

QUEM SÃO E O QUE ESTUDAM AS/OS PESQUISADORAS/ES DE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO

Cláudia Lago¹
Mônica Martinez²

Resumo: A Comunicação tem um estatuto multidisciplinar com temáticas, abordagens, teorias, metodologias e até técnicas distintas e, não raro, incompatíveis entre si. No entanto, a discussão sobre as representações apresentada pelo sistema midiático é constante nos congressos e publicações da área. Apesar disso, nestes espaços institucionais de construção do conhecimento, notamos poucos trabalhos amparados nos estudos de Gênero, fundamentais para a construção das representações postas em circulação pela mídia. Em relação ao Jornalismo em trabalho anterior, por exemplo, percebemos a quase ausência do conceito de Gênero na base de dados da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), que reúne trabalhos apresentados em seus congressos desde 2003. Este trabalho busca entender quem produz e o que se produz em termos de Gênero no campo da Comunicação. Para tanto, analisamos artigos publicados nos últimos três anos nas principais revistas da área, pontuadas como A2 no Sistema Qualis (o maior do ranking do campo). O objetivo é mapear as/os autoras/es que trabalham com a categoria no campo da Comunicação no Brasil, identificando as temáticas, as metodologias, abordagens e referências utilizadas. Com esta análise as proponentes pretendem refletir sobre uma questão subjacente: porque as questões de Gênero, tão cruciais para pensar o universo midiático, são subdimensionadas no radar da/os pesquisadora/es da Comunicação?

Palavras-chave: Comunicação. Gênero. Pesquisadores/as.

O Campo da Comunicação, recentemente referendado como área específica junto à Capes, Comunicação e Informação (antes fazia parte das Ciências Sociais Aplicadas), debate-se com seu estatuto disciplinar. A constituição da Comunicação como campo de estudo tem sido objeto de intensa reflexão entre pesquisadores latino americanos, especialmente brasileiros, que apontam para características próprias deste espaço de produção de conhecimento, com uma trajetória disciplinar consolidada³. Uma trajetória em que os estudos e pesquisas que refletem e analisam as representações postas em circulação pelo sistema midiático aparecem em destaque. E, apesar de se utilizarem metodologias, teorias e corpus bastante distintos entre si, apontam para a forma como a mídia se entrelaça em um sistema de produção de sentido sobre o mundo. Este olhar, no entanto, parece não se organizar com a mesma intensidade sobre as práticas discursivas e de representação sobre as relações de gênero. De fato, mapeamentos sobre a produção anterior (Escosteguy et al, 2003) ou mais recente (Martinez, Lago e Lago, 2016; Nonato e Lago, 2017), apontam para a pouca aderência da temática de Gênero entre pesquisadores/as da Comunicação, seja em produções específicas do campo (revistas, congressos), seja em produções oriundas do campo multidisciplinar dos Estudos de Gênero, em que trabalhos que relacionam a temática à mídia partem de

¹ Cláudia Lago é professora Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil.

² Monica Martinez é professora do Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Brasil.

³ Um pouco dos termos da discussão pode ser observado em Lopes (2006) e Braga (2011).

pesquisadores/as de outros espaços. Um exemplo são os Dossiê e Seção Temática Gênero e Mídia, publicados respectivamente nas Revistas *Pagu* (2003) e *Estudos Feministas* (2007), organizados por pesquisadoras não pertencentes ao campo da Comunicação e com a pouca presença de pesquisadores/as deste universo (um em cada edição).

O que é interessante notar não é a importância que pesquisas que entrelaçam Gênero e Mídia ganham em campos distintos do conhecimento. De fato, como pontuam as organizadoras dos referidos dossiês, “... há um volume de pesquisa e debate cada vez maior sobre como os meios de comunicação representam as relações de gênero e constroem significados sobre feminilidades e masculinidades e sobre sexualidades diversas.” (CARVALHO, ADELMAN e ROCHA, 2007:123-124), já que “É inegável a importância da mídia na constituição dos sujeitos na sociedade contemporânea, na medida em que às próprias produções midiáticas se justapõem marcas de diferença ...” (ALMEIDA e BELELI, 2003:9).

O que é importante observar é a forma periférica como essa relação é pensada a partir da Comunicação. Esta ausência é significativa se pensarmos que é imprescindível identificar a forma como as questões de gênero são refletidas na mídia para propor ações concretas de mudança da relação desta com temas e aspectos das questões de gênero. São vários os esforços nesse sentido por parte de organismos mundiais (como a UNESCO), a Associação Mundial para a Comunicação Cristã (WACC) que, a partir da plataforma de Beijing (1995), a cada cinco anos registra e analisa como a mídia noticiosa trata e representa a mulher ao redor do mundo no Proyecto de Monitoreo Global de Médios, ou iniciativas regionais e locais, como as diversas levadas a cabo por coletivos e organizações não governamentais, a exemplo do Think Olga, (<http://thinkolga.com/>) com seu Manual de Jornalismo Humanizado. Estes esforços, no entanto, não reverberam com intensidade no campo de pesquisa que se devota a refletir sobre o objeto “Comunicação”⁴.

Esta “cegueira” é tão mais visível quando resultados de projetos como o Monitoramento de Meios, apontam incessantemente para a representação desequilibrada de mulheres e homens na mídia noticiosa, estes últimos dominando o cenário enquanto sujeitos das notícias com as mulheres encarregadas das matérias referentes ao privado: saúde, sociedade, enquanto os homens costumam ter a seu encargo aqueles referentes ao público, reproduzindo e reforçando os estereótipos de lugares específicos para o masculino e o feminino, o que também se reproduz nas notícias sobre as

⁴ Em que pesem as inúmeras discussões epistemológicas acerca da comunicação enquanto objeto e do Campo propriamente dito, que não cabem neste trabalho.

mulheres, que majoritariamente enfocam espaços e ocupações “tradicionais” do feminino, de modo geral.

Partindo dessas premissas, interessa-nos entender quem pesquisa Gênero a partir do campo da Comunicação e quais as temáticas e aportes desses/as pesquisadores/s, de forma a levantar pistas para tentar entender o porquê da marginalidade atual dos Estudos de Gênero junto ao campo. Para iniciar essa abordagem, neste trabalho, levantamos pesquisadores/as nas principais revistas específicas do campo, com conceito A2 no Qualis Periódico (é o maior extrato da Comunicação) e de perfil generalista. São as publicações: Revista E-Compós, editada pela Associação de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Revista Intercom, editada pela Sociedade Brasileira de Estudo Interdisciplinares em Comunicação (Intercom), Revista Matrizes, editada pelo Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, Revista Galáxia, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP e Revista Famecos, editada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC/RS,

Pesquisando nas bases de dados das publicações dos últimos três anos (2014-2016, inclusos) a palavra Gênero, chegamos a um total de 13 artigos, envolvendo 17 pesquisadores/as. Não há artigos na Revista Intercom a partir dessa procura. Os autores, suas respectivas instituições e ano da publicação de seus textos estão explicitados na tabela a seguir.

Autores/as	Instituição	Data
Matrizes		
Veneza Mayora Ronsini	UFSM	2016
Galáxia		
Bárbara Regina Altivo	UFMG	2016
Felipe Viero K. Machado/ Christa Berger	Unisinos	2016
Renata Tomaz	UFRJ	2015
Tania Montoro / Ceiça Ferreira	UNB / UNB	2014
Famecos		
Lourdes Ana Pereira Silva/ Valquiria Michela Jonh	Uni Sto Amaro /Univale	2016
E-Compós		
Carlos Alberto Carvalho	UFMG	2016
Ceiça Ferreira	UNB	2014
Denilson Lopes	UFRJ	2016
Dieison Marconi / Cassio dos Santos Tomain	UFRG / UFSM	2016
Euler David de Siqueira / Denise da Costa Oliveira Siqueira	UFRRJ e UFJF / UERJ	2016
Myka Castelano	UERJ	2015
Luiz Felipe Zago	Ulbra	2016

A tabela já permite algumas inferências importantes. A primeira é a procedência dos/as autores/as, quase que exclusivamente do Sul-Sudeste (com exceção de duas pesquisadoras vinculadas à UNB). A grande maioria dos textos, 9 entre 13, foi publicada no ano passado, contra dois publicados em 2015 e dois em 2014. Com exceção da pesquisadora Ceíça Ferreira, não há repetição de autores.

Quanto à titulação, alguns artigos escritos em duplas evidenciam orientadores/as que não apresentam foco de estudo diretamente ligado ao tema como coautores/as de jovens pesquisadores/as produzindo pesquisas em nível de mestrado ou doutorado sobre a temática. Essa constatação pode sugerir uma prática diretamente ligada às políticas de avaliações dos programas de pós-graduação em Comunicação e Informação. Por um lado, a pontuação da avaliação feita pela Capes pressiona a produção discente. Por outro lado, essa produção tem um aceite maior, em revistas com Qualis mais bem ranqueados, quando o/a jovem pesquisador/a encaminha o artigo em parceria com o/a orientador/a. Isso porque, também por seu lado, as revistas científicas do campo em geral acolhem a produção de mestrandos/as e doutorandos/as em trabalhos em coautoria com doutores/as como forma de aumentar seu nível no Qualis. De toda forma, não há, como em algumas outras áreas, caso da Psicologia, uma norma pré-definida nesse sentido, em que toda a produção dos orientandos/as necessariamente deve ser veiculada à produção do/a orientador/a, que é responsável pelo resultado das pesquisas e, portanto, publica em coautoria com o/a jovem pesquisador/a. Isso porque a logística em geral é diferente: é o/a orientador/a que consegue aprovação – e verba – para uma grande pesquisa, em geral temática, que possui maiores aportes financeiros, sendo que o/a jovem pesquisador/a já se insere num trabalho com uma função definida, não tendo a chance de desenvolver seu próprio interesse de estudo. Não há, tampouco, um consenso da área quanto à posição que esse nome do orientador ocupará no artigo.

Ainda quanto ao objeto de estudos, o gênero parece, à semelhança do desenho das pedras de mármore, ocorrer de forma marmorizada com o tema da pesquisa. Assim, um/a pesquisador/a de telenovelas ou envelhecimento por meio de uma dada representação midiática pode, eventualmente, apresentar um estudo sobre a questão, sem que esta represente necessariamente seu foco de estudo principal. Isso pode evidenciar, igualmente, uma tendência produtivista da pesquisa contemporânea na área da Comunicação como um todo. Como o principal elemento de avaliação pela Capes – à semelhança do mundo anglofônico – é a publicação, a adesão a dossiês específicos – uma prática bastante notada no campo – é grande. Isso parece encorajar a chamada ciência “salame”, isto é, a

fragmentação do objeto de estudo de forma a ampliar o potencial de publicação do estudo principal por meio de inúmeras “fatias” resultantes de pesquisas exploratórias e ou preliminares.

De qualquer forma, a análise dos currículos lattes dos/as 17 pesquisadores/as elencados, permite observar que a maioria deles/as (dez), menciona em seu resumo – local de identificação dos interesses de pesquisa – aderência a estudos de gênero. Importante notar ainda, que uma parte (três) não fazem qualquer menção a este campo, e quatro o fazem apenas tangencialmente, o que reforça a percepção de estudos ocasionais e/ou relacionados a pesquisas de orientandos/as. Observamos, no entanto, que mesmo entre autores que fazem referência explícita ao termo Gênero em seus resumos, esta aderência não aparece necessariamente nos textos. Do conjunto de treze textos elencados classificamos apenas sete como sendo textos concernentes aos Estudos de Gênero, porque além da menção, fazem uso de bibliografia e problemática correspondente. Quatro trabalhos, apesar de tangenciarem a questões relativas aos Estudos de Gênero, não usam bibliografia aderente, o que nos fez classificá-los como Estudos Com Gênero. Os dois restantes possuem a mesma preocupação que este trabalho, qual seja, mapear os Estudos de Gênero na Comunicação (e, como nós, apontam para uma relação pouco intensa entre estes e o campo)⁵.

Finalmente, do ponto de vista dos temas abordados, os autores apresentam um espectro variado, como representações da velhice, revisão sobre a bibliografia sobre maternidade, gênero e literatura de autoajuda, construção do amor dentro da Igreja Universal, construção de sentido sobre o corpo feminino, discursos de ódio e relações de gênero e sexualidade masculina. Além disso, dois trabalhos, da única autora que se repete, versam sobre mulheres negras, religiosidade e cinema. Em se tratando de autores distintos, podemos observar algumas recorrências, como dois trabalhos que orbitam em torno dos estudos de recepção sobre telenovela, e dois que se ancoram em teorias queer, um que propõe um cruzamento ensaístico de autores e outro, mais empírico, que analisa a presença de uma “narrativa queer” em documentários.

Considerações finais

Parte importante dos estudos de gênero, que centra na relação entre gênero e comunicação, tem sido fomentada a partir de uma perspectiva militante, que reconhece que a mídia ocupa um papel central nas sociedades contemporâneas, ao ser agente privilegiado de construção de significados tanto sobre o feminino e o masculino, mas também sobre a sexualidade e as normatividades sexuais. Estas construções, no entanto, não são lineares ou seguem apenas um

⁵ Não é objetivo analisar os textos. Fazemos estes apontamentos iniciais para corroborar nossa percepção sobre a relação dos autores com os estudos de Gênero.

determinante. Ao contrário, são extremamente complexas e necessitam de olhares também complexos, capazes de abarcar os inúmeros aspectos relacionados à atribuição de significado e à construção de identidades, que também está em jogo neste processo.

Esta complexidade não tem passado despercebida nos estudos que articulam gênero e mídia, que problematizam a relação mídia, gênero e consumo, por exemplo. Estudos que, majoritariamente, envolveram até o momento, pesquisadoras/es ancorados em outros campos disciplinares, que não o da Comunicação, em que os trabalhos e pesquisas voltados a essa relação serem tão pouco visíveis, ou, apesar de existirem, não formarem um corpo coeso capaz de se consolidar em linhas e projetos de pesquisa facilmente identificados e legitimados nos espaços acadêmicos.

Esta pouca visibilidade dos trabalhos é tão mais importante se pensarmos que as questões de gênero têm ocupado espaço cada vez maior no *mainstream* midiático, e nos modelos alternativos, especialmente em momento em que, como no caso do Brasil, conquistas na luta pelo fim das desigualdades de gênero e pela aceitação de outros padrões de sexualidade não fundados em padrões heteronormativos, têm sido alvo de ataques e reações dos setores conservadores da sociedade, muitos ligados a grupos religiosos.

O presente trabalho, ao mergulhar em características dos/as pesquisadores/as que figuram como relacionados à Gênero, nos principais periódicos da área, reafirma a relação pouco intensa do campo com os Estudos de Gênero. Esta, quando aparece, está relacionada a pesquisadores/as do eixo sul-sudeste e impulsionada por pesquisadores mais jovens. Os mais consolidados atuam relacionados a temáticas mais tradicionais no campo (recepção de telenovela) ou ao universo das pesquisas *queer*.

Esse quadro, a nosso ver, relaciona-se à constituição do campo de estudos da Comunicação como em estreita ligação com as profissões da Comunicação e muitas vezes refletindo sobre demandas diretamente vinculadas a estes espaços, em que as questões de gênero são bastante problemáticas (como indicam os textos das coletâneas sobre Gênero e Mídia citados anteriormente).

E se é um alento a percepção de que pesquisadores/as mais jovens, em início de carreira, tem forçado o campo a olhar para o Gênero, não é sem alguma preocupação que percebemos este movimento. Por um lado por poder tratar-se de um “modismo” temático, bastante freqüente nos estudos de Comunicação. Por outro, por não termos a certeza, dada a conjuntura da pesquisa no país, de que estes/as pesquisadore/as conseguirão efetivamente consolidar-se no ramo. Esperamos que sim.

Referências

ALMEIDA, H.B e BELELI I. *Apresentação*. Cadernos Pagu, Campinas, no 21, 2003. Disponível em :http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332003000200002&lng=en&nrm=iso
Acesso em: 15/06/2017

CARVALHO, M.G., ADELMAN M. e ROCHA, C.T.V. *Apresentação*. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 15, n 1. janeiro-abril 2007, pags. 123-130. Disponível em:
<http://www.scielo.br/pdf/ref/v15n1/a08v15n1.pdf>. Acesso em: 17/05/2017.

ESCOSTEGUY A.C et all. *A temática das relações de gênero nos estudos de comunicação*. Logos: Comunicação e Universidade, Rio de Janeiro, V. 10, n.2, 2003 pags 162-185. Disponível em: <
<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/16510/12349>>. Acesso em: 17/05/2017

MARTINEZ M., LAGO C. e LAGO M. *Estudos de Gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação*. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio- agosto de 2016. 23 páginas. Disponível em
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22464/14180>. Acesso em:
13/06/2017.

NONATO C., LAGO C. *Pesquisa em Jornalismo no Brasil: SBPJOr 2014 e 2015*. 2016 XIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Memórias XIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación Cidade do México, v.1, pag 17-24.

Gender Researchers in Communication: who are they, and what they study?

Abstract: The Communication has a multidisciplinary status with distinct themes, approaches, theories, methodologies different, sometimes incompatible. However, representations discussion in the media system is constant in conferences and publications of the area. Nevertheless, in these institutional spaces of knowledge construction, we noticed few works supported by the studies of Gender, that we think are crucial to understand the construction of the representations put in circulation by the media. Regarding Journalism, for example, we perceived practically the absence of the concept of Gender in the database of the Journalism Researchers Brazilian Association (SBPJor), which gathers papers presented at its annual meeting since 2003. This work seeks to understand what is produced in the field of Communication on Gender's perspective. In order to do so, we analyzed articles published in the last three years in the main journals in the area, scored as A2 in the Qualis System (the highest ranking in the Brazilian Communication field). The objective is to map the authors working with the concept in the field of Communication in Brazil and to identify the themes, methodologies, approaches and references that they use. With this analysis, the proponents intend to reflect on an underlying question: why are the gender issues, so crucial to think the media universe, underscored in the radar of the Communication researchers?

Keywords: Communication. Gender. Researchers.