

Gênero e comunicação na indústria mineral: a representação de gênero na capa da revista *In The Mine* – Balanço e Perspectivas 2025¹

Cristiano Ovidio da Silveira²

Daniela Villar³

André Iribure Rodrigues⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Resumo

Este artigo analisa as representações de gênero na comunicação institucional da indústria mineral, focando na capa da revista *In The Mine* - Balanço e Perspectivas 2025. A partir das representações na perspectiva dos estudos culturais (Hall, 2016) e da psicologia social (Moscovici, 2003) articuladas aos estudos de gênero e sexualidade (Butler, 1990; Louro, 2000), interessa identificar as disputas de poder e tensionamentos com a hegemonia das masculinidades em veículo especializado do setor da mineração. O objeto escolhido reverberou na publicação do LinkedIn da *Women In Mining Brasil* em fevereiro de 2025 pelo perfil de representação de gênero na capa da edição 112. Identificou-se o potencial de contestação da representação da hegemonia masculina no setor mineral.

Palavra-chave: Comunicação Institucional; Performatividade de Gênero; Indústria Mineral; Representações de gênero.

A indústria mineral brasileira é marcada por uma força de trabalho predominantemente masculina, de acordo com o último Relatório da *Women In Mining Brasil* (WIM, 2024), apenas 22% dos profissionais do setor são mulheres, o que reflete em sua comunicação institucional as mesmas dinâmicas de exclusão de gênero que permeiam as estruturas organizacionais. Este artigo analisa a capa da revista *In The Mine* (Figura 1), publicação da Editora Facto, referência no setor de mineração, que apresenta uma composição visual exclusivamente masculina. Nesse sentido, interessa identificar as relações de poder e hegemonias que são representadas no processo comunicacional, revelando desigualdades e estratégias de invisibilidade. Para tanto, os objetivos específicos incluem mapear o contexto histórico da desigualdade de gênero na mineração, descrever os elementos visuais, imagem e texto, da capa da revista e analisar as práticas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Alteridade e Diversidade, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Publicitário e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: cristianoovidio13@gmail.com.

³ Jornalista e Aluna Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: dani.nanobt@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: iribure@ufrgs.br.

de contestação (Wottrich, 2017) geradas em uma publicação no LinkedIn, plataforma onde o debate ganhou destaque.

Figura 1- Capa da revista In The Mine – Balanço e Perspectivas 2025



Fonte: *In The Mine*, 2025

A metodologia adotada foi a análise de conteúdo (Bardin, 2011). Inicialmente, o objeto de estudo foi a capa da revista, com foco em sua composição visual e linguagem, e, posteriormente, a análise se voltou para os comentários críticos em uma postagem no LinkedIn da página Women in Mining Brasil (WIM), entidade cuja missão é promover e fortalecer a participação feminina no setor da indústria mineral, que questionava a ausência de representação na publicação. A abordagem teórica fundamenta-se em: teoria da performatividade de gênero de Butler (1990), que entende o gênero como uma construção social reiterada por meio de atos e representações e o conceito de “corpo estranho” de Louro (2000), que discute como corpos fora da norma hegemônica são percebidos como deslocados em espaços masculinizados.

Os resultados da análise demonstram que a capa da revista, ao exibir 25 retratos de homens em posições de autoridade, opera como um ato performativo que reitera a associação entre mineração e masculinidade. Apesar de mencionar uma profissional feminina em uma seção interna, Maria José Salum, destacada como pioneira em ESG, a exclusão visual na capa configura um exemplo claro de manutenção da norma.

A análise dos 50 comentários primários⁵ na publicação do LinkedIn da WIM Brasil que apresenta um posicionamento crítico em relação à capa da revista revelou que 44% dos comentários exigiam maior representatividade no segmento, enquanto 24% criticavam o conteúdo ou a abordagem da revista.

De forma preliminar, a pesquisa evidencia que a publicação analisada reflete as desigualdades de gênero e contribui ativamente para sua reprodução ao excluir mulheres de suas representações centrais. Apesar dos avanços discursivos em temas como diversidade, a persistência de imagens masculinizadas revela uma lacuna entre o compromisso formal com a equidade e as práticas efetivas.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. 11. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 13. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2016.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

WIM BRASIL. **Relatório WIM Brasil 2024: diversidade, equidade e inclusão no setor mineral**. São Paulo: Women in Mining Brasil, 2024. Disponível em: <<https://wimbrasil.org/>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

WOTTRICH, Laura. **“Não podemos deixar passar”: práticas de contestação da publicidade no início do século XXI**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

⁵ Comentários primários referem-se aos comentários originais feitos diretamente na publicação, não incluindo respostas ou interações subsequentes a esses comentários.