

A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero

La diversidad de representaciones de la mujer en la larga cola del periodismo independiente sobre género

The diversity of women's representations in the long tail of independent journalism on gender

Paula Melani ROCHA

Universidade Estadual de Ponta Grossa / pmrocha@uepg.br

Andressa Kikuti DANCOSKY

Universidade Estadual de Ponta Grossa / andressakikuti@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 389-408)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 01-04-2017 / Aprobado: 11-10-2018

Resumo

O presente artigo discute novas iniciativas de jornalismo independente realizadas na internet com segmentação de gênero, no Brasil. O objetivo é analisar sites jornalísticos com perspectiva de gênero. Parte-se do pressuposto de que essas novas iniciativas encontraram nichos específicos, carentes de reconhecimento, representação e informação. A discussão teórica perpassa por estudos de gênero e novos modelos de gestão em jornalismo. O *corpus* compreende os sites Maria Pauteira, Catarinas e AzMina. A técnica de pesquisa adotada é análise dos textos informativos publicados nos sites, a partir de elementos do jornalismo e representações de gênero. Entre os resultados destaca-se que essas iniciativas empoderam as fontes femininas e não reproduzem estereótipos de gênero usualmente presentes na mídia convencional.

Palavras-chave: Jornalismo independente; Representações de gênero; Jornalismo on-line; Cauda longa.

Resumen

El artículo discute nuevas iniciativas de periodismo independiente realizadas en Internet con segmentación de género, en Brasil. Se parte del supuesto de que estas nuevas iniciativas han encontrado nichos específicos, carentes de reconocimiento, representación e información. La discusión teórica pasa por estudios de género y nuevos modelos de gestión en periodismo. El *corpus* comprende los sitios Maria Pauteira, Catarinas y AzMina. La técnica de investigación adoptada es el análisis de los textos informativos publicados en los sitios, a partir de elementos del periodismo y representaciones de género. Entre los resultados se destaca que esas iniciativas empoderan a las fuentes femeninas y no reproducen estereotipos de género usualmente presentes en los medios convencionales.

Palabras clave: Periodismo independiente; Representaciones de género; Periodismo online; Cola larga.

Abstract

This article discusses new initiatives of independent journalism conducted on the internet with gender segmentation in Brazil. The objective is to analyze journalistic sites with a gender perspective. It is assumed that these new initiatives have found specific niches, lacking recognition, representation, and information. The theoretical discussion runs through gender studies and new management models in journalism and gender representations. The *corpus* includes Maria Pauteira, Catarinas, and AzMina sites. The research technique adopted is an analysis of the informative texts published on the websites, based on elements of journalism. Among the results, it is highlighted that these initiatives empower women's sources and do not reproduce gender stereotypes usually present in conventional media.

Keywords: Independent journalism; Gender representations; Online journalism; Long tail.

1. Introdução

Os alicerces dos modelos de gestão do jornalismo tradicional vêm sendo abalados a partir do final do século XX, decorrentes da inovação tecnológica, internet, globalização, convergência midiática, resultando em impactos nos investimentos dos anunciantes e no próprio perfil do consumidor de conteúdo. Entre os setores afetados encontram-se o mercado de trabalho e diretamente o profissional jornalista. No Brasil, o site A Conta dos Passaralhos, produzido pela agência Volt, computou um processo de demissões em 57 veículos entre 2012 e 2017, somando 2123 profissionais. No entanto, na conta não estão incluídas as assessorias de imprensa e tampouco as demissões individuais de jornalistas ocorridas ao longo desse período, pois de acordo com a metodologia da pesquisa só entraram na conta os passaralhos noticiados em sites especializados¹.

Se por um lado, nesse novo cenário estão os veículos tradicionais pesquisando e testando novas formas de alcançar o público para ampliar a receita e simultaneamente diminuindo o *staff* das redações, por outro, parte desse contingente de jornalistas que perdeu seus empregos está buscando novas oportunidades além dos modelos tradicionais. Percebe-se um movimento de lançar iniciativas de gestão diversificadas, como *self journalism* e jornalismo independente. Mendez (2016, s/p.) concebe como a imersão de uma nova “cultura jornalística”, a qual “nasce do mundo digital e vivencia a realidade virtual”. A autora acrescenta que há uma tendência a ampliar essa cultura, visto que o mercado tradicional está cada vez mais enxuto. Um mapeamento realizado pela Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo Pública aponta a abertura de 86 sites de jornalismo independente no Brasil², a partir de 2004, com crescimento acentuado nos últimos três anos. E esse número tende a expandir, pois ainda de acordo com a autora, em 2014 foram registrados mais de um bilhão de *websites*, enquanto em 1994 existiam apenas três mil. Outro aspecto favorável é o aumento nos investimentos em publicidade digital, entre 2014 e 2015, por exemplo, o crescimento foi de 15%, de acordo com pesquisa divulgada pela *Interactive Advertising Bureau* (IAB) Brasil (Mendez, 2016).

Ao observar o mapeamento dos sites disponibilizados pela Pública percebe-se iniciativas independentes de conteúdo segmentado pela perspectiva de gênero, tais como Think Olga, Capitolina, Lado M, Cientista que Virou Mãe e Papo de Homem. A proposta deste artigo é analisar iniciativas de jornalismo independente segmentado de autoria feminina, mais especificamente três sites: Maria Pauteira, Catarinas e AzMina. O objetivo é aferir o escopo do projeto, as pautas, o público a quem se destinam e as representações de gênero no discurso produzido sob a perspectiva de estudos de gênero. A hipótese é que os *websites* estão produzindo conteúdos diversificados relacionados às

¹Disponível em [//docs.google.com/spreadsheets/d/12TluxeVN-nAE6ZrX2lveuIDdx9Xr4zKddV9KAJqAXY/edit#gid=1097261744](https://docs.google.com/spreadsheets/d/12TluxeVN-nAE6ZrX2lveuIDdx9Xr4zKddV9KAJqAXY/edit#gid=1097261744), acessado em 01 de abril de 2016.

² Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>, acessado em 20 de maio de 2016.

questões de gênero, explorando a diversidade desta temática ao invés de retratar uma concepção homogênea e uniforme da mulher no ambiente social, com uma narrativa única que atenda toda a multiplicidade das representações femininas. Ou seja, pressupõe-se que as profissionais mulheres estão se apropriando da potencialidade de atingir públicos segmentados sobre questões de gênero, como mulheres cientistas, mulheres negras, mulheres adolescentes, mulheres feministas entre outros nichos. Para isso, a discussão teórica fundamenta-se em dois campos: estudos de gênero, em especial nas autoras Joan Scott e Teresa de Laurettis que concebem o gênero como uma categoria de análise; e na discussão da teoria da Cauda Longa, construída por Anderson (2006), para abordar o jornalismo de nicho.

2. As mutações do jornalismo: Cauda Longa e o jornalismo independente sobre questões de gênero

Um conceito chave para entender a análise dos sites é o de gênero como categoria de análise, a qual possibilita dar significado às relações de poder (Scott, 1990). Gênero é um conceito construído no campo científico e fruto de estudos interdisciplinares, principalmente nas áreas das ciências humanas e sociais. O gênero não é determinado apenas por um conceito universal, ou a um sistema de relações guiadas somente pelo sexo e/ou pela sexualidade, ele está presente nas relações de poder, nas instituições, e muda de acordo com a sociedade, cultura e período histórico. O gênero contempla a pluralidade, multiplicidade e diversidade de atores sociais que habitam a nossa terra e se afasta “do arcabouço conceitual de uma oposição universal do sexo” (Laurettis, 1994, p. 207). Trata-se de uma categoria de análise que permite olhar para a história da humanidade e entender as relações de poder, dominação, subordinação e subjugação. Scott (1990, p. 14, 15) concebe gênero como um elemento constitutivo das relações sociais sujeito a mudanças nas representações de poder. O poder está explícito em determinadas instâncias e implícito em outras, ele circula em uma sociedade, mesmo de forma desigual. O poder se distribui por todas as instituições interligadas e móveis que atuam separadas, mantendo a estrutura da sociedade. Ele atua em pequenos focos e não se limita a apenas dois extremos, os que exercem o poder e os que são dominados. Há uma correlação de forças atuando com características assimétricas.

Para entender a construção do gênero deve-se considerar o processo de modelagem-conquista dos seres humanos, envolvendo as classes sociais e a trama de relações sociais entre mulheres, entre homens e entre homens e mulheres (Saffioti, 1979). Pela perspectiva de gênero, a mulher passa a ser vista como um sujeito múltiplo, considera-se e articula-se “as diferenças entre mulheres e Mulher, isto é, as diferenças entre as mulheres, ou talvez mais exatamente as diferenças nas mulheres” (Laurettis, 1994, p. 207).

O gênero é o primeiro campo, mas não do único, no qual o poder é articulado. Ele é um meio para compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana em diferentes sociedades e circunstâncias. O gênero é uma dimensão decisiva da organização da igualdade e da desigualdade. As práticas discursivas reproduzem significados e representações de gênero e a imprensa é um instrumento dessas representações, estabelecendo aqui um paralelo à discussão de Laurettis (1994) sobre o cinema e tecnologia de gênero. Para a autora, teorias e ficções promovem certas representações de gênero, assim como o cinema que concebe sujeitos femininos, através de representações ideológicas de gênero.

Os sites de jornalismo independente voltados para o público feminino colocam as mulheres em determinado espaço social em relação não somente ao sexo oposto, mas na hierarquia estratificada, ou em determinada classe em oposição à outra. As mulheres não podem ser tomadas de forma genérica. As negras, operárias, adolescentes, feministas, entre outras estão inseridas em uma sociedade concreta e em transformação, por isso, gênero e representação feminina são categorias importantes para analisar os sites em um modelo de convergência do jornalismo.

As mulheres, ao longo da história do jornalismo brasileiro, apropriaram-se dos veículos impressos, jornais e revistas, para abordar pautas e opiniões contrárias às normas vigentes. Ao mapear a história do jornalismo nacional pela perspectiva da imprensa feminina e feminista encontram-se iniciativas localizadas que dialogam com o contexto social, econômico e político da época, atendendo determinadas demandas específicas, sejam estas de mercado, sociais ou mesmo de representações políticas. O ingresso de mulheres no jornalismo “convencional” foi gradual e ocorreu em maior número, sobretudo após a abertura dos cursos de graduação em Jornalismo/Comunicação. Nesse sentido é importante salientar que a participação feminina no jornalismo nacional e o crescente processo de feminização da profissão repercutiram também no mercado. No final do século XIX e início do século XX a participação feminina no jornalismo era pontual e restrita às mulheres letradas, o que significava uma minoria da sociedade brasileira, e elas atuavam exclusivamente na imprensa feminina.

Hoje as mulheres já são maioria, elas representam 63,7% do mercado contra 36,3% de homens (Lima; Mick, 2013). Ao olhar os dados pelo viés da segmentação do mercado, percebe-se que a ocupação feminina ocorreu em menor escala nos veículos tradicionais. Nos impressos, por exemplo, elas não chegam a 50% do mercado (Rocha, 2004; Leite, 2015) e estão alocadas nas coberturas de “notícias brandas”, realizando em menor número cobertura política e econômica (Aldridge, 2001; Chambers; Steiner; Fleming, 2004). Além disso, as mulheres também são maioria no setor fora da mídia, representam 68,8% (extra redação), de acordo com a pesquisa da FENAJ (Lima; Mick, 2013). Entretanto, deve-se mencionar que há marcos da participação feminina na cobertura de temas

ditos “sérios” ao longo da história do jornalismo nacional. Silenciar isto é deixar invisível a contribuição feminina e legitimar o discurso dominante.

O paradigma da convergência, pano de fundo contextual para a discussão proposta neste artigo, envolve múltiplas questões que ajudam a compreender o momento atual do jornalismo. Entre elas estão a reconfiguração dos mercados tradicionais, a facilidade tecnológica, a utilização de linguagens próprias da web e o surgimento de veículos de jornalismo independente com foco em públicos de nicho. Algo que tem colaborado para o crescimento do número de iniciativas de jornalismo independente são as novas formas de financiamento e de produção, facilitadas pela web 2.0. O *crowdsourcing*, por exemplo, usa a inteligência coletiva e voluntária espalhada pela web no intuito de resolver problemas e criar conteúdos de produção colaborativa. O *crowdfunding*, micropatrocínios que juntos viabilizam projetos pessoais ou coletivos de jornalismo, também são observados em sites de financiamento coletivo como Catarse e *Kickstarter*.

O fenômeno da Cauda Longa, observado por Chris Anderson (2006) ao analisar a cultura de nicho e seus impactos na economia do século XXI, pode ajudar a compreender as diversas segmentações oriundas da produção e do consumo do jornalismo independente. Sua premissa é a de que a cultura e a economia estão cada vez mais se afastando do foco em alguns *hits* relativamente pouco numerosos (definidos como os produtos e mercados da tendência dominante, típicos da “economia da escassez” do século XX, que caracterizam a “cabeça”), e avançando em direção a uma grande quantidade de nichos (criados em uma “economia da abundância” que juntos constituem a “cauda”). Tais nichos estão relacionados à formação de comunidades de consumo, constituídas agora não mais a partir da proximidade geográfica de seus membros, mas sim pelos gostos em comum.

Anderson (2006) aponta a existência de Caudas Longas em diferentes setores, a partir das quais é possível pensar em uma aplicação também para o jornalismo, já que a transição de uma cultura de massa para a cultura de nicho neste campo é perceptível. Na década de 1960, os meios de comunicação de massa no Brasil passavam por um processo de industrialização que resultou na consolidação dos conglomerados (Fonseca, 2006). Uma das características dessa imprensa da indústria cultural é a tentativa de abarcar o maior número de leitores, para ampliar também a receita com o mercado publicitário. Conforme explica Fonseca (2006, p.125), vem daí a “criação de diversas editorias e seções e os mais diversos cadernos e suplementos, de forma a não deixar de agradar a nenhum dos segmentos constitutivos do mercado consumidor”. Neste cenário de concentração midiática, poucos detinham o poder de divulgar informação, e o faziam para um grande número de pessoas. Atualmente, porém, embora as empresas tradicionais de mídia ainda tenham força expressiva na dissemi-

nação de informações, dados da pesquisa *Reuters Digital News Report* (2018)³ mostram que os onze jornais impressos mais vendidos do Brasil perderam leitores em 2017. O número de cópias impressas vendidas caiu 41,4% nos últimos três anos. Em contrapartida, o consumo de notícias on-line segue em ascensão, e brasileiros seguem sendo alguns dos consumidores mais entusiastas de notícias em redes sociais do mundo, segundo o estudo. Observa-se uma diluição da audiência, que migra para múltiplos canais em busca de informações. Se de um lado a mídia tradicional ainda mantém sua estrutura segmentada em suplementos e editoriais, mirando no grande público, do outro lado iniciativas cada vez mais abundantes de jornalismo independente se propõem a cobrir nichos temáticos que atendem a públicos específicos.

Em praticamente todos os mercados, há muito mais nichos do que *hits*. Essa desproporção aumenta a taxas exponenciais à medida que as ferramentas de produção se tornam mais baratas e mais difusas. (...) Todos esses nichos em conjunto podem constituir um mercado tão grande quanto o dos *hits*, senão maior. Embora nenhum dos nichos venda grandes quantidades, são tantos os produtos de nicho que, como um todo, podem compor um mercado capaz de rivalizar com o dos *hits* (Anderson, 2006, p.51).

A proposta deste artigo é mapear as iniciativas independentes de jornalismo no Brasil que nasceram na rede (excluindo os blogs), oriundas de projetos coletivos e não ligadas a grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. O trabalho resultou em duas listas: uma levantada pela própria Pública, e outra colaborativa, com a seleção de iniciativas sugeridas pelos leitores. Destas listas selecionamos os sites analisados neste estudo: Maria Pauteira (PR), Catarinas (SC) e AzMina.

3. Metodologia

Com o propósito de aferir se os três sites escolhidos atendem nichos específicos, são segmentados e tem como linha editorial abordagem de gênero definiu-se por caracterizar os seguintes aspectos de cada um: descrição oficial postada na página; público alvo; linha editorial; equipe executora⁴.

3 Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>. Acesso em 18/08/2018 às 15h50.

4 As informações foram coletadas nos próprios sites oficiais. Maria Pauteira www.mariapauteira.com.br; AzMina azmina.com.br; Catarinas catarinas.info/noticias/. Todos acessados em 6 de setembro de 2016.

Quadro 1. Classificação dos sites: descrição, público alvo, linha editorial e equipe executora

Sito	Descrição	Público alvo	Linha editorial	Equipe
Maria Pauteira	projeto de jornalismo independente, direitos humanos e cidadania	-	Temas sobre diversidade de gênero, direitos das mulheres, ecologia e sustentabilidade, igualdade racial, acesso à cultura, saúde e educação, segurança pública, direitos dos idosos e pessoas com deficiência	5 jornalistas mulheres
AzMina	Jornalismo investigativo, cultura e Empoderamento feminino. Revista mensal, sem fins lucrativos. A equipe é formada por mulheres de diversas raças e orientações sexuais.	Mulheres plurais	Contribuir para a redução das desigualdades de gênero no Brasil. Temas usualmente esquecidos pela imprensa, como a falta de representatividade política da mulher e violência doméstica.	15 mulheres, 2 travestis e 1 homem: 2 psicólogas, 1 advogada, 1 arquiteta, 1 linguística, 2 designers, 1 diretora de arte, 4 colunistas, 6 jornalistas. ⁵
Catarinas	Portal de notícias especializado em feminismo e gênero, com produção de conteúdo, curadoria de informação e observação dos debates públicos sobre o tema, principalmente aqueles desencadeados pelos meios de comunicação tradicionais.	Espaço de Santa Catarina. Público regional	Jornalismo especializado em gênero. Conteúdo jornalístico com perspectiva feminista, na área de direitos humanos e enfoque no direito das mulheres. Intersecção entre o jornalismo como um direito e os direitos humanos como uma premissa básica para a produção do jornalismo. Unidade ativista do jornalismo enquanto direito e do feminismo enquanto estratégia de ação para a superação desta sociedade que ainda reserva lugares para as mulheres.	3 jornalistas e 1 graduanda em Ciências Sociais; 4 colunistas; 6 profissionais que compõem o conselho editorial

Fonte: As autoras

Para analisar as representações de gênero nos conteúdos disponibilizados, optou-se por restringir a análise a dois textos postados por cada site, em

escolha aleatória. A segunda escolha foi definir as categorias para apreender as representações. Nesse sentido, utilizou-se as categorias já definidas pelo Projeto de Monitoramento de Mídia, o qual estuda a representação das mulheres e dos homens nas notícias veiculadas em jornais, rádio e televisão, em diferentes países, e apresenta uma trajetória de pesquisa delineada⁵. As categorias utilizadas foram: pessoas na notícia (sexo, ocupação/posição, função na notícia, vítima, sobrevivente e fotografia)⁶; e análise (foco na mulher; igualdade/desigualdade; análises adicionais). Além disso, também foram incorporadas as categorias usadas por Torres (2000) com relação a autoria do texto e inserimos também vídeo.

Com base nas informações coletadas a análise buscou verificar se gênero e segmentação são tratados como valores-notícia nos conteúdos dos sites analisados. Os valores-notícia se apresentam durante todo o processo de produção jornalística, da seleção à construção da pauta:

Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta dos acontecimentos em termos de sua importância e interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia (Traquina, 2005, p.78).

Para o autor, os critérios substantivos pressupõem um nível de consenso na sociedade, que implica em noções de unidade (“nosso povo”, ou “nossa nação”). Dessa forma, estes critérios “negam quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganham assim significado político” (Traquina, 2005, p. 86). A análise prioriza os critérios substantivos, por serem estes os que definem a transformação dos acontecimentos em notícia.

4. Discussão

4.1 Projeto Catarinas

Na produção jornalística, as Catarinas tratam de temas abrangentes, mas privilegiam fontes locais. É possível dizer que a localidade se apresenta como um

5 O grupo de estudos Jornalismo e Gênero da Universidade Estadual de Ponta Grossa utilizou-se da metodologia desenvolvida pelo Projeto de Monitoramento de Mídia em pesquisas anteriores, que analisaram as representações de gênero veiculadas nos jornais de Ponta Grossa e Curitiba e em sete revistas nacionais (Rocha, Woitowicz, 2014).

6 Vale mencionar que consideramos somente as fontes primárias.

critério de noticiabilidade do veículo. O site não tem uma periodicidade estabelecida, mas conta com publicações regulares, e seu público-alvo é majoritariamente composto moradores do estado de Santa Catarina.

Os dois conteúdos investigados ocupam a página inicial do portal no mês de outubro de 2016: “#SomosMuitas Clandestinas: por um debate ético sobre o aborto”, e “Campanha escancara machismo histórico na Oktoberfest”. A seguir é apresentada a classificação das fontes, de acordo com as categorias propostas pelo Projeto de Monitoramento de Mídia.

O Quadro 2 traz a reportagem, assinada pela jornalista Paula Guimarães, que busca tratar de diversos aspectos sobre o aborto, desde os prejuízos da criminalização para a saúde e autonomia da mulher, até dados sobre práticas de aborto no país.

Quadro 2. “#SomosMuitas Clandestinas: por um debate ético sobre o aborto”: classificação das fontes

Ocupação/posição	Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
1 Dona de casa*	Experiência pessoal	6
2 Psicóloga*	Perito(a) ou comentarista	13
3 Estudante*	Porta-voz	4
4 Estudante*	Testemunha ocular	1
5 Professora e a primeira pesquisadora brasileira a estudar o aborto inseguro		
6 Ginecologista e integrante do coletivo feminista Sexualidade e Saúde		
7 Demógrafa da Escola Nacional de Ciências Estatísticas do IBGE		
8 Obstetra		
9 Pesquisadora		
10 Jovem		
11 Doula		
12 Secretária executiva da Rede Feminista de Saúde		
13 Coordenadora do Comitê de Violência doméstica, sexual, e outras violências		
14 Promotor e coordenador do Centro de Apoio Operacional Criminal do MP-SC		
15 Coordenadora das Delegacias de Proteção à Criança, à Adolescente, à Mulher e ao Idoso		
16 Membro da União de Negros pela Igualdade		
17 Advogada do Coletivo Catarina de Advocacia Popular		
18 Coordenadora do Sexuality Policy Watch		
19 Professora do Departamento de História da UFSC		
20 Ativista da Frente Nacional		
21 Coordenadora geral de Saúde da Mulher do Ministério da Saúde*		
22 Professora da FGV Direito SP*		
23 Coordenadora das Católicas pelo Direito de Decidir*		
24 Professora do Laboratório de relações de gênero e família*		

Papel	Qtde.
Vítima	6
Sobrevivente	6

Sexo	Qtde.
Feminino	22
Masculino	2

Das autoras. *há fotos

A reportagem atende à linha editorial, produzindo jornalismo com perspectiva de gênero. São 35 fontes mencionadas, entre pessoas, relatórios, documentos e pesquisas. Das 24 pessoas entrevistadas, 22 mulheres e dois homens. Estes são ouvidos como especialistas (um médico obstetra e um promotor de justiça). Entre as mulheres, são 11 especialistas, quatro aparecem como porta-vozes das instituições que representam, uma é testemunha do debate sobre o aborto, trazendo a síntese do lado que defende e do que acusa, e seis são vítimas do aborto clandestino no Brasil, todas sobreviventes.

O conteúdo conta com nove fotografias, todas de fontes ouvidas na apuração. No caso das fotos de vítimas de aborto clandestino, seus rostos foram propositalmente escondidos pela luz. O texto abre com uma ilustração de Paula Schlindwein, de uma mulher nua em posição fetal, transpassada por

traços vermelhos que constituem uma árvore, galhos em cima, raízes embaixo dela. Cinco infográficos auxiliam na compreensão dos dados utilizados na reportagem: o primeiro contém porcentagens e gráficos sobre o perfil das mulheres que declararam já ter feito pelo menos um aborto, de acordo com a Pesquisa Nacional do Aborto (PNA), realizada pelo Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero. O segundo traz o aborto em números no Brasil, e o destaque para o estado de Santa Catarina. O terceiro traz os dados das mulheres que foram presas por terem abortado – a maioria é jovem, negra, com pouca escolaridade e baixa renda, e quase todas foram denunciadas por médicos, que quebram o sigilo e informaram a polícia quando elas deram entrada no hospital. O quarto e quinto infográficos trazem artigos do Código Penal e da Constituição Federal procurando sintetizar a legislação em vigência no país.

O segundo texto diz respeito à campanha, lançada em 2015 e repetida em 2016, que denuncia o machismo na Oktoberfest, evento que ocorre em Blumenau e em outras cidades do estado.

Quadro 3. Campanha escancara machismo histórico na Oktoberfest: classificação das fontes

Ocupação/posição	
1	Não citada
2	Integrante do Coletivo Casa da Mãe Joana, promotora da campanha <u>Oktober Sem Machismo</u>

Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
Experiência pessoal	0
Perito(a) ou comentarista	0
Porta-voz	1
Testemunha ocular	1

Papel	Qtde.
Vítima	1
Sobrevivente	1

Sexo	Qtde.
Feminino	2
Masculino	0

Das autoras

A autoria é de Ana Claudia Araújo e aborda a campanha “Oktoberfest Sem Machismo”, que problematiza a banalização do assédio na festa. Menciona a ocorrência de cantadas grosseiras, passadas de mão e estupros, por meio de lambe-lambes construídos coletivamente com desenhos e frases das participantes colados pelas ruas, além de uma *fanpage* no Facebook, que conta com

informações sobre estupro e publicidade machista. As duas fontes ouvidas são mulheres: uma organizadora da campanha, e uma vítima que relata já ter sofrido assédio durante a festa. Das quatro fotos que ilustram o texto, três são dos lambes colados pela cidade, com frases como “Silêncio não é consentimento”, “Deixa as mina em paz” e “O cumprimento da minha saia não é um cumprimento a você. Respeite!”.

4.2 Maria Pauteira

As duas reportagens selecionadas são as que estão publicadas na editoria Notícias, nos meses de abril e junho. O site não tem uma periodicidade fixa e trabalha com grandes reportagens multimídias. O estado do Paraná co-nota-se como um critério de noticiabilidade. O site ainda não conta com suporte financeiro, os custos são arcados pelas profissionais envolvidas, que não recebem remuneração pelo trabalho realizado. Isso é comum nas iniciativas independentes com pouco tempo de implantação. Todos os conteúdos são de autoria feminina. Das duas pautas – “Alunos com deficiência representam menos de 1% nas universidades estaduais” e “A luta pelo direito de amamentar⁷”, somente a última, publicada em 07 de abril, considera gênero um critério de noticiabilidade.

O quadro 4 é sobre o baixo número de pessoas com deficiência no ensino superior do Paraná e as barreiras que enfrentam. A reportagem conquistou o terceiro lugar no Prêmio Sangue Novo, categoria internet de 2016, realizado pelo Sindicato dos Jornalistas do estado do Paraná, e divide-se em três partes.

Quadro 4. Alunos com deficiência representam menos de 1% nas universidades estaduais do Paraná: classificação das fontes

	Ocupação/posição
1	Acadêmico*
2	Mãe* **
3	Acadêmico* **
4	Acadêmico*
5	Assistente Social* **
6	Coordenadora do Programa Multidisciplinar de Pesquisa e Apoio à Pessoa com Deficiência e Necessidades Educativas Especiais (propae) da UEL
7	Integrante do Propae da UEM**
8	Coordenador do CAOE e integrante da CAD da UEPG
9	Acadêmico**
10	Representante do Núcleo de Acessibilidade da UEL**
11	Coordenadora do Fórum de Educação Especial das IEES paranaenses

Das autoras. *há fotos. **há um vídeo com as entrevistas

Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
Experiência pessoal	6
Perito(a) ou comentarista	0
Porta-voz	5
Testemunha ocular	0

Papel	Qtde.
Vítima	5
Sobrevivente	0

Sexo	Qtde.
Feminino	6
Masculino	5

7 As reportagens estão publicadas no site <http://www.mariapauteira.com.br/pagina-inicial/> Acessado em 21 de outubro de 2016.

A reportagem atende à linha editorial do site no quesito direitos humanos e cidadania, mas não tem enfoque de gênero. Das onze entrevistas realizadas, seis são femininas, apresentando um equilíbrio, sendo quatro especialistas e representantes de programas, como porta vozes das instituições. Uma é a mãe de um aluno com deficiência que acompanha diariamente o filho na faculdade, ajudando-o a transpor as barreiras institucionais. A outra fonte feminina é testemunhal, uma ex-acadêmica com deficiência que ingressou na universidade com 44 anos e se formou. Das cinco fontes masculinas, quatro são testemunhais, de alunos com deficiência, e uma refere-se ao representante da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Na classificação entendemos que os acadêmicos com deficiência são vítimas por terem seus direitos de mobilidade violados, pois as instituições ainda não estão suficientemente adequadas para recebê-los, considerando estrutura física, humana e didático-pedagógica. Talvez isso seja um dos motivos do baixo índice de universitários com deficiência no Paraná, 1%.

A segunda reportagem aborda os obstáculos enfrentados pelas mães para amamentar os bebês, o direito a amamentação e lei trabalhista.

Quadro 5. A luta pelo direito de amamentar: classificação das fontes

Ocupação/posição		Papel	Qtde.
1	Mãe	Vítima	1
2	Advogado trabalhista	Sobrevivente	0
3	Presidente da Associação em prol da Maternidade Ativa e Segura (AMAS)*		
4	Analista de laboratório		

Sexo	Qtde.
Feminino	3
Masculino	1

Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
Experiência pessoal	2
Perito(a) ou comentarista	1
Porta-voz	1
Testemunha ocular	0

Das autoras.

Esta reportagem traz o enfoque de gênero e conflui com a linha editorial de pautar temas relacionados a direitos humanos e cidadania. A matéria contém uma foto com cinco mães com bebês nos seus colos no dia do Mamaço, um evento realizado na cidade para conscientizar sobre a importância do leite materno. Das quatro fontes entrevistadas no texto, apenas uma é masculina e trata-se de um especialista que repercute sobre as leis trabalhistas, auxílio licença maternidade e suas lacunas. As outras três fontes são femininas, sendo duas mães e uma que também é mãe e a presidente da Associação em Prol da Maternidade Ativa e Segura. Ela fala como representante do movimento e

defende a importância do aleitamento materno e de políticas públicas para assegurá-lo.

4.3 AzMina

AzMina é viabilizada por *crowdfunding*, doação de Pessoas Jurídicas, oficinas e eventos beneficentes, embora ainda não se mantenha financeiramente. Vale ressaltar a declarada seleção criteriosa de anunciantes e patrocinadores, que “garante o respeito à autonomia e à autoestima da mulher, tanto no que diz respeito ao impacto dos produtos quanto em relação à propaganda em si”. A associação atua no jornalismo, participa de campanhas on-line (como a #carnavalsemassédio⁸ e #PrecisamosFalarSobreAborto⁹) e organiza grupos de apoio psicológico e legal para mulheres em relacionamentos abusivos. Possui ainda um setor educacional nascido oficialmente em outubro de 2016, para promover cursos on-line, debates, palestras, oficinas e criação materiais didáticos sobre questões de gênero.

Na produção jornalística, a revista procura trazer temas usualmente esquecidos na imprensa brasileira, como a falta de representatividade política da mulher e a violência doméstica. Assim como a equipe é composta por uma diversidade de mulheres, pode-se dizer que assim também é o público o qual AzMina visa atingir: mulheres feministas, mulheres negras, mulheres adolescentes, mulheres que são mães, entre outras.

As duas matérias selecionadas para análise no site AzMina foram publicadas nos meses de setembro e outubro de 2016, todas de autoria feminina e com perspectiva de gênero: “Elas te ensinam a empreender – e a fazer parte de um movimento de mulheres que só cresce”, e “Cor, gênero e pobreza: o que torna as quilombolas mais vulneráveis ao estupro. O quadro 4 refere-se ao texto sobre histórias de mulheres que se aventuram no mundo do empreendedorismo.

Quadro 6. Elas te ensinam a empreender: classificação das fontes

Ocupação/posição	Papel	Qtde.
1 Fundadora da Rede Mulher Empreendedora	Vítima	0
2 Sócia do M'Ana – Mulher conserta para mulher	Sobrevivente	0
3 Sócia da Info Preta		

Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
Experiência pessoal	2
Perito(a) ou comentarista	1
Porta-voz	0
Testemunha ocular	0

Sexo	Qtde.
Feminino	3
Masculino	1

Das autoras.

8 Disponível em: <http://www.unitedexplanations.org/2016/03/21/carnavalsemassedio-un-hashtag-por-la-igualdad-entre-generos-en-brasil/#>

9 Disponível em: <http://azmina.com.br/2016/09/precisamosfalarsobreaborto-debate-com-jout-jout-discute-a-urgencia-da-descriminalizacao/>

A matéria é parte de uma série de publicações que conta histórias de mulheres empreendedoras, com o objetivo de divulgar serviços e encorajar mais mulheres a criar seu próprio negócio. São três fontes mulheres, sendo uma na condição de especialista e duas empreendedoras que relatam sua experiência pessoal.

O quadro 7 é sobre a reportagem de jornalismo investigativo “Cor, gênero e pobreza: o que torna as quilombolas mais vulneráveis ao estupro?”, que trata da questão da violência sofrida pelas mulheres em comunidades quilombolas do Brasil. A investigação faz parte de uma série de reportagens patrocinada pelo Programa de Bolsas de Reportagem da Revista AzMina, um financiamento coletivo.

Quadro 7. Cor, gênero e pobreza, classificação das pessoas: classificação das fontes

Ocupação/posição	Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
1 Socióloga e professora da UnB	Experiência pessoal	0
2 Delegado que atuou em Cavalcante (GO) nos casos divulgados em 2015	Perito(a) ou comentarista	5
3 Relatora especial da ONU sobre questões de minorias	Porta-voz	0
4 Professora da comunidade Vão do Moleque	Testemunha ocular	2
5 Coordenador do Programa Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes		
6 Secretária de Igualdade Racial e da Mulher em Cavalcante**		
7 Promotora de Justiça do MP-GO**		

Papel	Qtde.
Vítima	0
Sobrevivente	0

Sexo	Qtde.
Feminino	5
Masculino	2

Das autoras. **Há vídeos com a entrevista

A reportagem traz sete entrevistas, no texto e no vídeo, sendo duas masculinas, que atuam como especialistas para compreender a questão social, e cinco femininas, que se dividem entre especialistas e testemunhas relatando casos de violência e dificuldades vividas pelas vítimas de abuso nas comunidades quilombolas. Mesmo em se tratando de violência contra a mulher, o papel de vítima, sobrevivente ou familiar não é personificada na reportagem, aparecendo apenas nas fotos da galeria (38 fotos).

A pauta trata da questão de gênero, atendendo ao escopo do site. As fotografias procuram retratar a comunidade reportada, com retratos da vida cotidiana de mulheres e homens quilombolas. Algumas delas – entre crianças e mulheres negras - enquadram apenas os pés, ou mostram pessoas de costas, em um esforço de preservar a identidade. Nenhuma foto possui legenda.

5. Resultados

A análise procurou cruzar as categorias da descrição dos três sites com os conteúdos jornalísticos explorados acima à luz dos referenciais teóricos propostos: estudos de gênero e cauda longa.

5.1 Equipe e autoria

Os três sites demarcam a questão de gênero na formação da equipe, informando na página oficial seus propósitos. Em Catarinas, por exemplo, os textos de apresentação das profissionais descrevem que são feministas e atuantes, condizendo com a linha editorial e os objetivos. AzMina também no link “quem somos” relata um breve currículo das integrantes explicitando gênero e experiências. O interessante é o grande número de participantes de áreas interdisciplinares e com diversidade de gênero, semelhante ao Catarinas. Maria Pauteira é composta por uma equipe majoritariamente feminina, de profissionais jovens, com pouca vivência em redações de jornais. Esta peculiaridade deve-se ao mercado do jornalismo regional que já apresentava uma oferta menor de empregos e com cortes a partir de 2012¹⁰, a absorção de profissionais por este segmento ficou ainda menor, sobretudo em cidades do interior. A formação proposital das equipes com ênfase em gênero está diretamente relacionada aos projetos editoriais e aos nichos temáticos, formando uma linearidade. Mesmo o Maria Pauteira, com escopo em direitos humanos e cidadania, aponta como recorte diversidade de gênero, direitos das mulheres e dos idosos, ecologia e sustentabilidade, igualdade racial e acesso à cultura.

Todos os textos são de autoria de mulheres. Ao selecionar o corpus da pesquisa determinou-se por sites concebidos por mulheres, porém como consta no quadro 1, homens fazem parte da equipe executora no site AzMina. Os dados apontam que embora no Brasil as profissionais mulheres se sobressaiam no jornalismo com 63,7%, ao considerar o mercado formal elas representam 45,42% dos profissionais (Leite, 2015). Ou seja, há um número considerável de jornalistas mulheres exercendo a profissão sem contrato formal de trabalho. Elas estão mais vulneráveis às oscilações de mercado do que os homens. As profissionais mulheres, historicamente, sofrem mais as desigualdades de gênero no mercado profissional, com salários menores, ocupam funções e cargos de menor prestígio, possuem maior qualificação e exercem a mesma função que o par masculino, inclusive no jornalismo (Rocha, 2004).

5.2 Gênero como critério de noticiabilidade e análise de fontes/abordagem

Outra explicação possível para o aumento do jornalismo independente sobre gênero na web é a tentativa de produzir conteúdos cujas temáticas normalmente não são pautadas por veículos tradicionais, ou recebem enfoque diferenciado. O levantamento de dados permitiu verificar que cinco de seis matérias analisadas tinham questões de gênero como critério de noticiabilidade.

Dessa forma, a perspectiva de gênero se constitui como um valor-notícia de seleção substantivo, pois é o que define a transformação do acontecimento em

10 Entre 2011 a 2015, 487 demissões de jornalistas no estado do Paraná (SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO PARANÁ, 2015).

notícia nesses sites. Porém, observa-se neste estudo uma diferença com relação aos veículos tradicionais, dos quais trata Traquina (2005, p.86) ao dizer que estes valores-notícia pressupõem consenso social e “negam quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganham assim significado político”.

Os veículos observados não escapam à lógica da produção jornalística, porém, ao elencar o gênero e as diferentes abordagens sobre a mulher como elementos de seleção do que vira notícia, eles trazem às suas publicações justamente o oposto do consenso, ou seja, expõem as discrepâncias estruturais existentes na sociedade, exaltando um mapa de significado alternativo ao da mídia tradicional. Obviamente, também há um significado político, mas de contra poder. Enquanto nos jornais tradicionais os valores-notícia implicam em noções de unidade (*doxa*), no caso dos sites analisados, eles implicam em pluralidade.

Entre os diferenciais dos três sites está justamente a abordagem na produção e construção dos textos com estreita relação na escolha das fontes. Todos os conteúdos analisados apresentam uma pluralidade de fontes, não no sentido numérico, mas pela perspectiva de gênero em posições de comentaristas e porta vozes de experiências. Há por exemplo Socióloga; Secretária de Igualdade Racial e da Mulher; Fundadora da Rede Mulher, Membro da União de Negros pela Igualdade, mãe, professoras, médicas, jovens e adultas. Os textos descortinam o discurso hegemônico de prevalência da fonte masculina como porta voz da fala oficial. Mesmo os textos sem foco direcionado à mulher ou gênero, como do Maria Pauteira, há uma preocupação em trazer fontes femininas como especialistas, bem como homens como vítimas, rompendo a polaridade engessada de um lado homens sendo fontes oficiais e especialistas e do outro mulheres vítimas e testemunhas. Isto pode ser observado nas colunas que contemplam as categorias ocupação/profissão, posição e vítima (quadros da análise). Nesse sentido, o uso plural de fontes versa por uma abordagem mais equânime sem reproduzir a lógica dos espaços e papéis masculinos e femininos da sociedade machista. O exercício em ouvir fontes plurais no processo de apuração e trazê-las para a construção do texto revelam um produto com uma abordagem menos desigual pela perspectiva de gênero, não apenas na apresentação de uma distribuição das fontes no quesito gênero e status, mas também no conteúdo dos discursos que elas traziam, apresentando novas percepções sobre as temáticas. Este dado se torna ainda mais relevante se comparado aos resultados da pesquisa realizada pelo Monitoramento Global de Mídia, que aponta que em jornais tradicionais as mulheres aparecem como fontes em até 25% das notícias, sendo geralmente fontes secundárias, e raramente escolhidas como fontes oficiais ou especialistas (John, 2014).

5.3 Público

AZMina define como seu público mulheres plurais indo ao encontro da concepção de gênero como categoria de análise, ou seja não existe apenas a mulher, mas uma multiplicidade de mulheres com interesses distintos: mulheres negras, mulheres classe baixa, mulheres classe média, mulheres solteiras, mulheres separadas, mulheres lésbicas, mulheres jovens, mulheres idosas, enfim uma infinidade às vezes com interesses comuns, às vezes não. Uma pessoa pode pertencer a diferentes nichos. E o site, mesmo segmentado, oferece um cardápio de conteúdo para nichos diversos.

A história da imprensa feminina mostra que no início os veículos falavam apenas para as mulheres abastadas, como uma mulher homogênea. Não que não existissem mulheres trabalhadoras, mas as demandas destas mulheres não tinham espaço naquele momento. Ainda na primeira metade do século XIX, Duarte (2016) mostra que circularam no Brasil 143 títulos, entre jornais e revistas femininos e feministas, que tinham como público as mulheres. Contudo, no final do século XIX e início do século XX, os impressos gestados por mulheres da classe média reivindicavam a falta de acesso à educação e ao trabalho por parte das mulheres bem como “à participação do mundo público em igualdade de condições com os homens” (Rago, 1995,1996, p.19). Não se discutiam outros problemas que acometiam mulheres de outras camadas sociais, como as operárias, embora seguidores do movimento anarquista já estivessem presentes no país, especialmente em São Paulo, onde ocorriam lutas operárias no centro da cidade e nos bairros periféricos. Em geral, os veículos limitavam-se às opressões que afligiam as camadas mais abastadas (Rago, 1995,1996). Já no século XX, em contraposição às feministas liberais, as libertárias não apoiavam negociações com instituições burguesas e o debate sobre educação era para denunciar as condições de trabalho, baixos salários, ausência de assistência pública e a relevância dos sindicatos e associações trabalhistas (Rago, 1995, 1996).

Catarinas coloca como público alvo a região de Santa Catarina e Maria Pauteira não delimita, embora ao descrever o projeto, deixa explícito que se trata do Paraná. Ambos são regionais e fora do eixo Rio de Janeiro -São Paulo -Brasília, oferecendo ao público regional um jornalismo independente com perspectiva diferenciada da mídia convencional e hegemônica. Eles não discriminam explicitamente estratificações de público, contudo os próprios temas das pautas atendem interesses específicos, com abordagens distintas da lógica pregada pela mídia convencional.

6. Considerações

O estudo confirmou a hipótese de que os *websites* estão produzindo conteúdos diversificados sobre gênero para diferentes nichos e com uma perspectiva de

empoderamento. O gênero é visto como critério de noticiabilidade e como referência na abordagem, na composição do texto, foto, vídeo e infográfico, se afastando da articulação do senso comum na percepção e apreensão dos critérios de noticiabilidade. Os sites apontaram para um jornalismo com perspectiva de gênero propondo reconhecimento de múltiplas mulheres, do empoderamento feminino e polifonia de fontes. É notável a preocupação das autoras em propor representações de gênero adversas à lógica do patriarcado, da prevalência da voz masculina como fonte hegemônica. São iniciativas incipientes, gestadas por profissionais jovens, de jornalismo independente, que utilizam a linguagem multimídia, com uma lógica de produção própria, caracterizada pela relação tempo e espaço diferenciada da imprensa diária, contudo ainda não consolidaram uma autonomia financeira.

Referências bibliográficas

- Aldridge, M. (2001). The Paradigm contingent career? Women in regional newspaper journalism. *Sociological Research Online*, vol. 6, n.3.
- Anderson, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Chambers, D.; Steiner, L.; Fleming, C. (2004) *Women and Journalism*. London: Routledge.
- Carro, R. (2018). Urban Brazil. Digital News Report. Acesso em 18/08/2018 do <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>
- Duarte, C. L. (2016). *Imprensa feminina e feminista no Brasil. Século XIX: dicionário ilustrado*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- Fonseca, V. P. da S. (2005). *O Jornalismo no Conglomerado de Mídia: Reestruturação produtiva sob o capitalismo global*. Porto Alegre: UFRGS, 2005. 350p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- John, V. M. (2014). Jornalismo esportivo e equidade de gênero: a ausência das mulheres como fonte de notícias na cobertura dos jogos olímpicos de Londres 2012. *Estudos em Jornalismo e Mídia* Vol. 11 Nº 2, Jul-Dez.
- Laurettis, T. (1994). *A tecnologia do gênero*. In. *Tendências e impasses - O feminismo como crítica da cultura* (org. Heloisa Buarque de Holanda), Rio de Janeiro:Rocco.
- Leite, A. T. B. (2015). *Profissionais da mídia em São Paulo: Um estudo sobre profissionalismo, diferença e gênero no jornalismo*. São Carlos: UFSCar, 2015. 232p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Mendez, R B. (2016). [O lugar do jornalismo no século XXI](https://ambientedomeio.com/2016/05/09/o-lugar-do-jornalismo-no-seculo-xxi/). *Ambiente do Meio*, 2016. Disponível em: <https://ambientedomeio.com/2016/05/09/o-lugar-do-jornalismo-no-seculo-xxi/>

- Mick, J; Lima, S. (2013). *Perfil do Jornalista Brasileiro. Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis, ed. Insular.
- Projeto global de monitoramento d mídia (2008). Disponível em http://www.que-mel.blog.br/curso/mo2/a04/mo2a04to4_producao_inteligencia_cdinfo.pdf.
- Rago, M. (1995/1996). Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós)modernidade no Brasil. Cadernos AEL, n. 3/4.
- Rocha, P. M., Woitowicz, K.J. (2014). *Estudos de gênero no jornalismo: perspectivas de análise das mulheres jornalistas e das representações de gênero In: Marcas e discursos de gênero: representações femininas e outros olhares*.1 ed.Ponta Grossa: Editora UEPG.
- Rocha, P. M. (2004). *A mulher jornalista no estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira*. São Carlos: UFSCar, 2004. 241 p.Tese (Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Saffioti, H. I.B. (1979). *A mulher na sociedade de classe*. Petrópolis, Ed. Vozes.
- Scott, J. (1990). Gênero, uma categoria útil de análise histórica. *In Revista Educação e Realidade*. Uma publicação semestral da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Vol. 16, n.2. Jul/Dez.
- Torres, C. (2000). *Género y comunicación: el lado oscuro de los medios*. Ediciones de la Mujer, n. 30. Santiago de Chile, Isis Internacional.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.