

## *Masculino, o gênero do jornalismo\**

Fernanda Marcela Torrentes Gomes\*\*

A publicação do livro *Masculino o gênero do jornalismo: modos de produção e notícia* se deu a partir da dissertação da autora Marcia Veia da Silva, defendida na PPG em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Silva, 2010). Esse trabalho foi premiado como a melhor dissertação ano de 2011 na 6ª edição do Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisas em Jornalismo (PAGF), promovida pela Associação Brasileira de pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

Com a finalidade de escrever sobre as relações entre modos de produção das notícias e os valores da sociedade, Silva desenvolve um estudo de *newsmaking* no qual procura analisar os caminhos percorridos que seguem até as publicações das matérias. Esse percurso envolve desde as imbricações que os valores partilhados pelo grupo social, constituído de jornalistas, trazem para a construção das notícias, até a possível existência de uma hierarquia de valores de gênero e sexualidade nesse contexto.

Dentre os seus objetivos, está a produção de dados que contribuam na compreensão de como as concepções de gênero e sexualidade são constituídas e representadas pela mídia, entendendo os meios de comunicação e o jornalismo como instâncias sociais de poder simbólico, dotados de um papel pedagógico na formação de valores e identidades sociais. Para tanto, ela procura analisar a possibilidade e o modo como as concepções de gênero dos jornalistas perpassam a produção de notícias, contribuindo, assim, para a preservação e a

---

\* Recebida em 15 de fevereiro de 2016 aceita em 04 de setembro de 2017. Resenha do livro SILVA, Marcia Veiga da. *Masculino, o gênero do jornalismo: Modos de produção das notícias*. Florianópolis, Insular, 2014.

\*\* Mestranda em Serviço Social pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil. fernandatorrentes@gmail.com

ressignificação das desigualdades de gênero, bem como analisa se, de alguma maneira, manifestam a heteronormatividade dentro do âmbito jornalístico.

Buscando pensar um referencial teórico apto a promover uma articulação entre os conceitos de jornalismo, gênero e sexualidade, a autora privilegia a aproximação com os estudos culturalistas. A finalidade é propor um diálogo entre as áreas da comunicação e da cultura.

Na área do jornalismo, ela desenvolve sua pesquisa através das teorias construcionistas que compreendem as notícias como uma construção social da realidade demarcada tanto pela cultura da sociedade, como pela cultura dos membros da “tribo” jornalística.

O conceito de gênero, por sua vez, se vincula aos estudos feministas pós-estruturalistas, promovendo uma articulação entre sujeitos e objetos de conhecimento (Louro, 2002).

Por fim, os estudos *queer* são utilizados para compreensão das relações de gênero e sexualidade, possuindo como centro de suas teorizações as categorias heteronormatividade, gênero e poder, centrais para a elucidação das relações na investigação proposta.

Após apresentar suas referências teóricas de maneira bastante precisa, a autora apresenta o caminho metodológico que irá seguir. Influenciada pela antropologia interpretativa, que surge a partir de Geertz, opta pelo uso da técnica de observação participante, com uma investigação de caráter qualitativo, e, dentro das possibilidades, segue por um recorte etnográfico.

Na delimitação de seu local de pesquisa, um programa telejornalístico com espaço para produção de matérias sobre comportamento, definiu-se pela relevância da mídia televisiva no Brasil como um dos veículos mais acessíveis e democráticos no que concerne o acesso da população. O canal em si, é escolhido devido à abrangência e à importância da empresa de telecomunicação no contexto brasileiro. Já a pesquisa de campo é fruto de uma aproximação com uma das jornalistas da empresa e, posteriormente, com o então diretor de telejornalismo, o que

propiciou a experiência de onze semanas de acompanhamento da rotina daquele local.

Como um princípio ético, Silva decide proteger a identidade dos interlocutores que diretamente ou indiretamente fizeram parte de sua pesquisa.

O fato é que o que é relevante das revelações obtidas são as circunstâncias, os contextos, a cultura profissional, as concepções e visões de mundo e a subjetividade no que tange ao plano de valores dos sujeitos, e não os sujeitos em si (p.122).

Dessa maneira, toma a decisão de utilizar pseudônimos para os programas e interlocutores observados, decidindo igualmente por não revelar o nome da empresa de telecomunicação na qual se insere.

Para compreender as escolhas teóricas e metodológicas da autora, é preciso demarcar as duas etapas realizadas na pesquisa empírica e elucidadas no capítulo dois.

A primeira, exploratória, tinha o objetivo de conhecer alguns dos programas jornalísticos realizados pela empresa, com o propósito de escolher, entre eles, o que seria objeto de sua investigação e descrito pela escritora como “um breve olhar sobre as rotinas produtivas” (p.151).

Na segunda etapa, escolhido o programa objeto de investigação, o Seminário<sup>1</sup>, a autora passa a acompanhar o percurso da notícia de três matérias, duas elegidas por ela como passíveis de análise em todas as suas fases – das reuniões de decisão de pauta às saídas de campo das equipes. Válido destacar que “a escolha dessas duas reportagens aconteceu por tratarem de temas de comportamento que envolviam diretamente questões relativas à gênero e sexualidade” (p.155).

Ainda na fase exploratória, Silva verifica que as relações entre os jornalistas e seus valores profissionais e subjetivos, bem

---

<sup>1</sup> Pseudônimo do programa selecionado para a realização da pesquisa.

como suas concepções de gênero, ultrapassavam os espaços formais de decisão de pautas e elaboração de matérias. As “brincadeiras” nos chamados fumódromos<sup>2</sup>, piadas, referência a pessoas e situações, as escolhas de cargos de poder na empresa e as concepções e atributos de gênero dos sujeitos evidenciaram um jornalismo constituído de hierarquias de gênero, no qual a cultura profissional e o plano de valores sociais se interligam.

Ou seja, o jornalismo se influencia pelas visões de mundo que circulam na sociedade do mesmo modo que esta última é influenciada pelo jornalismo. Correntemente as visões de mundo hegemônicas são as que fazem parte dessa troca, legitimando as normatizações consensuadas historicamente. Nessa perspectiva, as práticas e discursos sociais constituídos de gênero acarretam relações de poder fundadas no padrão normativo hegemônico, contribuindo para a construção de discursos que legitimam desigualdades.

Com uma linguagem bastante acessível, mesmo para os leitores de outras áreas de conhecimento que não a da comunicação, Silva, mais que trazer à tona um assunto pouco debatido no interior da academia e da profissão de jornalista, faz o debate de gênero e problematiza com originalidade a presença da subjetividade nos critérios de noticiabilidade.

É comum encontrarmos autores que, ao analisarem o sistema midiático, chegam à conclusão que a construção monopólica em volta de megagrupos e dinastias familiares, bem como a divulgação massiva de “verdades” (Moraes; Ramonet; Serrano, 2013) contribui significativamente na formação de um imaginário social. Outros, como Fischer (2005), ao tratarem das questões de gênero especificamente, afirmam que a mídia não apenas veicula informações, mas sim, se configura como um local privilegiado de produção de sujeitos, utilizando estratégias para definir, por exemplo, quem e como são os diferentes.

---

<sup>2</sup> Local apropriado para se fumar em determinada ocasião.

A autora, entretanto, vai além. Ao identificar que os valores-notícias<sup>3</sup> estão atravessados dos valores sociais e da subjetividade dos jornalistas, principalmente nos assuntos em que os marcadores sociais são mais visíveis, a pesquisadora conclui que existe uma relação entre os gostos pessoais, as visões de mundo e os critérios de noticiabilidade. Isso posto, as notícias não são, e nem poderiam ser, objetivas, visto que os profissionais dão sentido e reagem ao que veem e escutam, a partir de uma subjetividade marcada por juízos de valor concebidos previamente que os influenciam em suas decisões, inclusive profissionais, durante toda sua trajetória.

Silva afirma que, assim como os sujeitos, as instituições são constitutivas de uma perspectiva de gênero e permeadas por relações de poder e hierarquias que envolvem tanto as pessoas, quanto o âmbito das notícias (p.2014). Os atributos mais valorados nas disputas de cargos de poder, ou mesmo os que propiciavam a possibilidade de ocupar um lugar de maior prestígio encontrados nessa pesquisa foram os considerados, majoritariamente, masculinos<sup>4</sup>, tais como: autoritarismo, força, imposição e mando. Características consideradas “maternais” ou de “companheirismo”, como ações que visavam uma postura mais horizontal, eram desqualificadas.

As notícias produzidas também se mostravam atravessadas de valores-notícia atribuídos de características que remetem aos atributos de gênero, por exemplo, matérias de denúncia eram consideradas fortes e associadas ao masculino; enquanto que as de comportamento eram tidas como leves e relacionadas ao feminino. Assim, o critério para a seleção dos repórteres escolhidos para as matérias consideradas “fortes” ou de “risco”, isto é, aquelas que agregavam maiores valores-notícia, tinham

---

<sup>3</sup> Valor-notícia é um valor que determina a importância que um fato ou acontecimento tem para ser noticiado. Por esse motivo, é também designado de critério de noticiabilidade.

<sup>4</sup> De acordo com a autora, nem sempre o tão valorizado masculino se concretizava no corpo biológico de um homem, podendo aparecer em uma profissional do sexo feminino, cujos atributos de gênero eram masculinos.

como determinante a preponderância de atributos considerados masculinos, ainda que a seleção não se restringisse ao biológico, visto que nem todos os homens da redação encampavam tais atributos .

Por fim, ao chegar à conclusão que o jornalismo de fato contribui para o processo de (re)produção de valores e representações hegemônicas de gênero, revelando a presença de um padrão heteronormativo, a autora apresenta como solução para o quadro de sexismo vigente explicitado em sua pesquisa, o exercício de alteridade dos repórteres como uma possibilidade de alteração da cultura que transforma a diferença em desigualdade.

É importante destacar que a obra de Silva é fundamental para a construção de uma crítica feminista dos meios de comunicação, em especial o jornalismo, embora a autora não trate de assuntos considerados indispensáveis, como a democratização e a regulamentação dos meios de comunicação, tão defendida por diversos movimentos feministas e outros movimentos organizados (Moreno, 2014), como *Intervozes* e o Fórum Nacional pela Democratização da Informação. No Brasil, no que tange a mídia em geral, a criação do Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR) e a adesão à Plataforma de Beijing (1995) podem ser considerados avanços, porém ainda não são suficientes para superar as desigualdades de gênero presentes nos meios de comunicação.

Não obstante, seria importante evidenciar que as pontuações da Constituição Federal de 1988 referentes à mídia nunca saíram verdadeiramente do papel, o que contribui para a preservação, no centro do Estado brasileiro, de um modelo de distribuição de concessões que concentra esse poder na mão de grupos privados e de políticos.

Se afirmamos que é principalmente nos meios de comunicação que se difundem e se produzem as informações, os valores, as opções políticas e eleitorais e onde se criam novos comportamentos e hábitos sociais e culturais (Toledo, 1994), a regulamentação, nesse sentido, garantiria uma possibilidade de disputa do espaço público, principalmente no que se refere à

televisão, já que, conforme Eugênio Bucci (1997:13), “o que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro.”

Enquanto não ocorrem as mudanças culturais e estruturais em nível societário, o jornalismo, conforme bem apresentou Silva, continuará sendo produzido por representações de sexo, de raça, de geração, de classe e sobretudo de gênero, que negligenciam ou marginalizam o feminino. E o gênero do jornalismo continuará sendo o masculino.

### Referências bibliográficas

- BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. 3.ed. São Paulo, Boitempo, 1997.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara. *Gênero e discurso da mídia*. Florianópolis, Edunisc, 2005, pp.245-269.
- LOURO, Guacira Lopes. Os estudos feministas, os estudos gays e lésbicos e a teoria queer como políticas de conhecimento. In: LOPES, Denilson. *O homem que amava rapazes e outros ensaios*. RJ, Aeroplano, 2002, pp.23-28.
- MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. *Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica a democratização da informação*. São Paulo, Boitempo, 2013.
- MORENO, Rachel. Brasil: La mujer y los medios en Brasil. In: CHAHER, Sandra. *Políticas Públicas de Comunicación y género en América Latina: Un camino por recorrer*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Friedrich Ebert Sung, 2014, pp.31-42.
- SILVA, Marcia Veiga da. Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre modos de produção das notícias. Dissertação (Mestrado em Curso de Comunicação e Informação, Biblioteconomia e Comunicação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- TOLEDO, C. N. A modernidade democrática da esquerda: adeus à revolução? *Crítica Marxista*. São Paulo, Brasiliense, vol. 1, nº 1, 1994,

pp.27-38

[[http://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/sumario.php?id\\_revista=1  
&numero\\_revista](http://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/sumario.php?id_revista=1&numero_revista) – acesso em: 10 dez. 2015.