

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)



# A Influência da Comunicação

**Marcelo Pereira da Silva**

(Organizador)

# A Influência da Comunicação

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Karine Lima  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas



### Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
143	<p>A influência da comunicação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-684-3 DOI 10.22533/at.ed.843190710</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.48</p>
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A sociedade contemporânea se caracteriza pelo avanço de investigações e inquietações em busca – e em torno – da epistemologia da Comunicação, por meio de estudos de diversas áreas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Marketing, Design, Produção Audiovisual, etc.

Sob o enfoque de campos teórico-metodológico-empíricos que evidenciam a complexidade da Comunicação e sua pluralidade investigativa, este livro coloca na ribalta a influência da Comunicação, tanto a de massa quanto a virtual, considerando-a como instituição social dotada de poder na qual/pela qual transitam discursos, emergentes formas de socialidade, de interatividade, diálogo, negociação, conflito e convivência.

Levamos em conta a onipresença generalizada da Comunicação, haja vista que sua necessidade confunde-se com o ar e faz surgirem diversas pesquisas acerca de seus efeitos e influências, tanto em nível de emissão como de recepção e circulação de sentidos.

Assim, esta obra reúne artigos de pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, preocupados com o status da Comunicação e suas influências no contexto de uma sociedade midiaticizada na qual as redes/mídias, sejam de massa, sejam virtuais, ocupam um lugar central na consolidação da democracia, da participação, na ressignificação de práticas de ensino e na construção de um saber que traduza a complexidade do tecido social e responda às aporias do contemporâneo.

Abordamos a Influência da Comunicação por meio de 25 artigos divididos em 3 partes: A primeira engloba discussões a respeito da influência do Jornalismo em suas muitas nuances na sociedade contemporânea; a segunda envolve a influência do ensino, políticas públicas, Comunicação de marcas e participação social; a terceira abarca a influência da Comunicação no contexto das redes/mídias sociais da Internet

Este arcabouço de produções científicas problematiza os influxos do Jornalismo, do ensino e da prática das atividades/profissões da Comunicação e das Redes e Mídias Sociais digitais. Caracterizada pela inter/trans/multidisciplinaridade e proliferação de tecnologias disruptivas, a Comunicação, ontologicamente, tem como propósito fomentar a aproximação dos pontos de vista, produzindo respeito e tolerância; contrariamente, observamos certo alargamento do fetiche da visibilidade e o alastramento da incompreensão do mundo e do Outro.

Necessitamos renovar as condições teóricas, epistemológicas e práticas da Comunicação e do crucial laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos fortes ventos da globalização, da midiaticização e do consumismo sem bússola.

(Re)conhecer a essencialidade e a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *conditio sine qua non* para a paz no/do mundo e a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais, admitindo seus desafios e dificuldades, mas abraçando as oportunidades e esperanças que da Comunicação emanam.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

<b>PARTE 1: A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b>	
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A MULHER JORNALISTA NO CINEMA AMERICANO	
Beatriz dos Santos Viana	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907101</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
RADIOJORNALISMO EM REDE: AS ADAPTAÇÕES DAS RÁDIOS BAND NEWS DIFUSORA E RIO MAR PÓS-MIGRAÇÃO DE AM PARA FM	
Edilene Mafra Mendes de Oliveira	
Gilson Vieira Monteiro	
Manoela Mendes Moura	
Elieana Monteiro de Jesus	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907102</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>25</b>
ANÁLISE DA COBERTURA DE PROBLEMAS AMBIENTAIS PELO JORNAL ONLINE “DIÁRIO DE PERNAMBUCO”	
Natascha Almeida Dantas	
Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907103</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>36</b>
PROXIMIDADE NO TELEJORNALISMO: PERSPECTIVAS DE ABORDAGEM NAS ESCALAS LOCAL E REGIONAL	
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907104</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>55</b>
A REVISTA WIRED COMO DISPOSITIVO: ANÁLISE INTERPRETATIVA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO DISCURSO MIDIÁTICO	
Thalis Macedo Moura	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907105</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>68</b>
“RAZÕES PARA ACREDITAR”: UMA ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DO PORTAL DE BOA NOTÍCIA	
Maria Clara Chagas de Menezes	
Mariana Fontenele Braga de Sena	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907106</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>78</b>
ENTRECRUZAMENTOS DE NARRATIVAS HISTÓRICAS E FICCIONAIS: A DESILUSÃO DE HENFIL EM TANGA (1987)	
Márcia Neme Buzalaf	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907107</b>	

**CAPÍTULO 8 ..... 87**

DEUS SALVE O REI E O GOVERNO BRASILEIRO: APROXIMAÇÕES ENTRE A FICÇÃO E A REALIDADE

Evelyn Iris Leite Morales Conde  
Fábio Mamoré Conde

**DOI 10.22533/at.ed.8431907108**

**PARTE 2: A INFLUÊNCIA DO ENSINO, POLÍTICAS PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO DE MARCAS E PARTICIPAÇÃO**

**CAPÍTULO 9 ..... 99**

COMUNICAÇÃO DE RISCO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL: UMA PERSPECTIVA INCLUSIVA DE COMUNIDADES TRADICIONAIS EM PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO NO RIO SÃO FRANCISCO

Michele Amorim Becker  
Sonia Aguiar Lopes

**DOI 10.22533/at.ed.8431907109**

**CAPÍTULO 10 ..... 111**

COMUNICAÇÃO DE MARCAS TERRITORIAIS: UM MODELO DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL E DE CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES NO E COM O LUGAR

Patrícia Cerqueira Reis

**DOI 10.22533/at.ed.84319071010**

**CAPÍTULO 11 ..... 125**

DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS PUBLICITÁRIOS: UMA EXPERIÊNCIA EM SALA DE AULA

Amarinildo Osório de Souza  
Camilla Rosas Gomes  
Jhonatas Lima de Souza  
Melissa Lima Cabral

**DOI 10.22533/at.ed.84319071011**

**CAPÍTULO 12 ..... 141**

EDUCOMUNICAÇÃO, DISCIPLINA OPTATIVA NOS CURSOS DE LICENCIATURA DO IFCE – CAMPUS ACARÁU

Amaurícia Lopes Rocha Brandão

**DOI 10.22533/at.ed.84319071012**

**CAPÍTULO 13 ..... 153**

ELEMENTOS PARA A CONSTRUÇÃO DE POLÍTICAS DE ACESSO ABERTO PARA UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Ivanilma de Oliveira Gama  
Lidiane dos Santos Carvalho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071013**

**CAPÍTULO 14 ..... 160**

MODERNIDADE LÍQUIDA: A ESTABILIDADE DOS SERVIDORES PÚBLICOS BRASILEIROS FRENTE ÀS INCERTEZAS DA PÓS-MODERNIDADE

Gustavo Freitas Pena Vieira  
Rose Mara Vidal de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.84319071014**

**CAPÍTULO 15 ..... 173**

O MERCADO DA BIBLIODIVERSIDADE: UMA BREVE ANÁLISE DA DINÂMICA DE CAPITALIS DAS EDITORAS PATUÁ E LOTE 42

Samara Mirian Coutinho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071015**

**CAPÍTULO 16 ..... 185**

PODCAST ANTROPOFÁGICO: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA PRODUÇÕES SONORAS EM COMUNICAÇÃO

Luan Correia Cunha Santos  
Lisiane Machado Aguiar

**DOI 10.22533/at.ed.84319071016**

**CAPÍTULO 17 ..... 197**

O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA

Bárbara dos Santos Oliveira  
Crislene Susane Fernandes Moreira  
Alexandre Bruno Gouveia Costa

**DOI 10.22533/at.ed.84319071017**

**CAPÍTULO 18 ..... 208**

OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO *CLUBE DA ESQUINA* (1972)

Valéria Nanci de Macêdo Santana

**DOI 10.22533/at.ed.84319071018**

**PARTE 3: A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO E DAS REDES SOCIAIS DA INTERNET**

**CAPÍTULO 19 ..... 217**

CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS NA CENOGRAFIA “FUI ENGANADO PELA EMPRESA!” – O DISCURSO DO CONSUMIDOR NO SITE DE REDE SOCIAL RECLAME AQUI

Marcelo Pereira da Silva

**DOI 10.22533/at.ed.84319071019**

**CAPÍTULO 20 ..... 230**

AS POTENCIALIDADES DA REDE SOCIAL NA ALAVANCAGEM DE EVENTOS ACADÊMICOS

Valéria Macedo  
Daniele Dantas  
Rodrigo Duarte Guedes  
Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti

**DOI 10.22533/at.ed.84319071020**



<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>243</b>
A COBERTURA JORNALÍSTICA DA IMPRENSA EM ÉPOCA DE NOVAS TECNOLOGIAS E ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS	
Aline da Silva Novaes Vitória de Figueiredo Brandão Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071021</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>252</b>
EVOcando CARTÕES POSTAIS NO INSTAGRAM: ESTUDO AUTOMATIZADO DE IMAGENS	
Tarcízio Silva Mariana Zanotti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071022</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>266</b>
COMO OS BRASILEIROS PERCEBEM O INSTANTÂNEO ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA FOTOGRAFIA DIGITAL	
Beatriz Vieira e Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071023</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>277</b>
REDES SOCIAIS NA INTERNET E A ECONOMIA ÉTNICA: BREVE ESTUDO SOBRE O AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL	
Taís Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071024</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>290</b>
PERSPECTIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS: UM OLHAR SOBRE LAMBADÃO E INTERATIVIDADE	
Aline Wendpap Nunes de Siqueira Joilson Francisco da Conceição	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071025</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>302</b>
SEMIÓTICA E MEMÉTICA NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	
Eduardo Correa de Godoy Maria Clotilde Perez	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071026</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>314</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>315</b>

## A MULHER JORNALISTA NO CINEMA AMERICANO

**Beatriz dos Santos Viana**

Universidade Santa Cecília, Santos – São Paulo

**RESUMO:** A proposta deste artigo é mostrar como a mulher jornalista é representada pelo cinema americano, que serve de modelo cinematográfico para o mundo. Neste artigo, é justificado como o feminismo contribuiu para que as mulheres se inserissem nos mercados jornalístico e cinematográfico, bem como suas contribuições teóricas para os estudos de igualdade de gênero. Também apresentam-se algumas das características mais comuns nas protagonistas femininas de filmes sobre jornalismo, considerando apenas os longas de origem nos Estados Unidos, que contam com maior difusão no Brasil e no mundo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; cinema; feminismo; personagem; comunicação.

### THE JOURNALIST WOMAN IN THE AMERICAN FILM

**ABSTRACT:** This article's proposal is to show how the journalist woman is portrayed by american film, which is used as a film reference to the world. In this article, is justified how the feminism contributed on women entrance at both journalistic and cinematographic markets, as well for which where their contributions for

gender equality studies. There are also some of the common features shared by female protagonists on journalism movies, considering only movies made in The United States, which have the biggest sharing in the movies at Brazil and the world.

**KEYWORDS:** Journalism; movies; feminism; character; communication.

### 1 | INTRODUÇÃO

O presente artigo foi baseado no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), intitulado A Mulher Jornalista: Evolução do Retrato Feminino em 50 Anos de Cinema Americano, que será apresentado em dezembro de 2018 na Universidade Santa Cecília (Unisantia), pela aluna Beatriz dos Santos Viana, sob orientação do professor Robson Bastos. Por meio do TCC, surgiu a ideia de desenvolver um artigo que visa justificar a importância da análise sobre o retrato da mulher jornalista no cinema, utilizando filmes americanos para avaliar a visão imposta por este meio de comunicação sobre o perfil da mulher que exerce esta profissão.

O artigo é dividido em quatro seções. A primeira apresenta um panorama geral sobre a influência do feminismo na comunicação e a inserção das mulheres no jornalismo. A segunda mostra os desafios enfrentados

pelas mulheres no cinema, com uma introdução sobre a teoria crítica do cinema. A terceira demonstra como se iniciou a relação entre jornalismo e cinema. Por fim, na quarta seção, são apresentadas algumas das características comuns entre os filmes de jornalismo com protagonistas femininas, considerando para análise os seguintes títulos: Rede de Intrigas (1976), Ausência de Malícia (1981), Como Perder um Homem em 10 Dias (2003), Os Delírios de Consumo de Becky Bloom (2009) e Uma Manhã Gloriosa (2010)..

## **2 | A INFLUÊNCIA DO FEMINISMO NA COMUNICAÇÃO E A INSERÇÃO DAS MULHERES NO JORNALISMO**

As conquistas das mulheres no mercado de trabalho nunca foram fáceis. Para os espectadores do século XXI, que acompanham diariamente jornalistas mulheres nas bancadas ou reportagens dos telejornais ou leem suas matérias em jornais e revistas impressos ou digitais, pode parecer que nunca houve um momento na história em que o jornalismo fosse, em sua totalidade, masculino, mas isto já foi uma realidade.

Nos jornais tradicionais da primeira metade do século XIX, os periódicos alinhavam-se aos costumes patriarcais dominantes. Todos dirigidos e editados por homens, eles ofereciam ao público feminino tópicos caracterizados como de “instrução e entretenimento”. Assuntos como moda, tarefas domésticas e familiares, receitas e etiqueta eram os considerados adequados para mulheres, enquanto assuntos políticos ou sociais não podiam ser endereçados a elas (DUARTE, 2016). Mais do que ler apenas o que era considerado “de interesse feminino”, as mulheres não deviam ter a autonomia para escrever ou participar ativamente da comunicação.

A inserção das jornalistas mulheres no campo jornalístico se deu especialmente por meio das mídias alternativas e do trabalho com pseudônimos masculinos. No Brasil, o primeiro jornal exclusiva e declaradamente feminino foi O Jornal das Senhoras, publicado pela primeira vez em 1º de janeiro de 1852. Logo em sua primeira edição, o editorial da capa, escrito por Joanna Paula Manso de Noronha, escritora e jornalista argentina pioneira do feminismo no Brasil, Argentina e Uruguai, contestava a hegemonia masculina nas redações: “Ora pois, uma Senhora a testa da redacção de um jornal! Que bicho de sete cabeças será?”. Unidas pela vontade de trabalhar em um veículo formado apenas por mulheres, as corajosas autoras que trabalharam neste projeto inspiraram outros jornais totalmente femininos, como Bello Sexo, fundado em 1862, e O Sexo Feminino, fundado em 1873.

Nos Estados Unidos, o movimento feminista conquistava sua voz, fazendo críticas contundentes às políticas vigentes e aos modelos inteiramente masculinos de trabalho jornalístico. O pioneiro do jornalismo feminista foi então o jornal The Revolution (A Revolução), lançado em 1868 por Amelia Bloomer e Elizabeth Staton, escritoras e ativistas americanas. Um dos editoriais assinado por Staton diz o seguinte: “nós declaramos guerra à ideia de que a mulher foi criada para o homem.

Nós conclamamos a mais alta verdade de que, como o homem, ela foi criada por Deus para a responsabilidade moral individual e para o progresso, aqui e para sempre”.

A imprensa feminista americana manteve-se focada em sua emancipação dos moldes patriarcais tradicionalistas, unindo-se aos movimentos abolicionistas e negros na luta pelos seus direitos. Somente no século XX, no período entre guerras, ocorre um crescimento notável da imprensa feminista, então focada na busca por seus direitos trabalhistas e sufragistas. Seu posicionamento perante a igualdade de gêneros, aliado à participação ativa das mulheres em veículos da imprensa alternativa, foram os principais motores da luta contra a opressão masculina (CASADEI, 2011).

Os jornais femininos e feministas foram os grandes precursores das conquistas do movimento feminista, pois “foram os jornais e revistas os primeiros e principais veículos da produção letrada feminina, que desde o início se configuraram em espaços de aglutinação, divulgação e resistência” (DUARTE, 2016). Aos poucos, o feminismo no Brasil foi abrindo as portas para as mulheres escritoras e jornalistas, que começaram a reivindicar por seus direitos trabalhistas e também pela profissionalização da profissão no país. Segundo o Perfil do Jornalista Brasileiro, pesquisa lançada pela Universidade Federal de Santa Catarina em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e associados em 2012, 64% dos jornalistas atuando no Brasil em 2012 eram mulheres. Porém, segundo pesquisa do Women’s Media Center realizada em 2017, o número de jornalistas mulheres atuando nos Estados Unidos ainda é inferior que o número de homens, afirmando que nas três principais emissoras de televisão - ABC, CBS e NBC -, os homens reportam três vezes mais notícias que as mulheres.

### **3 | OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO CINEMA**

Se no jornalismo as mulheres buscavam a profissionalização em um campo que ainda era novidade para elas, no cinema, a inquietação se voltava às condições de trabalho já direcionadas para as mulheres.

Em 1970, a segunda onda do movimento feminista se consolidava, tendo como uma de suas principais pautas a teoria feminista do cinema. Esta teoria possui como principal questionamento a posição das mulheres nos enredos de filmes hollywoodianos, contestando os modelos tradicionalistas e produções do star system, o modelo adotado pelo cinema americano para vender o “estilo de vida americano”, que consistia em vários padrões familiares, sociais e principalmente estéticos, como os padrões de beleza impostos às mulheres. Segundo Giselle Gubernikoff (2016), “nenhuma outra forma de expressão da indústria cultural esteve, durante a sua história, tão sob o domínio do homem como a produção cinematográfica”.

As mulheres estariam, desde então, sujeitas ao condicionamento, aceitando as representações femininas que são sempre retratos do “outro”, mas nunca a de sujeitos da narrativa, com sua própria voz (GUBERNIKOFF, 2016). Sem dúvida o cinema contemporâneo conseguiu quebrar alguns desses padrões, lançando blockbusters

com protagonistas femininas que tiveram recordes de bilheteria, como é o caso de filmes como a saga Jogos Vorazes (2012-2015) ou a adaptação mais recente de Mulher-Maravilha (2017), o segundo inclusive dirigido por uma mulher, a cineasta Patty Jenkins. Mas esses filmes de sucesso que aparentemente trazem heroínas empoderadas, autênticas e fora dos padrões também caem em vários dos estereótipos de imagem e comportamento criticados pela teoria feminista do cinema.

Essa construção estereotipada, que traz a “mulher que deve ser sempre jovem, magra, bonita, bem vestida e maquiada” (GUBERNIKOFF, 2016), reforça o discurso tradicionalista do “estilo de vida americano”, que também observamos no jornalismo tradicional por meio dos moldes da dona de casa, mãe e esposa perfeita, caracterizada como modelo da mulher “feminina”.

A fetichização da mulher, muito comum a partir dos filmes hollywoodianos do star system, é outro ponto que preocupa bastante a teoria. A construção de roteiros e personagens centrados em desejo, paixão e erotização também contribui para o “papel” que foi atribuído à mulher no cinema: o de objeto sexual. Enquanto os jornais tradicionais do século XIX convencionavam que a mulher fosse dependente, submissa e a perfeita dona do lar, a discriminação no cinema se concentrava na hiperssexualização, desvalorização do protagonismo feminino e da hipervalorização estética nos padrões de Hollywood.

#### **4 | A RELAÇÃO ENTRE A MULHER, O JORNALISMO E O CINEMA**

Do encontro destes campos da comunicação, surgem as primeiras representações de mulheres jornalistas nas telonas. A afinidade entre jornalismo e cinema é histórica, principalmente sobre a via de correlação temática, consagrada pelos filmes de jornalista (newspaper movies), que foram desenvolvidos nos Estados Unidos (SENRA, 1997). Esta relação se deu, principalmente, sobre as proximidades entre as narrativas:

Tanto o jornal quanto o cinema americanos beberam no mesmo modelo narrativo romanesco que consagrou, no cinema, o padrão narrativo hollywoodiano, e no jornalismo, o modelo americano dominante da apresentação da notícia (SENRA, 1997, p. 39).

A jornada do herói, modelo convencionado pelos roteiros hollywoodianos, foi associada ao trabalho jornalístico, que possui em sua rotina um modelo de ação semelhante. Filmes de jornalista consagrados como Todos os Homens do Presidente (1976) e Spotlight: Segredos Revelados (2015) usam de personalidades masculinas “heroicas” para categorizar seus protagonistas.

Os homens jornalistas, sempre enaltecidos em seu status como detentores da informação, são comumente caracterizados como investigadores natos, comprometidos apenas com a verdade e com o exercício justo de seu trabalho. Curiosidade, coragem e determinação são características intrínsecas aos protagonistas heroicos.



Para as mulheres jornalistas, no entanto, este modelo não é tão comumente aplicado. Mesmo quando aparece no papel de coadjuvante, como é o caso de Sacha Pfeiffer, interpretada por Rachel McAdams em *Spotlight*, a mulher jornalista tem sua atuação limitada às ações assistencialistas, de suporte ao protagonista, ou emotivas, com histórias paralelas que servem para “humanizar” o enredo do filme.

Além do modelo de narrativa, os filmes de jornalista estão condicionados à visão masculina. Os principais filmes de jornalismo com protagonistas mulheres, como *Rede de Intrigas* (1976) e *O Diabo Veste Prada* (2006), são todos dirigidos por homens. Assim, as representações promovidas sob o olhar masculino exaltam as relações de domínio masculino em ambas as áreas. A masculinização do corpo masculino e a feminização do corpo feminino, portanto, são tidas como naturais, permanecendo na representação dos filmes e até mesmo na realidade social como uma relação de dominação e adestramento social (BOURDIEU, 2012).

## **5 | CARACTERÍSTICAS COMUNS ENTRE PROTAGONISTAS MULHERES EM FILMES DE JORNALISTA**

Os papéis femininos vão se alterando com o tempo, conforme a indústria cinematográfica percebe a demanda por filmes com protagonistas mulheres. Certamente uma das personagens mais marcantes neste protagonismo feminino é a editora-chefe da revista *Runway*, Miranda Priestly, interpretada por Meryl Streep na comédia *O Diabo Veste Prada* (2006), adaptação cinematográfica do bestseller homônimo de 2003.

Vista como a chefe diabólica, Miranda torna-se o modelo da pior chefe possível. Ela é ambiciosa, fria, rigorosa e incapaz de demonstrar sentimentos. Pensando segundo a lógica de Pierre Bourdieu (2012), “as próprias mudanças da condição feminina obedecem sempre à lógica do modelo tradicional entre o masculino e o feminino” (BOURDIEU, 2012). Para representar uma líder ou detentora do poder, características associadas ao universo masculino, a personagem de Miranda precisou abrir mão de todas as características que poderiam lhe conferir “feminilidade”, como respeito, compaixão e sensibilidade, sinalizados por Stella Senra (1997) em sua análise sobre o filme *Jejum de Amor*. A personagem precisou, então, agir conforme o mundo social masculino para ser entendida como líder:

Se atuam como homens, elas se expõem a perder os atributos obrigatórios da “feminilidade” e põem em questão o direito natural dos homens às posições de poder; se elas agem como mulheres, parecem incapazes e inadaptadas à situação (BOURDIEU, 2012, p. 84).

A pretensa “feminilidade” é então a primeira das características a serem observadas em comum nos filmes de jornalista com protagonistas mulheres. Ela

coloca as mulheres em permanente estado de insegurança corporal e dependência simbólica, além de deter o poder de “masculinizar” as mulheres que não atendem aos seus respectivos papéis na relação de dominação (BOURDIEU, 2012).

Em *Ausência de Malícia* (1981), a protagonista Megan Carter, interpretada por Sally Field, é retratada como uma jornalista inocente e vulnerável, seguindo os moldes do estereótipo da mulher inexperiente e frágil, que acaba sendo arrastada para confusões sem a “malícia” que os homens, dominantes no meio das negociações, políticas e comunicações, possuem. Ela não possui as características masculinas, portanto, passa longe da liderança, mantendo seu papel como dominada nas relações de poder.

Megan é repórter de um jornal impresso e escreve uma matéria seguindo uma dica de um promotor local. A história é sobre o assassinato de um mafioso de Miami, e nela, Megan indica que o principal suspeito seria seu filho, Michael Gallagher, um atacadista de bebidas alcoólicas. O único problema é que Megan escreve a matéria sem nenhuma prova de que Gallagher teria, de fato, algo a ver com o assassinato. Assim que a notícia se espalha, o rapaz busca satisfações com o jornal e acaba se envolvendo amorosamente com Megan para tentar descobrir de onde vieram essas acusações infundadas, desconfiando de que estivessem tentando sabotá-lo e culpá-lo da morte de seu pai.

Após cometer uma série de erros que a fazem perceber, finalmente, que tinha sido usada por todos para escrever uma matéria falsa e incriminar um homem inocente, Megan tenta de todas as formas buscar a verdade, mas já é tarde demais. Sem a defesa do próprio jornal, agredida por Gallagher (física e psicologicamente) e despedida do jornal onde trabalhava, ela se envolve em um escândalo impossível de reparar.

A dependência simbólica coloca Megan como um ser submisso, atencioso, passivo e contido (BOURDIEU, 2012), que mesmo atacado por todos, não revida, insistindo em um relacionamento amoroso com Gallagher mesmo depois de toda a confusão. Ele a engana, roubando o poder que ela possuía sobre ele quando escreveu a matéria que provocou todos os seus problemas. Novamente submissa, ela o deixa ir embora sem nenhuma certeza da verdade. Começando o filme como uma mulher independente, que mora sozinha, não se envolve com colegas de trabalho e leva seu trabalho a sério, ela se transforma em uma figura desiludida, tentando se reerguer após uma série de decepções profissionais e pessoais.

A segunda característica que prevalece na caracterização das personagens femininas no cinema é a associação constante dos atributos físicos com valores morais (GUBERNIKOFF, 2016). No caso de Rebecca Bloomwood, protagonista em *Os Delírios de Consumo de Becky Bloom* (2009), interpretada por Isla Fisher, a hipervalorização da estética é supostamente justificada pela temática do filme, que relaciona cinema e moda.

Becky propaga o padrão de beleza idealizado, sempre com as roupas da moda, a

maquiagem intacta e os longos cabelos ruivos arrumados de forma sempre impecável. Porém, toda esta perfeição vem com um preço: viciada em compras, Becky está totalmente endividada e não consegue achar uma forma de se livrar desse vício.

Becky Bloom é uma jornalista formada, jovem, independente, que mora com sua amiga Suzy em um apartamento alugado, cheia de personalidade. Seu sonho é trabalhar numa revista de moda, mas tem de se contentar em escrever para uma revista de jardinagem. Entre muitos currículos enviados e uma noite de bebedeira com a amiga, ela resolve mandar uma carta com um artigo que escreveu para a revista de moda mais famosa de Nova York, além de uma carta bem mal-criada para uma revista de finanças pessoais que rejeitou sua candidatura. Entretanto, ela confunde os destinatários e acaba enviando o artigo para a revista de finanças, que a aceita prontamente como colunista.

A grande ironia de ser uma viciada em compras com dívidas a pagar e também uma colunista que oferece conselhos sobre finanças pessoais é o que sustenta o humor do roteiro, usando todos os trocadilhos possíveis para mostrar o constante desequilíbrio na vida de Becky. Sob o pseudônimo de Garota do Echarpe Verde, ela conquista o sucesso profissional enquanto afunda cada vez mais em dívidas, além de sustentar diversos conflitos amorosos com seu chefe, o respeitado editor Luke Brandon, um homem sério e completamente dedicado ao trabalho, que sonha em abrir sua própria revista de economia.

Rebecca se transforma durante o longa: partindo de uma pessoa extremamente fútil e compradora compulsiva, a protagonista vai aos poucos se tornando mais humilde, assumindo o controle de seu vício consumista e tornando-se responsável pelas suas finanças. Mesmo assim, uma coisa não se altera: sua aparência. Prevalece o “estímulo da imagem narcisística da mulher na tela, onde se testemunha não só a idealização do corpo feminino, mas também de todo o ambiente circunscrito, e onde se propõe um estilo de vida ideal” (GUBERNIKOFF, 2016). Becky mantém-se no padrão de beleza americano, mostrando que não importa a sua personalidade ou seu estilo de vida, o importante é estar bem vestida e sempre parecer atraente.

Todas as personagens mulheres jornalistas analisadas nesta pesquisa seguem o mesmo padrão: são brancas, magras e em sua maioria jovens. As únicas alterações estéticas se dão no estilo de cabelo – que pode ser comprido e sedoso para as mais jovens, principalmente nas comédias; ou curto e simétrico para as personagens adultas, representando um visual maduro mais frequente nos longos dramáticos – e nos figurinos, que variam entre visuais mais formais (nas personagens que trabalham em emissoras de televisão ou em posição de liderança) ou casuais (comuns entre as personagens repórteres de jornais diários ou revistas).

Quando uma personagem escapa a estes padrões de beleza predominantes, ela tem sua imagem corporal reapropriada e vista como “masculina”, ou até como homossexual (rotulada de forma pejorativa e com a intenção de ofensa). Esta visão se relaciona tanto à aparência física quanto às características de personalidade, como

a afirmação de independência intelectual ou até mesmo a indisponibilidade para um relacionamento amoroso (BOURDIEU, 2012). Essa apropriação do que é ou não feminino é definida pelo olhar masculino, que atenua as características pertencentes a cada gênero para estreitar as posições sociais às quais cada um pertence.

Nas dicotomias estéticas, os padrões relacionados ao masculino remetem à imagem de dureza e virilidade, usando cores escuras e materiais como o couro; para o universo feminino, as cores são sempre suaves, coloridas, com rendas ou fitas, atestando sua fragilidade e frivolidade, como evidenciam os figurinos de Becky e Luke e também a decoração de seus ambientes naturais (para Becky, o apartamento com Suzy, colorido e cheio de decorações improvisadas; para Luke, o escritório na revista, simétrico e voltado à estética funcional mais do que decorativa).

A terceira característica comum entre as personagens é a inclinação à frustração com o trabalho, por não serem levadas a sério em seus empregos. Em *Como Perder um Homem em 10 Dias* (2003), Andie Anderson, interpretada por Kate Hudson, representa muito bem este padrão.

Ela é colunista na revista de moda *Composure*, uma das principais revistas em ascensão no mercado. Logo de início, percebemos que mesmo em uma revista de amplo status, Andie não está onde queria estar. Assim como a personagem Andy Sachs de *O Diabo Veste Prada*, interpretada por Anne Hathaway, Andie não se identifica com a futilidade da indústria da moda, indo contra os padrões de “feminilidade” e contestando a segmentação do mercado jornalístico: ela adora basquete, possui um mestrado em jornalismo pela Universidade de Columbia e gosta de escrever sobre política, meio ambiente e temas sociais (que seriam, segundo a personagem, os únicos temas que valem a pena escrever). Mesmo assim, ela precisa de uma ponte para poder escrever onde quiser, e vê na *Composure* esta oportunidade. Por isso, ela assina uma coluna de variedades chamada “Como fazer...”, onde ensina suas leitoras sobre vários temas baseados em experiências pessoais no amor ou na vida pessoal.

Para ajudar sua amiga Michelle, que é quase obrigada pela editora-chefe a escrever sobre seu término de relacionamento durante uma reunião de pauta, ela se prontifica a relatar uma experiência parecida: Andie descreveria o passo a passo do que não fazer em um relacionamento. Adorando a ideia, a editora sugere o título: *Como Perder Um Homem em 10 Dias*.

Andie embarca no projeto, conhecendo Benjamin Barry, um publicitário ambicioso que é o estereótipo do homem americano ideal: fã de esportes, viril, loiro e rico, ele seria o exemplo perfeito para a “experiência”. A jornalista só não contava que Ben também estivesse saindo com ela para cumprir uma aposta de seu emprego: para conquistar uma conta publicitária de joias, seus colegas o desafiaram a fazer com que uma garota que não o conhecesse se apaixonasse por ele em 10 dias.

A comédia romântica se desenvolve neste conflito principal, onde os dois fazem absurdos para cumprir com seus respectivos objetivos profissionais sem que o outro descubra o que estão fazendo. A ideia de que a mulher pertence ao segmento

considerado mais fútil, de menor importância social ou relevância, ambienta todo o longa, lembrando as regras sociais que cercavam os primeiros jornais femininos e feministas do século XIX, quando a dominância masculina reiterava a exclusiva função doméstica para a mulher (DUARTE, 2016).

Nota-se a crítica sutil de que a indústria jornalística ainda controle os assuntos dedicados às mulheres, destacada também em um momento onde a editora-chefe recusa o artigo político de Andie sob a premissa de que sua revista segue um padrão de “moda, tendências, hábitos, dietas e cirurgias plásticas”, assuntos estes que podem ser facilmente relacionados aos temas “permitidos” às mulheres do século XIX em suas restrições de publicação.

A quarta e última característica elencada entre as protagonistas de filmes de jornalista é a necessidade de um par romântico ou qualquer envolvimento amoroso para compor o desfecho. Para observar este caso, vamos analisar a personagem Rebecca Fuller, interpretada por Rachel McAdams em *Uma Manhã Gloriosa* (2010).

Nesta comédia romântica, Becky Fuller é apresentada como uma personagem alegre, cheia de energia, comprometida com seu trabalho e extremamente dedicada ao jornalismo. A produtora de televisão trabalha inicialmente em um programa matutino, onde está há alguns anos e onde espera ansiosamente por uma promoção. Porém, quando pensa que seu grande momento chegou, ela é surpreendida com a notícia de que está despedida.

Desesperada por um novo emprego, Becky se atira em todas as oportunidades jornalísticas que aparecem. Totalmente esperançosa, ela consegue uma entrevista em outra cidade para um jornal matutino de mínima repercussão, o *Daybreak*, que mais se assemelha a um programa de variedades, sem qualquer assunto noticioso (ou masculino).

Ela é admitida como produtora-chefe com a missão de revitalizar o programa, mas o que ela não previa era a combinação fatal de uma equipe desmotivada, total falta de recursos da emissora IBS e dois âncoras que se detestam na mesma bancada.

O filme foca bastante na personalidade de Becky, que mesmo exagerada em alguns momentos, exalta uma dedicação passional à sua profissão, sem nunca se deixar abalar pelas dificuldades em seu caminho. Porém, em meio à sua trajetória profissional, é incluída uma história romântica paralela à trama principal, envolvendo um colega da mesma emissora, que segue, novamente, o padrão de beleza americano comentado anteriormente: Adam Bennett, também produtor, que não entende a “obsessão” de Becky pelo seu trabalho e a critica por isso constantemente.

A relação entre os dois se dá, inicialmente, apenas de forma sexual, sem sentimentos. Nota-se que o interesse da personagem pela excelência no trabalho é comprometido pela necessidade social de se relacionar, explícita inúmeras vezes tanto pelas amigas de trabalho (que a incentivam a sair com o rapaz, que estaria “claramente interessado” nela), quanto no próprio ambiente de trabalho, quando demais colegas insinuam que ela só poderia ser tão dedicada ao trabalho pela falta de um parceiro



sexual ou de um relacionamento amoroso.

A relação sexual e emocional é categorizada neste contexto como uma relação social de dominação, construída por meio da divisão fundamental entre masculino e feminino (BOURDIEU, 2012). Caracteriza-se a personagem como dependente a partir das relações sexuais para que esta consiga ser aceita socialmente, rebaixando seu poder de liderança para “encaixá-la” em seu papel como mulher e torná-la parte do grupo. A realização pessoal a partir de seu desempenho profissional não foi o suficiente para que seus colegas a aceitassem como uma pessoa bem sucedida, nem mesmo para que a respeitassem em sua posição de liderança. Suas habilidades profissionais de nada importam, pois o que é valorizado pela sociedade e também pelo seu namorado é a postura feminina, que não dá tamanha atenção ao seu trabalho mas cumpre o papel que lhe é cabido, como pessoas submissa.

Mas Becky se recusa a abandonar seu emprego para se dedicar ao namoro: ela valoriza mais o trabalho do que seu relacionamento amoroso, logo, é caracterizada de forma mais séria e autoritária. Ela passa a dar ordens para os funcionários, começa a ser mais ríspida ao apartar as discussões de seus apresentadores e deixa de tolerar as pequenas brincadeiras que faziam com ela. Essa tentativa de impor respeito e tomar as rédeas do programa – mesmo considerando que ela é realmente a pessoa em comando e, teoricamente, não deveria “precisar” se impor para ser levada a sério – a torna menos feminina, resistindo à ideia da dominação imposta pelo seu relacionamento amoroso e também tornando-se “masculinizada”.

Com essas características físicas e psicológicas somadas, chegamos às seguintes considerações sobre o perfil da mulher jornalista retratado pelos filmes americanos: ela é branca, magra e jovem, seguindo os padrões de beleza do modelo americano, e tem sua aparência física constantemente associada ao seu valor mental, considerada fútil se segue os padrões de beleza e masculina se não os segue; não é expert em seu trabalho, ou mesmo satisfeita com ele, mesmo quando ocupa uma posição de liderança, onde tende a se “masculinizar” para ser levada a sério; é sempre conduzida aos assuntos mais “femininos”, conforme os padrões tradicionalistas do jornalismo na época patriarcal; mistura “negócios e prazer”, tendendo a acabar envolvida amorosamente com algum colega, fonte ou personagem relevante e afetando a trama.

## 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas quatro seções presentes neste artigo, foram apresentadas informações, análises e reflexões sobre a importância do feminismo no jornalismo e no cinema, além de um olhar crítico sobre os filmes americanos com protagonistas jornalistas mulheres.

As transformações que ambos os campos sofreram em sua trajetória ainda não contemplam a igualdade de gêneros. Como observado pelas estatísticas sobre o número de mulheres que atuam no jornalismo no Brasil e nos Estados Unidos, há uma

forte discrepância entre estes dados.

Com a reflexão sobre as características comuns entre as personagens femininas protagonistas de filmes de jornalista, observa-se a urgência em avaliar a possibilidade de uma reconstrução do olhar cinematográfico sobre a produção, insistindo na crítica e contestação ao olhar masculino, que ainda está presente fortemente no cinema, sobretudo no americano.

Acima de tudo, a constatação feita no decorrer da pesquisa sobre a imagem retratada da mulher jornalista no cinema americano influencia a sociedade e afeta a comunicação, impossibilitando meios de viabilizar a igualdade de gêneros em diversos segmentos, como iguais oportunidades de liderança, possibilidades de especialização, investimento em produções femininas, entre outros. Para contribuir com as mudanças necessárias tanto no jornalismo como no cinema, como neles juntos, é preciso abrir os olhos para uma nova perspectiva: o olhar feminino.

## REFERÊNCIAS

ACSELRAD, M. **A teoria feminista vai ao cinema: configurações e reconfigurações do feminino na tela**. Revista Vozes e Diálogo, Itajaí, v.14, n.1, p.91-102, jan./jun. 2015.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012, 12a edição.

CASADEI, E. B. **A inserção das mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências do final do século XIX**. Revista Alterjor, São Paulo, ano 2, v.1, jan./jun. 2011.

DUARTE, C. L. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XIX – dicionário ilustrado**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016, 1a edição.

GUBERNIKOFF, G. **Cinema, identidade e feminismo**. São Paulo: Editora Pontocom, 2016, 1ª edição.

METZ, C. **O significativo imaginário – psicanálise e cinema**. Rio de Janeiro: Livros Horizonte, 1980.

**O JORNAL DAS SENHORAS**. Rio de Janeiro: Typographia Parisiense, 1852.

**PERFIL do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho - síntese dos principais resultados**. Santa Catarina: Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC, em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, 2012. 77 p.

SENRA, S. **O último jornalista – imagens de cinema**. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 1997, 2a edição.

**Women’s Media Center Report: Women journalists report less news than men; TV gender gap most stark**. Women’s Media Center, Washington DC, Mar. 2017. Disponível em: <<https://www.womensmediacenter.com/about/press/press-releases/womens-media-center-report-women-journalists-report-less-news-than-men-tv-g>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**Marcelo Pereira da Silva** - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018).

Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016).

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009).

Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003).

Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar “Cultura e Sociedade”, do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís.

É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018.

Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão.

E-mail: marcelosilva\_rp@hotmail.com

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Aprendizagem 125, 127, 131, 133, 139, 140

Artes 28, 73, 74, 75, 145, 187, 270, 300, 302, 314

### E

Ensino 15, 92, 95, 96, 97, 125, 127, 131, 132, 133, 136, 139, 140, 141, 142, 148, 149, 151, 153, 163, 166, 235

### I

Interdisciplinaridade 84, 231, 241

### M

Matemática 303

Metodologia 13, 14, 19, 25, 31, 34, 56, 59, 100, 112, 127, 132, 139, 141, 153, 159, 166, 197, 198, 220, 230, 232, 281, 303

### R

Resolução de problemas 127, 278

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-684-3

