cargo de editor (a)].

1.3 Como surgiu a oportunidade para ocupar esta função?

1.4 Em que consiste sua função atual? [queremos saber a descrição das atividades que executa na empresa ou pelas quais é responsável].

1.5 Quais as características pessoais e profissionais que considera possuir que foram determinantes para atingir um cargo desta responsabilidade?

1.6 Quais são os “lado bom” e “lado ruim” da função? (queremos aqui engatar nas questões do trabalho dentro da redação)

2 Ambiente de trabalho

2.1 Como caracterizaria o ambiente de trabalho na redação?

2.2 Quais considera serem as características que o órgão de comunicação social onde trabalha valorizam quando da escolha de pessoas para ocuparem determinados cargos?

2.3 Vinte anos atrás, como mostra um estudo académico realizado em meados dos anos 1990, as chefias intermédias no *Público/DN/CM* eram praticamente todas ocupadas por homens. Hoje essa situação alterou-se profundamente. Quais as razões que encontra para esta recomposição de gênero nas chefias intermédias?

2.4 Em sua opinião, esta recomposição de gênero em termos de chefias produziu algum tipo de alteração no ambiente de trabalho? Na escolha dos temas a tratar e na forma como são tratados? [para os que estão há mais tempo na casa]

3 Liderança

- 3.1 Quantas pessoas coordena diretamente? Como se distribuem em termos de gênero?
- 3.2 Como caracteriza a sua liderança? Pela sua experiência, considera que existe algum tipo de diferença entre as lideranças femininas e masculinas?
- 3.3 Que características pessoais e profissionais privilegia na hora de distribuir tarefas pelas pessoas que coordena?
- 3.4 Quando os trabalhos obrigam a deslocações nacionais ou internacionais, quem tende a escolher para fazer essas coberturas e por quê?
- 3.5 Como avalia o seu grau de autonomia sobre a seção que coordena?
- 3.6 Considerando as responsabilidades que tem e o trabalho que desenvolve, como avalia sua remuneração? Tem havido valorização?

4 Processo de produção noticiosa (aqui, buscamos pistas da atuação da mulher no processo de produção jornalística - apuração, produção e edição)

- 4.1 Quais mudanças sentiu na profissão e na indústria do jornalismo desde que nela ingressou? Refiro-me aqui às rotinas de trabalho, seleção de pautas... A que atribui essas mudanças? Na sua opinião, quais fatores explicam as notícias, atualmente?
- 4.2 Há notícias pensadas a partir do interesse de diferentes tipos de audiência?
- 4.3 Considera que existem características individuais que se refletem no modo de abordagem dos temas?
- 4.4 Como acolhe as propostas de temas dos profissionais que coordena? Há alguma orientação da sua parte, por exemplo, na escolha das fontes, ângulo de abordagem?
- 4.5 Diria que há temas mais masculinos e temas mais femininos e por quê?
- 4.6 Em que medida o aumento da população feminina nas chefias intermédias no *Público/DN/CM* terá contribuído para alterar o jornalismo produzido?

5 Relações de gênero (papéis de gênero na redação; relações hierárquicas – horizontais e verticalizadas)

- 5.1 Você entende que a dimensão de gênero está entre os possíveis valores-notícia? E o que seria para você os valores-notícia?
- 5.2 Na sua visão, o atual momento em que vive a sociedade ocidental no que se refere às questões de gênero, empoderamento feminino, tem refletido nas relações entre homens e

mulheres no ambiente de trabalho?

5.3 Como você descreveria a cultura da redação onde você trabalha no que se refere às questões de gênero e liderança, subordinação ou mesmo relações paritárias de cargos?

6 Conciliação família-trabalho

6.1 Quantas horas trabalha em média por dia? E nos fins de semana?

6.2 A que horas normalmente chega e deixa a redação?

6.3 Com que regularidade leva trabalho para fazer em casa?

6.4 Em que medida os seus tempos de descanso são respeitados/ou não?

6.5 Tem tempo para participar em atividades cívicas e culturais?

6.6 (no caso de viver em família) - Como é que as jornalistas mães e os jornalistas pais conciliam o horário de trabalho com o cuidado dos filhos?

6.7 Tem apoio familiar para o acompanhamento das crianças (se as tiver)?

6.8 Como gere os tempos familiares com o seu companheiro/companheira?

6.9 (PARA OS QUE TÊM FILHOS) O que é que mudou desde que teve filhos? Por quê?

6.10 Na sua opinião, em que medida faz sentido a afirmação de que as empresas jornalísticas preferem contratar mulheres solteiras e sem filhos?

7 Expectativas profissionais/pessoais (Objetivos pessoais e organizacionais)

7.1 Quais são suas expectativas profissionais futuras?

7.2 Você se sente apto a assumir cargos de maior responsabilidade e/ou prestígio? Se sim, que tipo? E por que interessaria assumir tal função?

7.3 A profissão jornalista te dá condições de pensar numa situação futura de bem-estar estável?

7.4 O jornalismo te faz sentir um cidadão participante da vida em sociedade, que contribui para melhorar o mundo em que vive?

7.5 No panorama do jornalismo atual, como se compatibilizam os objetivos de captação de audiência com as premissas éticas e deontológicas do jornalismo? (aqui podemos ter pistas à luz das teorias do jornalismo - enquadramento, seleção, critérios de noticiabilidade, organizacional etc. Em que medida dão conta do fazer jornalístico atual?)

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA A JORNALISTAS BRASILEIROS

Identificação

Órgão de Comunicação:

Nome:

Idade:

Função que ocupa na redação:

Contatos:

1 Perfil e trajetória profissional

1.1 Como se deu a escolha pelo jornalismo? [Há jornalistas no histórico familiar que tenham influenciado na escolha da profissão?]

1.2 Qual foi o seu percurso profissional e acadêmico desde o fim da graduação até ao cargo que ocupa hoje? [queremos saber formação, com que idade entrou na profissão, tempo de experiência profissional, órgão de comunicação social por onde passou; cargos que ocupou dentro da atual empresa, quais foram as editoriais por onde passou e quantos anos levou a chegar ao cargo de editor (a)]

1.3 Como surgiu a oportunidade para ocupar esta função?

1.4 Em que consiste sua função atual? [queremos saber a descrição das atividades que executa na empresa ou pelas quais é responsável]

1.5 Quais as características pessoais e profissionais que considera possuir que foram determinantes para atingir um cargo desta responsabilidade?

1.6 Quais são os “lado bom” e “lado ruim” da função? (queremos aqui engatar nas questões do trabalho dentro da redação)

2 Ambiente de trabalho

2.1 Como caracterizaria o ambiente de trabalho na redação?

2.2 Quais considera serem as características que o órgão de comunicação social onde trabalha valorizam quando da escolha de pessoas para ocuparem determinados cargos?

2.3 Estatísticas de 30 anos atrás apontavam que as mulheres eram 36% entre os jornalistas brasileiros. Hoje ela são mais de 60%. Quais as razões que encontra para esta recomposição de gênero nas redações?

2.4 Em sua opinião, esta recomposição de gênero produziu algum tipo de alteração no ambiente de trabalho? Na escolha dos temas a tratar e na forma como são tratados? [para os que estão há mais tempo na casa]

2.5 Os mesmos estudos, no entanto, apontam que, embora as mulheres estejam em maior número, não chegaram na mesma proporção aos cargos de comando. Pela sua experiência, como tem percebido a atuação das mulheres em cargos de chefia?

3 Liderança

3.1 Quantas pessoas coordena diretamente? Como se distribuem em termos de gênero?

3.2 Como caracteriza a sua liderança? Pela sua experiência, considera que existe algum tipo de diferença entre as lideranças femininas e masculinas?

3.3 Que características pessoais e profissionais privilegia na hora de distribuir tarefas pelas pessoas que coordena?

3.4 Quando os trabalhos obrigam a deslocações nacionais ou internacionais, quem tende a escolher para fazer essas coberturas e por quê?

3.5 Como avalia o seu grau de autonomia sobre a seção que coordena?

3.6 Considerando as responsabilidades que tem e o trabalho que desenvolve, como avalia sua remuneração? Tem havido valorização?

4 Processo de produção noticiosa

4.1 Quais mudanças sentiu na profissão e na indústria do jornalismo desde que nela ingressou? Refiro-me aqui às rotinas de trabalho, seleção de pautas... A que atribui essas mudanças? Na sua opinião, quais fatores explicam as notícias, atualmente?

4.2 Há notícias pensadas a partir do interesse de diferentes tipos de audiência?

4.3 Considera que existem características individuais que se refletem no modo de abordagem dos temas?

4.4 Como acolhe as propostas de temas dos profissionais que coordena? Há alguma orientação da sua parte, por exemplo, na escolha das fontes, ângulo de abordagem?

4.5 Diria que há temas mais masculinos e temas mais femininos e por quê?

4.6 Em que medida o aumento da população feminina nas chefias intermédias nos jornais terá contribuído para alterar o jornalismo produzido?

5 Relações de gênero (papéis de gênero na redação; relações hierárquicas – horizontais e verticalizadas)

5.1 Você entende que a dimensão de gênero está entre os possíveis valores-notícia? E o que

seria para você os valores-notícia?

5.2 Na sua visão, o atual momento em que vive a sociedade ocidental no que se refere às questões de gênero, empoderamento feminino, tem refletido nas relações entre homens e mulheres no ambiente de trabalho?

5.3 Como você descreveria a cultura da redação onde você trabalha no que se refere às questões de gênero e liderança, subordinação ou mesmo relações paritárias de cargos?

6 Conciliação família-trabalho

6.1 Quantas horas trabalha em média por dia? E nos fins de semana?

6.2 A que horas normalmente chega e deixa a redação?

6.3 Com que regularidade leva trabalho para fazer em casa?

6.4 Em que medida os seus tempos de descanso são respeitados/ou não?

6.5 Tem tempo para participar de atividades sociais e culturais?

6.6 (no caso de viver em família) - Como é que as jornalistas mães e os jornalistas pais conciliam o horário de trabalho com o cuidado dos filhos?

6.7 Tem apoio familiar para o acompanhamento das crianças (se as tiver)?

6.8 Como gere os tempos familiares com o seu companheiro/companheira?

6.9 (PARA OS QUE TÊM FILHOS) O que é que mudou desde que teve filhos? Por quê?

6.10 Na sua opinião, em que medida faz sentido a afirmação de que as empresas jornalísticas preferem contratar mulheres solteiras e sem filhos?

7 Expectativas profissionais/pessoais (Objetivos pessoais e organizacionais)

7.1 Quais são suas expectativas profissionais futuras?

7.2 Você se sente apto a assumir cargos de maior responsabilidade e/ou prestígio? Se sim, que tipo? E por que interessaria assumir tal função?

7.3 A profissão jornalista te dá condições de pensar numa situação futura de bem-estar estável?

7.4 O jornalismo te faz sentir um cidadão participante da vida em sociedade, que contribui para melhorar o mundo em que vive?

7.5 No panorama do jornalismo atual, como se compatibilizam os objetivos de captação de audiência com as premissas éticas e deontológicas do jornalismo? (aqui podemos ter pistas à luz das teorias do jornalismo - enquadramento, seleção, critérios de noticiabilidade, organizacional etc. Em que medida dão conta do fazer jornalístico atual?)

APÊNDICE C – TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS

Íntegra das entrevistas