



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

MULHERES ABELHAS:
A jornada das operárias e executivas na indústria joinvillense

Beatriz Fonseca Santini

Florianópolis
Outubro de 2015

Beatriz Fonseca Santini

**MULHERES ABELHAS:
A jornada das operárias e executivas na indústria joinvillense**

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. Daiane Bertasso**, no segundo semestre de 2015.
Orientador indicado: Prof. Jorge Kanehide Ijuim.

Florianópolis
Outubro de 2015

EMENTA DO PROJETO

- a. Título do projeto: MULHERES ABELHAS – A jornada das operárias e executivas na indústria joinvillense.
- b. Natureza do projeto: IMPRESSO/ reportagem revista
- c. Aluno(s) responsável(is): Beatriz Fonseca Santini
- d. Suporte do projeto: texto impresso
- e. Instituições envolvidas e equipe: Embraco, Dohler, Tupy, Whilpool, Prefeitura de Joinville, ACIJ, Consulado da Mulher.
- f. Semestre programado para realização: 2016-1
- g. Custos e fontes de financiamento: R\$ 13.900 de fontes próprias
- h. Indicação do professor-orientador: Jorge Kanehide Ijuim

RESUMO

Este projeto de trabalho de conclusão de curso é uma série de reportagens em texto sobre a jornada das mulheres nas indústrias de Joinville. A desigualdade de gênero é evidente na sociedade brasileira. Nas últimas décadas do século XX, a participação das mulheres no mercado de trabalho formal aumentou (de 1976 à 2000, subiu de 29% para 40%). No entanto, essa participação na área industrial ainda é menor (36,4% em 2009) que a dos homens e com muito mais dificuldades. Joinville é a cidade mais industrializada de Santa Catarina e, por isso, foi escolhida para ser abordada nessa reportagem. Diante dessa realidade, levanta-se a questão: Como é para as mulheres trabalhar na indústria de Joinville? A reportagem pretende: (1) Identificar a participação das mulheres nas indústrias de Joinville; (2) Problematizar as questões de gênero no dia-a-dia de trabalho e na convivência entre os funcionários homens e mulheres; (3) Contar histórias de vida de mulheres que trabalham na indústria de Joinville, tanto operárias, quanto executivas. A apuração será feita por meio de entrevistas presenciais, que serão a base da linha narrativa.

Palavras-chave: Jornalismo, gênero, mulheres, indústrias, Joinville.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Justificativa	10
1.2 Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo Geral	11
1.2.2 Objetivos Específicos	11
2. DESCRIÇÃO DO PROJETO	12
3. DESENVOLVIMENTO.....	13
4. CRONOGRAMA.....	15
5. ORÇAMENTO	16
6. FINALIDADES.....	17
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	18
8. BIBLIOGRAFIA	20
ANEXO A – Termo de Aceite do Orientador	22
ANEXO B – Termo de Autorização de Uso do Laboratório	23

1. INTRODUÇÃO

A participação das mulheres dentro de todos os espaços da sociedade é orientada por parâmetros culturais e sociais que envolvem desigualdade de gênero, machismo e preconceito. Não fugindo dessa regra, está a participação da mulher na área industrial, espaço que, por tradição, é dos homens.

Na história da sociedade moderna, uma divisão de trabalho estabeleceu-se entre homens e mulheres que acabou privilegiando o gênero masculino para o setor produtivo, deixando as mulheres limitadas a funções secundárias, como as atividades domésticas (STEIN, 2004).

O espaço no mercado de trabalho começa a ser conquistado pelas mulheres no século XX, quando elas deixam de exercer apenas as tarefas da casa, devido à necessidade de contribuir na renda familiar. Assim, elas se infiltram em um mercado de trabalho que até então era extremamente masculino.

Para Araújo (2004), as I e II Guerras Mundiais foram grandes influenciadoras da entrada da mulher no espaço do mercado de trabalho. Nessa época, os homens foram para os campos de batalha e as mulheres passaram a assumir as posições que os homens ocupavam no mercado. Após o término da guerra, muitos homens haviam morrido. Foi nesse momento que as mulheres foram obrigadas a conciliar o trabalho dentro e fora de casa para assumir os afazeres que antes eram realizados pelos seus maridos.

As mulheres passaram a ser vistas como mão de obra em potencial, tanto para trabalharem nas terras, como nas fábricas como operárias. No entanto, vale ressaltar que “esta incorporação definitiva para as mulheres no processo produtivo não significou uma igualdade nas relações entre homens e mulheres” (MÉNDEZ, 2005, p.58).

No Brasil, esse aumento da inserção das mulheres na força de trabalho ocorreu de forma desigual, reproduzindo no mercado de trabalho as desigualdades de gênero existentes em toda sociedade. Apesar dos avanços na qualidade de inserção das mulheres, existe discriminação entre o gênero nas relações laborais (MARQUES *et. al.*, 2005).

Bruschini (2007) também relata essa diferenciação de homens e mulheres no mercado. “Ressalte-se, entretanto, que a inserção das mulheres no mercado de trabalho brasileiro tem sido caracterizada através do tempo pela precariedade, que tem atingido uma importante parcela de trabalhadoras” (BRUSCHINI, 2007, p.561).

Entende-se por “gênero” as representações da identidade feminina e da identidade masculina que são reproduzidas social e culturalmente. É atribuído ao gênero feminino a

função de cuidar do mundo privado e da esfera doméstica, o que possui um valor social inferior as atribuições do mundo “público”, que são do gênero masculino (ABRAMO, 2007).

Isso, para as mulheres, não significa apenas uma limitação de tempo e recursos para investir em sua formação profissional e trabalho remunerado, como também está fortemente relacionado à subvalorização (econômica e social) do trabalho da mulher e seu papel na sociedade. As imagens de gênero sobre os homens e as mulheres no trabalho são elementos fundamentais, portanto, no processo de reprodução das desigualdades que continuam sendo observadas e vivenciadas pelas mulheres trabalhadoras. (ABRAMO, 2007, p.10).

É preciso salientar que, nas últimas décadas do século XX, no Brasil, a inserção da mulher no campo de trabalho formal, com carteira assinada, cresceu e estabilizou-se. De 1976 a 2000, subiu de 29% para 40%. “A incorporação de mulheres ao mercado de trabalho metropolitano, intensa entre o final da década de 1990 e meados dos anos 2000, tem, desde então, experimentado tendência de desaceleração”(DIEESE, 2013, p.3). No entanto, devido ao preconceito, essa participação ainda é menor do que a dos homens – e com muito mais dificuldades.

Em 2009, comparando a média anual dos rendimentos dos homens e das mulheres, verificou-se que, em média, as mulheres ganham em torno de 72,3% do rendimento dos homens. O salário das mulheres ainda é de 25% a 30% menor e suas condições de trabalho são mais precárias: 90% dos empregos domésticos remunerados são ocupados por mulheres. No mercado de trabalho informal elas também são maioria: 61% (DIEESE, 2013).

Em estudo realizado pelo IBGE (2008), entre os anos 1998 e 2007, constatou-se que $\frac{1}{3}$ das mulheres trabalham com prestação de serviços. Os únicos tipos de trabalho em que as mulheres são maioria são os serviços domésticos e os cargos de administração pública. Vale ressaltar que, em 2009, apenas 36,4% dos cargos da indústria eram ocupados por mulheres (DIEESE, 2013).

O menor rendimento das mulheres no mercado de trabalho atual choca-se com outras duas situações: atualmente no Brasil, as mulheres são responsáveis pelo sustento de 37% das famílias (analisando somente as áreas urbanas esse número sobe para 39%) e o nível educacional das mulheres é maior do que o dos homens na faixa etária de 25 anos ou mais (12,5% das mulheres completaram a graduação contra 9,9% dos homens) (DIEESE, 2013).

A discriminação e preconceito dentro do ambiente de trabalho são rotineiros. A capacidade e habilidade da mulher são, frequentemente, colocadas sob suspeita. Em reuniões de trabalho, elas possuem menos tempo de fala, são menos ouvidas e mais vezes interrompidas. Sua feminilidade também é vista como um aspecto negativo, o que acarreta na masculinização da mulher em busca de aceitação do mercado.

Essa diferenciação acarreta também em um menor número de mulheres nos cargos mais altos das empresas. Apenas 4% dos principais executivos das 250 maiores empresas brasileiras são do sexo feminino. As mulheres estão sub-representadas em posições de gerência executiva (apenas 14% desses cargos são ocupados por mulheres), pré-requisito para promoções a níveis hierárquicos mais altos. Entre essas empresas, encontram-se somente nove CEOs¹ do sexo feminino (BAIN & COMPANY, 2013).

Em 2013, a empresa global de consultoria de negócios, Bain&Company, realizou uma pesquisa com empresários brasileiros para entender melhor por que a representatividade das mulheres em altos cargos de liderança é tão baixa. Um total de 514 pessoas respondeu à pesquisa, com igual representatividade de mulheres e homens, e 42% dos entrevistados ocupavam posições de gerência sênior ou executiva.

A pesquisa revelou três pontos-chave que, [segundo os participantes,] impedem as mulheres de atingirem posições de liderança:

1. Além dos já conhecidos desafios associados à percepção de prioridades conflitantes entre trabalho e vida pessoal, o estilo das mulheres é diferente dos homens e menos valorizado no mercado de trabalho;
2. Homens e mulheres reconhecem que têm estilos diferentes, mas homens veem menos obstáculos dessa diferença às chances de promoção das mulheres;
3. As empresas tendem a valorizar mais atributos tipicamente reconhecidos como masculinos (solucionar problemas, influenciar) do que aqueles mais identificados como femininos (apoiar e dar *coaching*) (BAIN & COMPANY, 2013)².

O parque industrial catarinense é referência em todo país e Santa Catarina é o terceiro estado mais desenvolvido do Brasil – perdendo apenas para São Paulo e Paraná. Por isso, a cada ano cresce o interesse das empresas pelo investimento nesta região (PERINI BUSINESS PARK, 2014).

Do estado, Joinville é uma das cidades que possui maior tradição industrial e é considerado o mais importante pólo econômico, tecnológico e industrial. Localizada no nordeste de Santa Catarina, região que tem economia pautada pelas indústrias de plástico, máquinas e equipamentos, materiais elétricos, metalurgia, veículos automotores e autopeças, possui o maior parque fabril do estado, com 1,8 mil indústrias (PERINI BUSINESS PARK, 2014).

A Fundação Tupy, Dohler, Whirlpool e Grupo Tigre são algumas das empresas que nasceram na cidade e hoje contribuem para o seu alto nível de industrialização. As atividades econômicas das indústrias asseguraram o segundo maior PIB do estado, de R\$ 18,5 bilhões.

¹CEO é a sigla inglesa de ChiefExecutive Officer, que significa Diretor Executivo em Português. CEO é a pessoa com maior autoridade na hierarquia operacional de uma organização.

² Documento eletrônico não paginado.

Segundo o Censo de 2013, Joinville possui cerca de 546 mil habitantes e destes 50,36% são mulheres. Em 2012, aproximadamente 38% da população econômica ativa da cidade estava trabalhando no segundo setor, que corresponde a indústria e construção civil (PERINI BUSINESS PARK, 2014).

Acredita-se que, em Joinville, a inserção da mulher no mercado industrial acontece de maneira muito semelhante ao resto do país, com as mesmas discrepâncias em relação ao rendimento e ascensão masculina e com as mesmas dificuldades.

Sabe-se também que a sua participação nem sempre é pacífica. Casos de assédio moral e sexual estão presentes nesse cenário, tanto para as trabalhadoras operárias, quanto para as executivas.

1.1. Justificativa

Apesar de eu ter nascido em São Paulo, Joinville é a cidade que vivi a maior parte da minha vida. Para mim, nada é mais natural do que agora, nesse momento de produzir um trabalho importante, presentear a cidade com um conteúdo que falasse sobre ela.

Como mulher, as questões de gênero sempre estiveram presentes no meu cotidiano e sempre me interessei muito pelo tema. Com a criação do Coletivo Jornalismo sem Machismo, das alunas do Curso de Jornalismo da UFSC, pude me aproximar ainda mais do tema e aprender mais sobre.

A escolha do assunto para esse trabalho foi baseada na união entre as questões de gênero à cidade que eu gostaria que fosse o meu objeto de estudo. Acredito que, apesar de parecer – para alguns – questões ultrapassadas, os problemas de gênero e o machismo continuam muito atuais e merecem ser discutidos e estudados.

O caderno Mercado, da Folha de São Paulo (2015), veiculou recentemente algumas projeções muito interessantes sobre a participação da mulher no mercado de trabalho brasileiro. Segundo os estudos feitos, se fosse mantido o ritmo de desigualdade entre os sexos, as mulheres passariam a ganhar o mesmo que os homens em 2085.

A projeção feita mostra que “a discriminação de gênero é um fator determinante para as possibilidades de acesso, permanência e condições de trabalho. A necessidade de transformar as condições nas quais elas se inserem e estão inseridas, constitui-se em um desafio relevante para a construção de novas relações sociais.” (DIEESE, 2013 p.1).

Assim como Montipó e Farah (2009, p.1), acredito na força da função social do jornalismo na sua capacidade de “dar à comunidade os meios para a transformação positiva de suas realidades”. Portanto, creio que expor os fatos apurados com esse trabalho de reportagem

contribui na luta pela igualdade. As mulheres devem cobrar salários justos e respeito no ambiente de trabalho. E as empresas, precisam enxergá-las com o verdadeiro potencial que possuem.

Baseando-se na problemática anteriormente apresentada e nesta justificativa, esse trabalho possui a seguinte questão-problema: Como é para as mulheres trabalhar nas indústrias da cidade de Joinville? Com base neste questionamento, são delineados os objetivos deste trabalho.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo Geral

Compreender como é para as mulheres trabalhar nas indústrias da cidade de Joinville, mostrando as questões envolvidas no dia-a-dia de trabalho, tanto das operárias de fábrica, quanto das executivas.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar a participação das mulheres nas indústrias de Joinville;
- Problematizar as questões de gênero no dia-a-dia de trabalho e na convivência entre os funcionários homens e mulheres;
- Contar histórias de vida de mulheres que trabalham na indústria de Joinville, tanto operárias, quanto executivas.

2. DESCRIÇÃO DO PROJETO

O trabalho será apresentado na forma de série de textos-reportagens para veiculação em revista, com estimativa de 50 mil caracteres ao todo.

A primeira reportagem traçará um panorama da situação das mulheres como trabalhadoras –operárias e executivas– na indústria de Joinville, com análise da presença, participação, rendimento, condições de trabalho e histórico. Em sequência, as outras reportagens serão em forma de perfil, contando a história de vida e trabalho de mulheres da cidade.

Pretende-se entrevistar presencialmente algumas fontes oficiais, entre elas membros da ACIJ (Associação de Comércio e Indústria de Joinville), da Delegacia da Mulher, da Prefeitura Municipal, das áreas de Recursos Humanos de indústrias da cidade. As entrevistas com as perfiladas também serão feitas de forma presencial, pois se acredita que assim é possível refletir o ser humano em sua essência.

Só conseguimos esse efeito, enquanto jornalistas, quando saímos a campo e interagimos, como seres humanos, com nossos personagens da vida real. Não conseguimos isso quando nos limitamos a entrevistar pessoas pelo telefone ou pela internet, nem quando só escrevemos condicionando nosso texto a um formato limitado de 'lead' (VIANA³, *apud* MONTIPÓ; FARAH, 2005, p.11).

Pretende-se também acompanhar, presencialmente, a rotina de trabalho de mulheres dentro das indústrias, passando um ou mais dias com elas, a fim de analisar e problematizar as suas rotinas.

³ VIANA, Natalia. Entrevista TCC Relato Humanizado. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por em 24 de agosto de 2005.

3. DESENVOLVIMENTO

A execução desse trabalho inicia-se com uma pesquisa e levantamento de dados oficiais sobre a participação das mulheres no mercado de trabalho formal, mais precisamente na indústria, tanto no Brasil quanto em Joinville. Para isso, serão analisadas pesquisas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística), Dieese (Departamento Intersindical de estatística e estudos socioeconômicos), FCC (Fundação Carlos Chagas) e Prefeitura Municipal de Joinville.

Essa coleta inicial de dados e informações busca a contextualização da pauta. Medina e Leandro (1973) explicam que não cabe ao jornalista apenas informar, é preciso contextualizar. E é a partir dessa contextualização que é possível começar a interpretação.

Na passagem de um jornalismo puramente informativo para um jornalismo interpretativo, as linhas de espaço e tempo se enriquecem: enquanto a notícia registra o aqui, o já, o acontecer, a reportagem interpretativa determina um sentido desse aqui num círculo mais amplo, reconstitui o já no antes e no depois, deixa os limites do acontecer para um estar acontecendo atemporal e menos presente. (MEDINA; LEANDRO, 1973, p.7).

Para a reportagem, será feito contato com as áreas de recursos humanos de, pelo menos, quatro indústrias joinvillenses, de diferentes setores. Preferencialmente: Tigre (plásticos), Dohler (têxtil), Whirlpool (eletrodomésticos) e Tupy (fundição). A intenção é perceber como as próprias empresas percebem a participação da mulher em seus ambientes e também averiguar se isso é uma questão de importância e relevância para eles.

A partir das empresas escolhidas, quatro personagens serão entrevistadas presencialmente. As fontes serão escolhidas pela reportagem e serão de diferentes níveis de escolaridade e cargos ocupados, para oferecer maior alcance e abrangência à apuração.

Com uso de gravador de áudio, a ideia é que a entrevista ocorra em forma de conversa informal, para a fonte se sentir à vontade para contar as suas experiências, impressões e relatos pessoais. Pretende-se alcançar o que Joseph Mitchell chamava de “observação reveladora” de cada uma das fontes, sobre a sua própria inserção como mulher no mercado industrial, uma conclusão inédita que a fonte chega sobre a situação ali no momento da conversa. João Moreira Salles (2003, p.152) definiu esse tipo de observação como “uma palavra nova e inviolada, trazida à tona pela feliz empatia entre quem fala e quem escuta”.

Além da entrevista, a reportagem também pretende acompanhar a rotina de trabalho de cada uma das fontes. Com autorização das empresas, as personagens da reportagem serão acompanhadas, por pelo menos um dia, pela repórter, em seu local de trabalho. Assim, será possível observar o ambiente e clima dos locais, além da própria postura, interação e relação

entre os homens e mulheres. Esse acompanhamento foi chamado de “imersão” por Campos (2009), e para ele:

Nas histórias de vida, antes de mais nada, é preciso conquistar a simpatia do entrevistado. E isto não se faz com meias-verdades, com mentiras, com falsas identidades, com câmeras ocultas ou com qualquer outro expediente escuso. Pelo contrário, para estabelecer uma boa relação com a fonte, o jornalista deve ser honesto, transparente, amigo e companheiro. (CAMPOS, 2009, p. 138).

Campos (2009) também sugere como o entrevistador deve se portar para atingir um bom resultado em sua “imersão”. Para ele, é preciso não apenas prestar atenção, mas também mergulhar na mente do entrevistado e pensar junto com ele. Com esse acompanhamento e observação, será possível relatar as questões e conflitos de gênero intrínsecos ao ambiente industrial.

Também será realizada uma sessão de fotos com as personagens escolhidas, com equipamento do Laboratório de Fotografia do Curso de Jornalismo UFSC, para ser usada na diagramação do material final. A fotografia não será usada apenas como acessório da reportagem, mas terá significado próprio e contribuirá para a construção da narrativa.

O processo de redação da reportagem será iniciado com o final da apuração. É nesse momento que a interpretação dos fatos e informações coletadas durante a pesquisa e reportagem serão colocadas em texto. Para Medina (1973, p.5), a interpretação “é o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele”.

Através da complementação dos fatos que situem ou interpretem o fato nuclear, através da pesquisa histórica de antecedentes, ou através da busca do humano permanente no acontecimento imediato, a grande reportagem é a interpretação do fato jornalístico. (MEDINA, 1973, p.7).

Dessa maneira, pretende-se desenvolver uma reportagem interpretativa, sempre levando em consideração a “contextualização histórica, o entorno do fato, os detalhes do acontecido ou declarado, para ir além do meramente declaratório” (CAMPOS, 2009).

O formato do projeto, série de textos-reportagens para veiculação em revista, exigirá um trabalho de editoração gráfica e diagramação, que serão feitos baseada nas regras e costumes editoriais das revistas atuais. Pretende-se usar bastantes fotos, principalmente retratos, para a parte dos perfis e histórias dos personagens.

5. ORÇAMENTO

Para o levantamento de dados oficiais da reportagem será usado computador pessoal com conexão à internet. Estima-se, pelo menos, 20 horas de pesquisas em fontes oficiais.

Para a gravação dos áudios das entrevistas será usado aparelho de celular Iphone5 (acervo pessoal). A redação da reportagem será feita em, pelo menos, 50 mil caracteres, o que vale 6.500 reais, baseando-se pelo número de caracteres da lauda editorial com acréscimo pela consulta de mais de duas fontes⁴. Para os encontros presenciais com as fontes, o deslocamento será feito de carro e de ônibus, o que se estima um gasto de 100 reais com passagens e gasolina.

Para as fotografias será usada uma câmera Nikon, D300S com lentes 18-105mm e 50mm do Laboratório de Fotografia do Curso de Jornalismo. Estima-se um trabalho de quatro saídas para a captura de fotografias (R\$ 1.400,00).

A diagramação será realizada pela própria autora do projeto, usando computador pessoal com software Adobe Indesign. Será necessária a criação de um projeto gráfico (valor de R\$ 2.700,00) e diagramação das 30 páginas do material final (valor de R\$ 1.800,00).

A impressão será realizada em papel couché, 250 gramas, em gráfica expressa⁵, e serão necessárias, pelo menos dez cópias. Para isso, o investimento será de R\$ 1400.

Reportagem: apuração, redação e deslocamentos	R\$ 6600
Fotografia	R\$ 1400
Projeto Gráfico	R\$ 2700
Diagramação	R\$ 1800
Impressão	R\$ 1400
Valor total:	R\$ 13.900

⁴ Todos os valores de serviços jornalísticos foram estimados com base na tabela oferecida pelo Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina.

⁵ Orçamento de uma revista de 30 páginas, tamanho A4, na gráfica Postmix, de Florianópolis.

6. FINALIDADES

Esse trabalho será feito com finalidade de formação profissional no Curso de Jornalismo da UFSC e também de aprendizado pessoal sobre as questões de gênero e sobre o cenário industrial da cidade de Joinville.

Acredito que o trabalho também possui um fim social, já que oferece voz a mulheres que não são ouvidas e garante a elas um espaço para expor seus problemas e vivências pessoais. Também se constrói como base de argumento e prova das desigualdades sociais entre homens e mulheres, tanto na cidade de Joinville, como no Brasil.

O resultado final da reportagem em texto pode ser publicado em revista de circulação estadual ou municipal, como por exemplo, as revistas *Premiere*, *21*, *Business* e *Catarina*.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Lais Wendel. **A inserção da mulher no mercado de trabalho: Uma força secundária?** Tese (Programa de Doutorado em Sociologia). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

ARAÚJO, Luis César G. de. **As mulheres no controle do mundo– elas têm influência em todas as esferas, da política à comunicação.** Forbes Brasil, São Paulo, set. 2004.

BAIN & COMPANY, [s.l.] 2013. Disponível em: <<http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-and-company-revela-razoes-pelas-quais-mulheres-brasileiras-nao-chegam-a-lideranca-de-empresas.aspx>>. Acesso em 05 out. 2015.

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cad. Pesqui.**, 2007, vol.37, no.132. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v37n132/a0337132.pdf>>

CAMPOS, Pedro Celso. Gêneros do Jornalismo e Técnicas de entrevista. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Santa Catarina: UFSC, 2009. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p127/10422>> Acesso em 05 out. 2015.

DIEESE. **A inserção da mulher no mercado de trabalho**, [s.l.] 2013. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/analiseped/2013/2013pedmulhermet.pdf>>. Acesso em 05 out. 2015.

FÁBIO, André Cabette. Dois séculos separam mulheres e homens da igualdade no Brasil. **Folha de São Paulo**, 29 set. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/asm/2015/09/1675183-no-ritmo-atual-fim-da-desigualdade-entre-homens-e-mulheres-demoraria-240-anos.shtml>>. Acesso em 05 out. 2015.

IBGE. **Algumas características da inserção das mulheres no mercado de trabalho**, [s.l.] 2008. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_mulher/Suplemento_Mulher_2008.pdf>. Acesso em 05 out. 2015.

MARQUES, E. K.; GALEAZZI, I. M. S.; TONI, M.; KRELING, N. H. Novos arranjos familiares: ampliação da inserção laboral feminina e seus impactos sobre a renda das famílias. In: FEE – Fundação de Economia e Estatística. **Mulher e Trabalho.** Porto Alegre: FEE, FGTAS/SINE, V5. 2005.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente.** São Paulo: Média, 1973.

MÉNDEZ, Natalia Pietra. **Discursos e práticas do movimento feminista em Porto Alegre (1975-1982)**. Porto Alegre: PPGH/UFRGS, 2005.

MONTIPÓ, Criselli e FARAH, Ângela. **Relato humanizado no jornalismo: a importância da humanização na narrativa para um jornalismo transformador**. 2009, Vitória. Centro Universitário de União da Vitória. Disponível em <<http://www.unicentro.br/redemc/2009/74%20relato%20montipo%20farah%20OK.pdf>>

PERINI BUSINESS PARK. **Joinville em dados**. Joinville, 2014. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/899383-JOINVILLE-EM-DADOS-2014>> Acesso em 05 out. 2015.

SALLER, Moreira; MITCHEL, Joseph. **O segredo de Joe Gould**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

STEIN, Maria de L. T. **Trabalho feminino no setor eletroeletrônico de Curitiba**. In. DALLA COSTA, Armando João; CRAF, Márcia Elisa de Campos (Orgs.). **Estratégia de desenvolvimento urbano e regional**. Curitiba: Juaruá, 2004.

8. BIBLIOGRAFIA

ABRAMO, Lais Wendel. **A inserção da mulher no mercado de trabalho: Uma força secundária?** Tese (Programa de Doutorado em Sociologia). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

ARAÚJO, Luis César G. de. **As mulheres no controle do mundo– elas têm influência em todas as esferas, da política à comunicação.** Forbes Brasil, São Paulo, set. 2004.

BAIN & COMPANY, [s.l.] 2013. Disponível em: <<http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-and-company-revela-razoes-pelas-quais-mulheres-brasileiras-nao-chegam-a-lideranca-de-empresas.aspx>>. Acesso em 05 out. 2015.

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cad. Pesqui.**, 2007, vol.37, no.132. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v37n132/a0337132.pdf> >

CAMPOS, Pedro Celso. Gêneros do Jornalismo e Técnicas de entrevista. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Santa Catarina: UFSC, 2009. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p127/10422>> Acesso em 05 out. 2015.

DIEESE. **A inserção da mulher no mercado de trabalho**, [s.l.] 2013. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/analiseped/2013/2013pedmulhermet.pdf>>. Acesso em 05 out. 2015.

FÁBIO, André Cabette. Dois séculos separam mulheres e homens da igualdade no Brasil. **Folha de São Paulo**, 29 set. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/asm/2015/09/1675183-no-ritmo-atual-fim-da-desigualdade-entre-homens-e-mulheres-demoraria-240-anos.shtml>>. Acesso em 05 out. 2015.

IBGE. **Algumas características da inserção das mulheres no mercado de trabalho**, [s.l.] 2008. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_mulher/Suplemento_Mulher_2008.pdf>. Acesso em 05 out. 2015.

MARQUES, E. K.; GALEAZZI, I. M. S.; TONI, M.; KRELING, N. H. Novos arranjos familiares: ampliação da inserção laboral feminina e seus impactos sobre a renda das famílias. In: FEE – Fundação de Economia e Estatística. **Mulher e Trabalho.** Porto Alegre: FEE, FGTAS/SINE, V5. 2005.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente**. São Paulo: Média, 1973.

MÉNDEZ, Natalia Pietra. **Discursos e práticas do movimento feminista em Porto Alegre (1975-1982)**. Porto Alegre: PPGH/UFRGS, 2005.

MONTIPÓ, Criselli e FARAH, Ângela. **Relato humanizado no jornalismo: a importância da humanização na narrativa para um jornalismo transformador**. 2009, Vitória. Centro Universitário de União da Vitória. Disponível em <http://www.unicentro.br/redemc/2009/74%20relato%20montipo%20farah%20OK.pdf>

PERINI BUSINESS PARK. **Joinville em dados**.Joinville, 2014.Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/899383-JOINVILLE-EM-DADOS-2014>> Acesso em 05 out. 2015.

SALLER, Moreira; MITCHEL, Joseph. **O segredo de Joe Gould**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

STEIN, Maria de L. T. **Trabalho feminino no setor eletroeletrônico de Curitiba**. In. DALLA COSTA, Armando João; CRAF, Márcia Elisa de Campos (Orgs.).**Estratégia de desenvolvimento urbano e regional**. Curitiba: Juaruá, 2004.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

TERMO DE ACEITE DO ORIENTADOR

Florianópolis, 18 de novembro de 2015.

Eu, JORGE KANEHIDE IJUIM, professor (a) do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, assumo a responsabilidade pela orientação, no semestre 2016-1, do Trabalho de Conclusão de Curso do aluno (a) Beatriz Fonseca Santini, matrícula 12203932, que tem como título "Mulheres alunas: a jornada das opiniões e execuções na indústria jornalística".

Jorge Kanehide Ijuim
1149692



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE LABORATÓRIO

Florianópolis, 20 de novembro de 2016.

Eu, Ivan Luz Giacomelli responsável pela Supervisão/Coordenação do Laboratório de Fotojornalismo do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, declaro estar ciente de que o (a) aluno (a) Matheus Henrique Bionton

Matriculado (a) no Curso de Jornalismo, sob o número de matrícula 1330.3.992, necessitará utilizar as dependências e os equipamentos disponíveis do referido Laboratório para uso no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), a ser realizado no período de primavera 2016. Como responsável pelo setor, comprometo-me a operacionalizar as demandas necessárias seguindo o cronograma previamente apresentado.

Ivan Luz Giacomelli

Prof. Ivan Luz Giacomelli
Supervisor do Laboratório de Fotojornalismo
CCEN/SC - Portaria nº 1400/2009

Nome por extenso do responsável:

Número do SIAPE: 1281270