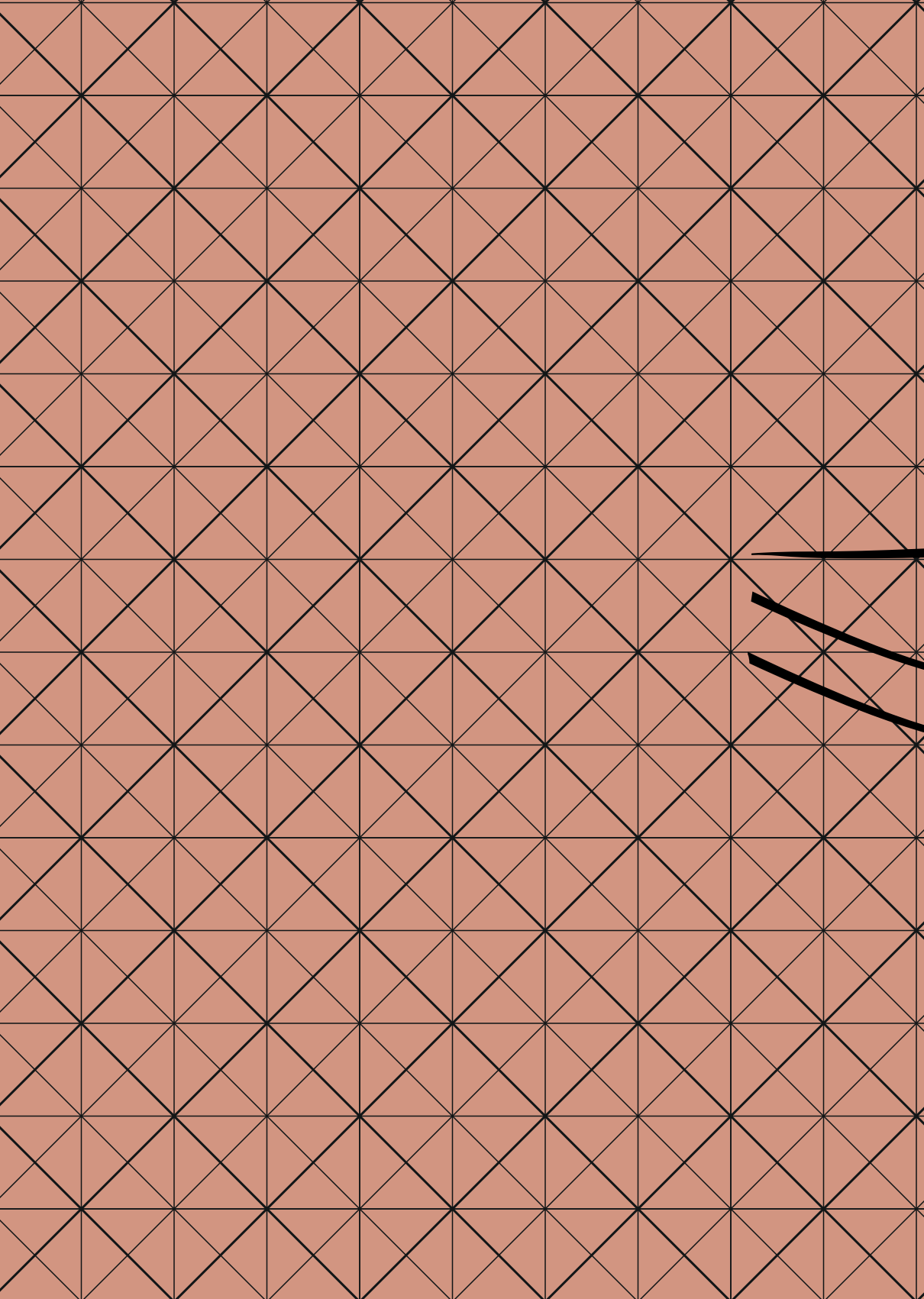
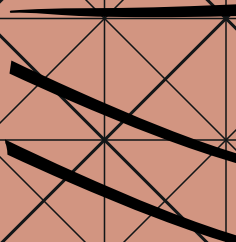
A stylized illustration of a woman in a red dress, rendered in a graphic, almost comic-book style. The woman is shown from the chest up, with her head tilted slightly to the right. Her hair is dark and styled in a short, wavy bob. She is wearing a red dress with a high collar and a large, draped fabric element on the left side. The background is a light pink color with a dark pink diamond grid pattern. The text "MULHERES NO JORNALISMO BRASILEIRO" is overlaid on the lower half of the image in a bold, white, sans-serif font with a black outline.

# MULHERES NO JORNALISMO BRASILEIRO



## MULHERES NO JORNALISMO BRASILEIRO



"QUANDO O COLEGA HOMEM FALA,  
PARECE QUE JÁ TEM MAIS GARANTIA.  
QUANDO A GENTE FALA TEM QUE TER  
TODAS AS PROVAS NA MESA PARA QUE  
AQUILO SEJA LEVADO EM CONTA".



# SUMÁRIO

Apresentação

Metodologia

Resultados da pesquisa

Assimetrias de gênero  
no mercado de trabalho

Discriminação de gênero

Segurança e assédio  
no exercício da profissão

Respostas organizacionais  
à discriminação e assédio

Perspectiva de gênero  
na cobertura jornalística

Conclusões

Recomendações

Referências

Anexos

# APRESENTAÇÃO

**EM AGOSTO DE 2017, UMA JORNALISTA DA CBN DENUNCIOU TER SOFRIDO ASSÉDIO DO DEPUTADO WLADIMIR COSTA (SD-PA) DURANTE COBERTURA POLÍTICA EM BRASÍLIA.** No mês anterior, o técnico do Sport Club Internacional, ao ser questionado por uma repórter sobre a atuação do time, respondeu: “Desculpe, eu não vou fazer essa pergunta para você porque você é mulher e de repente não jogou

(futebol)”. Em abril do mesmo ano, uma jornalista da RecordTV do Rio Grande do Sul decidiu relatar um caso de assédio sexual que sofreu quando era produtora do canal.

Enquanto a presente pesquisa era realizada, estes foram alguns dos casos de discriminação de gênero no jornalismo que vieram à tona. E representam apenas uma pequena amostra das dificuldades enfrentadas por mulheres jornalistas no exercício profissional. Além de denúncias de assédio moral e sexual, dentro e fora das redações, o trabalho jornalístico apresenta outros

entraves ligados a estereótipos e papéis de gênero.

Para buscar mapear os limites que questões de gênero impõem ao desempenho de repórteres, fotógrafas, editoras ou executivas de mídia, a Gênero e Número e a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, com o apoio do Google News Lab, lançam a pesquisa “Mulheres no Jornalismo Brasileiro”. As organizações entrevistaram jornalistas brasileiras sobre suas experiências, acessando questões que as afetam e buscando projetar desafios para 2018.

A Abraji, como uma das principais associações profissionais de jornalismo do país, ocupa um lugar privilegiado na relação com os mais importantes meios de comunicação e seus trabalhadores, o que garantiu a participação na pesquisa de um grupo diversificado de jornalistas mulheres. A Abraji também tem um histórico de atuação em defesa da liberdade de expressão e trabalha desde sua fundação para que repórteres tenham um ambiente de trabalho democrático e favorável à sua atuação.

A Gênero e Número existe para dar para visibilidade a dados e a evidências relevantes para o debate sobre equidade de gênero no Brasil. A organização aportou sua experiência em análises e narrativas guiadas por dados com enfoque em questões de gênero para a construção da metodologia de pesquisa.

O resultado do trabalho destas duas organizações é um levantamento inédito e em profundidade, obtido a partir da realização de grupos focais e da aplicação de um questionário online, que traz insights cruciais

## **A GÊNERO E NÚMERO EXISTE PARA DAR PARA VISIBILIDADE A DADOS E A EVIDÊNCIAS RELEVANTES PARA O DEBATE SOBRE EQUIDADE DE GÊNERO NO BRASIL.**

para ampliar o debate sobre situações que prejudicam as mulheres e afetam a cobertura jornalística.

A partir de agora, as empresas jornalísticas já contam com um diagnóstico mais preciso para perseguir mudanças nas relações de trabalho e promover ambientes mais seguros e menos discriminatórios para mulheres. Isso significa melhorar a qualidade de trabalho para a maioria dos seus profissionais<sup>1</sup>, o que, em última instância, contribui para a produção de um jornalismo melhor e mais plural.

<sup>1</sup> Dados do Censo de 2010 indicam que as mulheres representam 58% dos jornalistas de 20 a 29 anos e são 64% dos estudantes dos cursos de jornalismo.



**"POR ESTAR HÁ TRÊS ANOS NO JORNAL E FAZENDO UMA PAUTA BEM PESADA, ACHEI QUE ERA UM BOM MOMENTO PARA PEDIR UM AUMENTO. APENAS OUVI: 'VOCÊ VEIO ME PEDIR UM AUMENTO COM ESSE BARRIGÃO?'"**

# METODOLOGIA

A pesquisa “Mulheres no Jornalismo Brasileiro” alia métodos quantitativos e qualitativos com o objetivo de investigar diversas dimensões das vivências e percepções das mulheres jornalistas no Brasil. Na fase qualitativa, foram realizados grupos focais com mulheres em atividade no mercado jornalístico nas quatro cidades brasileiras onde se concentra o maior número de profissionais — **Rio de Janeiro, Porto Alegre, Brasília e São Paulo**. Os grupos focais tiveram um total de 42 participantes, uma média de 120 minutos de discussão e um total de 70 páginas transcritas. No método de grupo focal, a participação em um grupo proporciona um ambiente mais natural e interativo do que a entrevista individual e tende a estimular a espontaneidade das respostas. Como é mais flexível e menos explicitamente dirigido pelo pesquisador, o grupo focal revela melhor a multiplicidade de visões e as molduras de referência dos pesquisados, permitindo que elaborem as questões

em seus próprios termos e linguagem e que dêem ênfase àquilo que lhes parece mais relevante (Finch & Lewis, 2003). Nessa fase da pesquisa, através de um conjunto mínimo de perguntas, procuramos estimular as participantes a se pronunciar a respeito dos temas:

- 1. SATISFAÇÃO PESSOAL NO TRABALHO.**
- 2. PERCEPÇÃO DE ATITUDES SEXISTAS E FORMAS DE ASSÉDIO NO TRABALHO.**
- 3. AVALIAÇÃO SOBRE CHANCES E OPORTUNIDADES.**
- 4. PERCEPÇÃO DO IMPACTO DE GÊNERO NO DESEMPENHO PROFISSIONAL.**
- 5. AVALIAÇÃO SOBRE GÊNERO E A COBERTURA MIDIÁTICA**

O que resultou dos grupos focais foi um material empírico qualitativo e em profundidade, que nos permitiu conhecer quais são as dimensões da relação entre gênero e profissão consideradas mais importantes pelas próprias participantes. A primeira questão a ser salientada com relação aos grupos focais

foi a grande responsividade das jornalistas. Estimuladas por perguntas curtas e objetivas, elas discutiram com entusiasmo os temas propostos, aprofundando e fazendo conexões com outras questões que lhes pareceram relevantes. Chamou também atenção a dominância de menções a situações concretas para ilustrar seus argumentos, fossem elas vivências das próprias jornalistas, fossem seus testemunhos de situações ocorridas no trabalho com outras mulheres.

Isso nos conduz à segunda etapa da pesquisa: os grupos focais nos proporcionaram informações valiosas sobre quais são as questões mais importantes para as entrevistadas e permitiram uma descrição aprofundada do seu conteúdo. No entanto, eles têm duas limitações. A primeira está relacionada à própria dinâmica do grupo: a falta de privacidade pode fazer com que as participantes deixem de reportar situações mais sensíveis. Em se tratando de uma pesquisa que lida com temas como assédio e discriminação, isso pode ser particularmente delicado. A segunda diz respeito à capacidade de generalização das descobertas: como as respondentes são pré-selecionadas de forma não aleatória e estão em número

**OBTEVE-SE TAMBÉM  
GRANDE DIVERSIDADE  
DE VEÍCULOS: NA  
PESQUISA QUANTITATIVA  
PARTICIPARAM MULHERES  
QUE ATUAM EM**

**271**

**VEÍCULOS DIFERENTES**

relativamente pequeno, não é possível afirmar que os dados produzidos a partir da técnica de grupo focal sejam válidos para todo o conjunto de mulheres jornalistas<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Na pesquisa qualitativa, esse segundo problema é contornado através da técnica de comparação entre os grupos para verificar se os temas que emergiram em um grupo também apareceram nos demais. Quando se constata que os relatos se repetem e que realizar novas rodadas de conversa não acrescenta novidade à pesquisa, diz-se que se atingiu a "saturação" dos dados. A ideia de "saturação" é um critério de validade que se refere àquele momento em que a continuidade da pesquisa não proporciona mais novas informações (Fusch & Ness, 2015).

Assim, a pesquisa foi composta também por uma segunda etapa, quantitativa, que permitiu produzir testes mais rigorosos dos achados da fase qualitativa. Desse modo, aproximamo-nos de uma maior generalização das descobertas para a população de jornalistas mulheres brasileiras. Na etapa quantitativa, utilizamos os achados dos grupos focais para elaborar um questionário online, que foi respondido por uma amostra expandida de mulheres jornalistas recrutadas através dos contatos institucionais dos realizadores da pesquisa (Abraji e Gênero e Número) e ampliada pelo método de bola-de-neve e divulgação nas redes.

O questionário ficou disponível online durante o período de 26 de junho até 28 de agosto de 2017, obtendo um total de 531 respostas de mulheres jornalistas. Após a exclusão dos questionários respondidos pela metade e de casos que não se encaixavam no perfil procurado – particularmente as mulheres que trabalham em assessorias de imprensa, que não são o foco da pesquisa – obtivemos um número total de **477 respondentes**.

O método de survey eletrônico tem suas vantagens e também

limitações. Um benefício do seu formato é o anonimato, o que estimula a sinceridade nas respostas. Por outro lado, a amostra obtida não é probabilística, isto é, não há uma igual chance de cada pessoa na população visada responder à pesquisa e pode haver viés de seleção em favor de pessoas mais próximas das redes das(os) pesquisadoras(es) ou ainda de mulheres mais interessadas no tema da pesquisa.

O que pudemos fazer para reduzir em parte o erro amostral foi melhorar a qualidade do recrutamento e da difusão do questionário, buscando evitar que setores importantes da população estudada ficassem de fora da amostra (Dillman, 2006). Conseguimos obter relativa diversidade de perfis, como demonstram as características gerais da amostra ilustradas na tabela no anexo 1. Obteve-se também grande diversidade de veículos: na pesquisa quantitativa participaram mulheres que atuam em **271 veículos diferentes**, 40% dos quais são jornais, 16% veículos nativos digitais, 16% televisão, 9,9% revistas, 8,2% rádio, 2,5% agências de notícias, 7,1% outros e 0,4% não sabem / não responderam<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> N = 477



# RESULTADOS

## RESULTADOS DA PESQUISA ASSIMETRIAS DE GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO

**O MERCADO JORNALÍSTICO MUDOU SIGNIFICATIVAMENTE NAS ÚLTIMAS DÉCADAS E A PROPORÇÃO DE HOMENS E MULHERES NAS REDAÇÕES SE TORNOU MAIS EQUILIBRADA.** No entanto, ainda são registradas desigualdades salariais e ocupacionais significativas no jornalismo brasileiro: as mulheres tendem a

receber salários menores e a ser excluídas dos cargos de maior prestígio e remuneração, conforme dados do Censo de 2010. Na pesquisa quantitativa, as mulheres apareceram distribuídas entre as editorias conforme o seguinte padrão:

TABELA 1: EM QUAL ÁREA OU EDITORIA VOCÊ DESEMPENHA A MAIOR PARTE DAS SUAS ATIVIDADES?		
NÃO ATUO EM NENHUMA EDITORIA ESPECÍFICA/ATUO EM VÁRIAS EDITORIAS	41,3%	197
POLÍTICA/PAÍS	13,0%	62
CULTURA	9,2%	44
ECONOMIA	8,4%	40
CIDADE	6,7%	32
ESPORTE	4,6%	22
OUTRO (ESPECIFIQUE)	4,2%	20
INTERNACIONAL	2,9%	14
TURISMO, MODA, ESTILO DE VIDA, GASTRONOMIA	2,1%	10
ARTE/INFOGRAFIA	1,9%	9
RURAL E MEIO-AMBIENTE	1,5%	7
CIÊNCIA E SAÚDE	1,0%	5
SEGURANÇA E POLÍCIA	1,0%	5
EDUCAÇÃO	0,8%	4
TECNOLOGIA	0,6%	3
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	0,6%	3
N=477		



**65%**  
**ALEGARAM HAVER MAIS  
HOMENS EM CARGOS  
DE PODER**

A análise das respostas das entrevistadas aponta uma situação de equilíbrio nos cargos de editor: perguntadas qual o gênero do(a) responsável direto(a) pela edição das matérias na área em que trabalham, as respondentes afirmaram que **44% são homens, 37,5% são mulheres e 12% são elas próprias** (somando um total de **49,5% mulheres na posição de editora**). Em 6,2% dos casos, a pergunta não se aplicava. Quando cruzamos os dados do gênero do(a) editor(a) com o tipo de editoria, encontramos também um quadro de relativo equilíbrio, sem vieses gritantes de gênero. Nas áreas de Política/País, Internacional, Cultura, Cidade e Ciência as quantidades de

homens e mulheres editores são proporcionais.

O que encontramos de discrepante são as áreas de esportes, educação e tecnologia, nas quais os homens estão sobrerrepresentados como editores. Na área de **economia** há um desequilíbrio expressivo de gênero em favor das mulheres editoras. Já na área de **turismo, moda, gastronomia e estilo de vida** há proporcionalmente mais mulheres editoras que homens. Esse quadro sugere uma certa divisão do trabalho jornalístico conforme os antigos estereótipos que apontam que os homens são mais aptos a trabalhar em áreas como esportes e tecnologia, enquanto mulheres teriam

afinidade com temas como viagem, comportamento, moda etc. No entanto, a forte presença de mulheres editoras em áreas como **jornalismo econômico** mostram que há mais nuances nesse quadro e que as mulheres têm conquistado posições antes consideradas domínios masculinos.

De modo geral, as jornalistas que participaram da pesquisa quantitativa veem equilíbrio na proporção de homens e mulheres no veículo em que trabalham: **40,8% afirmam que a quantidade de colegas de ambos os gêneros é proporcional**, 34% apontam que há mais mulheres do que homens e apenas 24,2% alegam haver

mais homens do que mulheres. Contudo, elas tendem a perceber **desproporção em favor dos homens nos cargos de liderança** – como editores, coordenadores, diretores etc: apenas 19,4% apontaram haver proporções iguais de homens e mulheres nessas posições, **enquanto 65,4% alegaram haver mais homens em cargos de poder** e somente 15% disseram haver mais mulheres. No tocante à cor ou raça, o quadro é dramaticamente desigual. Um total de **94,5% das respondentes disseram haver mais pessoas brancas do que negras em seus veículos**. Nos cargos de liderança, esse percentual foi de 95,6%.

# DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO

**EM NOSSA PESQUISA CONSTATAMOS QUE AS MULHERES ESTÃO BASTANTE ATENTAS À DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO NO TRABALHO.** Nos grupos focais, por exemplo, as participantes mencionaram episódios de discriminação de gênero em diversos momentos como contratação, demissão, promoção no trabalho, definição de salário, direitos, distribuição de tarefas e oportunidades de crescimento profissional e até mesmo definição de escalas de trabalho. Muitas mostraram uma percepção aguda de que, embora haja muitas profissionais mulheres no jornalismo, a **ascensão na carreira para elas é muito difícil**. Alguns depoimentos relatam episódios que ilustram esse problema:

¶ *Meu chefe, quando eu ainda era estagiária, me disse que*

*não me efetivaria porque “só trabalho com homens”.*

¶ *...fiquei sabendo que essa editora queria, na verdade, um homem porque “já tinha muita mulher na equipe”*

¶ *Eles não tiveram nenhuma vergonha em me dizer que optaram pelo rapaz porque ele era homem e não tinha filho*

¶ *Eu descobri que ele — eu era estagiária e tinha sido efetivada — era repórter, estava no mesmo cargo que eu, só que já entrou como repórter e ganhava o dobro do que eu ganhava.*

¶ *Eu sou a repórter que ganha menos na minha editoria. Eu sou o menor salário.*

¶ *Eu fiquei dois anos como produtora, mas fazia reportagens também, com um salário menor do que o deles.*

Algumas dessas falas apontam e exemplificam formas de discriminação de gênero já amplamente registradas pela literatura acadêmica. Na área de pesquisa sobre gênero e organizações, por exemplo, já foi constatado que, de modo geral, estereótipos sobre homens e mulheres influenciam a determinação de salários, promoção no emprego e até mesmo distribuição de tarefas entre os funcionários (Ridgeway, 1997).

De modo geral, os resultados dos grupos focais encontram confirmação na pesquisa quantitativa: de um universo de 477 mulheres, **53,4%** delas afirmaram acreditar que nas suas organizações as mulheres têm **menos oportunidades** de progredir na carreira que os homens. Entre

as demais, 39,5% afirmaram que as chances são as mesmas, 1,7% disseram que as chances são maiores e 5,3% alegaram não ter refletido sobre esse assunto.

Entre as jornalistas mulheres que responderam à pesquisa, **86,4% admitiram já ter passado por pelo menos uma situação de discriminação de gênero no trabalho**, enquanto somente 13,6% não assinalaram nenhuma experiência de discriminação. Dentre as situações listadas, aquela que foi apontada como mais comum foi a distribuição de tarefas no ambiente de trabalho conforme o gênero dos jornalistas, seguida por obtenção de promoção no emprego, oportunidade de trabalho, obtenção de aumento e, por fim, determinação de escalas de horário.

VOCÊ JÁ SENTIU ALGUMA VEZ QUE SER MULHER TE PREJUDICOU EM ALGUMA DESSAS SITUAÇÕES?		
	N	%
OPORTUNIDADE DE TRABALHO	176	36,9%
OBTENÇÃO DE AUMENTO	169	35,4%
OBTENÇÃO DE PROMOÇÃO NO EMPREGO	188	39,4%
DISTRIBUIÇÃO DE TAREFAS NO AMBIENTE DE TRABALHO	275	57,7%
DETERMINAÇÃO DE ESCALAS DE HORÁRIO	113	23,7%
OUTRO	56	11,7%
N = 477		

De fato, as informantes dos grupos focais relatam tanto situações de preterição em benefício de colegas homens – “ele colocou um fotógrafo para fazer meu trabalho”, “ele assinou uma matéria que eu tive que ditar para ele escrever”, “ele me tirou de lá e colocou uma outra pessoa, mesmo sabendo que eu já fazia aquilo há muito tempo” – como situações em que o trabalho foi distribuído conforme estereótipos de gênero, produzindo uma espécie de divisão sexual do trabalho jornalístico:

- ¶ Já me tiraram de uma pauta justamente por ser mulher e deram para o homem fazer porque seria algo perigoso para mim.
- ¶ Foram dividir os acontecimentos diários pelos diretores executivos e ela, a única mulher ali, ficou com “Beleza e comportamento”.
- ¶ Eu deixo de fazer determinados jogos e coberturas pelo fato de ser mulher.
- ¶ Em contrapartida, quando aparece uma pauta que tem um apelo mais sensível sempre se coloca menina. Quando é pauta com criança é mulher fazendo, sempre!.

Com respeito à **discriminação em obtenção de aumento**, apontada por **35,4%** das

jornalistas participantes da pesquisa quantitativa como uma situação pela qual já passaram no trabalho, as falas das participantes dos grupos focais são bastante elucidativas. O que elas mostram é que a persistência do imaginário do “homem provedor” e a ideia de que o trabalho feminino é “complementar” e “inferior” ao do homem influenciam a determinação de salários e direitos do trabalho:

- ¶ Eu tive um colega na mesma posição que eu, antes de eu ter o cargo de chefia, com o salário muito mais alto por ele ser o homem da família. Então, eu não podia ganhar mais do que ele porque ele sustentava a casa. Então ele precisava ganhar mais do que eu.
- ¶ [no jornal X] as mulheres não tinham o direito de colocar os maridos no plano de saúde porque os maridos precisam ganhar mais porque eles sustentam a casa. Por isso eles precisam ter as mulheres (enquanto dependentes) porque são frágeis, são donas de casa... Então eles precisam ter plano de saúde pros filhos e pra mulher; e a mulher não pode ter o marido porque ele está na rua trabalhando e quem é ela pra sustentar o marido?.

Outro tema muito mencionado pelas mulheres que participaram dos grupos focais foi o constante assédio moral sofrido por mulheres jornalistas **para que não engravidem e usufruam de licença maternidade.** Segundo algumas delas, tal questão entra também no cálculo salarial, como expõe a fala dessas informantes:

¶ *...eu tava fazendo três anos no [jornal X], estava fazendo uma pauta muito pesada e achei que o momento era ótimo [para pedir um aumento]. A resposta que eu tive foi: “Você veio me pedir um aumento com esse barrigão?”*

¶ *Uma vez eu fui pedir aumento também. Pedi o aumento, disseram que me dariam e uma semana depois eu falei que estava grávida. Eles disseram que eu iria receber o meu aumento depois dos meus seis meses da licença.*

¶ *[Com a gravidez] rolou um climão lá. Eu vi que eles começaram a pegar mais no meu pé”. [...] eu percebi que o clima estava muito chato e fui conversar. “Realmente a Ciclana ficou muito chateada por você ter engravidado...*

¶ *Eu já ouvi em proposta de emprego: “Você não quer ter filho, né? E se quer para quando?” Eu já ouvi isso em processo seletivo, o RH perguntando isso.*

¶ *Só que na hora que você oficializa que você vai ter um filho — porque a gravidez não dá para disfarçar — parece que você cometeu uma traição dobrada*

Curiosamente, esse tema não apareceu com muita força na pesquisa quantitativa: somente 2,3% das respondentes afirmaram ter sofrido ameaças de perder o emprego em caso de gravidez. No entanto, cabe lembrar que essa pode ser apenas uma de outras formas de intimidação com relação à maternidade que não foram captadas pela pesquisa. Os grupos focais nos permitiram ouvir relatos de jornalistas sobre mecanismos estruturais de produção de desigualdades de gênero, apontando como a profissão é concebida para um trabalhador masculino, sem responsabilidades parentais e/ou familiares.

Os relatos oscilaram entre a auto-responsabilização por manter a vida profissional e familiar compatíveis e em funcionamento até críticas a um ambiente profissional dominado por uma perspectiva masculina sobre o trabalho e insensível às solicitações da vida pessoal das mulheres. Algumas profissionais apontaram dificuldades em

"UM DIA UMA REPÓRTER FOI 'ENCOXADA' NA SALA POR UM EDITOR. DEPOIS DISSO, SEMPRE QUANDO VOLTAVA DAS PAUTAS ELA TINHA QUE SUBIR ACOMPANHADA PARA EVITAR CERTOS TIPOS DE PROBLEMA."





conciliar a maternidade com o trabalho em vista do que julgam serem exigências irrealistas de disponibilidade de tempo e até mesmo desorganização dos chefes e colegas com as tarefas e horários de trabalho.

Embora não tenhamos abordado questões mais finas e estruturais na pesquisa quantitativa, o fato de **84,9% das respondentes não possuírem filhos menores de 18 anos** (ver anexo 1) sugere que as redações jornalísticas seguem a mesma tendência das organizações que nas últimas décadas absorveram mão de obra feminina, mas não modificaram seus processos de trabalho e estruturas organizacionais: as pressões sobre o tempo, a imprevisibilidade de horários e as exigências de escalas nos finais-de-semana em vez de separar mulheres e homens, separam agora homens

e mulheres responsáveis pelo cuidado de filhos – desencorajando as últimas a atuar em uma ocupação incompatível com suas obrigações familiares (Connell, 2016).

A discriminação pode ainda assumir a forma de **tratamento diferencial de homens e mulheres**. Nos grupos focais, as jornalistas relatam situações em que sofreram humilhações públicas, foram hostilizadas, seja na relação com chefes, seja na relação com fontes. A forte incidência desse tipo de episódio no cotidiano foi corroborada pela pesquisa quantitativa: **83,6% das jornalistas relataram já ter sofrido ao menos uma das oito situações de violência psicológica** listadas abaixo. As formas mais comuns são abuso de poder ou autoridade, intimidação verbal, escrita ou física e insultos verbais.

	N	%
INSULTOS VERBAIS	211	44,2%
HUMILHAÇÃO EM PÚBLICO	193	40,5%
ABUSO DE PODER OU AUTORIDADE	305	63,9%
INTIMIDAÇÃO VERBAL, ESCRITA OU FÍSICA	285	59,7%
TENTATIVA DE DANOS À SUA REPUTAÇÃO	148	31,0%
AMEAÇA DE PERDER O EMPREGO EM CASO DE GRAVIDEZ	11	2,3%
AMEAÇAS PELA INTERNET	64	13,4%
INSULTOS PELA INTERNET	118	24,7%
N = 477		

Às formas explícitas de discriminação somam-se formas mais sutis – ou veladas – de discriminação de gênero. Nos grupos focais, as jornalistas relataram ter o **seu esforço e competência questionados com frequência, serem tratadas com menos seriedade e com condescendência, descreveram dinâmicas de distribuição desigual do poder e da palavra dentro das suas organizações e disseram ter seu trabalho tornado invisível ou mesmo apropriado por pares do gênero masculino**. Além disso, algumas perceberam obstáculos à realização do seu trabalho em virtude do machismo de chefes, colegas e fontes.

¶ *Eu já ouvi coisas do tipo “você tem cara de ser tão novinha tão criança para tá fazendo uma matéria tão difícil tão pesada quanto essa...”.*  
¶ *Cara, eu tô cobrindo [o tema x] há quase 3 anos! Chega a ser ridículo ele me explicar uma coisa que eu já sei há muito tempo.*

**84%**  
**DAS JORNALISTAS  
RELATARAM JÁ TER  
SOFRIDO AO MENOS UMA  
DAS OITO SITUAÇÕES DE  
VIOLÊNCIA PSICOLÓGICA**

¶ *Uma fonte minha não parava de falar, não prestava atenção no que eu dizia e me interrompia todas as vezes que eu falava.*  
¶ *Ela estava ali desde 9h da manhã, apurando, sabia o que era, mas prevaleceu o que ele disse.*  
¶ *Quando o colega homem fala, parece que tem mais garantia nisso. Quando a gente vai apresentar uma coisa tem que estar com todas as provas na mesa para mostrar que aquilo que a gente está dizendo é aquilo que a gente tá dizendo.*

Essas formas de discriminação cotidiana foram apontadas como recorrentes por um número

expressivo de mulheres na pesquisa quantitativa. Perguntadas, por exemplo, se “Alguma vez **você já teve sua competência questionada ou viu uma colega ter a competência questionada por colegas ou superiores pelo fato de ser mulher?**” (exemplo: “mas essa matéria é muito complicada para uma mulher realizar”, “foi você mesma que conseguiu essa pauta?”), **7,5% das respondentes disseram que isso já aconteceu ao menos uma vez, 41,8% mais de uma vez e 12,4% alegaram que sempre acontece.** Apenas 34,3% disseram nunca ter testemunhado ou sofrido com esse tipo de comentário.

O sexismo se manifesta no ambiente de trabalho de outras formas, mais ou menos explícitas: a atribuição de estereótipos às mulheres relacionados a ideias de fragilidade, sensibilidade excessiva, instabilidade emocional e incapacidade de lidar com determinados temas. Isso se traduz muitas vezes na desvalorização do seu trabalho e capacidade.

¶ *Mas já tive chefe — que eu me dou super bem hoje — que fazia umas coisas tipo se eu reclamar de alguma coisa ele perguntar “você está menstruada?”.*  
¶ *Ele tava desqualificando meu*

*problema, ele estava diminuindo dizendo que eu estava fora do meu estado normal. “Eu só queria que você me levasse a sério”*  
¶ *Homem chefe descontrolado é porque está tentando resolver algum problema. Mulher descontrolada é maluca, está de TPM.*

Além dos estereótipos, são recorrentes nas falas das jornalistas referências a um clima generalizado de suspeição com respeito à moral feminina dentro das redações. De acordo com um número expressivo de informantes, **as jornalistas são alvo de comentários sobre sua honestidade e moral sexual.** Seus êxitos profissionais são frequentemente interpretados como resultado de barganha sexual com seus superiores hierárquicos.

¶ *Fora que eu escuto direto de coleguinha de setor “Mas como você conseguiu essa informação?” Assim, várias vezes.*  
¶ *...ele disse que era “A mulherzinha que fica abrindo as pernas pro chefe”*  
¶ *Tem muita situação de “Ah, mas se tu subiu (de cargo) é porque você deu para seu chefe”*  
¶ *Pessoas falando que eu só consegui a vaga porque eu “tinha feito alguma coisa com*

*meu chefe, talvez alguma coisa com conotação sexual*

Na pesquisa quantitativa esse padrão se repete: **73% das mulheres afirmaram já ter escutado comentários ou piadas de natureza sexual sobre uma mulher ou mulheres no seu ambiente de trabalho.** Perguntadas se já ouviram **piadas machistas** – isto é, comentários que ridicularizam as mulheres, propagam estereótipos e/ou banalizam a violência contra a mulher – no ambiente de trabalho, **92,3% afirmaram que sim.** 77,1% delas responderam ter vivenciado ao menos uma das situações cotidianas de machismo no ambiente de trabalho abaixo:

ASSINALE AS SITUAÇÕES ABAIXO QUE JÁ ACONTECERAM COM VOCÊ NO SEU AMBIENTE DE TRABALHO		
	N	%
JÁ RECEBI DE COLEGAS DE TRABALHO MATERIAL DE NATUREZA SEXUAL POR E-MAIL OU MÍDIAS SOCIAIS QUE NÃO SOLICITEI	64	13,4%
JÁ FORAM EXIBIDOS NO MEU LOCAL DE TRABALHO DESENHOS OU FOTOGRAFIAS PORNOGRÁFICAS	109	22,9%
JÁ OUVI PIADAS SOBRE SEXO QUE ME DEIXARAM DESCONFORTÁVEL	251	52,6%
JÁ OUVI COMENTÁRIOS OU PIADAS DE NATUREZA SEXUAL SOBRE UMA MULHER OU MULHERES	348	73,0%
NÃO SABE OU NÃO RESPONDEU	41	8,59%
N = 477		

O que é possível depreender desse estado de coisas é que, apesar dos avanços e da presença proporcional de homens e mulheres nas redações, o gênero ainda é uma forma de diferença presumida bastante presente nas interações cotidianas no exercício da profissão de jornalista. O gênero e os estereótipos de gênero colaboram para produzir desigualdades nos arranjos institucionais no interior das organizações jornalísticas, influenciando as relações, as redes profissionais, determinando formas de divisão do trabalho e influenciando processos de ascensão profissional e econômica de forma prejudicial às mulheres e favorável aos homens.



# SEGURANÇA E ASSÉDIO

## **SEGURANÇA E ASSÉDIO NO EXERCÍCIO DA PROFISSÃO**

**O TEMA MAIS MENCIONADO E COMENTADO PELAS PARTICIPANTES DOS GRUPOS FOCAIS FOI O ASSÉDIO SEXUAL.** Os assédios relatados por elas vão desde aqueles de natureza episódica a um assédio contínuo e, às vezes, crescente e intimidador. Os autores do assédio são usualmente de chefes, colegas, fontes e audiência. Os assédios relatados são às vezes iniciativas individuais e feitos às

escondidas, em uma sala fechada, por mensagens ou e-mails, e em outras são o que uma das informantes classificou como “assédio coletivo”, isto é, quando um grupo de homens se utiliza do assédio sexual como forma de interagir e socializar uns com os outros, às expensas da dignidade das colegas mulheres. Para algumas das informantes, esse último tipo de assédio estabelece um clima de tolerância, cumplicidade masculina e normalidade com relação aos comentários, piadas e outras formas de assédio sexual nas redações, o que torna a



reação ou denúncia mais difícil e penosa, uma vez que o comportamento do(s) assediador(es) é validado pelo grupo.

¶ *E quando trabalhei como estagiária era assediada por ele quase que diariamente.*

¶ *Comigo ele foi bem direto em tom de brincadeira, mas ele falou “E aí quando é que você vai dar para mim?”*

¶ *Mas porque você tá falando isso?” “Eu quero transar!” E quando ele disse isso eu tinha 18, 19 anos “Mas você é um senhor!*

¶ *E do lado da pessoa passou uma menina super bonita que eu não lembro quem é. E aí essa pessoa que estava com ele fez um aceno de cabeça. Ou seja, oferecendo a menina que passou pro cara novo.*

¶ *...ele perguntou se o meu chefe tem alguma estagiária-zinha bonitinha para poder ir com ele tomar um vinhozinho junto com ele. Daí o meu chefe chegou na mesa rindo, contando aquilo e meio que jogou a história pra cima de mim e eu disse que não iria porque eu namorava.*

¶ *Mas o cara falou aquilo com uma segurança, uma naturalidade, porque ninguém ia julgar, se importar e fazer nada... Que foi algo chocante.*

O assédio impõe restrições ao trabalho cotidiano das jornalistas. Além de relatarem sensações de incômodo, infelicidade no trabalho e estresse vivenciados no ambiente profissional como resultado do assédio de chefes e colegas, o assédio impacta diretamente a sua atividade em especial quando provém das fontes. Propostas de sexo, toques sem consentimento, perseguição, piadas de cunho sexual e comentários sobre o corpo são algumas das modalidades de assédio relatadas. Dentre essas, o toque e tentativas de agarrar aparecem como as formas mais críticas:

¶ *Passou um cinegrafista e deu um tapa na minha bunda. Juro!*

¶ *E, um dia, [...] ela foi encoxada na sala [...] por um editor. Depois disso, ficou um clima horróroso e sempre quando ela voltava das pautas ela tinha que subir [acompanhada] para evitar certos tipos de problema.*

¶ *No meio político tem muito mais e tem essa questão do cara querer falar com você e te tocar.*

¶ *E aí quando ele me viu ele veio com a mão na minha nuca tentando alguma coisa. Eu fiquei acuada, sem reação e fui embora.*

Na pesquisa quantitativa, encontramos evidências de que esses episódios não são excepcionais ou esporádicos. **70,4% das 477 mulheres que responderam ao questionário admitiram já terem recebido cantadas que as deixaram desconfortáveis no exercício da profissão.** Além disso, 10,7% das respondentes admitiram já terem recebido no exercício do trabalho propostas ou demandas por favores sexuais em troca de algum benefício profissional ou material. Essas propostas vieram mais frequentemente de fontes e superiores hierárquicos do gênero masculino. 14,9% das mulheres disseram já se sentirem intimidadas ou perseguidas no exercício da profissão em virtude da insistência de alguma pessoa em manter uma relação sexual com elas. Perguntadas se “Alguma vez em exercício da sua profissão alguém tocou ou apoiou em partes do seu corpo sem seu consentimento”, 32,5% das mulheres disseram que sim. 12,2% das mulheres afirmaram ainda que colegas, superiores, fontes ou desconhecidos já tentaram beijá-las sem seu consentimento.

15%

**DAS MULHERES  
DISSERAM JÁ SE  
SENTIRAM INTIMIDADAS  
OU PERSEGUIDAS NO  
EXERCÍCIO DA PROFISSÃO**

"CHEGUEI PARA COBRIR O JUDICIÁRIO, QUE ASSIM COMO A POLÍTICA, É MACHISTA, E TEM UMA CULTURA DE 'MULHER GOSTOSA', A ESTAGIÁRIA GOSTOSA, A NOVINHA..."



ALGUMA VEZ RECEBEU EM EXERCÍCIO DA SUA PROFISSÃO UMA CANTADA QUE A DEIXOU DESCONFORTÁVEL?		
	N	%
DE UM COLEGA HOMEM	221	46,3%
DE UMA FONTE HOMEM	176	36,9%
DE UM SUPERIOR HIERÁRQUICO HOMEM	133	27,9%
DE UMA PESSOA DESCONHECIDA	66	13,8%
DE UMA FONTE MULHER	6	1,3%
DE UMA COLEGA MULHER	5	1,0%
DE UMA SUPERIOR HIERÁRQUICA MULHER	1	0,2%
ISSO NUNCA ACONTECEU COMIGO NO EXERCÍCIO PROFISSIONAL	93	19,4%
NÃO SABE OU NÃO RESPONDEU	48	10%
N = 477		

**70,2% das respondentes afirmaram ainda que já presenciaram ou tomaram conhecimento de uma colega sendo assediada em seu ambiente de trabalho,**

seja por colegas ou superiores. 59% também presenciaram ou tomaram conhecimento de uma colega sendo assediada no exercício de sua profissão por uma fonte. Além dos impactos psicológicos desse tipo de assédio, as mulheres jornalistas sofrem um ônus profissional. Elas tentam se proteger do assédio das fontes, evitando estar sozinhas com seus informantes, recusando convites para cafés, jantares etc e, enfim, restringindo o contato ao essencial e evitando ambientes hostis. Dessa maneira, a

prática do assédio colabora para reforçar a tendência daquilo que a literatura chama de "homofilia" nas redes profissionais, isto é, a propensão das pessoas de constituir suas redes sociais com indivíduos parecidos em gênero, classe, raça etc (Ridgeway, 1997). Isso é limitador para a sua própria atuação como repórteres. Como bem resumiu uma informante: *"Eu não janto com fonte, e isso já nos coloca atrás"*.

¶ *Cheguei para cobrir o judiciário, que assim como a política, é machista, e tem uma cultura de "mulher gostosa", a estagiária gostosa, a novinha...*

¶ *Na política — fiquei no [veículo X] no Judiciário — você tem que frequentar jantares, e teve*

*uma vez uma festa na casa de um deputado, com um monte de autoridade, e eu me senti extremamente constrangida porque só tinha homem. Estava com um amigo repórter e a forma como os homens me tratavam e tratavam ele era muito diferente e ele não conseguia entender o porquê de eu dizer “Eu quero sair daqui. Não estou me sentindo bem. É inútil eu estar aqui porque eu não vou conseguir pegar informações assim como você”.*

Além do assédio, constatou-se que as mulheres são também expostas a situações de violência física no trabalho: **17,3% (ou seja, 80 mulheres) alegaram já ter sofrido algum tipo de agressão física no exercício da profissão.** Na metade dos casos (52,8%) a agressão veio de um(a) desconhecido(a), mas foram identificados como agressores também superiores hierárquicos (18%), colegas de trabalho (15%) e fontes (14%). Em 90,3% dos casos o gênero do agressor era masculino. Apesar desse quadro preocupante, apenas 24,3% das mulheres responderam positivamente à pergunta “Você diria que a sua empresa adota medidas para proteger a sua segurança pessoal?”, enquanto 49,9% afirmaram que não e 25,8% admitiram

nunca ter pensado no assunto. A percepção de perigo e a falta de apoio das chefias modela as estratégias das mulheres em exercício da profissão:

*¶ Às vezes a fonte quer fazer uma denúncia que eu não sei quem é e eu aviso para alguém que eu vou estar em um lugar tal, para não correr o risco.*

Por fim, há uma fala muito recorrente entre as jornalistas participantes dos grupos focais, que descrevem **formas cotidianas de controle do seu comportamento, aparência e vestuário.** Esse controle oscila entre exigir que a profissional cubra o corpo a fim de ser respeitada e não “distrair” os homens até o seu inverso: com frequência chefes e colegas sugerem que as jornalistas exponham e usem o corpo como instrumento de trabalho, instrumentalizando o interesse sexual dos homens a seu favor na cobertura jornalística.

*¶ Aí alguma pessoa veio me dizer que eu tinha que entender que era complicado eu ir de vestido. “Mas eles estão de bermuda e com a perna de fora também”.*

*¶ Já aconteceu de “Você não vai poder entrar com essa blusa...” “Amigo, eu estava [na favela x]! É fevereiro! É óbvio que eu tô de alça!”*

*¶ Com a roupa que eu estou hoje, numa sessão da plenária do Supremo, eu não sentaria na primeira fileira porque eu estou de saia. E eu já fui retirada da primeira fileira por estar de saia, porque atrapalharia a TV Justiça e desconcentraria os Ministros.*

*¶ E aí ele falava “Olha, você não pode usar sapato aberto porque as pessoas podem reparar os teus pés...”*

*¶ ...um editor me falou “Ah, eu sugiro que você bote um decote bem caprichado e vá falar”.*

*¶ Quando eu cheguei na redação o meu chefe falou para mim que me levaria para coletivas mais vezes e de vestido.*

*¶ Sobre machismo de mulheres, tive uma chefe mulher que falava “Você vai falar com Fulano de Tal? Coloca uma saia curta, um decote... Aproveita que você tem isso e use a teu favor”.*

Esses relatos se coadunam com os resultados da pesquisa quantitativa. **75,3% das mulheres admitiram já ter ouvido no exercício da sua profissão um comentário ou elogio sobre suas roupas, corpo ou aparência que as deixaram desconfortáveis.** 56,8% das mulheres admitiram já ter escutado comentários dessa natureza de colegas homens, 35,8% de fontes homens e 35,8% de superiores hierárquicos do gênero masculino.

ALGUMA VEZ OUVIU NO EXERCÍCIO DA SUA PROFISSÃO UM COMENTÁRIO OU ELOGIO SOBRE SUAS ROUPAS, CORPO OU APARÊNCIA QUE A DEIXOU DESCONFORTÁVEL?		
	N	%
DE UM COLEGA HOMEM	271	56,81%
DE UMA FONTE HOMEM	171	35,85%
DE UM SUPERIOR HIERÁRQUICO HOMEM	171	35,85%
DE UMA PESSOA DESCONHECIDA	82	17,19%
DE UMA COLEGA MULHER	59	12,37%
DE UM SUPERIOR HIERÁRQUICO MULHER	21	4,40%
DE UMA FONTE MULHER	4	0,84%
ISSO NUNCA ACONTECEU COMIGO NO EXERCÍCIO PROFISSIONAL	77	16,10%
NÃO SABE OU NÃO RESPONDEU	41	8,59%
N = 477		

# RESPOSTAS

## RESPOSTAS ORGANIZACIONAIS À DISCRIMINAÇÃO E ASSÉDIO

DE MODO GERAL, AS PARTICIPANTES DOS GRUPOS FOCAIS SE REVELARAM MUITO DESAPONTADAS COM A CONDUTA DAS EMPRESAS COM RELAÇÃO AOS CASOS DE ASSÉDIO E SEXISMO VIVIDOS POR ELAS E SUAS COLEGAS. Segundo seus depoimentos, quando porventura algum caso é solucionado, normalmente isso ocorre por meio de canais informais e relações pessoais. A tendência mais geral descrita pelas jornalistas, no entanto, é de se minimizar e abafar os casos de assédio. Algumas jornalistas relatam que

colegas são mais facilmente punidos por falar mal de um chefe ou fazer alguma brincadeira ofensiva com outros colegas homens do que por assediar ou ofender colegas mulheres. Em muitos casos, sugere-se às jornalistas que elas devem saber administrar o caso, seja reavaliando a sua própria conduta, seja sabendo “se impor” nessas situações.

¶ *No dia da rescisão eu tinha que preencher um formulário com questionário. Pergunta: você concorda com a conduta da empresa? E eu falei que não, que a empresa apóia assédio sexual...*

¶ *“Fulano estava me mandando as mensagens muito que esquisitas” e ele começou a rir.*

# 15%

## DAS MULHERES AFIRMARAM JÁ TER FEITO TAIS DENÚNCIAS.

*falar com ele para parar, você diz “Mulheres, tomem cuidado com esse homem”. E do tipo não use saia curta!”. Tem todo um consentimento da redação com isso e é tido como normal.*

*¶ Agora o que eu acho interessante é que do mesmo jeito que as empresas estão pensando em compliance para fazer um canal anônimo para falar de corrupção, seria interessante um canal anônimo para falar de assédio que fosse seguro para elas falarem.*

*¶ Eu já vi várias vezes alguém reclamando que Fulano foi denunciado na empresa e dizerem que ele não tinha feito nada para ser punido. É algo do tipo Lavo as minhas mãos*

*Eu falei que não é para rir, que era muito sério.*

*¶ ...quando você leva essas queixas pras redações — e especialmente com chefes homens —, eles dizem que você tem que contornar isso e não pode ser menos repórter por ser mulher.*

*¶ Eu já soube que foi feita denúncia a um editor-executivo, mas nada foi feito. [X] protegeu, a patota protegeu, vários repórteres homens — e mulheres!*

*¶ E é bizarro porque você sabe que tem um cara assim na redação e ao invés de irem*

Conforme **46% das participantes da pesquisa quantitativa, suas empresas atuais não possuem canais para receber e responder a denúncias de assédio e discriminação de gênero**. Apenas 30% apontaram que suas empresas possuem tais canais, enquanto 15,7% disseram não ter pensado sobre esse assunto e 7,5% não sabem ou não responderam. Dentre aquelas que afirmaram que suas empresas possuem tais canais, 30,8% disseram que eles são adequados e eficazes. A falta de canais ou a percepção da sua

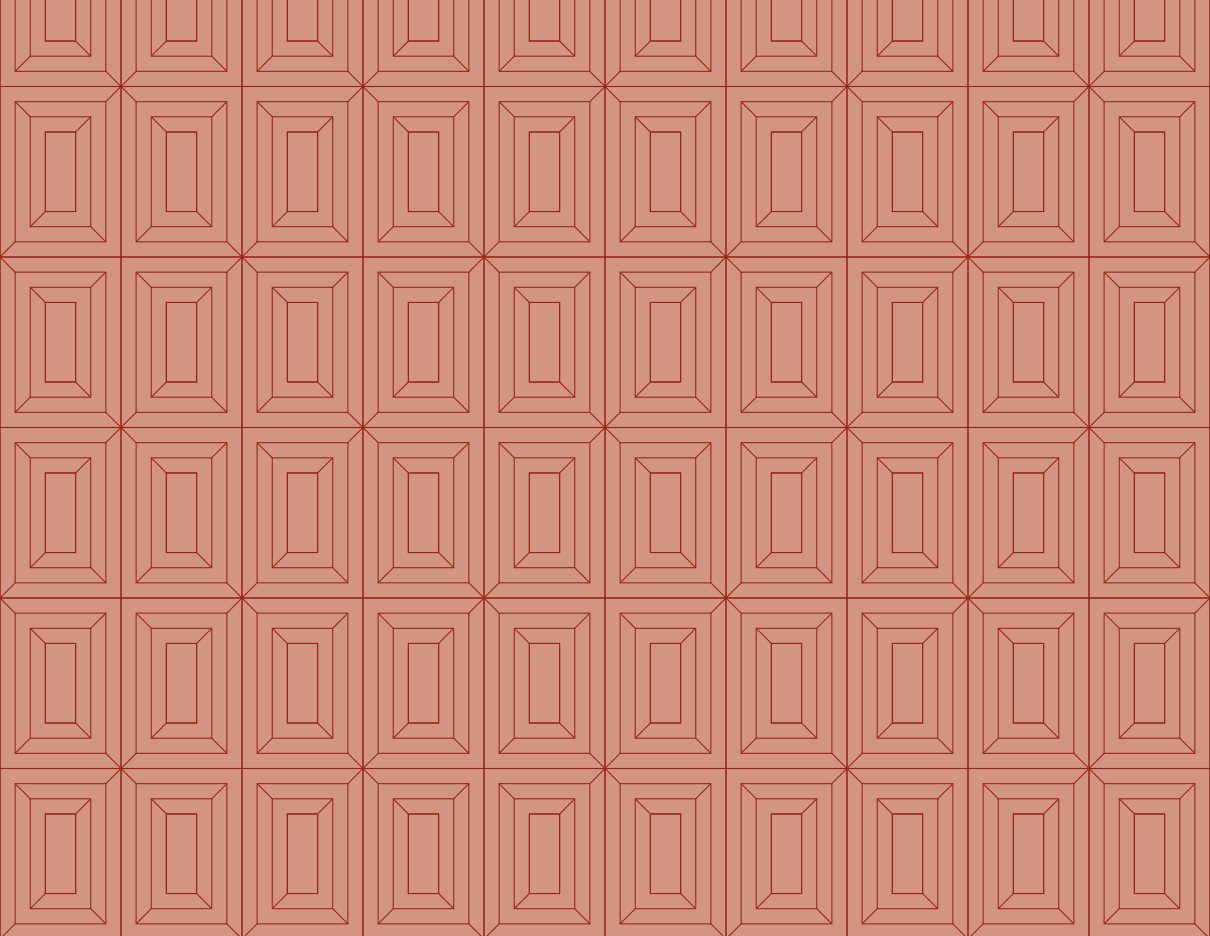
inadequação parece resultar em baixos índices de denúncia de assédios sofridos em exercício do trabalho: **apenas 15,1% das mulheres afirmaram já ter feito tais denúncias.**

Com relação a outras políticas sensíveis a questões de gênero no trabalho, 54,7% das jornalistas afirmaram que suas

organizações possuem ao menos um dos direitos abaixo. Os mais frequentemente apontados foram licença maternidade estendida e auxílio creche. Políticas voltadas para a conscientização sobre assédio e progressão equitativa para homens e mulheres são menos comuns, bem como a licença paternidade.

SUA ORGANIZAÇÃO TEM ALGUMA DESSAS POLÍTICAS?		
	N	%
TRABALHO EM TEMPO PARCIAL COM REDUÇÃO DE SALÁRIO	21	4,4%
CAMPANHAS INTERNAS DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE ASSÉDIO	45	9,4%
PROGRESSÃO DE CARREIRA EQUITATIVA PARA HOMENS E MULHERES	45	9,4%
LICENÇA MATERNIDADE ESTENDIDA A 6 MESES	131	27,5%
LICENÇA PATERNIDADE ESTENDIDA A 20 OU 30 DIAS.	53	11,1%
CRECHE	10	2,1%
AUXÍLIO CRECHE	173	36,3%
SALA DE AMAMENTAÇÃO	15	3,1%
NENHUMA DAS RESPOSTAS ACIMA	261	54,7%
NÃO SABE OU NÃO RESPONDEU	59	12,3%
N = 477		





## PERSPECTIVA DE GÊNERO NA COBERTURA JORNALÍSTICA

NESTE ÚLTIMO TÓPICO EXPLO-  
RAMOS AS PERCEPÇÕES DAS  
PARTICIPANTES DOS GRUPOS  
FOCAIS A RESPEITO DA COBER-  
TURA JORNALÍSTICA REALI-  
ZADA PELOS SEUS VEÍCULOS  
NO TOCANTE À QUESTÃO DE  
GÊNERO. Muitas delas se quei-  
xam da mentalidade de seus  
colegas homens, que na sua  
percepção tendem a banalizar  
temas como violência domésti-  
ca, estupro, feminicídio, discri-  
minação e machismo. Algumas  
delas reclamaram da interferên-  
cia de editores em suas maté-  
rias, apontando sua tendência a  
eufemizar os casos ou suavizar  
as matérias incluindo trocadi-  
lhos ou brincadeiras nos títulos  
de textos que reportam casos  
de violência contra a mulher.  
Mais de uma jornalista se quei-  
xou de, após ter tido o título de  
uma matéria alterado, ter de  
enfrentar a revolta de leitoras.  
Em alguns casos, os editores  
homens fazem sugestões para  
o texto, visando a “equilibrá-lo”,  
isto é, colocando os homens em  
posição simétrica à das mulhe-  
res em casos de violência. Em  
outros, são as fontes que ten-  
dem a tratar os casos segundo

um vocabulário e um repertório  
que caracterizam os crimes con-  
tra a mulher como um problema  
sistêmico e estrutural.

¶ *E aí teve uma vez que eu fiz  
uma matéria e era caso de  
feminicídio, eu coloquei que  
era feminicídio e alguém foi lá  
e trocou por crime passionai.*  
¶ *Às vezes até a forma como  
você escreve “homem mata  
companheira” aí chega a polí-  
cia diz que está trabalhando  
com a hipótese de crime pas-  
sional. Aí eu falo que é femini-  
cídio e não um crime passionai.*  
*Qual é o crime passionai? A  
mulher estava apaixonada e  
ele teve que matar ela. Ele foi  
movido pela paixão? Não! Ele é  
um criminoso! Ele matou uma  
mulher e é feminicídio. Então  
eu não vou usar crime passio-  
nai, vou usar feminicídio*

De acordo com os dados da  
pesquisa quantitativa, muitas  
jornalistas têm se esforçado  
para modificar esse quadro:  
56,6% delas afirmaram já ter  
publicado mais de uma vez  
matérias que tinham como foco  
uma questão de gênero, seja um  
pauta envolvendo desigualdade,  
discriminação, representati-  
vidade da mulher em espaços  
de poder ou outras, enquanto  
14,6% afirmaram ter publicado  
esse tipo de conteúdo ao menos

# PERSPECTIVA

# 23%

**APENAS DISSERAM NÃO  
TER TRABALHADO COM  
O TEMA**

uma vez. Apenas 22,9% disseram não ter trabalhado com o tema e 9,4% não sabem ou não responderam. Segundo 43,1% das mulheres, suas colegas têm feito esforços ativos para diversificar suas fontes no tocante ao gênero, buscando entrevistar mais mulheres em suas matérias. Conforme os relatos dos grupos focais, as Iniciativas das jornalistas e leitoras têm modificado alguns aspectos da cobertura jornalística. Muitas vezes a estratégia de sensibilização empregada tem sido a de estreitar os contatos entre jornalistas mulheres e leitoras. Em vista da demanda crescente, apontam as jornalistas, algumas empresas começam a apoiar a diversificação das fontes sob a perspectiva de gênero e raça.

*¶ Hoje é mais fácil emplacar esse tipo de matéria – só essa última que a gente conseguiu que foi um pouco mais complicado — mas a gente conseguiu emplacar assim mesmo e foi bastante elogiada, principalmente por essa questão de relacionamento abusivo, que é algo que pode ser muito comum que pode estar tão perto que às vezes a gente nem consegue ver o quão perto de estar da gente.*

Ainda assim, para muitas das participantes dos grupos focais, o feminismo e pautas relacionadas são tratados de modo geral como tabu dentro da redação. Acontece com frequência de colegas homens e editores alegarem que esses temas não são pautas verdadeiramente jornalísticas.

*¶ Por exemplo, eu sempre tenho matérias que falem sobre a mulher e é sempre muito difícil emplacar. Tem que ter um argumento a + b + c, mas a gente só pode falar se tiver um gancho. Pra poder falar tem que ter acontecido uma tragédia para a gente poder falar de mulher.*

*¶ Daí o pessoal me chamou para conversar, mas para conseguir fazer foi bem complicado.*

**"A TRABALHO, FUI A UMA FESTA NA CASA DE UM DEPUTADO. SÓ TINHA HOMEM. ESTAVA COM UM AMIGO REPÓRTER E A FORMA COMO ME TRATAVAM E TRATAVAM ELE ERA MUITO DIFERENTE. EU ME SENTI EXTREMAMENTE CONSTANGIDA"**





# CONCLUSÕES

## CONCLUSÕES

**OS RESULTADOS DA PESQUISA APONTAM PARA UMA NATURALIZAÇÃO DE SITUAÇÕES DISCRIMINATÓRIAS NO AMBIENTE JORNALÍSTICO EM PREJÚZO DAS MULHERES.** Ser mulher prejudica

TEXTO  
DIFERENTE  
DA VERSÃO  
FINAL

relações e redes profissionais, produz formas específicas de estresse e risco no trabalho e tem efeito negativo sobre as chances de ascensão profissional e econômica. A cobertura jornalística, por sua vez, tende a refletir as dinâmicas de desigualdade no interior das redações. Isso porque os critérios de noticiabilidade, o enquadramento e os informantes selecionados

para a produção das notícias refletem as preferências de quem está nos cargos da alta gerência—e esses continuam sendo majoritariamente homens.

As mulheres atuantes em redações de todo o Brasil enfrentam constrangimentos e precisam lidar rotineiramente com atitudes machistas de colegas, superiores e fontes. Algumas delas - como ouvir comentários ou piadas de natureza sexual sobre as mulheres e receber cantadas - foram apontadas por mais de 70% das respondentes da pesquisa, ou seja, são práticas generalizadas nestes espaços.

Nos grupos focais realizados em quatro capitais brasileiras, as mulheres descreveram como o poder e a palavra se distribuem desigualmente dentro das suas organizações. Muitas disseram ter seu trabalho tornado invisível ou mesmo apropriado por pares do gênero masculino e ver as pautas distribuídas nas reuniões conforme estereótipos. As mulheres percebem obstáculos à realização do seu trabalho em virtude do machismo de chefes, colegas e fontes, um preconceito que se manifesta em interrupções frequentes à sua fala e na presunção de que são incapazes de lidar com determinados temas ditos “masculinos”. Elas reportaram ainda a necessidade de terem sempre que trabalhar dobrado para provar seu empenho e capacidade.

A rotina profissional também é prejudicial às mulheres. Apesar de terem absorvido mão de obra feminina, as organizações jornalísticas não modificaram seus processos de trabalho. As pressões de tempo, a imprevisibilidade de horários e as escalas nos finais de semana penalizam particularmente as mulheres responsáveis por filhos, desencorajando-as a atuar na área. Não é à toa que no survey 85% das jornalistas afirmaram não ter

filhos menores de 18 anos e que, de acordo com o IBGE, no setor privado, as mulheres sem filhos possuem carteira assinada mais frequentemente do que as que são mães.

No tocante à cobertura jornalística, as participantes da pesquisa se mostraram sensíveis a pautar histórias com foco em assimetrias de gênero (71% das jornalistas que participaram do survey afirmaram já ter publicado ao menos uma matéria). Entretanto, nos grupos focais muitas reclamaram da interferência de editores em suas matérias, denunciando sua tendência a inserir trocadilhos ou brincadeiras nos títulos de textos que reportam casos de violência contra a mulher. Segundo elas, às vezes, os editores homens fazem intervenções no texto sob a alegação de que é preciso “equilibrá-lo”, isto é, colocando os homens em posição simétrica à das mulheres em casos de violência. Outras relataram dificuldades em empalar matérias que versam sobre desigualdade de gênero, relatando a resistência dos editores em aceitar esse tipo de pauta.

Diante desse cenário, fica para 2018 o enorme desafio de modificar a estrutura e a cultura

NO SURVEY

85%

DAS JORNALISTAS  
AFIRMARAM NÃO TER  
FILHOS MENORES DE 18  
ANOS

organizacional das empresas jornalísticas brasileiras. Entre os principais objetivos a serem buscados estão: a paridade de gênero e de cor nas posições de poder e de tomada de decisão, o combate ao assédio sexual, a modificação da cultura sexista no cotidiano da organização e o tratamento ético e justo das mulheres nas notícias. Para tal, um primeiro passo é coletar dados e monitorar as desigualdades de gênero—precisamente o objetivo da pesquisa da Abraji & Gênero e Número.

Conforme 46% das participantes do survey, suas empresas atuais não possuem canais para receber e responder a denúncias de assédio e discriminação de

gênero. Entre as jornalistas que têm acesso a tais canais, apenas 30,8% disseram que eles são adequados e eficazes. Nesse sentido, a criação ou solidificação dessas instâncias é uma das prioridades para 2018.

Para tal, é necessário cobrar das organizações jornalísticas que produzam e disseminem dados de natureza similar aos da pesquisa, assumindo a responsabilidade de desenvolver uma política clara e explícita de igualdade de gênero, bem como monitorar sua execução. Isso passa pela definição de metas de composição paritária para os seus conselhos e políticas transparentes de combate à discriminação e assédio no trabalho.

# RECOMENDAÇÕES

## RECOMENDAÇÕES

Os resultados da pesquisa mostram que há um longo caminho a percorrer para que a igualdade de gênero se estabeleça no jornalismo profissional. Algumas recomendações simples podem acelerar a transição para um período de justiça com todas as repórteres, editoras e trabalhadoras da imprensa brasileira:

Os veículos devem produzir cartilhas para funcionários e colaboradores definindo o assédio cometido por uma fonte e indicando os procedimentos a serem adotados pelas repórteres quando forem vítimas desses atos.

Todos os repórteres devem ser orientados a tratar do tema do assédio junto a suas fontes; é especialmente importante

ressaltar o caráter de violação à liberdade de expressão que essa conduta acarreta.

As redações devem organizar grupos de monitoramento da diversidade de gênero nas redações; esse grupo deve ter um canal de comunicação direto com a direção do veículo e a missão de produzir relatórios periódicos com análise tanto da cobertura, para identificar desequilíbrios no gênero das fontes ouvidas, quanto da composição da redação, para orientar possíveis novas contratações.

As redações devem criar um canal de comunicação interno para que vítimas de abuso e

assédio possam fazer a denúncia formal.

Os veículos devem investir em capacitação de todos os repórteres em temas de diversidade; há cursos, palestras, debates e webinars disponíveis que podem auxiliar no combate a este tipo de violência.

As redações devem encarar como pautas relevantes todas as investidas inapropriadas de fontes sobre jornalistas mulheres. Estampar o assédio às trabalhadoras, bem como dedicar espaço a reportagens sobre diversidade de gênero é um passo importante para desestimular o abuso.

# REFERÊNCIAS

## REFERÊNCIAS

- Connell, Raewyn. 2016. *Gênero em termos gerais*. São Paulo: nVersos
- Dillman, Don. 2007. *Mail and Internet surveys: The Tailored Design Method*. New Jersey: John Wiley & Sons,
- Finch, Helen & Lewis, Jane. 2003. "Focus groups". In: Ritchie, Jane & Lewis, Jane (orgs.) *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: Sage. pp. 170-198
- Fusch, Patricia & Ness, Lawrence. 2015. "Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research". *The Qualitative Report 2015*, Vol. 20, No. 9, pp. 1408-1416
- Ridgeway, Cecilia. 1997. "Interaction and the Conservation of Gender Inequality: Considering Employment". *American Sociological Review*, Vol. 62, No. 2 (Apr., 1997), pp. 218-235

ANEXOS

ANEXO 1: CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA	
REGIÃO DE RESIDÊNCIA	
SUDESTE	58,1%
SUL	17,4%
NORDESTE	11,1%
NORTE	5,7%
CENTRO-OESTE	7,1%
ESTADO DE RESIDÊNCIA	
SÃO PAULO	40,3%
RIO DE JANEIRO	11,7%
RIO GRANDE DO SUL	11,1%
MINAS GERAIS	5,0%
PARANÁ	4,4%
DISTRITO FEDERAL	4,0%
CEARÁ	3,6%
PERNAMBUCO	2,9%
AMAZONAS	2,7%
GOIÁS	1,9%
SANTA CATARINA	1,9%
BAHIA	1,5%
PARAÍBA	1,3%
ACRE	1,0%
ALAGOAS	1,0%
ESPÍRITO SANTO	1,0%
MATO GROSSO DO SUL	1,0%
PARÁ	1,0%
RIO GRANDE DO NORTE	0,6%
RORAIMA	0,4%
AMAPÁ	0,2%
MATO GROSSO	0,2%
PIAUÍ	0,2%
TOCANTINS	0,2%
NÃO RESPONDEU	0,6%

EDUCAÇÃO	
ATÉ ENSINO MÉDIO COMPLETO	1,3%
ENSINO SUPERIOR INCOMPLETO	12,2%
ENSINO SUPERIOR COMPLETO	41,3%
PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU	31,9%
MESTRADO INCOMPLETO	4,6%
MESTRADO COMPLETO	7,1%
DOUTORADO INCOMPLETO	1,0%
DOUTORADO COMPLETO	0,2%
COR OU ETNIA	
BRANCA	76,9%
PRETA	4,8%
PARDA	15,7%
AMARELA	0,6%
INDÍGENA	0,4%
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	1,4%
ORIENTAÇÃO SEXUAL	
HETEROSSEXUAL	84,1%
BISSEXUAL	10,5%
HOMOSSEXUAL	3,6%
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	1,9%

ESTADO CIVIL	
SOLTEIRA	58,1%
CASADA / UNIÃO ESTÁVEL	36,1%
SEPARADA / DIVORCIADA	5,5%
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	0,4%
TEM FILHOS MENORES DE 18 ANOS?	
SIM	14,5%
NÃO	84,9%
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	0,6%
IDADE	
	31
IDADE MÉDIA	ANOS
ATÉ 24 ANOS	21,4%
25 A 34 ANOS	50,9%
35 A 44 ANOS	21%
45 ANOS OU MAIS	6,3%
N = 477	

As respondentes da nossa pesquisa quantitativa descreveram suas ocupações nos veículos mais frequentemente como repórteres (53,2% dos casos), editoras (13,4%) e estagiárias (11,3%).

OCUPAÇÕES		
	N	%
REPÓRTER	254	53,2%
EDITORA	64	13,4%
ESTAGIÁRIA	54	11,3%
EDITORA-ASSISTENTE	25	5,2%
PRODUTORA	16	3,4%
EDITORA-EXECUTIVA	12	2,5%
OUTRO (ESPECIFIQUE)	11	2,3%
DIRETORA DE REDAÇÃO	9	1,9%
APRESENTADORA/ÂNCORA	6	1,3%
TRAINEE	5	1,0%
COORDENADORA DE PRODUÇÃO	4	0,8%
FOTÓGRAFA	3	0,6%
DESIGNER	3	0,6%
EDITORA DE ARTE	3	0,6%
DIAGRAMADORA	2	0,4%
CHEFE DE REPORTAGEM	2	0,4%
CORRESPONDENTE	1	0,2%
CINEGRAFISTA	1	0,2%
DIRETORA EXECUTIVA	1	0,2%
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	1	0,2%
N = 477		

As participantes ocupam seus cargos em média há 3 anos e meio (3,65) e trabalham no veículo em média há 4 anos (4,34). Costumam trabalhar em média 33,8 horas, ainda que a maioria se concentre no regime de 40 horas, segundo cálculo da mediana. A média das remunerações é de R\$ 5.325 reais, mas a maioria recebe em torno de 3.500 reais (segundo a mediana). 38,2% recebe até 3 salários mínimos (2811 reais), 37% até 6 salários mínimos (5622 reais) e 21,6% recebe mais de 6 salários mínimos.

A maioria exerce a atividade na sede da organização (77,9%), seguido por apuração externa (6,7%), em casa (6,5%), em uma sucursal da organização (5,9%) e outros (2,9%). O regime de trabalho mais frequente é o de celetista (70%), seguido por contrato temporário (11%), pessoa jurídica (7,2%), autônomo (3,8%), estatutário (2,3%) e outros (5,7%). A maioria (61,3%) não exerce atividades remuneradas para outras organizações, enquanto 29,8% o fazem esporadicamente e 8,9% em caráter permanente.

"JÁ TIVE CHEFE QUE PERGUNTAVA  
SE EU ESTAVA MENSTRUADA CASO  
RECLAMASSE DE ALGO"



APOIO



Google News Lab

REALIZAÇÃO





## EQUIPE DE REALIZAÇÃO

**COORDENAÇÃO DE PESQUISA:** NATÁLIA MAZOTTE E VERÔNICA TOSTE

**EDIÇÃO:** NATÁLIA MAZOTTE

**CONSULTORIA EXECUTIVA:** MAIÁ MENEZES, ALANA RIZZO E THIAGO HERDY

**PESQUISADORA SÊNIOR:** VERÔNICA TOSTE

**PESQUISADORAS ASSISTENTES:** ANDRESSA CABRAL E FERNANDA TÁVORA

**GERÊNCIA DE PROJETO:** GUILHERME ALPENDRE

**WEBDESIGN, INFOGRAFIAS E ANIMAÇÕES:** MARIANA SANTOS,  
INÊS BARRACHA, RUI FREITAS, JOÃO ERBETTA & VICTOR ABARCA

**DESIGN E DIAGRAMAÇÃO:** LUCIANA JUNQUEIRA & INEZ TORRES

**ILUSTRAÇÃO:** ??

