

## **A visibilidade também é política: o lugar das mulheres na cobertura do *Jornal Hoje* e do *JMTV 1ª Edição***

Visibility is also political: the place of women in the coverage of *Jornal Hoje* and *JMTV 1ª Edição*

La visibilidad también es política: el lugar de la mujer en la cobertura de *Jornal Hoje* y *JMTV 1ª Edição*

**Daniele Silva Lima**

Universidade Federal do Maranhão | danielesilvalima15@gmail.com

**Nayara Nascimento de Sousa**

Universidade Federal do Maranhão | naaynascimento101@gmail.com

**Camilla Quesada Tavares**

Universidade Federal do Maranhão | camilla.tavares@ufma.br

**Resumo:** Este artigo tem por objetivo investigar se matérias com enfoque no gênero feminino aparecem em telejornais brasileiros com diferentes abrangências. Verifica-se o espaço que é dado às matérias com foco nas questões das mulheres e se há disparidades e/ou semelhanças entre a cobertura de um jornal de abrangência nacional e a de um regional. Procuramos identificar, ainda, em que medida elas são ouvidas como fontes. Para tanto, analisamos 24 edições do *Jornal Hoje* e 24 do *JMTV 1ª Edição*, do Maranhão, que foram ao ar em 2019, totalizando 429 matérias. A partir da análise de conteúdo quanti-qualitativa, observamos que, dessas, apenas 15 possuíam algum recorte de gênero, sendo dez do jornal regional e cinco do nacional. Apesar do baixo número, há uma predominância das fontes femininas e de uma cobertura positiva dessas pautas.

**Palavras-chave:** telejornalismo; estudos de gênero; cobertura jornalística; Jornal Hoje; JMTV.

**Abstract:** This article aims to investigate if there are news focusing on the female gender in Brazilian television news. The main goal is to verify what space is given to stories focusing on women's issues and whether there are disparities and/or similarities between the coverage of a national and regional broadcast when the news focus on them. We also tried to identify the extent to which they are heard as sources of information in the reports with this approach. To do it so, we analyzed 24 editions broadcasted in 2019 of *Jornal Hoje* and 24 editions of *JMTV 1ª Edição*, from Maranhão, totaling 429 news. Adopting a quanti-qualitative Content Analysis, we observed that only 15 news were about woman, 10 from the regional TV and 5 from the national one. Despite the low number, there is a predominance of female sources and positive coverage of these subjects.

**Keywords:** television news; gender studies; journalism coverage; Jornal Hoje; JMTV.

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo investigar si el noticiario centrado en el género femenino aparece en los informativos de la televisión brasileña de diferentes ámbitos. Se verificar el espacio se le da a las historias centradas en la temática de la mujer y si existen disparidades y/o similitudes entre la cobertura de un diario nacional y de un diario regional. También intentamos identificar hasta qué punto se les escucha como fuentes. Para ello, analizamos 24 ediciones del *Jornal Hoje* y 24 del *JMTV 1ª Edição*, de Maranhão, que se emitieron en 2019, totalizando 429 noticias. A partir del análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, observamos que solo 15 noticias tenían algún recorte de género, 10 del diario regional y 5 del diario nacional. A pesar del bajo número, hay un predominio de fuentes femeninas y una cobertura positiva sobre ellas.

**Palabras clave:** noticias televisivas; estudios de género; cobertura periodística; Jornal Hoje; JMTV.

## Introdução

A expressiva atuação das mulheres como profissionais do jornalismo, conforme indica o “Perfil do Jornalista Brasileiro”<sup>1</sup>, não se reflete na perspectiva adotada no conteúdo veiculado pela imprensa corporativa (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Embora a feminização das redações seja substancial, as produções da grande mídia ainda tendem a privilegiar um viés masculino, com pouco espaço para as pautas de gênero e para vozes femininas (SILVA, 2010; ROCHA; DANCOSKY, 2016; DIAZ, 2019; COSTA, 2018).

Considerando o contexto brasileiro, os meios de comunicação podem tanto atuar no sentido de reproduzir e estruturar as desigualdades de gênero e a favor dos interesses dominantes (MIGUEL; BIROLI, 2011) quanto oferecer visibilidade para as minorias sociais, buscando ressignificar as relações de gênero de forma mais equitativa. Assim, os noticiários, por exemplo, são espaços de disputa de poder, promovendo determinados atores sociais ao lugar de enunciadores privilegiados, ao passo que outros são enquadrados em posições de desvantagem, o que incide na naturalização de pertencimento e exclusão social (BIROLI, 2011).

Desse modo, a questão do espaço de voz desigual para fontes masculinas em detrimento de femininas é um dos problemas apontados como cruciais no sexismo verificado na cobertura dos jornais. Geralmente, os homens aparecem como especialistas, autorizados a falar certificadamente sobre os assuntos, enquanto as mulheres são mais consultadas como vítimas ou aparecem de maneira secundária (CERQUEIRA, 2008; BEFFA, 2017; MORENO, 2017).

De acordo com o relatório de 2015 do Global Media Monitoring Project (GMMP), realizado pela World Association for Christian Communication (WACC), as mulheres aparecem como fontes em apenas 24% das reportagens de jornal, televisão e rádio. A pesquisa indica também um percentual irrisório de notícias sobre economia e política com foco nas mulheres, com 5% e 7%, respectivamente (WACC, 2015). Nesse sentido, as mulheres – e outros grupos sociais invisibilizados – questionam a falta de representatividade no jornalismo corporativo, não apenas com críticas pela baixa atuação delas nos cargos de chefia nas redações, mas também pensando no conteúdo, na medida em que as produções pouco apresentam uma perspectiva feminina e há preferência por fontes masculinas (BEFFA, 2017).

Tendo em vista o cenário apresentado, este artigo se propõe a identificar as matérias com enfoque no gênero feminino que aparecem nos telejornais *Jornal Hoje* e *JMTV 1ª Edição*, do Maranhão, e em que medida as mulheres são ouvidas como fontes nas reportagens com essa abordagem. O objetivo é verificar o espaço dado para matérias com foco nas questões das mulheres e se há disparidades e/ou semelhanças entre a cobertura de um jornal de abrangência nacional e um regional.

A escolha por analisar telejornais, e não outro meio, se deu pela grande presença das televisões nos lares maranhenses e o alcance de transmissão da *Rede Globo*. Segundo

---

<sup>1</sup> Segundo a pesquisa “Perfil do Jornalista Brasileiro”, realizada por pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), em 2012, as mulheres representam 64% das/dos jornalistas, enquanto 36% são homens. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/01/pesquisa-perfil-jornalista-brasileiro.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

informações divulgadas pelo Grupo de Mídia de São Paulo, no *Mídia Dados 2019*, 93,6% dos domicílios no Maranhão possuem televisão, e a *Globo* chega a 98,33% dos municípios brasileiros. O levantamento também apresentou um perfil dos consumidores da TV aberta no Brasil: 53% são mulheres, 46% pertencem à classe C e 37% têm de 25 a 44 anos. Além disso, o sinal da *TV Mirante*, afiliada à *Globo* no Maranhão, chega a 216 dos 217 municípios do estado (SILVA, 2021), consolidando-a como líder de audiência.

O estudo aqui apresentado se justifica pela importância de observarmos se e como as questões das mulheres aparecem nos telejornais, uma vez que são a maioria da população brasileira e são também as maiores consumidoras de televisão. Também é pertinente por conta da lacuna que há em pesquisas que articulam telejornalismo e gênero, conforme indicou o levantamento de Massuchin, Tavares e Silva (2020).

### **A discussão de/sobre gênero como movimento político: revisitando a questão a partir do jornalismo**

Para as sociedades baseadas em sistemas democráticos ocidentais, como o Brasil, o jornalismo possui papel central, já que atua na circulação de informações e interpretações sobre temas que podem contribuir na promoção e na proteção de direitos (GOMES, 2018). Para além de uma atividade comercial e informativa, o jornalismo constitui uma ação política e social, especialmente para grupos historicamente marginalizados.

Dessa forma, é fundamental considerar a pluralidade de temas e vozes nas produções dos diferentes meios jornalísticos, como os telejornais, uma vez que a mídia é um espaço dinâmico de disputas de poder, com capacidade para reproduzir e estruturar as desigualdades de gênero (MIGUEL; BIROLI, 2011; COSTA, 2018), mas também com potencial para promover ressignificações.

Na medida em que o gênero é um dos elementos que organizam a sociedade (SCOTT, 1995), o sexismo também se faz presente nas mídias corporativas. Embora as mulheres sejam maioria nesta profissão, o jornalismo hegemônico não consegue ainda refletir essa feminização, sendo perpassado por relações assimétricas de gênero nas redações (SILVA, 2010). Essas desigualdades também são sentidas no conteúdo produzido, de forma que tendem a apresentar um viés masculinista, com pouco espaço para as vozes femininas como fontes, sobretudo quando se trata das negras (COSTA, 2018).

Segundo Rocha e Woitowicz (2018), o início da produção das mulheres na imprensa, no século XIX, se deu pela publicação de temas como participação política, direito à educação e mudança de costumes, ou seja, temas que atravessam os movimentos feministas. Ademais, em um primeiro momento, as mulheres obtiveram espaço nas redações jornalísticas usando pseudônimos e disfarces para fazer a cobertura de matérias, sendo que este era o modo que elas encontravam para driblar preconceitos em um espaço masculino (SANTOS; TEMER, 2016). Porém, é importante destacar que a entrada da mulher no mercado da comunicação não a levou a espaços diferentes do que é considerado “feminino”.

[...] até os anos [19]60 as mulheres entravam na redação confirmando o seu papel feminino, ocupando espaço nos cadernos ou nas revistas femininas, nas seções de moda, de receitas culinárias, de conselhos sobre

educação infantil e comportamento familiar, ou escrevendo crônicas e contos voltados para o público feminino. Os assuntos “sérios” eram reservados aos homens (ABREU, 2006, p. 11).

As assimetrias de gênero encontradas nos diversos setores da sociedade, inclusive no jornalismo, são resultadas de fatores complexos. Uma considerável parte da produção literária situa essa problemática nas relações de poder entre homens e mulheres nos espaços público e privado, de forma que o trabalho masculino é reconhecido e exaltado, ao passo que o feminino é desvalorizado. Por outro lado, observando por um viés do colonialismo do poder, as perspectivas feministas do Sul Global sustentam que há outros fatores que incidem nas disparidades de gênero, como as interseções de classe, orientação sexual, raça, localização geopolítica, etc. (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020). Contudo, ainda que os jornais tradicionais ofereçam pouco espaço para as mulheres, seja como tema de matérias e/ou como fontes, o privilégio é para as vozes das brancas, de classe média e heterossexuais (COSTA, 2018). O resultado é que as mulheres negras são mais atingidas com estereótipos, racismo e/ou silenciamentos.

Os movimentos feministas reconheceram, desde cedo, que os meios de comunicação são mecanismos importantes para a ação política (ESCOSTEGUY, 2019; 2020). Assim, as feministas tanto reivindicam o espaço de visibilidade para as pautas de gênero na imprensa – tendo em vista que a grande mídia é um dos agentes que podem contribuir para potencializar as demandas das mulheres – quanto criticam as assimetrias de gênero reproduzidas e legitimadas nesses meios, em especial relativas às não-brancas.

As demandas em prol da maior atuação das mulheres na mídia não são recentes. Entretanto, a luta por visibilidade está conquistando espaço nos últimos anos (SARMENTO, 2013). Nesse sentido, as mobilizações feministas são essenciais no processo de tensionamento da mídia para que as mulheres estejam mais presentes nos assuntos abordados e como fontes de informações. Como exemplo, as ações da ONG feminista Think Olga se destacam, como a elaboração de manuais para jornalistas (minimanuais de jornalismo humanizado) e o projeto “Entreviste uma Mulher”, em que disponibiliza um banco de dados com nomes de mulheres especialistas em diversas áreas (COSTA, 2018).

Apesar de ações desses tipos, o jornalismo ainda tende a não incluir as demandas feministas e as questões das mulheres em suas pautas. hooks<sup>2</sup> (2019, p. 22) tece uma crítica à grande imprensa, ao dizer que a “mídia de massa patriarcal” não se interessa pelas ideias revolucionárias do feminismo: “Trabalhos como *Feminist Theory: From Margin To Center*, que oferece uma visão libertadora de transformação feminista, jamais recebe a atenção da grande imprensa”.

De acordo com Moreno (2017, p. 79), a mídia tem um papel preponderante na obtenção dos direitos das mulheres: “Cabe à mídia dar uma grande contribuição para o avanço das mulheres, rumo à sua efetiva equidade”. A autora também reforça a importância da mídia na formação social:

---

<sup>2</sup> Nota de edição: bell hooks faz questão de grafar com letras minúsculas o pseudônimo com que assina suas obras.

A mídia atinge a população, contribuindo [...] para a formação da subjetividade de homens, mulheres e crianças, ajudando a compor uma imagem introjetada dos papéis sociais, da aparência, dos sonhos e desejos, da posição a tomar em caso de alguma informação política etc. A mídia representada, muitas vezes, a única ou principal fonte de informação – e de formação da opinião – da sociedade (MORENO, 2017, p. 73).

É importante notar uma tendência entre alguns dos grandes jornais em modificar a cobertura de certos temas relativos ao gênero feminino, como o aborto. O relatório “Vozes Silenciadas – Direitos Sexuais e Reprodutivos”, produzido pela organização Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e cujos resultados preliminares foram divulgados pela revista *Carta Capital*, analisa como alguns dos principais veículos de comunicação no Brasil cobriram questões sobre o aborto em 2018 e em 2020<sup>3</sup>. A pesquisa indica que, embora os jornais apresentem certas falhas nas formas de noticiar, como a falta de referência ao papel dos órgãos governamentais e a conscientização sobre a cultura do estupro e sobre educação sexual, de maneira geral é possível visualizar pequenos avanços. Sobre o caso de uma menina de 10 anos vítima de estupros, que engravidou, mas conseguiu realizar o aborto seguro previsto em lei, em 2020, o *Jornal Nacional*, por exemplo, destacou a legalidade do procedimento e o apoio de ativistas feministas à criança.

Por outro lado, a visibilidade de pautas de gênero parece ainda estar muito restrita a assuntos pontuais, de forma que os jornais tradicionais exploram pouco as questões femininas na transversalidade das pautas. A consulta a mulheres como fontes especialistas também é um problema, já que elas tendem a aparecer como vítimas ou de maneira secundária, enquanto os homens são ouvidos como peritos nos temas debatidos (BEFFA, 2017).

Mapeamento realizado por Beffa (2017), nos jornais *Zero Hora*, *Folha de S.Paulo*, *Correio Braziliense*, *Correio\** e *Dez Minutos*, aponta que, de 18 de junho a 5 de agosto de 2017, em relação às matérias de capa, a média de mulheres ouvidas foi de 30%, sendo o jornal *Zero Hora* o que menos as ouviu, em apenas 16,7% do conteúdo. Rocha e Dancosky (2016), analisando a editoria de tecnologia nos jornais *Gazeta do Povo*, *Correio Braziliense*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, também concluíram que há predominância de homens como fontes das reportagens, especialmente na qualidade de especialistas e empresários. Segundo as autoras, quando as mulheres aparecem, por exemplo, nas imagens, é de maneira sexualizada e estereotipada.

## A visibilidade das mulheres na mídia

Para as teorias feministas do Sul Global, a comunicação não é entendida apenas como um dos instrumentos de dominação, mas também de ação política, num movimento de opressão e resistência (FONSECA; CAL; DARWICH, 2020). Com efeito, um olhar que problematiza a comunicação a partir da colonialidade do saber/poder e de gênero é fundamental, uma vez que o conhecimento do Norte Global – eurocêntrico – se sobrepõe

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/imprensa-nao-condena-aborto-mas-blinda-governo/>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

como racionalidade hegemônica, colonizando e inferiorizando os demais (QUIJANO, 2005). Em outras palavras, em contextos hegemônicos, aquilo que é produzido por quem representa o ideal do Norte é afirmado como padrão, referindo-se a homens, brancos, cis e héteros. E aquilo que advém do Sul Global é subalternizado e colocado como inferior, ou seja, o conhecimento de mulheres, em especial não-brancas (LUGONES, 2014). Nessa seara, desponta a necessidade de resgatar e valorizar o saber dos grupos socialmente marginalizados que fazem parte desse movimento.

Partindo desse ponto, a atuação das mulheres no jornalismo seria essencial para que esse espaço de comunicação se torne ferramenta de ação política feminina, de resistência. Por outro lado, o processo de feminização do jornalismo no Brasil não tem garantido que o conteúdo veiculado pelas grandes empresas da mídia seja voltado para uma perspectiva de gênero (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Chama a atenção que mesmo as pautas definidas por mulheres tendem a não priorizar temas femininos ou que poderiam interessar a esse público (ABREU, 2006). Em suma, não basta apenas que se tenha mulheres nas redações. É necessário considerar outros fatores para que o jornalismo consiga, de fato, combater as assimetrias de gênero. Pensando nessas questões, como um jornalismo com perspectiva de gênero é possível?

Para Santoro (2007, p. 140, tradução nossa), um dos principais elementos que precisa ser levado em conta no jornalismo com perspectiva de gênero é repensar as fontes: “Para fazer jornalismo de gênero, devemos recorrer às nossas próprias fontes confiáveis, pois se as oficiais reproduzem o imaginário sexista reinante, devemos procurar outro lugar”. A autora defende o equilíbrio entre homens e mulheres como fontes, ressaltando que é importante ouvir especialistas nas mais diversas áreas, mas que preferencialmente tenham enfoque em gênero.

A linguagem também é encarada como importante na abordagem de gênero no jornalismo. “Se queremos uma sociedade mais igualitária, concordam os especialistas, temos que promover e usar uma linguagem não sexista. E por causa de sua influência, a mídia é um veículo fundamental para influenciar essa mudança” (SANTORO, 2007, p.141, tradução nossa). Santoro explica, ainda, que trabalhar com uma linguagem não sexista é um desafio constante, para não discriminar as mulheres e não reproduzir estereótipos, mas adverte que apenas isso não garante que o jornalismo tenha perspectiva de gênero – o que se aplica também a este texto, como veremos adiante.

Entretanto, quando se olha para as fontes de informação no jornalismo, percebe-se que a equidade de gênero ainda está distante da realidade. Marino (2018), ao estudar 65 matérias do *Jornal Nacional*, exibidas no primeiro semestre de 2018, percebeu discrepâncias no uso de homens e mulheres como fontes de informação. Segundo ela, menos de um terço dos entrevistados no telejornal são mulheres e, ao se fazer um recorte interseccional, o número de mulheres negras é ainda menor. Ela também percebeu que a grande maioria das mulheres são “populares” e estão no papel de vítima, sendo que as mulheres negras só não aparecem como vítimas ao se analisar matérias sobre o Carnaval. Ela também aponta que raramente as mulheres aparecem como *experts*.

Um cenário parecido foi encontrado também no *Jornal Nacional*, em pesquisa realizada por Meditsch e Segala (2005). Ao olharem as fontes usadas em 232 matérias,

veiculadas no segundo semestre de 2004, eles viram que a maioria das vozes era de homens e que, quando aparecem, as mulheres ocupam o lugar de cidadã comum e apenas emitem sua opinião. A falta de mulheres como especialistas em algum assunto também foi resultado do estudo de Pereira, Caleffi e Albertini (2019), que, ao analisarem as edições do telejornal *Boa Noite Paraná*, entre abril e maio de 2019, identificaram 157 especialistas ouvidos, dos quais apenas 20 eram mulheres.

Além das fontes e da linguagem, a literatura brasileira que aborda o jornalismo com perspectiva de gênero, porém voltado para iniciativas independentes e especializadas, indica que é fundamental o protagonismo feminino na forma da construção do conteúdo jornalístico (COSTA, 2018; ROCHA; DANCOSKY, 2016; VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Adotar um viés feminino nas pautas, nos temas e no enfoque das produções é postura fundamental para que o jornalismo com perspectiva de gênero consiga oferecer o empoderamento social das mulheres (VECCHIO-LIMA; SOUZA, 2017). Buscamos, aqui, contribuir com os estudos que se voltam à cobertura telejornalística. Antes de passarmos aos resultados, apresentamos a seguir o percurso metodológico da pesquisa.

## Percurso metodológico

Este artigo é um recorte de um trabalho monográfico, no qual se observou a presença das mulheres como fontes de informação nos telejornais *Jornal Hoje* e *JMTV 1ª Edição*, ambos veiculados pela *Rede Globo*, que é a maior rede de televisão brasileira<sup>4</sup>. Em sua página institucional, a emissora informa que, em 2011, cobria 98,44% do território nacional, atingia 5.482 municípios e 99,50% da população brasileira. Sobre a produção jornalística, afirma que produz mais de 1.800 horas anuais de telejornalismo.

No Maranhão, a afiliada à emissora é a *TV Mirante*, responsável por produzir o *JMTV 1ª Edição*, um telejornal regional transmitido em todo o estado. Neste estudo, a edição analisada é a produzida na cidade de São Luís, capital do Maranhão. Segundo Medeiros (2019), ele é líder de audiência no horário, possui 6 milhões de telespectadores potenciais no estado – número que corresponde a 99% da população – e é transmitido em 48 municípios maranhenses. Além dele, também será analisado o *Jornal Hoje*, de veiculação nacional. Um dos telejornais mais antigos da *Globo*, estreou em 21 de abril de 1970, com a proposta de ser uma espécie de revista feminina (TEMER, 2012). De início, o *JH* era exibido apenas no Rio de Janeiro, mas logo começou a ser transmitido para todo o país.

Para verificar o espaço dado às matérias sobre as mulheres nos dois telejornais, foi empregada a metodologia quantitativa a partir do método da análise de conteúdo (AC). Segundo Bardin (2006), o método é indicado para estudos em comunicações, até porque disponibiliza várias formas de análise e é adaptável. Além disso, Sousa (2004, p. 663) destaca que seus procedimentos permitem que sejam vistas questões acerca das representações de minorias. Ainda de acordo com ele, “outra vantagem deste tipo de pesquisa é o

---

<sup>4</sup> De acordo com a pesquisa “Digital News Report”, de 2020, realizada pelo Reuters Institute, a *Rede Globo* é a principal fonte de informação jornalística das brasileiras e dos brasileiros. Entre as/os entrevistadas/os, 56% indicaram que assistem semanalmente à programação dos jornais da emissora. Disponível em: <<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/>>. Acesso em: 14 jun. 2021.



facto de trabalhar com valores essencialmente quantificáveis, definidos por categorias estabelecidas e comprovadas em estudos similares”.

Para finalizar o estudo, também foram escolhidas quatro matérias para a aplicação de uma análise qualitativa, que se propõe a detalhar como elas foram desenvolvidas.

Definiu-se que o *corpus* seria composto por matérias que foram ao ar em 2019; porém, como ainda se tratava de um recorte extenso, optou-se por fazer um ano construído, com 24 edições de cada jornal. A construção da amostra se deu, então, da seguinte maneira: a) nos meses de número ímpar, foram escolhidos dias entre a semana 1 e 3 do mês, enquanto nos meses de número par foram escolhidos dias entre as semanas 2 e 4; b) a coleta se iniciou no primeiro dia do ano, uma terça-feira; sendo assim, se salta 1 dia e a próxima data a ser analisada é uma quinta-feira de janeiro; no mês seguinte, a coleta se inicia numa quarta-feira, se salta 1 dia e a próxima data é uma sexta-feira de fevereiro, e assim sucessivamente. Com isso, pode-se coletar programas com dias da semana distintos. Ao todo, 48 edições foram selecionadas, sendo 24 do *Jornal Hoje* e 24 do *JMTV 1ª Edição*.

Foram consideradas na análise apenas as matérias que incluem falas de fontes de informações dando entrevistas – ou seja, notas de esclarecimento lidas pelos apresentadores e demais documentos não foram levados em consideração. Além disso, as entrevistas consideradas são as transmitidas em VT's, entrevistas em estúdio ou links ao vivo; quadros e reportagens especiais não foram contabilizados. Após todos esses recortes, chegamos ao total de 183 matérias do *Jornal Hoje* e 246 do *JMTV 1ª Edição*, totalizando 429.

Para a categorização, foi criado um livro de códigos específico para verificar as reportagens que dão foco às mulheres. Além disso, também foi contabilizado o número de homens e mulheres consultados nestas matérias e que tipos de fontes são usadas. Por fim, cada matéria foi avaliada por valência, podendo ser positiva (se trata de assuntos relacionados à mulher sob uma boa ótica), negativa (se apresenta argumentos contrários às pautas), neutra (quando se atém apenas em informar um fato) ou equilibrada (quando apresenta argumentos em favor e contra).

## Resultados e discussão

Neste tópico, apresentamos os resultados da pesquisa. A Tabela 1 indica a quantidade de matérias analisadas, distribuídas conforme os jornais de origem, bem como a parcela do total em que há presença de abordagem relacionada ao gênero feminino.

**Tabela 1. Quantidade de matérias sobre mulheres**

	JH		JMTV		Total	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Ausência	178	97.3%	236	95.9%	414	96.5%
Presença	5	2.7%	10	4.1%	15	3.5%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100.0%</b>	<b>246</b>	<b>100.0%</b>	<b>429</b>	<b>100.0%</b>

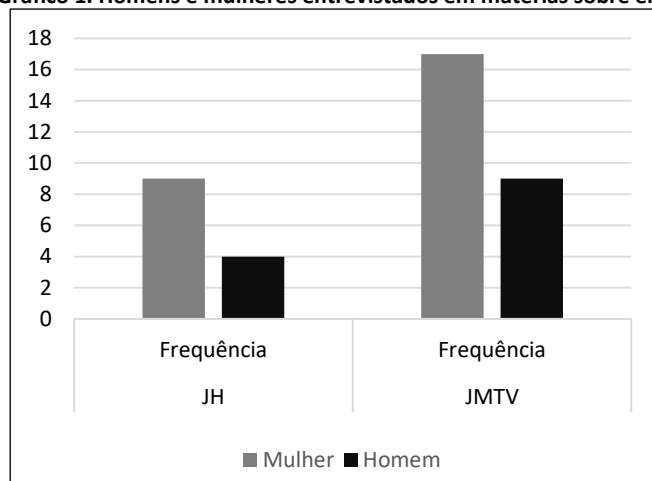
Fonte: Elaboração das autoras.

Os dados mostram que o número de matérias que incluem alguma pauta sobre as mulheres é irrisório. Das 183 coletadas do *Jornal Hoje*, apenas cinco (2.7%) trazem a

mulher – ou algum assunto relacionado a seu grupo – como foco central. Das 246 do *JMTV*, 10 (4.1%) focalizam o gênero feminino. Isto demonstra que questões acerca da mulher ainda não são exploradas amplamente pelo telejornalismo, o que impacta diretamente na visibilidade dessas pautas. Se, na narrativa jornalística, não há a exploração de temas sociais como este, a audiência acaba por não ter contato com eles – pelo menos, não por esses veículos – e, logo, deixa-se de fornecer informações que poderiam impactar de forma positiva nas relações sociais, nos debates da esfera pública e na vida política. De acordo com Beffa (2017), o jornalismo poderia ser uma ferramenta para a mudança da questão de gênero na sociedade. É através do noticiário que os seres sociais podem conhecer o que está acontecendo e os temas que são importantes, ou seja, a imprensa tanto tem o poder de difundir determinado assunto quanto de o deixar no esquecimento. Segundo Gomes (2018, p. 343), “ao produzir visibilidade sobre temas, problemas e grupos sociais, a televisão, a imprensa e os meios digitais se tornam decisivos na promoção e proteção dos direitos”.

Além do número de matérias, também foi observada a quantidade de homens e mulheres consultados nesse cenário, conforme se verifica no Gráfico 1.

**Gráfico 1. Homens e mulheres entrevistados em matérias sobre elas**



Fonte: Elaboração das autoras.

Quando se observa matérias que são específicas sobre mulheres (N=15), as fontes femininas ganham dos homens. No *Jornal Hoje*, esse tipo de matéria consultou nove mulheres e quatro homens; no *JMTV*, 17 mulheres e nove homens foram entrevistados. Mas é interessante notar que, mesmo que elas estejam na frente, o número de fontes masculinas não é tão baixo, comparativamente. O lado positivo desse dado é que, pelo menos em notícias que abordam as questões de gênero, no *corpus* estudado, as/os repórteres demonstraram cuidado de consultar mais mulheres, diferentemente do que outros estudos apontaram (BEFFA, 2017; WACC, 2015; JOHN, 2014). Outro motivo para o maior número

também pode se dever ao fato de mulheres serem as responsáveis e estarem à frente de movimentos e ações que prezam por seus direitos.

Também foi verificado que tipos de fontes aparecem nas matérias, a fim de observar qual papel é desempenhando por homens e mulheres na narrativa jornalística.

**Tabela 2. Tipos de fontes que aparecem nas matérias sobre mulheres no JH e no JMTV**

Tipo	JH		JMTV	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Assunto da matéria	1	0	3	0
Oficial	2	1	9	4
Especialista	1	1	1	2
Testemunha	1	0	0	0
Opinião/Relato	4	2	4	3
Total	9	4	17	9

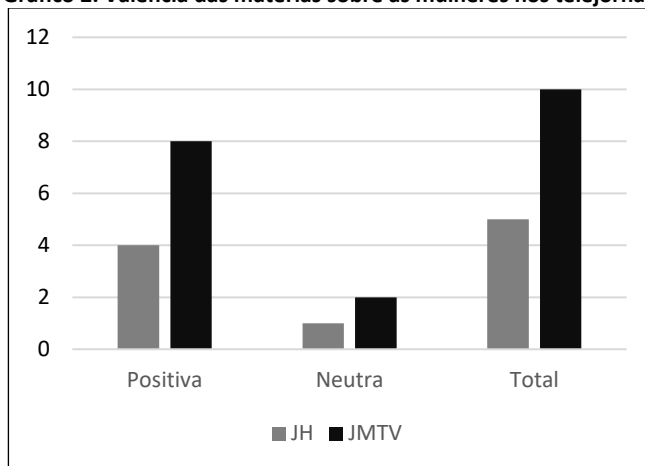
Fonte: Elaboração das autoras.

No *Jornal Hoje*, pode-se observar que a maioria das fontes está presente na matéria para compartilhar opiniões pessoais sobre o assunto abordado ou para relatar experiências individuais, sendo que, neste último caso, as mulheres se destacam. São pouquíssimos os casos em que se consultam fontes oficiais e especialistas. Nestes papéis, três mulheres foram consultadas. Já no *JMTV*, que escuta mais fontes, percebe-se que as mulheres se destacam mais como fontes oficiais, sendo nove desse tipo. Os homens, que são menos consultados, aparecem mais também como fontes oficiais, com quatro consultas. Percebe-se que, no recorte considerado, o *Jornal Hoje* prezou mais por destacar opiniões pessoais de cidadãos e o *JMTV* destacou mais as falas oficiais, de pessoas que representam instituições.

Sobre os tipos de fontes, é importante destacar que a literatura aponta alguns locais comuns para o uso delas nas narrativas. No jornalismo, as fontes mais usadas, consideradas as preferidas, são as oficiais – pessoas que ocupam, geralmente, cargos públicos e são consultadas pelos jornalistas para explicarem alguma situação para a comunidade. Além disso, a necessidade de fontes especialistas e oficiais se dá pelo fato de os jornalistas precisarem produzir matérias sobre assuntos que não entendem (SHCMITZ, 2011). Já o destaque dado à fala de pessoas comuns é uma forma de “instrumento de personificação de assuntos” (COUTINHO; MATA, 2010, p. 69). Pode-se dizer que, enquanto o *Jornal Hoje* apresenta as mulheres apenas para personificar assuntos que dizem respeito a elas, o *JMTV* escuta mulheres que são porta-vozes de instituições, ou seja, ocupam uma posição de maior destaque na narrativa.

Também foi investigado qual a valência nas matérias sobre as mulheres, ou seja, se os temas são tratados sob uma ótica positiva, negativa, neutra ou equilibrada. Identificamos que os telejornais optaram por priorizar uma visão positiva, como ilustra o Gráfico 2.

**Gráfico 2. Valência das matérias sobre as mulheres nos telejornais**



Fonte: Elaboração das autoras.

Das cinco matérias produzidas pelo *Jornal Hoje*, quatro são positivas e uma é neutra. Sobre as positivas, uma tratou sobre o “Relatório de Direitos Humanos” divulgado pela Human Rights Watch, destacando uma crítica sobre o aumento da violência contra as mulheres no Brasil. Ainda sobre violência doméstica, outra matéria abordou uma alteração na legislação que prevê que agressores sejam responsabilizados pelos gastos médicos de suas vítimas. Outras duas versaram sobre a importância de Frida Kahlo e de Beth Carvalho para as artes. A única matéria neutra falava sobre a alta hospitalar de Elaine Caparroz, que foi brutalmente espancada no Rio de Janeiro – o caso teve grande repercussão no país.

No *JMTV*, das 10 matérias, oito são positivas e duas neutras. Sobre o último caso, entraram reportagens que se prestaram apenas a informar sobre a investigação, por parte da polícia, de dois casos de feminicídio. Já nas positivas, a narrativa demonstra, por meio da fala de repórteres e/ou entrevistados, a importância dos direitos da mulher. Isto aconteceu, por exemplo, ao se falar sobre a aceleração de julgamentos sobre violência doméstica e sobre o programa nacional “Justiça Pela Paz em Casa”, que busca ampliar a efetividade da Lei Maria da Penha. Além disso, duas matérias destacavam a necessidade e o sucesso das mulheres na agropecuária e no esporte enduro, que são espaços tidos como masculinos. Sendo assim, apesar do número baixo, os telejornais apresentam uma visão positiva quando se trata de questões de gênero.

A seguir, discutiremos sobre a abordagem de quatro matérias.

No dia 1º de maio de 2019, o *Jornal Hoje* veiculou uma matéria de 5 minutos e 22 segundos sobre a carreira de Beth Carvalho, um dos maiores nomes da música brasileira, que faleceu no dia 3 de abril do mesmo ano.

**Figura 1. Reportagem do *Jornal Hoje* sobre a carreira de Beth Carvalho (01/05/2019)**



Fonte: Reprodução.

A reportagem exalta a importância da cantora no cenário do samba e afirma que sua voz também era de resistência. A primeira fonte ouvida é Teresa Cristina, que a descreve como uma mulher “forte e guerreira” e afirma que toda sambista deve lembrar do nome dela. Entretanto, apesar de dar ênfase à figura de Beth Carvalho, uma mulher sambista em um cenário dominado por homens, apenas duas vozes femininas são entrevistadas, enquanto sete homens foram ouvidos. Tal discrepância pode ser um reflexo do próprio samba, que ainda tem uma maior presença de homens e que são publicamente conhecidos.

A segunda matéria que apresentamos como exemplo trata sobre uma alteração na Lei Maria da Penha, que determina que os agressores de mulheres vão ser responsáveis por pagar as dívidas médicas das vítimas no Sistema Único de Saúde (SUS).

**Figura 2. Reportagem do *Jornal Hoje* sobre alteração na Lei Maria da Penha (18/09/2019)**



Fonte: Reprodução.

A matéria, de 3 minutos e 26 segundos, mostra exemplos de agressões que aconteceram em várias partes do país durante o ano, bem como o número de atendimentos feitos para as vítimas no SUS. Como fonte, foram ouvidas duas mulheres: Isabela Freitas, uma fisioterapeuta que foi agredida, e Dyane Brito, uma socióloga que ocupa o papel de especialista e argumenta que a alteração da lei é importante, mas que é preciso também agir de forma a prevenir as agressões. Ela também reforça que esse tipo de violência é uma “guerra declarada pelo fato de ser mulher”. Sendo assim, mesmo que se trate de algo factual, procurou-se dar espaço para contextualizar a violência contra a mulher, o que é importante para que essas agressões não sejam tidas como algo pontual, mas como parte de um sistema de opressão. Segundo Hendel (2017), quando a mídia toma casos de violência de gênero como algo excepcional, ela impede que esses crimes sejam devidamente entendidos e prevenidos.

No dia 6 de junho de 2019, uma matéria de 2 minutos e 55 segundos, veiculada no *JMTV*, tratou sobre uma campanha da Defensoria Pública do Maranhão contra a violência de gênero em São Luís. Voltada à comunidade LGBTQIA+, a proposta é oferecer atendimento jurídico, social e psicológico para pessoas que estão em situação de vulnerabilidade.

**Figura 3. Reportagem do JMTV sobre projeto contra a violência de gênero (06/06/2019)**



Fonte: Reprodução.

Foram consultadas cinco fontes, sendo quatro delas mulheres. Entre elas, estão a titular do Núcleo de Mulher e Pessoa LGBT da Defensoria Pública, Lindevania Martins; a coordenadora do projeto, Silene Gomes; e a coordenadora das Delegacias da Mulher do Maranhão, Kazumi Takana, que ressalta que a campanha vai atuar junto às pessoas trans e travestis, que sofrem opressão por se identificarem como mulheres. Ou seja, a matéria trata de um factual – um projeto em desenvolvimento – e aborda, em seu conteúdo, a importância de políticas públicas contra a violência de gênero, divulgando ações que podem ajudar pessoas em situação de risco. Esse tipo de noticiário é importante por trazer a questão da mulher na perspectiva da comunidade LGBTQIA+, que não é muito vista no telejornalismo. Além disso, sua importância também está atrelada à informação de

políticas públicas para as/os telespectadoras/es, que passam a conhecê-las e podem ser beneficiadas/os com isso.

Por fim, em uma matéria de 3 minutos e 38 segundos, exibida no dia 24 de dezembro de 2019, o *JMTV* destaca um grupo de mulheres que pratica o esporte chamado “enduro”, que usa motocicletas para fazer percursos em trilhas. A reportagem inicia falando que “aventura, coragem e muita adrenalina” foi o que juntou as mulheres. Todas as três fontes ouvidas são as mulheres que praticam o esporte, com destaque para Andreia Almeida, pioneira no Maranhão e que foi indicada em uma premiação esportiva no estado

**Figura 4. Reportagem do JMTV sobre mulheres que se destacam no “enduro” (24/12/2019)**



Fonte: Reprodução.

A matéria tem como proposta mostrar que as mulheres também dominam esse esporte, visto como masculino e do qual não existe categoria feminina nas competições, fazendo com que as mulheres concorram com os homens. Entretanto, a repórter deixa escapar um estereótipo de gênero, ao falar que elas “não perdem a elegância” na hora de competir. Ser elegante é algo costumeiramente ligado às mulheres, mesmo quando se fala em esporte, em que as características como força e habilidade são as mais evidenciadas. É importante pensar que, provavelmente, se a matéria tivesse homens como destaque, a elegância não seria reforçada. De qualquer maneira, a matéria é importante por trazer a imagem de mulheres bem-sucedidas em um esporte dominado por homens, embora insista em um estereótipo de gênero ao falar sobre elas.

### **Considerações finais**

Num primeiro momento, ao olharmos especificamente para as matérias do *Jornal Hoje* e do *JMTV 1ª Edição* que exploraram pautas relacionadas às mulheres, vimos uma realidade negativa. Os dados evidenciam que os telejornais exploram pouco esse tema, o que impacta diretamente na visibilização de movimentos, direitos e questões de gênero – o que, por sua vez, provoca um efeito negativo quando se pensa no fornecimento de informações que estarão presentes no debate público, nas relações sociais e na vida política.

Porém, o que se tem de positivo nesse cenário é que as/os repórteres entrevistaram mais mulheres. Quanto à função que estas fontes desempenham nas matérias, observou-se que, no caso do *Jornal Hoje*, a maioria das mulheres compartilha opiniões pessoais e no *JMTV* elas estão mais presentes como fontes oficiais. Este resultado tanto pode transparecer que a preocupação em trazer mulheres para o centro do debate quanto indicar que elas apenas são destaque porque estão mais presentes em movimentos sociais e ações que se dedicam a outras mulheres, sendo mais facilmente encontradas pelas equipes de jornalistas. A dúvida pode ser respondida em pesquisas futuras a partir de entrevistas com os profissionais ou da observação de como as redações atuam e pautam o noticiário.

Além disso, o último dado analisado aponta que as matérias com foco nas mulheres carregam, principalmente, uma conotação positiva. Mesmo sendo quantitativamente incipientes, elas demonstram que os direitos das mulheres são importantes. Na análise qualitativa, porém, pôde-se perceber alguns deslizes na narrativa, como no uso de estereótipos, ao se falar sobre mulheres no esporte, por exemplo.

Nossa pesquisa buscou contribuir com as discussões sobre gênero e jornalismo, demonstrando não só um cenário nacional, mas levando em conta o telejornalismo regional. Para que a pesquisa e o debate sigam avançando, o estudo pode ser expandido para outros meios jornalísticos, como rádio e sites, além de também levar em conta outros contextos sociais, de outras cidades interioranas e/ou metrópoles. Assim, através da pesquisa científica, pode-se conhecer como o jornalismo está se comportando atualmente e quais avanços precisa ter em seu conteúdo para representar o mundo com mais equidade e, assim, contribuir com a sociedade e o estado democrático.

## Referências

ABREU, Alzira Alves de. Elas ocuparam as redações. In: \_\_\_\_\_; ROCHA, Dora (Orgs.). *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 7-14.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2006.

BEFFA, Larissa. As fontes femininas no jornalismo brasileiro. *Comunicação: Reflexões, Experiências, Ensino*, Curitiba, v. 13, n. 2, p. 121-196, 2017.

BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 6, p.71-98, jul./dez. 2011.

CERQUEIRA, Carla Braga. A imprensa e a perspectiva de gênero: quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. *Observatório*, v. 5, p. 139-164, 2008.

COSTA, Jessica Gustafson. *Jornalismo feminista: estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo*. 2018. 226 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.



COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonatan. Telejornalismo a serviço do público: a voz do povo em cena. *Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia*, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 65-73, jan./abr. 2010.

DIAZ, Liz Ribeiro. *Masculino, o gênero do jornalismo? O tensionamento entre a representação da mulher na mídia tradicional e o movimento feminista em redes sociais digitais*. 2019. 144 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Comunicação e gênero no Brasil: discutindo a relação. *Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p.103-138, 2020.

\_\_\_\_\_. Mídia e questões de gênero no Brasil: pesquisa, categorias e feminismos. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. *Anais...* Brasília: Compós, 2019.

FONSECA, Nathália; CAL, Danila; DARWICH, Rosângela. Interfaces entre comunicação e feminismos do Sul Global: construindo direcionamentos analíticos. In: CAL, Danila Gentil Rodriguez; BRITO, Rosaly de Seixas (Orgs.). *Comunicação, gênero e trabalho doméstico: das reiterações coloniais à invenção de outros possíveis*. Curitiba: CRV, 2020. p.101-115.

GOMES, Wilson. Por que a comunicação é tão importante quando se pensa a democracia? In: MENDONÇA, Ricardo Fabrino; CUNHA, Eleonora Schettini Martins (Orgs.). *Introdução à teoria democrática: conceitos, histórias, instituições e questões transversais*. Belo Horizonte: UFMG, 2018. p. 335-348.

HENDEL, Liliana. *Violencias de género: las mentiras del patriarcado*. 1. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2017.

HOOKS, bell. *O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras*. 5. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

JOHN, Valquíria Michela. 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*, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 498-509, jul./dez. 2014.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 935-952, 2014.

MARINO, Caroline. Mulheres, espaço e voz no telejornalismo brasileiro: análise das representações sociais de gênero no JN. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. *Anais...* Brasília: SBPJor, 2018.

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camilla Quesada; SILVA, Gabriela Almeida. O que a produção científica tem a nos dizer? Avanços, lacunas e novas perspectivas para as pesquisas sobre Jornalismo e Gênero. *Pauta Geral – Estudos em Jornalismo*, Ponta Grossa, v. 7, n. 1, p. 1-19, 2020.

MEDEIROS, Frida Bárbara Leite. *Os quadros como espaços de excelência dentro do telejornal: uma análise do JMTV 1ª Edição a partir do infotainment*. 2019. 81 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2019.

MEDITSCH, Eduardo; SEGALA, Mariana. Vozes do povo e vozes do poder: uma análise dos atores das notícias do principal telejornal brasileiro. *PRISMA.COM*, Porto, n. 1, p. 16-42, 2005.

MÍDIA DADOS 2019. São Paulo: Grupo de Mídia de São Paulo, 2019.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia*. São Paulo: Unesp, 2011.

MORENO, Rachel. *A imagem da mulher na mídia: controle social comparado*. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, Fundação Perseu Abramo, 2017.

PEREIRA, Ariane; CALEFFI, Renata; ALBERTINI, Caroline. Um telejornal de homens? Invisibilização e silenciamento das mulheres no Boa noite Paraná. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 20., 2019, Porto Alegre. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2019.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: CLACSO, 2005. p. 107-130.

ROCHA, Paula Melani; DANCOSKY; Andressa Kikuti. A feminização do jornalismo e a ausência da perspectiva de gênero nas editorias de tecnologia no Brasil. *Intexto*, Porto Alegre, n. 35, p. 119-136, jan./abr. 2016.

ROCHA, Paula Melani; WOITOWICZ, Karina Janz. As mulheres na conquista de espaços no jornalismo paraense: invisibilidade, lutas históricas e o processo de feminização da profissão. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Orgs.). *Gênero, mídia e lutas sociais: percepções críticas e experiências emancipatórias*. Ponta Grossa: UEPG, 2018. p. 28-43.

SANTORO, Sonia. La práctica del periodismo de género. In: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (Comps.). *Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007. p. 135-152.

SANTOS, Marli dos; TEMER, Ana Carolina Rocha Pêsoa. Jornalismo no feminino: a mulher jornalista, subjetividades e atuação profissional. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 38, n. 3, p. 35-58, set./dez. 2016.

SARMENTO, Rayza. Mídia, gênero e política: breve mapeamento de horizontes analíticos. *Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, Curitiba, v. 2, n. 5, p. 1-15, 2013.

SCHMITZ, Aldo. *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Combook, 2011.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p.71-99, jul./dez. 1995.

SILVA, Marcia Veiga da. *Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias*. 2010. 250 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SILVA, Sarah Dantas do Rêgo. *Telejornalismo regional no Maranhão: rotinas de produção e percepção dos profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora*. 2021. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2021.

SOUSA, Jorge. Pedro. *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pêsoa. A importância histórica da televisão e do telejornalismo na padronização cultural no interior do Brasil. *Comunicação & Mercado*, Dourados, v. 1, n. 2, p. 8-23, nov. 2012.

VECCHIO-LIMA, Myrian Del; SOUZA, Humberto Cunha Alves de. Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro. *Media & Jornalismo*, Lisboa, v. 17, n. 31, p.131-152, 2017.

WACC. *The Global Media Monitoring Project 2015*. 2015. Disponível em: <[http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/highlights/highlights\\_es.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_es.pdf)>. Acesso em: 14 jan. 2020.

**Daniele Silva Lima**

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

**Nayara Nascimento de Sousa**

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

**Camilla Quesada Tavares**

Professora e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) e professora do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).