

O feminino nas notícias: análise da presença de mulheres como fontes e personagens no portal de notícias UOL¹

Mariana Bueno²

Universidade Federal do Ceará – UFC

RESUMO

Este estudo surge da observação crítica da subrepresentação e estereotipagem negativa das mulheres na produção jornalística. Investigando a representatividade de gênero no portal UOL e na editoria Universa, o trabalho examina como as mulheres são retratadas na mídia. Ancorado em leituras feministas, destaca a persistência de uma sociedade patriarcal e reconhece o papel crucial do jornalismo na transformação dessa realidade. Utilizando a metodologia de estudo de caso, a pesquisa analisa 177 notícias em um período de 10 dias, destacando aspectos como inclusão de mulheres como fontes, diferenças na apresentação de gêneros e tipos de fontes utilizadas, ao final da pesquisa foi possível perceber que das 177 notícias, 122 não continham fontes diretamente entrevistadas. Portanto, o presente trabalho contribui para a compreensão da representatividade feminina na mídia, ressaltando a importância do jornalismo na promoção de uma representação equitativa.

PALAVRAS-CHAVE

jornalismo; mulheres; mídia; subjetividade; interseccionalidade

INTRODUÇÃO

O presente resumo é um recorte da monografia da autora³, cujo ponto de partida foi o movimento feminista, que ao longo dos séculos tem sido uma força multifacetada na busca pela igualdade de gênero, justiça social e reconhecimento pleno dos direitos das mulheres. Desde as primeiras ondas do feminismo no século XIX até as manifestações contemporâneas em todo o mundo, o feminismo desafia normas sociais, questiona estruturas de poder e promove mudanças profundas na sociedade. Além disso, ao notar que poucas mulheres eram entrevistadas, e que em diversas notícias as mulheres presentes, e não somente como fontes, eram diminuídas ou representadas negativamente,

¹ Trabalho apresentado no GTNE07 - Comunicação e Trabalho, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Jornalista, graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: marianabueno.jor@gmail.com

³ Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/78125>. Acesso em: 01 de maio de 2025.

como no obituário da Folha de S. Paulo para Rita Lee⁴ surgiu o interesse de fazer um estudo sobre essa problemática.

A representação de grupos sociais, incluindo mulheres de diferentes estratos sociais, raciais e de identidade de gênero, na mídia jornalística influencia diretamente a percepção desses grupos pela sociedade em geral. O discurso não apenas reflete, mas também representa, constrói e modifica a sociedade (Fairclough, 2001). É igualmente essencial abordar a questão de gênero, que por muito tempo foi vinculada à biologia e aos órgãos sexuais da pessoa. Essa associação resultou na atribuição de papéis específicos aos gêneros feminino e masculino, influenciando escolhas de cores, brincadeiras, funções no coletivo e no mercado de trabalho.

Diante desse cenário, surge a indagação: como o jornalismo inclui as mulheres no processo de produção noticiosa como fontes? Há diferenças na apresentação de homens e mulheres nas matérias? Que tipos de fontes são mais frequentemente utilizadas? Existe uma discrepância nas representatividades? Logo, o objetivo geral deste trabalho torna-se ressaltar a importância da mídia na batalha pela representação feminina e investigar como se dá a presença feminina nos textos jornalísticos, do UOL e Universa. Os objetivos específicos incluem a análise da interseccionalidade das mulheres nas matérias do portal UOL e do Universa Uol, a identificação de discrepâncias na representação de mulheres e homens, observando como se dá a representatividade feminina no jornalismo por meio das fontes.

JORNALISMO E INTERSECCIONALIDADE

Atualmente, é consenso que o jornalismo deve fornecer dados claros, imparciais e objetivos à sociedade, ou a uma parcela significativa dela. O discurso jornalístico deve alcançar todas as esferas da sociedade, independentemente de fatores como gênero, classe, cor, região, orientação sexual, idade, entre outros. No entanto, o leitor também precisa se identificar com esse discurso, e é aí que surge o desafio desta tarefa, na multiplicidade de fontes disponíveis e diante da complexidade social.

⁴ Disponível em:< <https://twitter.com/folha/status/1655937932442873858>>. Acesso em: 01 de maio de 2025.

Seu surgimento deu-se em função da necessidade de uma estrutura específica de comunicação, para difundir informações com a finalidade de sedimentar a ordem burguesa (criação de novas necessidades, ideologia, controle social, etc.) e como tal, enquanto estrutura, faz parte da base da sociedade e não da superestrutura ideológica, estando ligada à evolução geral do homem, como um sistema que supre certas necessidades sociais de caráter ideológico. (Marcondes Filho, 2000, p. 161)

Ainda para Marcondes Filho (2000), o jornalismo se manifesta através dos interesses predominantes de uma sociedade de classes e é uma estrutura de manifestação, difusão e, sob certo aspecto, formação da ideologia dominante de hoje, a social e democrática.⁵

E entre tudo o que podemos destacar nos estudos jornalísticos, trago aqui, principalmente, a disparidade de diferença entre os gêneros como fontes jornalísticas. Diante disso, podemos citar Carla Cerqueira (2008), que notou uma masculinização quando estudou a forma que as mulheres eram retratadas nos jornais portugueses. Para ela, o discurso jornalístico “(...) reproduz atitudes e ideologias que legitimam a dominação, bem patente nos atores sociais, os quais são ouvidos e naqueles que ficam na penumbra (...)” (Cerqueira, 2008, p. 142) e ainda, há uma desigualdade na distribuição das vozes no discurso jornalístico, resultando em algumas pessoas sendo apenas mencionadas e outras ficando invisíveis. As mulheres, em particular, parecem estar no grupo dos “invisíveis” ou “visíveis” com pouco destaque.

Para Moraes (2010), a existência de instituições que constituem a sociedade civil pode contribuir para a difusão de pensamentos hegemônicos e dentre elas, estão os meios de comunicação.

E para falarmos sobre gênero no jornalismo — o qual é o cerne deste trabalho —, especificamente do gênero feminino e do movimento feminista, temos que considerar a interseccionalidade. Hirata (2014) aponta que a interseccionalidade, termo criado por Kimberlé W. Crenshaw, em 1989, ganhou destaque na literatura inglesa e, posteriormente, francesa. Sua origem remonta ao movimento conhecido como Black Feminism, que criticou o feminismo branco, de classe média e heteronormativo.

⁵ Segundo o Instituto Mises Brasil (IMB). Disponível em: < <https://shre.ink/9ByI> >. Acesso em: 01 de maio de 2025

A interseccionalidade visa considerar as múltiplas fontes de identidade podendo abranger discussões de gênero, raça, classe e sexualidades mas não se limita somente a esses recortes. A interseccionalidade é essencial para uma compreensão abrangente das complexas identidades e desigualdades sociais, rejeitando a hierarquização das categorias tradicionais. Ela enfatiza a interação desses sistemas de opressão na produção e reprodução das desigualdades sociais. Esse conceito desempenha um papel fundamental neste trabalho, que busca analisar a representatividade das mulheres como fontes na cobertura jornalística contemporânea através da lente da interseccionalidade, buscamos uma compreensão mais profunda e justa dessas questões complexas. Afinal como pontua, Sarmiento (2020), a partir do pensamento em Young (2006):

Sujeitos marginalizados devem ser pensados mais a partir de suas perspectivas sociais do que de “um conjunto de atributos que seriam comuns a todos os seus membros. Para ela, esses grupos guardam profundas diferenças de interesses e opiniões entre si e é por isso que olhar com as lentes da perspectiva diz de uma partilha de posicionamento sem delimitar exatamente a substância final dessa percepção. “A perspectiva é um modo de olhar os processos sociais sem determinar o que se vê”, diz Young (2006)” (Sarmiento, 2020, p. 6. Grifos no original)

O jornalismo, que para Zelizer (2015) deveria desempenhar um papel essencial ao auxiliar as pessoas a entenderem suas vidas cotidianas e suas conexões com o corpo político mais amplo, parece falhar nesse aspecto. A lógica capitalista, que impulsiona a produção acelerada de notícias, resulta em matérias curtas e diretas, apresentadas como objetivas pelo jornalismo, conforme apontado por Lopez e Souza (2019). Essa escolha está intrinsecamente ligada aos valores-notícia, impactando na inclusão da subjetividade e da interseccionalidade do gênero feminino nas reportagens jornalísticas.

METODOLOGIA

O estudo de caso é um método utilizado principalmente em pesquisas no campo das Ciências Sociais, em áreas como: sociologia, ciência política, antropologia, entre outros. Para Duarte (2005), esse método é uma boa maneira de introduzir o pesquisador iniciante em técnicas de pesquisa que visam usar um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações.

A escolha do Universo Online, mais conhecido como UOL, para o trabalho se deu devido à sua visibilidade e alcance em comparação com outros portais de notícias no Brasil.

Além disso, a presença de uma editoria exclusivamente voltada para mulheres, a editoria *Universa*, também foi considerada critério na seleção do objeto de estudo. A coleta de informações foi realizada mediante o uso de uma planilha elaborada no Google Planilhas, contendo 15 colunas. As colunas são: período do dia; data; título; link da página; assinada?; teve edição?; lead; palavras-chave; quantas mulheres?; quantos homens?; identificação das mulheres; onde as mulheres aparecem?; análise de conteúdo. A coleta de dados foi planejada inicialmente para um período de 15 dias. No entanto, devido à rápida acumulação de informações relevantes, o processo de coleta foi encerrado no 10º dia, quando já haviam sido analisadas 177 páginas. O período de coleta abrangeu de 01 de agosto de 2023 a 11 de agosto de 2023. A metodologia adotada consistiu em acessar as páginas destacadas na capa do portal de notícias do UOL.

RESULTADOS

Após a análise das 177 homepages, constatou-se que em 66% delas (122 páginas) não havia nenhuma fonte identificada, nem mesmo em conteúdos baseados em notas oficiais. Das 55 páginas que usaram fontes, 95% (52 páginas) recorreram a apenas um tipo (oficial, especializado ou anônimo), e só 5% combinaram dois ou três tipos. Entre os tipos, as fontes anônimas apareceram em 6% das instâncias (12 vezes), as especializadas em 12% (23 vezes) e as oficiais em 16% (29 vezes), revelando uma distribuição concentrada e pouco diversificada.

Na seção *Universa*, que contou com 8 páginas analisadas, 82% apresentaram fontes: 27% (3 páginas) usaram fontes anônimas, 36% (4 páginas) fontes especializadas e 18% (2 páginas) fontes oficiais. Apenas 18% (2 matérias) não apresentaram nenhuma fonte, destacando um padrão um pouco mais variado em comparação ao UOL geral. Esses dados detalham o cenário informativo, evidenciando tanto padrões quanto lacunas no uso de fontes.

Especificamente sobre o foco deste estudo, das 82 páginas do portal UOL, apenas 18 apresentaram fontes femininas, enquanto 50 eram masculinas. Já no *Universa*, das 8 páginas, 2 não tinham fontes e as 6 restantes somavam 11 fontes femininas. A ausência geral de fontes já é alarmante, mas a baixa presença de mulheres consultadas como especialistas ou personagens reforça a preocupação com a sub-representação feminina no jornalismo.

CONCLUSÃO

Após uma análise detalhada, reforçada pela premissa de que as mulheres são sub-representadas em entrevistas, os resultados evidenciam essa desigualdade. No UOL, apenas 34% das notícias analisadas incluem fontes, sendo que destas, apenas 18 apresentam fontes femininas. Importante ressaltar que, mesmo nesse grupo, apenas duas são de mulheres negras e de classe baixa, revelando uma falta de interseccionalidade. A situação na editoria feminina, *Universa*, não difere significativamente. As notícias carecem de aprofundamento em questões sociais, concentrando-se mais em tópicos como comportamento e sexualidade feminina. O UOL, um veículo jornalístico de grande porte, foca em assuntos nacionais e gerais, negligenciando questões sociais mais amplas.

Em resposta aos objetivos específicos, fica evidente a disparidade entre fontes femininas e masculinas no portal, sem um esforço notável para diversificar e incluir mulheres, especialmente aquelas com experiências interseccionais. A objetividade, embora essencial, pode silenciar vozes importantes, perpetuando estereótipos e preconceitos. É imperativo que os jornalistas reconheçam a importância da subjetividade, incorporando perspectivas diversas e contextos complexos em suas reportagens, sem abandonar completamente a imparcialidade.

REFERÊNCIAS

CERQUEIRA, C. B. (2008). **A imprensa e a perspectiva de gênero. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher.** Observatorio (OBS*) Journal, 2(2), 139-164. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/101/153>

DUARTE, Marcia Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: atlas, 2005. p. 215-235.

HIRATA, Helena. **Gênero, classe e raça Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais.** Tempo social, v. 26, p. 61-73, 2014.

LOPEZ, Yara; DE SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues. **Violência contra a mulher, machismo e patriarcado no enquadramento jornalístico.** Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, v. 6, n. 2, p. 19-34, 2019.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. S.P. Hacker. 2000

MORAES, Dênis de. **Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci**. Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, 2010

SARMENTO, Rayza. **O feminismo no jornalismo**. Cadernos pagu, p. 6, 2020.

ZELIZER, Barbie. **O que fazer com o jornalismo?**. Brazilian journalism research, v. 10, n. 2, p. 12-27, 2014.