

A participação feminina no Jornalismo e as representações de gênero: um estudo sobre as mulheres nas editorias online de tecnologia dos principais jornais brasileiros

Andressa Kikuti Dancosky¹

Paula Melani Rocha²

Resumo

As transformações que o jornalismo sofreu a partir de meados do século XX e início do século XXI desencadearam desdobramentos, configurando novos cenários no mercado de trabalho, como a crescente participação feminina nas redações. O artigo tem como objetivo estudar a presença das jornalistas na editoria de tecnologia (versão online) de quatro dos principais jornais brasileiros: Gazeta do Povo, Correio Braziliense, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. A discussão teórica pauta-se em teorias do jornalismo e estudos de gênero. Procurou-se observar o número de repórteres femininas que assinam as matérias principais de cada editoria de tecnologia selecionada. A análise compreendeu ainda o conteúdo veiculado, tanto em relação aos temas ligados a gênero, como a presença de mulheres como fontes jornalísticas e as representações na fotografia, também nas principais matérias de cada editoria. Após a pesquisa quantitativa, segue uma análise sobre as possíveis relações (ou a falta delas) entre o gênero feminino e o jornalismo especializado em tecnologia no Brasil.

Palavras-chave: Comunicação; jornalismo de tecnologia; representações; teorias do jornalismo; estudos de gênero.

Introdução

A partir das últimas décadas do século XX e início do século XXI, o processo comunicacional e o jornalismo ocidental vem passando por desdobramentos contínuos ocasionados pela aceleração das transformações tecnológicas e do próprio modo de produção capitalista. Para muitos teóricos está se configurando um novo paradigma do jornalismo, o qual inclui tanto o processo de produção jornalística quanto modelos de gestão. Entre as concordâncias desse novo panorama está a crescente feminização das redações em alguns países ocidentais. Neveu (2005) aponta que na Nova Zelândia e Finlândia, as mulheres representam mais de 45% do mercado de trabalho. Na França embora vem aumentando a participação feminina, a ocupação é desigual de acordo com o veículo, elas representam: “52% em revistas, 42% em semanários de informação, 39%

¹ Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (Paraná/Brasil), com bolsa de fomento da CAPES.

² Professora do mestrado e da graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Pesquisadora-colaboradora da UNICAMP/LabJo

na imprensa diária francesa, 30% nas televisões francesas, 26% na imprensa regional diária” (NEVEU, 2005, p.33). Em Portugal, segundo dados do Sindicato dos Jornalistas, referente a 2007, o número de profissionais femininas estava muito próximo ao de homens, dos 5.749 jornalistas sindicalizados, 2.883 eram homens e 2.866 mulheres.

Na América Latina, em 2009, de acordo com a Federação Internacional de Jornalistas (FIP), 27,3% dos profissionais eram mulheres e um número ínfimo conseguia atingir um posto de direção. Mas em alguns países como Brasil e Peru, a participação feminina no jornalismo é maior. No Brasil, pesquisa realizada, em 2012, pelo programa de pós-graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) com 2.731 jornalistas brasileiros, revelam que as mulheres representam 63,7% do mercado (36,3% são homens).

No Peru não há um levantamento sistematizado sobre o número de mulheres e homens atuando no mercado de trabalho em jornalismo, porém cresce gradativamente o número de mulheres nas redações e nos 34 cursos de comunicação existentes no país. Segundo Zuliana Láinez, dirigente da Associação Nacional de Jornalistas, as mulheres ocupam entre 65% a 72% das salas nos primeiros anos da faculdade, no entanto, no postos de direção dos meios de comunicação impressos, audiovisuais e digitais, os homens ainda dominam e é baixa a presença de profissionais femininas nos cargos de produtoras, executivas, chefes de redação, editoras ou diretoras. “É preciso reconhecer os fatos: as mulheres dominam as redações em quantidade, mas, não mandam”, disse à Agência de Notícias Inter Press Service, Zuliana Láinez, durante o III Encontro Nacional da Mulher Jornalista, realizado em 2009 em Lima.³

Em Cuba, o número de profissionais mulheres atuando no mercado de trabalho é equivalente ao dos homens e elas também desempenham funções de chefia nas redações. Segundo Guerra (2014) dos 4.148 jornalistas afiliados à Unión de Periodistas de Cuba, 2.064 são mulheres. Como pontua a autora:

Las mujeres han pasado a asumir los principales cargos de dirección en los medios. Más de 70 están al frente de medios, incluso nacionales e internacionales. Es que las mujeres en Cuba ya son el 49,8 por ciento de la fuerza que ocupa cargos periodísticos en los medios de comunicación nacionales, provinciales y municipales. (GUERRA, 2014, p.2).

³ Reportagem publicada na Agência de Notícia Inter Press Service em 2009. In www.ipsnoticias.net/portuguese/2009/04/america-latina/jornalismo-peru-as-mulheres-dominam-mas-nao-mandam/

Elas hoje também são maioria nas salas de aula, representam cerca de 80% dos graduandos em jornalismo em Cuba. Frente a esses números, para Guerra (2014) a tendência nos próximos anos é aumentar o número de jornalistas no mercado de trabalho. Outro dado interessante apontado pela autora é sobre o número de jornalistas que ocupam o parlamento cubano: dos 18 jornalistas, 10 são mulheres.

O processo da participação feminina no jornalismo não foi um movimento isolado desta profissão, ao contrário, ele está inserido no contexto ocidental de transformação e introdução da mulher no mercado de trabalho, um processo que intensificou-se no século XX. É consequência das transformações econômicas, sociais e políticas de cada país. A vida de homens e mulheres tem sofrido grandes transformações, em decorrência de mudanças de ordem social, econômica, política e tecnológica que ocorreram no mundo. Tais transformações acabam também reconfigurando a construção simbólica do sentido de homem e mulher.

Contudo, como aponta Torres (2000), os meios de comunicação, apesar da modernidade, não tem incorporado plenamente estas mudanças, que são significativas na representação da ordem socialmente estabelecida nas relações de gênero. Dados do Projeto Global de Observação da Mídia realizado em 2005 em países da América Latina, por exemplo, apontam que 57% dos apresentadores de televisão eram mulheres, mas apenas 29% das notícias eram redigidas por mulheres. Ao mesmo tempo, somente 23% das chamadas “notícias sérias” foram cobertas ou redigidas por profissionais femininas, que por sua vez atuam com maior frequência no que é definido como informação “leve”, como assuntos sociais, família, arte e vida. Nessa área, mais de 40% dos profissionais são mulheres.

Nesse sentido, como bem coloca Torres (2000, p. 21, tradução nossa):

As transformações dos cenários midiáticos evidenciam um desnível entre seu desenvolvimento tecnológico e os sentidos de seus conteúdos. A reflexão sobre cada um dos meios e suas respectivas produções permite repensar os papéis e funções sociais dos meios frente a estas novas condições.

Torres (2000) se debruçou em olhar o conteúdo de jornais de quatro países da América Latina: Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai pela perspectiva dos estudos de gênero e teorias do jornalismo. A autora selecionou um veículo de mídia impresso, um radiofônico, um televisivo e um programa de entretenimento de cada país, e estudou a representação que se faz da mulher em cada um deles. Entre os aspectos verificados estão a aparição de mulheres em títulos principais e secundários de jornais impressos; número de fotografias com a presença de mulheres em relação ao número total; as

notícias radiofônicas cuja mulher é questão central; quando elas viram fonte de informação no rádio; temas sobre mulheres nos jornais televisivos; quantas repórteres femininas aparecem nos programas de TV. O estudo de Torres (2000) nos serve de base para pensar categorias de análise para um estudo sobre gênero aplicado às editorias online de tecnologia dos principais jornais brasileiros – embora a pesquisa feita pela autora seja muito mais complexa e detalhada do que a proposta aqui.

Visto que no Brasil há mais mulheres atuando no mercado de jornalismo do que homens, o presente artigo tem por objetivo verificar a participação de profissionais femininas no jornalismo especializado em tecnologia e a presença das representações de gênero. A escolha pela editoria de tecnologia foi proposital, pois trata-se de um tema atual envolto à sociedade contemporânea e digital e tida como uma editoria atualmente “séria”. Além disso, dados do IBGE (2011) apontam a mulher como consumidor em potencial em tecnologia. O percentual de mulheres que acessam a internet para buscar informações e serviços é maior que o de homens, 25% e 23,9% e em relação à posse de aparelhos de celular, as mulheres ultrapassaram os homens, são 69,5% contra 68,7%. Assim, a partir de um estudo quantitativo, o presente artigo buscou analisar quatro aspectos: a participação das jornalistas como autora das matérias principais de cada jornal escolhido; a presença de temáticas de gênero na cobertura jornalística; a presença das mulheres como fontes de informação; e como as mulheres aparecem nas fotografias dessas editorias. A amostra inclui as notícias principais⁴, veiculadas em 19 de dezembro de 2013, presentes em uma edição online de cada página de tecnologia: o Link, do jornal O estado de S. Paulo (SP), o Tec, da Folha de S. Paulo (SP), o Tecnologia da Gazeta do Povo (PR) e o Tecnologia do Correio Braziliense (DF). Os resultados apontam que o número de profissionais femininas atuantes na editoria de tecnologia é praticamente inexistente e que a preocupação com questões de gênero é mínima nessas editorias. Tal percepção reforça a importância da continuidade dos estudos e debates nesta área.

O jornalismo de tecnologia no Brasil: uma breve descrição

⁴ Hierarquizadas pelo próprio veículo

Para situar o lugar de pesquisa deste artigo, trazemos a seguir breves considerações sobre o jornalismo de tecnologia no Brasil. Em primeiro lugar, é preciso dizer que são raras as pesquisas acadêmicas que procuram compreender as especificidades e posicionamentos dessas editorias no Brasil, o que torna um desafio descrevê-las⁵. Em segundo lugar, a percepção inicial que se tem sobre elas é que não há unicidade de pensamento sobre quais os temas que devem ser tratados nestes espaços. Enquanto algumas editorias de tecnologia dão ênfase a aspectos ligados à cultura digital (como novas formas de produzir, compartilhar e consumir conteúdos na web, ou o desenvolvimento de experiências colaborativas com arte e software, para citar alguns exemplos), outras editorias preferem privilegiar a abordagem economicista e utilitarista das inovações tecnológicas, aproximando muito a cobertura de tecnologia das editorias de Economia.

Uma tendência percebida nessas editorias é que, com a obrigatória reconfiguração dos meios de comunicação, em decorrência da crise que assola alguns modelos de negócio jornalísticos, elas vem perdendo seu espaço e adquirindo cada vez menos importância nos jornais. O Link, do jornal O Estado de S. Paulo, por exemplo, passou por uma reformulação em abril deste ano e deixou de ser caderno de tecnologia, passando a acoplar parte do caderno de Economia & Negócios. Nem é preciso dizer que abordagem de temas sobre cultura digital diminuiu significativamente, e que a ênfase parece ter se tornado a tecnologia como consumo de novos *gadgets*. A editoria de tecnologia do jornal Gazeta do Povo também deixou de existir no impresso, mantendo apenas uma página na versão online do veículo.

Esta é uma pequena descrição do cenário em que o jornalismo sobre tecnologia se encontra atualmente. É importante ter em mente tais aspectos ao fazer uma pesquisa de conteúdo, já que o contexto influencia, de várias maneiras, na produção jornalística (embora, de modo algum, uma tendência desfavorável ao crescimento desta área possa servir de justificativa para a produção de um jornalismo ruim).

Análise das editorias de tecnologia: onde está a mulher?

Após esta breve contextualização do cenário que envolve as editorias de tecnologia, apresentamos a proposta de análise deste artigo: uma pesquisa quantitativa

⁵ Esta, inclusive, é a motivação do trabalho de dissertação em andamento, do qual este artigo é parte. Como a pesquisa ainda se encontra em fase inicial, os dados encontrados são ainda preliminares e primários.

das questões de gênero nas editorias online de tecnologia de quatro jornais brasileiros. O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Correio Braziliense e Gazeta do Povo foram os escolhidos porque, dentre a lista dos sites mais acessados do Brasil em 2013, segundo o Alexa⁶ esses eram (nesta ordem) os jornais (que possuíam editorias online de tecnologia) mais bem colocados do ranking.

A amostra escolhida é composta por uma edição (análise de página web durante um dia, 19 de dezembro de 2013, escolhida de forma aleatória) de cada um dos jornais selecionados. As matérias analisadas foram aquelas consideradas de destaque pelo próprio veículo, ou seja, que aparecem em posição privilegiada diante das demais no planejamento gráfico das páginas.

As categorias de análise utilizadas, como já dito anteriormente, procuraram dar conta de compreender o papel da mulher no jornalismo feito para as editorias de tecnologia. Elas se inspiram no trabalho de Torres (2000), e são as seguintes:

- a) Repórteres: dentre as matérias de destaque de cada editoria de tecnologia, quantas delas são assinadas por jornalistas mulheres?
- b) Questões de gênero: existem nessas páginas?
- c) Fontes: na amostra selecionada, com que frequência as mulheres são usadas como fontes nas matérias jornalísticas de tecnologia? Para esta pesquisa, são consideradas fontes apenas aquelas cuja voz direta foi utilizada na matéria.
- d) Fotografias: Quando as matérias principais são acompanhadas de foto ou ilustração, em quantas delas a mulher aparece representada?

A pesquisa deu origem às seguintes tabelas e resultados, de acordo com cada veículo analisado:

3.1 Jornal O Estado de S. Paulo

Tabela 1. Número de textos assinados por mulheres e com temática de gênero no caderno Link

Total de matérias	Assinadas por mulheres	Com temática de gênero
-------------------	------------------------	------------------------

⁶ Alexa é um serviço de internet, pertencente à empresa Amazon, que mede quantos usuários da internet visitam determinado site. Os dados são obtidos por amostragem e aproximação. Em seu site é possível encontrar o ranking mundial de sites mais visitados, os mais visitados por países, e informações sobre a visitação de cada site individualmente. Embora seus dados não sejam 100% precisos, o ranking do Alexa é um bom indicativo para saber o que se faz na internet em determinado período.

jornalísticas de destaque		
3	0	0

Fonte: da autora

Tabela2. A relação de fontes totais e de fontes femininas no caderno Link

	Total de fontes	Fontes femininas
Matéria 1	1	0
Matéria 2	1	0
Matéria 3	1	1

Fonte: da autora

Tabela 3. A relação entre o número de fotografias e o aparecimento de mulheres no caderno Link

	Total de fotos/ilustrações	Fotos com homens	Fotos com mulheres
Matéria 1	1	1	0
Matéria 2	1	0	0
Matéria 3	1	1	0

Fonte: da autora

O Link possui três matérias de destaque em sua página, que ficam se alternando em um quadro, localizado na parte superior esquerda do site. As três matérias de destaque no dia 19 de dezembro eram: “Zuckerberg vende ações do Facebook⁷” (1), “LG anuncia primeiro desktop com Chrome OS⁸” (2), e “Bill Gates participa do amigo-secreto do Reddit⁹” (3). Destas, a primeira vinha com a assinatura da agência de notícias Reuters e as outras duas com a assinatura de repórter do sexo masculino. Nenhuma matéria de destaque deste dia foi assinada por uma mulher. Da mesma forma, nenhuma matéria envolvia alguma temática relacionada a gênero, como se pode perceber pelos títulos.

Foi possível avaliar que a apuração das notícias (que, segundo o próprio site, mereceram uma posição privilegiada na página) foi mínima. Embora isso não seja

⁷ Disponível em: blogs.estadao.com.br/link/zuckerberg-vende-us23-bi-em-acoes-do-facebook/. Acesso em 19/12/2013 às 14h10.

⁸ Disponível em: blogs.estadao.com.br/link/lg-anuncia-primeiro-desktop-com-chrome-os/. Acesso em 19/12/2013 às 14h12.

⁹ Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/bill-gates-participa-do-amigo-secreto-do-reddit/>. Acesso em 19/12/2013 às 14h12.

preocupação desta pesquisa, é curioso constar que todas elas tinham quatro parágrafos pequenos e nenhum subtítulo; quanto às fontes, apenas uma ouvida para cada notícia. Com relação às fontes femininas – dado que interessa a este estudo -, apenas uma mulher aparece na matéria sobre o amigo secreto de Bill Gates. Ela não teve o nome identificado (no Reddit, usa o codinome “NY1227”) e sua voz direta aparece em uma frase que ocupa uma linha, apenas. O curioso é que a única aparição da fonte feminina não é para se referir a temas correlatos à tecnologia mas sim como uma referência a uma relação pessoal de Bill Gates.

Quanto às fotografias, todas as matérias de destaque do Link deste dia levaram imagens ilustrativas. Nenhuma, no entanto, continha uma mulher. Na única matéria que utiliza uma fonte feminina, a foto que aparece é a de Bill Gates, com os presentes que escolheu para dar a ela no amigo secreto.

3.2 Jornal Folha de S. Paulo

Tabela 4. Quantidade de textos assinados por mulheres e com temática de gênero no caderno Tec

Total de matérias jornalísticas de destaque	Assinadas por mulheres	Com temática de gênero
6	0	1

Fonte: da autora

Tabela 5. A relação de fontes totais e fontes femininas no caderno Tec

	Total de fontes	Fontes femininas
Matéria 1	0	0
Matéria 2	0	0
Matéria 3	1	0
Matéria 4	1	0
Matéria 5	1	0
Matéria 6	0	0

Fonte: da autora

Tabela 6. A relação entre o número de fotografias e o aparecimento de mulheres no caderno Tec

	Total de	Fotos com homens	Fotos com
--	----------	------------------	-----------

	fotos/ilustrações		mulheres
Matéria 1	1	0	0
Matéria 2	1	0	0
Matéria 3	2	1	2
Matéria 4	1	1	0
Matéria 5	1	0	0
Matéria 6	1	1	0

Fonte: da autora

O caderno de tecnologia da Folha de S. Paulo, o Tec, possui seis notícias de destaque. Cinco delas aparecem de forma alternada, em um quadro à esquerda na página, e uma aparece como manchete (com o título em fonte maior do que as demais), na coluna do meio. Foi possível perceber que elas não são datadas do mesmo dia, o que sugere uma atualização regular, mas não com volume considerável para mudar todos os destaques.

Os destaques que aparecem no dia da análise são: “Aproximação entre versões grande e pequena do iPad dificulta escolha¹⁰” (1), “Google lança app para localizar aparelhos com Android perdidos ou roubados¹¹” (2), “Brasileiros lançam app de avaliação de mulheres em resposta ao Lulu¹²” (3), “Carro feito com 500 mil peças de Lego é movido a ar e chega a mais de 30 km/h¹³” (4), “Amazon completa um ano no Brasil e lança novo leitor Kindle¹⁴” (5), e “Para aumentar controle do Facebook, Mark Zuckerberg venderá US\$ 2,3 bilhões em ações¹⁵” (6).

De todas as matérias de destaque, quatro delas eram assinadas por homens. A quinta era “das agências de notícias de São Paulo”, e as restantes não possuíam assinatura alguma. Nenhuma jornalista mulher assinou as matérias do Tec desta amostra. Das seis notícias de destaque, uma envolvia temática de gênero.

¹⁰ Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1385396-aproximacao-entre-versoes-grande-e-pequena-do-ipad-dificulta-escolha.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h10.

¹¹ Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1384139-google-lanca-app-para-localizar-aparelhos-com-android-perdidos-ou-roubados.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h10.

¹² Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1383248-brasileiros-lancam-app-de-avaliacao-de-mulheres-em-resposta-ao-lulu.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h11.

¹³ Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1387427-blog-de-tec-carro-feito-com-500-mil-pecas-de-lego-e-movido-a-ar-e-chega-a-mais-de-30kmh.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h14.

¹⁴ Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1384369-amazon-completa-um-ano-no-brasil-e-lanca-novo-leitor-kindle.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h14.

¹⁵ Disponível em: www1.folha.uol.com.br/tec/2013/12/1387792-mark-zuckerberg-vendera-us-23-bilhoes-em-acoes-do-facebook.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 16h15.

A “notícia” que envolve gênero merece uma discussão especial: fala sobre o aplicativo (app) “Clube do Bolinha”, criado por brasileiros de Indaiatuba (SP), em resposta ao “Lulu”, aplicativo que permite às mulheres dar notas aos homens que são contatos no Facebook. O aplicativo, disponível para Android, permite aos homens dar notas às mulheres com quem saíram, e, entre os adjetivos possíveis (atribuídos aos perfis via hashtag), estão #MariaGasolina, #SóFazMiojo”, “#VidaLoka”, “#TopaTudo” e “#Bigodinho”. Apesar da proposta que claramente denigre a imagem das mulheres, a única fonte ouvida na matéria foi um homem (Murilo Vianello, 23 anos, um dos criadores do aplicativo). Destaque para uma de suas falas, utilizadas em voz direta: “Se você está no ‘mercado’, está sujeito a isso: as pessoas podem te aprovar e podem não te aprovar”.

Ainda com relação a esse texto publicado no Tec, as fotos no total, são duas, e em ambas aparecem mulheres. Na primeira delas – que é um print da interface do aplicativo -, duas mulheres de biquíni, com suas respectivas notas e hashtags atribuídas. Na mesma imagem (à esquerda) aparece o logotipo do aplicativo, que é um bumbum feminino, branco, usando fio dental vermelho. A segunda é uma imagem divulgada pelos desenvolvedores do “Clube do Bolinha” em sua página do Facebook, na qual aparece um carro estragado, parado na lateral direita de uma pista, motor aberto, com uma mulher vestida de noiva deitada embaixo “à la mecânica”, resolvendo o problema. Do lado esquerdo, próximo ao capô, o “noivo” encostado, de óculos escuros e olhando para cima, expressão orgulhosa. A legenda: “Essa é para casar”.

Foto 1 : Print da primeira página da Matéria 3

09/12/2013 - 20h37

Brasileiros lançam app de avaliação de mulheres em resposta ao Lulu

YURI GONZAGA
DE SÃO PAULO

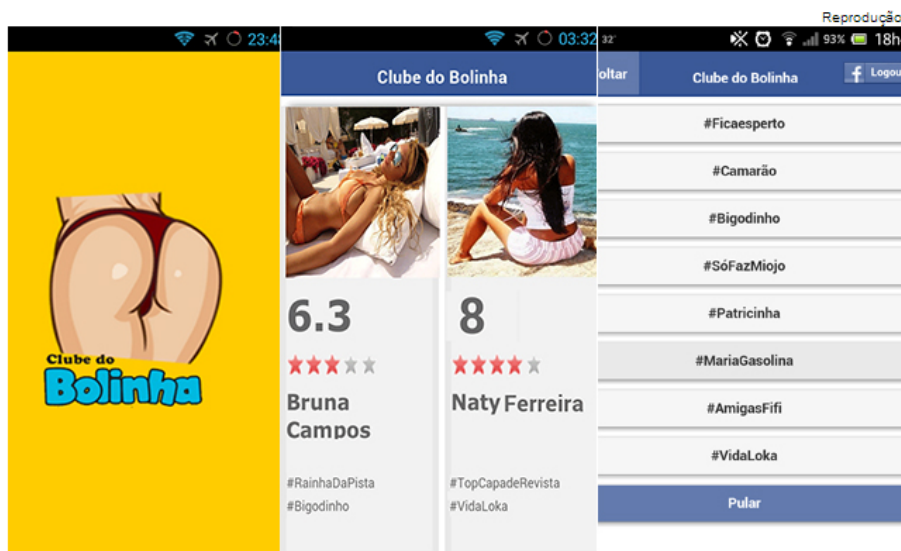
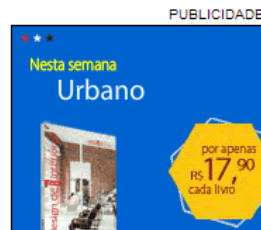
Recomendar 3,5 mil +1 81 Ouvir o texto

Depois do [Lulu](#), aplicativo que permite a mulheres darem notas a homens que são contatos no Facebook, um grupo de brasileiros de Indaiatuba (SP) lançou uma resposta, também em forma de app.

O [Clube do Bolinha](#), disponível para Android, propõe atributos como "patricinha", "Maria gasolina", "camarão" e "só faz miojo" a quem quiser avaliar amigas na rede social --o aplicativo dá uma nota de zero a 10, assim como faz o Lulu.

• [Bolinhas, Lulus e a responsabilidade pelo uso da imagem alheia](#)

Segundo um dos desenvolvedores, Murilo Vianello, 23, a ideia do programa não é vingar os injustiçados homens. "Nossa proposta é diferente, não temos conteúdo agressivo. Nossa intenção não é denegrir a imagem da mulher, mas sim aproximá-la do que ela mesmo faz, das próprias avaliações", disse por telefone à **Folha**.



Imagens do aplicativo Clube do Bolinha, que permite dar nota a mulheres da rede de contatos no Facebook

Foto 2: segunda imagem publicada na Matéria 3



Percebeu-se que, das seis matérias de destaque, apenas três tinham voz direta e nenhuma delas era mulher. Quanto às fotos, além das presentes na matéria sobre o “Clube do Bolinha”, já mencionadas, nenhuma foto contendo mulheres foi encontrada. É interessante observar que, algumas vezes, nas análises constam a presença de fotografias, mas não incluem nem homens nem mulheres. Nestes casos (tanto no Tec quanto em outras editorias de tecnologia), na maioria das vezes as fotos são referentes a aparelhos.

3.3 jornal Correio Braziliense

Tabela 7. Quantidade de textos assinados por mulheres e com temática de gênero na editoria de Tecnologia

Total de matérias jornalísticas	Assinadas por mulheres	Com temática de gênero
4	0	0

Fonte: da autora

Tabela 8. Relação de fontes totais e fontes femininas na editoria de Tecnologia

	Total de fontes	Fontes femininas
Matéria 1	1	0
Matéria 2	1	0

Matéria 3	0	0
Matéria 4	0	0

Fonte: da autora

Tabela 9: A relação entre o número de fotografias e o aparecimento de mulheres na editoria de Tecnologia

	Total de fotos/ilustrações	Fotos com homens	Fotos com mulheres
Matéria 1	1	0	0
Matéria 2	1	0	0
Matéria 3	1	0	0
Matéria 4	1	0	0

Fonte: da autora

É preciso dizer que a definição das principais matérias da editoria de Tecnologia do Correio Braziliense não foi tão óbvia quanto foi nas demais. O site tem seis matérias principais na parte superior da página. Dessas, quatro delas possuíam imagens na capa, e duas não tinham. Optou-se por considerar, nesta amostra, apenas as quatro matérias acompanhadas de foto. São elas: “Amazon anuncia chegada do novo Kindle Paperwhite ao Brasil¹⁶” (1), “Bush pai abre conta no Twitter aos 89 anos e homenageia Mandela¹⁷” (2), “Samsung perde batalha judicial contra Apple na guerra das patentes¹⁸” (3), “Envy X2, da HP, é bonito, mas tem preço alto e falha em pequenos detalhes¹⁹” (4).

Destas quatro, uma delas não possuía assinatura alguma; outras duas estavam identificadas como vindas da agência de notícias France Presse, e a única matéria assinada por repórter leva o nome de um homem (matéria 4).

¹⁶ Disponível em:

www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2013/12/12/interna_tecnologia,403020/amazon-anuncia-chegada-do-novo-kindle-paperwhite-ao-brasil.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 18h10.

¹⁷ Disponível em:

www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2013/12/11/interna_tecnologia,402920/bush-pai-abre-conta-no-twitter-aos-89-anos-e-homenageia-mandela.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 18h11.

¹⁸ Disponível em:

www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2013/12/12/interna_tecnologia,402996/samsung-perde-batalha-judicial-contra-apple-na-guerra-de-patentes.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 18h12.

¹⁹ Disponível em:

www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2013/11/26/interna_tecnologia,400272/envy-x2-da-hp-e-bonito-mas-tem-preco-alto-e-falha-em-pequenos-detalhes.shtml. Acesso em 19/12/2013 às 18h13.

As fontes de voz direta também parecem ser raras nos textos desta página sobre tecnologia. Apenas duas notícias levavam declarações entre aspas e, em ambos os casos, eram falas masculinas.

As fotografias encontradas na editoria de Tecnologia do Correio Braziliense reforça uma observação já colocada anteriormente: algumas fotos e ilustrações não possuem nem homem nem mulher. Todas as encontradas nesta página eram fotografias de aparelhos. No caso da matéria sobre o Twitter de Bush, escolheu-se uma imagem em *print screen* de sua conta na rede social.

3.4 Jornal Gazeta do Povo

Tabela 10. Número de textos assinados por mulheres e com temática de gênero na editoria de Tecnologia

Total de matérias jornalísticas	Assinadas por mulheres	Com temática de gênero
5	0	0

Fonte: da autora

Tabela 11: A relação de fontes totais e fontes femininas na editoria de Tecnologia

	Total de fontes	Fontes femininas
Matéria 1	2	0
Matéria 2	3	0
Matéria 3	2	0
Matéria 4	2	0
Matéria 5	2	0

Fonte: da autora

Tabela 12: A relação entre o número de fotografias e o aparecimento de mulheres na editoria de Tecnologia

	Total de fotos/ilustrações	Fotos com homens	Fotos com mulheres
Matéria 1	1	0	1
Matéria 2	3	0	0
Matéria 3	1	0	1
Matéria 4	2	0	0

Matéria 5	1	0	0
-----------	---	---	---

Fonte: da autora

A editoria de Tecnologia da Gazeta do Povo possui cinco destaques em sua página, todos passando de forma alternada, com ilustrações, em uma coluna única na parte superior. Do total, uma notícia advém da Agência O Globo, e as outras quatro são assinadas por um repórter do jornal, do sexo masculino. Seguem as matérias encontradas no dia da análise: “Sete dúvidas comuns de quem tem smartphone²⁰” (1), “Dúvida cruel: qual console comprar?²¹” (2), “Robôs ganham espaço nas redes sociais²²” (3), “Moto G é barato sem deixar de ser esperto²³”, e “Trinta opções de aparelhos 4G no mercado brasileiro²⁴”. Como se pode ver, nenhuma delas inclui temática ligada a gênero.

Em concordância com a tendência mostrada pelas páginas dos outros três jornais, não há presença de fontes femininas nas matérias da amostra. A Gazeta do Povo costuma trazer um número maior de pessoas ouvidas em cada matéria, com relação aos outros jornais. Uma observação interessante é que todas as fontes masculinas ouvidas eram especialistas em tecnologia, ou ocupavam cargo de gerência ou chefia nas empresas envolvidas nas matérias.

Figuras femininas apareceram duas vezes entre o total de notícias analisadas neste jornal. Uma delas aparece apenas de perfil, sem identificação, mexendo em um smartphone (matéria 1). Ela não foi fonte da matéria em questão. A outra aparição feminina nas fotos é o *print screen* de um perfil “bot” (ou seja, um robô, que é programado para fazer postagens através de combinações de palavras) no Twitter, de uma suposta jornalista de nome Carina Santos.

Considerações finais

²⁰ Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?tl=1&id=1433227&tit=Sete-duvidas-comuns-de-quem-tem-smartphone. Acesso em 19/12/2013 às 18h42.

²¹ Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?tl=1&id=1431329&tit=Duvida-cruel-qual-console-comprar. Acesso em 19/12/2013 às 18h42.

²² Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?tl=1&id=1429476&tit=Robos-ganham-espaco-mas-redes-sociais. Acesso em 19/12/2013 às 18h44.

²³ Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?tl=1&id=1427602&tit=Moto-G-e-barato-sem-deixar-de-ser-esperto. Acesso em 19/12/2013 às 18h44.

²⁴ Disponível em: www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?id=1425730&tit=Trinta-opcoes-de-aparelhos-4G-no-mercado-brasileiro. Acesso em 19/12/2013 às 18h46.

Após a análise da amostra selecionada, que incluiu as páginas de tecnologia de quatro jornais brasileiros durante um dia, é possível fazer algumas considerações finais. A primeira é a ausência completa de matérias assinadas por jornalistas mulheres, o que sugere que as editorias de tecnologia vão totalmente contra a tendência do mercado jornalístico atual. Como mencionou-se na introdução, segundo dados do estudo “Perfil do Jornalista Brasileiro”, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), há mais mulheres atuando no mercado jornalístico do que homens no Brasil.

A segunda consideração é a respeito dos temas ligados a gênero: na amostra coletada, somente uma matéria - publicada no caderno Tec, da Folha de S. Paulo -, tratou sobre questões de gênero. O tipo de abordagem, no entanto, revela uma legitimação da postura do estereótipo machista ao tratar de um aplicativo que denigre a imagem feminina. A ausência de fontes femininas bem como a ausência de problematização sobre o comportamento dos brasileiros criadores do aplicativo e o tipo de fotos apresentadas na matéria só reforçam este posicionamento. É interessante lembrar que, poucas semanas antes, ganhou destaque nos jornais o anúncio do falso lançamento de um aplicativo chamado Tubby, que teria como função ser um espaço “para os homens avaliarem as mulheres”. O escândalo do Tubby mobilizou até o Poder Judiciário, que chegou a proibir o app no Brasil com base na Lei Maria da Penha. O aplicativo, no entanto, nunca existiu. Na verdade era uma brincadeira – depois revelada por seus criadores em um vídeo no Youtube – cuja proposta era “conscientizar as pessoas dos limites da exposição da intimidade e dos riscos da violação da intimidade²⁵”. Decepcionados com a inverdade do Tubby e ignorando a mensagem passada pelos seus criadores, outros brasileiros decidiram desenvolver um aplicativo avaliador de mulheres, desta vez para valer: o Clube do Bolinha, retratado na matéria do Tec.

Os resultados temáticos deste estudo são bastante similares aos descritos por Torres (2000) no seu estudo pela América Latina. “As notas que dizem respeito às mulheres tiveram muito pouca cobertura em todos os meios analisados; a imprensa escrita foi o meio mais alheio a elas. Para cada título vinculado às mulheres, há 29 que não o fazem de modo algum”. (TORRES, 2000, p. 158, tradução nossa)

²⁵ g1.globo.com/tecnologia/tem-um-aplicativo/noticia/2013/12/aplicativo-para-avaliar-mocas-tubby-nunca-existiu-dizem-criadores.html. Acesso em 19/12/2013 às 19h26.

As fontes ouvidas pelas matérias de todos os jornais analisados raramente são mulheres. Importante observar que muitas das fontes consultadas nas editorias de tecnologia são especialistas na área ou ocupam altos cargos nas empresas de tecnologia. Isso nos faz pensar se não havia, de fato, uma mulher especialista que pudesse ser entrevistada, ou se foi uma escolha do repórter pela fonte masculina. Esta conclusão também aparece na pesquisa de Torres (2000), quando ela observa que:

As mulheres são muito pouco consultadas pelos meios. Pese o fato que as entrevistas são um recurso muito habitual nos informativos, tanto radiofônicos quanto televisivos, os meios não as consideram como informantes “diretas” para suas notícias. (TORRES, 2000, p. 158, tradução nossa)

Embora haja ausência de fontes femininas nas notícias da amostra, algumas das fotos encontradas retratavam mulheres. Todas, porém, fazendo um papel secundário e ilustrativo (uma não identificada; uma foto de avatar feminino que, na verdade, era um robô; e duas na matéria sobre o “Clube do Bolinha”, em posições insinuantes). Ainda em sintonia com as conclusões de Torres (2000, p.158, tradução nossa): “As fotografias dos nossos diários não contribuem para uma visualização das diversas formas em que as mulheres desenvolvem sua vida; pelo contrário, reiteram estereótipos e versões restritas de ser das mulheres”.

Nas editorias de tecnologia analisadas as representações femininas quando aparecem reiteram a cultura machista, desconsiderando o contexto que se configura na sociedade século XXI, em que a mulher corresponde no Brasil a 46,1% da população economicamente ativa, segundo dados do IBGE, referente ao ano de 2011 e um potencial consumidor de tecnologia.

Nesse sentido, o estudo mostra o descompromisso do jornalismo sobre tecnologia no Brasil com a inclusão das questões de gênero, completamente fora de suas preocupações. As representações de gênero no jornalismo deixam a desejar. Assim como posturas favoráveis à cidadania, sustentabilidade, cultura livre, questões de gênero só aparecem quando tem importância para o veículo. Em outras palavras, se forem consideradas relevantes, elas automaticamente circundam a produção jornalística, se traduzem nas temáticas, mas também nas fontes, no que é representado pelas fotos, nos profissionais que ali trabalham.

O presente artigo não propôs descobrir os motivos pelos quais essas editorias ignoram o papel da mulher tanto como profissional, produzindo conteúdo, como sua participação ativa na sociedade contemporânea. Tal observação acende um alerta,

mencionado no início deste texto, de que apesar de o tempo ter reconfigurado as representações de gênero na sociedade contemporânea, o jornalismo ainda não acompanhou essa tendência. Isso reforça ainda mais a importância de continuar e ampliar os estudos de gênero no campo jornalístico.

Referências

- ABREU, A. A. de; RICHA, D. (orgs.). **Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006
- GUERRA, Y. H. Mujer y Periodismo en Cuba. Un itinerario singular. In **Anais do 3º Colóquio Mulher e Sociedade: As representações de gênero na contemporaneidade. 2º Encontro Científico Ponta Grossa**, Universidade Estadual de Ponta Grossa, 26 de fevereiro de 2014.
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e estatística). Disponível em www.ibge.gov.br/home/
- NEVEU, É. **Sociologia do Jornalismo**. Porto, Porto Editora, 2005.
- Perfil do Jornalista Brasileiro. UFSC, 2013. Disponível em: [//perfildojornalista.ufsc.br/dados/](http://perfildojornalista.ufsc.br/dados/)
- TORRES, C. Género y comunicación: el lado oscuro de los medios. **Ediciones de la Mujer**, n. 30. Santiago de Chile, Isis Internacional, 2000.
- VENTURA, I. **A emergência das Mulheres repórteres nas décadas de 60 e 70**. Portugal. Universidade Aberta, 2007.

Abstract

The transformations that journalism has suffered since the mid-twentieth century and into the twenty-first century developments triggered by setting new scenarios in the labor market, such as increasing female participation in newsrooms. The article aims to study the presence of journalists in the technology section (online version) from four major Brazilian newspapers: Gazeta do Povo, Correio Braziliense, Folha de S. Paulo and O Estado de S. Paulo. The theoretical discussion is guided by theories of journalism and gender studies. We tried to observe the number of female reporters who subscribed the main materials of editorial technology selected. The analysis also included the content posted both on the issues related to gender, the presence of women as news sources and representations on the photo, the main subjects of each editorial. After quantitative research, we analyzed the possible relationships (or lack of them) between female sex and journalism specializing in technology in Brazil.

Keywords: Communication; journalism technology; representations; theories of journalism; gender studies.

Resumen

Los cambios que el periodismo ha sufrido desde mediados del siglo XX y principios del siglo XXI desencadenados evolución, la creación de nuevos escenarios en el mercado de trabajo, tales como el aumento de la participación de las mujeres en las redacciones. El artículo tiene como objetivo estudiar la presencia de periodistas en la sección de tecnología (versión en línea) cuatro principales diarios brasileños: Gazeta do Povo,

Correio, Folha de Sao Paulo y O Estado de S. Paulo. La agenda de discusión teórica en el periodismo y género estudia teorías. Tratamos de mirar el número de reporteras que se inscriban los principales materiales de cada dirección editorial de la tecnología seleccionada. El análisis también incluyó el contenido entregado, tanto en relación con las cuestiones relacionadas con el género, y la presencia de las mujeres como fuentes de noticias y representaciones en fotografía, también las principales materias de cada editorial. Después de la investigación cuantitativa, tras un análisis de las posibles relaciones (o falta de ella) entre la hembra y el periodismo especializado en tecnología en Brasil.

Palabras clave: Comunicación; periodismo de la tecnología; representaciones; teorías del periodismo; los estudios de género.

Recebido: 10.05.2015

Aceito: 03.05.2016