



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

CAROLINA BERNARDI VIEIRA E KAMYLLA SILVA

Mulheres jornalistas em pauta

PROJETO de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo, do Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a aprovação na disciplina Técnicas de Projetos em Comunicação, ministrada pela Profa. Gislene Silva, no segundo semestre de 2017.

ORIENTADOR INDICADO: Flávia Garcia Guidotti

Florianópolis
Novembro de 2017

FICHA DO TCC		Trabalho de Conclusão de Curso - JORNALISMO UFSC		
ANO	2017			
ALUNO	Carolina Bernardi Vieira e Kamylla Silva			
TÍTULO	Mulheres jornalistas em pauta			
ORIENTADOR	Flávia Garcia Guidotti			
MÍDIA	<input type="checkbox"/>	Impresso		
	<input type="checkbox"/>	Rádio		
	<input type="checkbox"/>	TV/Vídeo		
	<input type="checkbox"/>	Foto		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Web site		
	<input type="checkbox"/>	Multimídia		
	<input type="checkbox"/>	Pesquisa Científica		
	CATEGORIA	<input type="checkbox"/>	Produto Comunicacional	
		<input type="checkbox"/>	Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
		<input checked="" type="checkbox"/>	Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:
<input type="checkbox"/>		Reportagem	() Florianópolis (x) Brasil	
<input type="checkbox"/>		livro-reportagem ()	() Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____	
ÁREAS	Mercado de trabalho, mulheres jornalistas, jornalismo online			
RESUMO	<p>Este trabalho de conclusão de curso é a produção de um site sobre o cotidiano de mulheres que decidiram fazer jornalismo, área historicamente associada ao gênero masculino e cada vez mais ocupada por elas. A partir da multiplicidade de experiências em mídias como rádio, TV, jornais, revistas e internet, são discutidos os principais desafios enfrentados junto às fontes, aos colegas de trabalho e ao público. O site apresenta pautas como dificuldade de inserção em determinadas editorias, desigualdade de gênero na progressão da carreira, assédio no ambiente de trabalho e iniciativas de mulheres no jornalismo. Visualmente, o site segue a estrutura de um blog e está dividido em categorias que fazem referência a gêneros jornalísticos como reportagem, perfil e entrevista.</p>			

SUMÁRIO

1 EMENTA DO PROJETO.....	4
2 RESUMO.....	5
3 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	6
3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	6
3.2 JUSTIFICATIVAS.....	9
3.2.1 Do tema e das pautas.....	9
3.2.2 Da mídia.....	11
3.3 SITE.....	13
3.3.1 Estrutura.....	13
3.3.2 Apuração e conteúdo.....	13
4 CRONOGRAMA.....	16
5 RECURSOS.....	17
6 FINALIDADES.....	18
7 REFERÊNCIAS.....	19

1 EMENTA DO PROJETO

1.a. Título do projeto: *Mulheres jornalistas em pauta*

1.b. Natureza do projeto: Online reportagem

1.c. Alunas responsáveis: Carolina Bernardi Vieira e Kamylla Silva

1.d. Suporte do projeto: Web

1.e. Instituições envolvidas: Universidade Federal de Santa Catarina

1.f. Semestre programado para realização: 2018.1

1.g. Custos e fontes de financiamento: R\$ 5.109,32 (próprios)

1.h. Indicação do professor orientador: Professora Flávia Garcia Guidotti

2 RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso é a produção de um site sobre o cotidiano de mulheres que decidiram fazer jornalismo, área historicamente associada ao gênero masculino e cada vez mais ocupada por elas. A partir da multiplicidade de experiências em mídias como rádio, TV, jornais, revistas e internet, são discutidos os principais desafios enfrentados junto às fontes, aos colegas de trabalho e ao público. O site apresenta pautas como dificuldade de inserção em determinadas editorias, desigualdade de gênero na progressão da carreira, assédio no ambiente de trabalho e iniciativas de mulheres no jornalismo. Visualmente, o site segue a estrutura de um blog e está dividido em categorias que fazem referência a gêneros jornalísticos como reportagem, perfil e entrevista.

Palavras-chave: Mercado de trabalho; mulheres jornalistas; jornalismo online

3 DESCRIÇÃO DO PROJETO

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso tem o objetivo de revelar como é o cotidiano de mulheres que escolheram o jornalismo como profissão. Contudo, para entender quais são as principais dificuldades que elas enfrentam no mercado de trabalho no tempo presente, é importante lembrar como essa área nasceu no Brasil e entender quais foram os obstáculos que as profissionais precisaram ultrapassar até aqui para ocupar as redações. Para tanto, destacaremos episódios que remontam ao século XIX.

Oficialmente, a imprensa brasileira nasceu com a chegada da família real portuguesa ao Rio de Janeiro. Antes disso, a impressão de livros, jornais e até mesmo panfletos era proibida. O príncipe regente Dom João foi o responsável por assinar o decreto que criou a Imprensa Régia – hoje Imprensa Nacional –, em 13 de maio de 1808. No dia 10 de setembro do mesmo ano, a primeira edição da *Gazeta do Rio de Janeiro* foi produzida com máquinas trazidas da Inglaterra e começou a circular.

É possível afirmar que o surgimento da imprensa, o acesso à literatura e os primeiros passos rumo à emancipação feminina aconteceram ao mesmo tempo no Brasil. De acordo com Duarte (2016), muitas das primeiras mulheres que tiveram acesso ao letramento não demoraram a desenvolver o gosto pela leitura e, em alguns casos, pela escrita. Independentemente de serem professoras, jornalistas ou escritoras, o contato com as letras parecia ajudá-las a entender a posição subalterna que ocupavam na sociedade.

Antes de publicarem livros, várias autoras contribuíam para jornais e revistas. Nísia Floresta, que é considerada a primeira jornalista e feminista brasileira, é um bom exemplo disso: ela começou sua carreira no ano de 1831 em *Espelho das Brasileiras*, periódico dirigido por homens e voltado para as senhoras do estado de Pernambuco. Mesmo no início de sua trajetória, a autora já discutia a condição feminina em artigos que, mais tarde, foram reunidos na obra *Opúsculo Humanitário*.

Segundo Muzart (2003), o primeiro jornal fundado por uma mulher no Brasil teria sido *Belona Irada Contra os Sectários de Momo*, que começou a circular em Porto Alegre em 1833. Sua criadora, Maria Josefa Barreto, fazia questão de editar uma publicação politizada e chegou a se posicionar a favor das tropas imperiais contra os farroupilhas. Porém, o periódico teve vida curta e não causou repercussão nacional, já que era produzido em uma cidade que ficava longe da corte.

Na segunda metade do século XIX, várias mulheres criaram seus periódicos. Provavelmente, o mais famoso deles é *O Jornal das Senhoras*, que foi fundado em 1852 por Joana Paulo Manso de Noronha, uma jornalista argentina exilada no Rio de Janeiro. As páginas da publicação mesclavam assuntos considerados tipicamente femininos, como moda, com temas como crítica de arte e emancipação das mulheres. O editorial escrito pela fundadora para a primeira edição deixa isso claro:

Redigir um jornal é para muitos literatos o apogeu da suprema felicidade, *já sou Redator*, esta frasezinha dita com seus botões faz crescer dois palmos a qualquer indivíduo.

No círculo ilustrado, o Redator é sempre recebido com certo prestígio do homem que, em letra de imprensa, pode dizer muita coisa, propícia ou fatal, a alguém.

Ora, pois, uma Senhora à testa da redação de um jornal! Que bicho de sete cabeças será?

Contudo, em França, em Inglaterra, na Itália, na Espanha, nos Estados Unidos, em Portugal mesmo, os exemplos abundam de Senhoras dedicadas à literatura colaborando [em] diferentes jornais.

Porventura a América do Sul, ela só, ficará estacionária nas suas ideias, quando o mundo inteiro marcha ao progresso e tende ao aperfeiçoamento moral e material da sociedade?

Ora, não pode ser! A sociedade do Rio de Janeiro, principalmente a Corte Imperial e Capital do Império, Metrópole do Sul da América, acolherá decerto com satisfação e simpatia *O Jornal das Senhoras*, redigido por uma americana que, se não possui talentos, tem a vontade e o desejo de propagar a ilustração e cooperar com todas as suas forças para o melhoramento social e para a emancipação moral da mulher. [...]¹

Ainda são poucos os trabalhos que falam sobre a presença das mulheres nas redações brasileiras na primeira parte do século XX. Provavelmente, isso se deve ao fato de que a maioria publicava em veículos alternativos, que são mais difíceis de encontrar. Quando decidiu narrar 60 anos da história da imprensa paulista, Ribeiro (1998) deu algumas pistas de como elas eram tratadas nos jornais de grande circulação em meados da década de 1930:

Uma das situações mais tenebrosas que havia na imprensa de São Paulo (e do Brasil), em 1937, era a discriminação contra a mulher. As empresas jornalísticas eram pensadas e construídas como ambiente de sauna brega: só para homem. Nem havia banheiro feminino. No *Estadão*, à noite, quando fervia o trabalho jornalístico, as mulheres não eram aceitas nem na mesa telefônica. Havia mulheres como telefonistas, mas só durante o dia. À noite, um homem é que operava. Mulher podia ser telefonista, faxineira ou servia para fazer o café: circulava na área de serviço. (p. 31)

¹ NORONHA, Joana Paulo Manso de (Ed.). Às nossas assinantes. **O Jornal das Senhoras**. Rio de Janeiro, p. 1-2. 01 jan. 1852.

Uma das poucas exceções à essa regra era Margarida Izar, que é considerada a primeira repórter de geral do Brasil. Quando o Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo foi fundado, em 15 de abril de 1937, 52 profissionais estavam presentes, sendo que ela era a única mulher do grupo. Alguns anos mais tarde, a entidade também passou a representar jornalistas do interior e outras mulheres puderam ganhar destaque na imprensa paulista, como Dinorath do Valle.

Ao investigar a entrada das mulheres no jornalismo por meio da imprensa alternativa, Casadei (2011) aponta que a luta das mulheres negras por espaço ganha força com a fundação da Frente Negra Brasileira e seu jornal informativo, *A Voz da Raça*, que circulou entre 1933 e 1937. Nele, Celina Veiga publicava artigos que não discutiam a emancipação feminina ou os problemas específicos das mulheres negras, mas instruíam a desempenhar os papéis femininos tradicionais: esposa, mãe e dona de casa.

Na década de 1950, a presença de mulheres na grande imprensa passou a crescer. Quando a Editora Abril chegou no Brasil com a revista do Pato Donald, o quadro de apenas três funcionários já tinha uma jornalista, a francesa Micheline Gaggio Frank. Durante sua trajetória na empresa, ela coordenou a *Capricho* (1952), lançou a *Claudia* (1961) e passou por *Realidade* (1966), entre outras. No final dos anos 90, a Abril era a maior empregadora de jornalistas mulheres do país, com mais de 500 contratadas.

De acordo com Ribeiro (1998), a primeira mulher a atuar como jornalista esportiva no Brasil foi Neuza Pinheiro Coelho, que trabalhou no caderno geral dos *Diários Associados* junto com Margarida Izar e começou a assinar suas matérias em 1958. Ela participou ativamente da greve geral de 1961 e acredita que o número de mulheres nas redações cresceu expressivamente por conta da criação do curso de Jornalismo da Universidade de São Paulo (USP), em 1966.

Na análise de Rocha (2004), a criação de cursos de Jornalismo e a exigência de diploma criaram uma reserva de mercado que permitiu a feminização da profissão. Quando analisamos os números de um intervalo de apenas 20 anos, esse processo é visível: em 1986, 36% dos jornalistas atuantes no país eram mulheres; em 1996, elas eram pouco mais de 40%; em 2006, já representavam 52% do total de profissionais atuantes.

O levantamento mais recente sobre o perfil dos jornalistas brasileiros foi conduzido pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no segundo semestre de 2012 e divulgado em 2013.² Dos 2731 jornalistas que

² MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro**: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.

participaram da consulta, 64% são mulheres. Apesar disso, os resultados mostram que elas estão em desvantagem em aspectos como postos de trabalho, salários e progressão na carreira.

Para Leite (2017), o processo de feminização do jornalismo aconteceu de maneira articulada à precarização das relações de trabalho. Ainda que muitas mulheres se formem em cursos superiores, boa parte delas trabalha em regime *freelancer* ou fora da mídia. Outro aspecto importante apontado pela pesquisadora é que, mesmo com a presença cada vez maior de mulheres nas redações, a profissão ainda se baseia em valores historicamente associados ao masculino.

Nesse sentido, a presença das mulheres nos bastidores da produção jornalística ainda é um tema importante para as Ciências Humanas e para o próprio jornalismo. Apesar de muitas profissionais se dedicarem a contar histórias sobre os obstáculos que as mulheres enfrentam ao redor do mundo, ainda são poucas as vezes em que elas têm a oportunidade de compartilhar suas próprias dificuldades com os estudiosos e a sociedade. Mulheres jornalistas precisam ser objetos de estudo e fontes para pautas.

3.2 JUSTIFICATIVAS

3.2.1 Do tema e das pautas

Além de revelar proporções de gênero, a pesquisa *Perfil do Jornalista Brasileiro* (2013) traz outros dados que ajudam a entender a identidade dos profissionais da área. Boa parte da categoria é composta por pessoas jovens (59%), brancas (72%) e graduadas em Jornalismo (89%). Dois terços ganham até cinco salários mínimos e quase metade trabalha mais de oito horas por dia. Ao interpretar esses dados, Pontes (2017) concluiu que as mulheres formadas com menos de 30 anos sofrem mais com os trabalhos precários.

Do total de entrevistados, 66,5% das mulheres dizem ganhar até cinco salários mínimos e 51,2% dos homens afirmam que se encontram nessa faixa de remuneração. Acima disso, as proporções se invertem e eles são numericamente superiores a elas em todas as categorias: de cinco a dez salários mínimos (28,2% e 23,21%, respectivamente), de dez a 20 (12,9% e 7,1%) e mais de 20 (4,9% e 1,6%). Mesmo com essa discrepância, a carga horária para os dois gêneros é praticamente a mesma.

Ser homem ou mulher parece interferir nos cargos que um profissional ocupa dentro de uma empresa jornalística. Grande parte das mulheres formadas em Jornalismo que trabalha na mídia atua como repórter ou produtora. Por sua vez, os homens assumem funções bem variadas:

fotojornalistas, repórteres cinematográficos, colunistas, diretores e coordenadores. Mesmo o cargo de editor ainda mais é mais ocupado por homens (22,8%) do que por mulheres (19,4%).

A distribuição dos repórteres entre as diferentes editorias de um veículo de comunicação também parece ser um reflexo do gênero dos profissionais e dos papéis que a sociedade espera que os indivíduos desempenhem. Como explica Leite (2017):

No jargão profissional, as notícias se dividem em *hard news*, que correspondem às “notícias sérias”, e *soft news*, que se referem às “notícias brandas”, que representam as ocorrências sem muita importância. A maioria dos jornais parece fazer uma divisão de gêneros entre os repórteres das “notícias sérias”, como economia, política, reportagens policiais, que seriam predominantemente de homens, e as “matérias mais brandas”, do âmbito da cultura, moda, saúde, beleza, maternidade, filhos, que mais frequentemente são feitas pelas mulheres. [...] (LEITE, 2017, p. 53)

Em seu trabalho, Silva (2010) demonstra como qualidades historicamente associadas ao masculino são valorizadas no fazer jornalístico. Para tanto, ela usa como exemplo a figura do jornalista investigativo, que normalmente é reconhecida por atributos como autonomia, iniciativa e coragem. Normalmente, são os profissionais com esse tipo de perfil que conquistam o respeito dos colegas, emplacam manchetes e ganham prêmios da categoria.

Outras editorias bastante conhecidas pela predominância masculina são as de esportes e tecnologia. Mota (2013) conta que as mulheres que se interessam pelo jornalismo esportivo são deslocadas para cobrir outros assuntos ou escolhidas para cobrir modalidades consideradas pouco importantes. Rocha e Dancosky (2016) constatam que o número de notícias de tecnologia produzidas, protagonizadas e voltadas para mulheres é muito pequeno.

De acordo com Sousa (2010), os papéis tradicionais que as mulheres desempenham na sociedade podem impedir que tenham uma carreira de sucesso no jornalismo. Geralmente, elas acabam acumulando funções dentro de casa e sendo preteridas no ambiente de trabalho porque os profissionais com quem convivem passam a acreditar que essas jornalistas não têm capacidade para assumir pautas que exigem mais disponibilidade.

Inclusive, mulheres jornalistas que conseguem progredir na carreira precisam se desfazer dos estereótipos de gênero ligados ao feminino para demonstrar a sua autoridade e conquistar o respeito de seus subordinados. Assim, passam a reforçar os valores da profissão e, às vezes, exageram no uso do próprio poder. Consequentemente, reproduzem uma lógica que dificulta o sucesso de outras mulheres em uma área onde as qualidades associadas ao masculino são mais valorizadas (ROCHA, 2004; SILVA, 2010; LEITE, 2017).

Poucos trabalhos se dedicaram a estudar os problemas que as jornalistas enfrentam com chefes, colegas e fontes simplesmente pelo fato de serem mulheres. No entanto, uma pesquisa realizada pelo Sindicato de Jornalistas Profissionais do Distrito Federal (SJPDF) em 2016 revelou que 70,7% das entrevistadas já sofreram assédio moral por parte de chefes ou colegas; 78,5% já lidaram com atitudes machistas de entrevistados; e 47,5% já foram vítimas violência de gênero durante coberturas jornalísticas.

É neste contexto que o presente trabalho de conclusão de curso se dispõe a criar um espaço online dedicado a discutir a presença das mulheres jornalistas no mercado de trabalho. Estes dados servirão como base para o desenvolvimento de pautas que deem visibilidade aos principais problemas que elas enfrentam nas redações. Também haverá espaço para o compartilhamento de histórias de profissionais que se destacam no jornalismo por aspectos como criatividade, competência e empatia.

3.2.2 Da mídia

O produto final deste projeto é um site que possa servir de repositório para reportagens, entrevistas e perfis que tenham como tema as experiências das mulheres jornalistas. O meio online foi escolhido por razões que podem ser explicadas por algumas das sete características apresentadas por Canavilhas (2014) para um bom webjornalismo, como hipertextualidade, multimedialidade, memória e ubiquidade.

A hipertextualidade, de acordo com Canavilhas (2014), permite que o leitor aprofunde sua leitura sobre algum determinado ponto levantado pelo texto, caso queira, através de links, externos ou internos, em palavras-chave sem que o texto tenha que ser aumentado com explicações que podem prejudicar a fluidez da leitura.

O conceito de multimedialidade, trazido no livro por Salaverría (2014, p. 26), incorpora três elementos principais: 1) multiplataforma; 2) polivalência; e 3) combinação de linguagens.

Multiplataforma permite que o conteúdo não fique limitado ao site, mas que possa ser consumido de forma parcial em outros meios como redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn) ou plataformas de mídia não-textual (YouTube, Soundcloud). Polivalência trata da multiplicidade de tarefas atribuídas ao mesmo jornalista dentro de uma redação, o que se aplica a este projeto, visto que duas estudantes irão apurar, escrever, fotografar, filmar, editar e diagramar todo o conteúdo do site. Já sobre a combinação de linguagens, Salaverría explana:

Um conteúdo pode expressar-se, efetivamente, através de um único tipo de linguagem – texto, som, fotografia... – ou através de vários tipos de linguagem em simultâneo. Quando o conteúdo se expressa através de um único tipo de

linguagem, encontramos-nos perante um conteúdo monomédia. Seguindo o mesmo critério, se combinarmos dois tipos de linguagem estamos perante um conteúdo bimédia; se forem três, trimédia, e assim sucessivamente. Segundo este critério, todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem associados entre si são, por natureza, multimédia. Dito de outro modo, qualquer mensagem que não seja monomédia é multimédia. (SALAVERRÍA, 2014, p. 30)

Com o objetivo de explorar as diferentes linguagens e técnicas aprendidas ao longo do curso e, também, de tornar o conteúdo mais interessante e diversificado para o público, será aplicado o conceito de multimedialidade. Utilizando combinações de textos, imagens e vídeos, o conteúdo apresentado poderá ser disposto de uma forma mais atraente para que o público possa escolher qual meio prefere consumir.

O conceito de memória trazido por Palacios (2014, p. 93) dentro do jornalismo se refere a um registro do tempo presente, do cotidiano, que historiadores poderão utilizar ou não como referência posterior. Aplicando este conceito à web, o autor discorre:

Com as tecnologias digitais, as bases de dados (Barbosa & Mielniczuk, 2005) e a disponibilização da informação em rede, os arquivos disponíveis para o acionamento da memória, no momento da construção do discurso jornalístico, tornam-se não somente acessíveis e facilmente pesquisáveis, mas também múltiplos. (PALACIOS, 2014, p. 96)

A facilidade de acesso ao conteúdo do trabalho foi um fator determinante para a escolha da web como mídia. Assim, além de fazer um registro do presente através de suas reportagens e entrevistas, o site manterá esta memória disponível e acessível a qualquer momento.

Sobre distribuição e presença do conteúdo, Pavlik (2014, p. 159) traz o conceito da ubiquidade, que, segundo o dicionário Merriam-Webster³, significa “presença em todo lugar ou em muitos lugares, sobretudo simultaneamente” (tradução livre). Esta explicação é expandida por Pavlik:

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. (PAVLIK, 2014, p. 160)

³ MERRIAM-WEBSTER. **Ubiquity**. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/ubiquity>>. Acesso em: 10 de out. 2017

Segundo a pesquisa TIC Domicílios (2016), o acesso à internet está presente em 54% dos domicílios brasileiros. Com estes números avançando ao longo do tempo e os meios tradicionais de mídia perdendo espaço, a internet acaba por ser o meio mais rápido, fácil e economicamente viável para distribuição e divulgação de conteúdo.

Considerando que este projeto pretende levar ao público relatos, experiências e dados sobre as condições de trabalho das mulheres jornalistas no Brasil e gerar debate sobre o assunto, podemos concluir que a internet é o melhor meio para isso.

3.3 SITE

3.3.1 Estrutura

O site apresentará uma estrutura de blog, com as publicações disponíveis na página principal para que o leitor possa acessá-las facilmente. A plataforma escolhida para a hospedagem foi o Wordpress, que permite a inserção de *plug-ins*⁴ que facilitam a personalização e suporta conteúdos multimídia, como vídeos e galerias de imagens.

Optamos por um *layout* simples, sem cores vibrantes ou grande quantidade de informações gráficas, para permitir que o leitor se concentre no conteúdo sem distrações. Os tons escolhidos foram lilás, verde e branco, pois estas eram, segundo Crawford (2001), as cores usadas pelo movimento que lutou pelo sufrágio feminino.

Para facilitar a navegação, o site será dividido em categorias que representarão tanto os assuntos das publicações quanto os gêneros jornalísticos, permitindo, assim, que o leitor escolha o que prefere ler.

Retomando o conceito de ubiquidade trazido por Pavlik (2014), que trata de presença, distribuição e compartilhamento, o site terá links para páginas nas redes sociais onde suas publicações serão compartilhadas e divulgadas. Desta forma, um número maior de pessoas poderá ter acesso ao conteúdo.

3.3.2 Apuração e conteúdo

A realização deste projeto empregará diferentes métodos de apuração. Com o objetivo de desenvolver reportagens, entrevistas e perfis, nosso trabalho se desenvolverá principalmente por meio de entrevistas com mulheres jornalistas. Também serão utilizadas pesquisas

⁴ Pequenos *softwares* que complementam um programa maior.

acadêmicas e de sindicatos, livros que tratem dos assuntos abordados, documentos e dados públicos acessíveis através de sites governamentais.

Para nortear a apuração, criamos uma pré-seleção de assuntos a serem abordados e uma lista de fontes desejadas (ambas sujeitas a alterações):

Assuntos	Fontes
Mulheres jornalistas em posições de poder	Carla Jimenez (Editora executiva - El País) e Silvia Fonseca (Editora executiva - O Globo)
Mulheres jornalistas e empreendedorismo	Tai Nalon (Aos Fatos), Cristina Tardáguila (Agência Lupa), Maria Lutterbach (Gênero e Número), Giulliana Bianconi (Gênero e Número), Paula Miraglia (Nexo) e Renata Rizzi (Nexo)
Mulheres jornalistas e maternidade	Eliane Brum (El País) e Cristina Ranzolin (RBS)
Mulheres que abandonaram o jornalismo	Emília Chagas (Contentools) e Rosângela Menezes (Bolo da Roda)
Mulheres em editoriais tipicamente masculinas	Karine Alves (Fox Sports), Mônica Ramos (SportTV), Ana Thais Matos (SporTV), Isabela Labate (Band), Joana de Assis (SporTV), Mayra Siqueira (SporTV), Gabriela Moreira (ESPN), Bibiana Bolson (Esporte Interativo), Monique Danello (Esporte Interativo), Dibradoras, Carolina Dantas (G1), Bruna Penilhas (IGN), Carol Costa (IGN), Flavia Gasi (IGN)
Assédio de chefes, colegas de trabalho e fontes	Juliana Motta (ex-Diário de Santa Maria), Giulia Pereira (ex-iG) e Kelly Costa (RBSTV)
Jornalismo e feminismo	Isabella Otto (Capricho), Letícia Bahia (AzMina), Juliana de Faria (Think Olga), Portal Catarinas e Nós, mulheres da periferia
Racismo nas redações	Natalia Romualdo (Papo de Preta), Maristela Rosa (Papo de Preta) e Flávia Oliveira (Rede Globo)
Homofobia nas redações	Fernanda Gentil (Rede Globo) e Milly Lacombe (TPM)
Telejornalismo e padrões de beleza	Maria Júlia Coutinho (Rede Globo), Laine Valgas (NSC), Camille Reis (NSC) e Luciana Barreto (TV Brasil)

O tempo de apuração estimado é de cerca de seis meses, entre dezembro de 2017 e maio de 2018. Neste período, priorizaremos as entrevistas presenciais, seguidas de entrevistas por Skype, telefone e, em último caso, e-mail. Os meses de junho e julho de 2018 ficam reservados para a finalização dos textos e do relatório a ser entregue à banca.

O conteúdo do site será produzido a partir das entrevistas com as fontes e do levantamento de dados obtidos na apuração. Definiremos quais temas renderão reportagens e quais se enquadrarão em perfis e entrevistas para que possamos dar início à redação dos textos e edição de vídeos complementares.

Durante a edição dos textos, empregaremos técnicas de *Search Engine Optimization* (SEO)⁵ que facilitem a indexação do site em buscadores como Google e Yahoo!. Para isso, usaremos palavras-chave, links internos e externos e intertítulos formatados em H2⁶. Também manteremos os conteúdos entre 700 e 1400 palavras e os títulos entre 50 e 60 caracteres.

Publicaremos as matérias no site conforme elas forem finalizadas e, então, divulgaremos nas redes sociais. No site, o conteúdo ficará dividido por meio de categorias específicas relativas aos assuntos abordados e aos gêneros jornalísticos empregados.

⁵ “Otimização para mecanismos de busca”, em tradução livre.

⁶ H2 ou Cabeçalho 2 é um código de programação que destaca partes do texto de um site.

4 CRONOGRAMA

1ª e 2ª semana de dezembro: revisão bibliográfica e criação da identidade visual

3ª e 4ª semana de dezembro: apuração e aprovação da primeira versão do layout

1ª e 2ª semana de janeiro: apuração e aprovação da versão final do layout

3ª e 4ª semana de janeiro: apuração e programação do layout

1ª e 2ª semana de fevereiro: apuração em São Paulo

3ª e 4ª semana de fevereiro: apuração, redação e edição

1ª e 2ª semana de março: lançamento do site, apuração, redação, edição e gestão de mídias sociais

3ª e 4ª semana de março: apuração, redação, edição e gestão de mídias sociais

1ª e 2ª semana de abril: apuração em Porto Alegre

3ª e 4ª semana de abril: apuração, redação, edição e gestão de mídias sociais

1ª e 2ª semana de maio: apuração, redação, edição e gestão de mídias sociais

3ª e 4ª semana de maio: apuração, redação, edição e gestão de mídias sociais

1ª e 2ª semana de junho: redação, edição e gestão de mídias sociais

3ª e 4ª semana de junho: redação, edição, gestão de mídias sociais e elaboração do relatório

1ª e 2ª semana de julho: gestão de mídias sociais e elaboração do relatório

3ª e 4ª semana de julho: gestão de mídias sociais e defesa

5 RECURSOS

Finalidade	Quantidade	Custo
Materiais		
Livro <i>Elas Ocuparam as Redações</i>	1	R\$ 28,52
Equipamentos		
Microfone de lapela	1	R\$ 50,00
Câmera	1	Próprio
Tripé	1	Próprio
Computadores	2	Próprios
Lente Canon 50 mm	1	R\$ 499,00
Produção		
Layout	1	R\$ 710,00
Programação	1	R\$ 500,00
Hospedagem	1	R\$ 214,80
Domínio	1	R\$ 35,00
Viagens		
Passagens para São Paulo	2	R\$ 500,00
Passagens para Porto Alegre	2	R\$ 500,00
Hospedagem em São Paulo	2	R\$ 1.050,00
Hospedagem em Porto Alegre	2	Próprio
Alimentação em São Paulo	7 dias	882,00
Alimentação em Porto Alegre	7 dias	Próprio
Transporte em São Paulo	7 dias	R\$ 140,00
Transporte em Porto Alegre	7 dias	Próprio
		Total: R\$ 5.109,32

6 FINALIDADES

Como jornalistas em formação, aproveitaremos esta oportunidade para explorar formatos e técnicas aprendidos ao longo da faculdade, bem como conhecer mais sobre o mercado de trabalho que nos espera.

Durante os anos em que estivemos dentro do curso de jornalismo, presenciamos algumas situações e ouvimos diversos relatos de colegas, professoras e profissionais da área que demonstram a diferença de tratamento de mulheres jornalistas desde a academia até o mercado de trabalho. Acreditamos que é importante que tanto o público geral quanto os jornalistas homens conheçam a perspectiva das mulheres jornalistas e compreendam como o preconceito de gênero afeta as mulheres profissionalmente e psicologicamente, além de contribuir para a precarização das condições de trabalho.

Por fim, este projeto também tem como objetivo dar voz às mulheres jornalistas para que elas possam contar as suas histórias, por vezes apagadas e silenciadas em uma área profissional ainda muito vista como masculina. Que este trabalho possa gerar debates sobre o lugar da mulher no jornalismo e como construir um ambiente de trabalho mais justo e acolhedor para as mulheres jornalistas, no qual elas possam explorar todo o seu potencial sem serem limitadas e coibidas por seu gênero.

7 REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Corvilhã: Livros LabCom, 2014.

CASADEI, Eliza Bachega. A inserção das mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências do final do século XIX. In: **Revista ALTERJOR**. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP). Ano 02 Volume 01. Edição 03, Janeiro-Junho de 2011. p.1-10.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (Brasil). Centro de Estudos Sobre As Tecnologias da Informação e da Comunicação. **TIC Domicílios: 2016 Domicílios**. 2016. Disponível em: <<http://cetic.br/tics/domicilios/2016/domicilios/>>. Acesso em: 08 out. 2017.

CRAWFORD, Elizabeth. **The Women's Suffrage Movement: A Reference Guide, 1866–1928**. Hove: Psychology Press, 2001.

DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XIX**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

LEITE, Aline Tereza Borghi. Editoras, repórteres, assessoras e freelancers: diferenças entre as mulheres no jornalismo. **Cadernos de Pesquisa**, v.47 n.163 p.44-68 jan./mar. 2017.

MERRIAM-WEBSTER. **Ubiquity**. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/ubiquity>>. Acesso em: 10 de out. 2017

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.

MOTA, Isis Mendes. **Jornalismo esportivo de saia: a participação feminina no jornalismo esportivo**. Monografia (Graduação). Curso de Jornalismo, Centro Universitário de Brasília, 2013.

MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma Espiada na Imprensa das Mulheres no Século XIX. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 225-233, jan.-jun. 2003.

NORONHA, Joana Paulo Manso de (Ed.). Às nossas assinantes. **O Jornal das Senhoras**. Rio de Janeiro, p. 1-2. 01 jan. 1852.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Corvilhã: Livros LabCom, 2014. p. 89-110.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Corvilhã: Livros LabCom, 2014. p. 159-184.

PONTES, Felipe Simão. Desigualdades estruturais de gênero no trabalho jornalístico: o perfil das jornalistas brasileiras. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017.

RIBEIRO, José Hamilton. **Jornalistas 1937 a 1997: história da imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmeras e microfones**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.

ROCHA, Paula Melani. **As mulheres jornalistas no Estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira**. Tese (Doutorado). Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

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, UFRGS, n. 35, p. 119-136, jan./abr. 2016.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Corvilhã: Livros LabCom, 2014. p. 25-51.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias**. Dissertação (Mestrado). Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SINDICATO DE JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO DISTRITO FEDERAL **Pesquisa Desigualdade de Gênero no Jornalismo**. 2016. Disponível em: <http://www.sjpdf.org.br/images/Pesquisa_Desigualdade_de_Gênero_no_Jornalismo_-_Resultados.pdf>. Acesso em: 08 out. 2017.

SOUSA, Camila Stephane Cardoso Sousa. **Gênero e construção de identidade de mulheres jornalistas**. Monografia (Graduação). Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010.