



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM

VANESSA ROSANA SOARES DA SILVA OLIVEIRA

**REPRESENTATIVIDADE E NOVOS TERRITÓRIOS CULTURAIS: INTERFACES
E MOTIVAÇÕES DE JORNALISTAS NEGRAS NO INSTAGRAM**

BRASÍLIA/DF

2024

VANESSA ROSANA SOARES DA SILVA OLIVEIRA

**REPRESENTATIVIDADE E NOVOS TERRITÓRIOS CULTURAIS: INTERFACES
E MOTIVAÇÕES DE JORNALISTAS NEGRAS NO INSTAGRAM**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Professora Titular Dione Oliveira Moura.

BRASÍLIA/DF

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O48r Oliveira, Vanessa Rosana Soares da Silva.
Representatividade e novos territórios culturais: interfaces e motivações de jornalistas negras no Instagram / Vanessa Rosana Soares da Silva Oliveira - 2024.
90 f.: il.: 30 cm.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2024.

Orientadora: Professora Titular Dione Oliveira Moura.

1. Jornalistas Negras. 2. Territórios Culturais. 3. Instagram. 4. Teto de Vidro. 5. Representatividade. I. Título. II. Moura, Dione Oliveira.

CDU 070-055.2

Bibliotecário Responsável: Lucas Oliveira da Silva CRB10/2237

VANESSA ROSANA SOARES DA SILVA OLIVEIRA

**REPRESENTATIVIDADE E NOVOS TERRITÓRIOS CULTURAIS: INTERFACES
E MOTIVAÇÕES DE JORNALISTAS NEGRAS NO INSTAGRAM**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Poder e Processos Comunicacionais

Aprovado em ___/___/___

Professora Titular Dione Oliveira Moura
Presidenta e Orientadora (Universidade de Brasília – PPGCOM/UnB)

Professora Dra. Florence Marie Dravet
Examinadora Externa (Universidade Católica de Brasília – PPGCOM/UCB)

Professora Dra. Liziane Soares Guazina
Examinadora Interna (Universidade de Brasília – PPGCOM/UnB)

Professora Dra. Liliane Maria Macedo Machado
Examinadora Interna (Universidade de Brasília – PPGCOM/UnB) – Suplente

Dedico este trabalho aos meus amados pais e esposo... Meus incentivadores incansáveis durante os momentos de desespero, dúvidas e desânimo. Vocês fazem parte da concretização de mais esse sonho acadêmico!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quero expressar minha gratidão a Deus por ter realizado mais um sonho em minha vida. Somente Ele, meu amado Pai, conheceu a profundidade do meu desejo de ingressar no ensino público da Universidade de Brasília e concretizar meu sonho acadêmico de cursar o mestrado em comunicação.

Quero estender meus agradecimentos à minha inspiradora orientadora, Dione Moura. Além de orientar minha pesquisa de forma excepcional, ela compreendeu as mudanças que ocorreram em minha vida durante esse percurso, incluindo as complexidades de ser mãe de um filho com necessidades especiais. Serei eternamente grata pelo carinho com que me tratou durante esse período desafiador. A professora Dione é uma jornalista negra à frente de seu tempo, incansável nas lutas que enfrentamos. Obrigada por ser um exemplo de profissional e pessoa que me inspira mais do que a senhora pode imaginar.

Gostaria de expressar também a minha gratidão pelas gentis palavras das Professoras Liliane Machado e Tânia Mara Almeida durante minha qualificação, cujas contribuições elevaram o nível de minha pesquisa. Ser avaliada por duas renomadas doutoras foi uma honra e me incentivou a fazer o melhor na dissertação. Não menos importante, agradeço a disponibilidade da Professora Florence Dravet da Universidade Católica de Brasília por ter aceitado ser a minha suplente durante a qualificação e membra titular durante a defesa, bem como a professora Liziane Guazina.

Aos meus pais, agradeço por terem acreditado nesse sonho desde o início e pelos conselhos nos momentos mais difíceis dessa jornada. Eles conseguiram enxergar em mim uma força que eu mesma desconhecia.

Agradeço aos meus chefes na Marinha do Brasil, Almirantes Lampert, André Macedo e Pavoni, aos Comandantes Joabe e Felipe Porto, por permitirem minha presença nas aulas durante o expediente e pelo incentivo total a esta formação. Minhas colegas de trabalho, Indira e Thais, também merecem meu agradecimento por compreenderem minhas ausências no Departamento devido ao mestrado. Tenham certeza de que tudo o que aprendi durante essa experiência acadêmica será aplicado em meu trabalho no Centro de Comunicação Social da Marinha.

Um agradecimento especial ao meu marido, Douglas, por enxugar minhas lágrimas de desespero em momentos em que eu precisei dar conta de muitas responsabilidades ao mesmo tempo. Obrigada por me levar e buscar na Universidade, por cuidar de nosso filho e de nosso cachorro Lulinha, enquanto eu escrevia os artigos das disciplinas, por preparar nossas refeições

enquanto eu estudava, e por me encorajar a perseguir todos os meus sonhos e projetos. Sua confiança em mim me fez perceber a força que possuo. Nossos dezessete anos juntos são marcados por diversas conquistas, e sou grata por cada uma delas ao seu lado.

Não poderia deixar de lembrar também do nosso cãozinho Lula, nesta parte de agradecimentos. Mesmo sem entender as infindáveis horas sentada à frente de um computador, jamais me deixou sozinha nas madrugadas em que me dedicava aos estudos. De vez em quando pedia um colinho, mas isso jamais me atrapalhou, pelo contrário, era um frescor mental. No dia 4 de outubro de 2023, após 12 anos de muito amor, carinho e entrega, Lulinha nos deixou para morar com os anjos e ser mais uma estrelinha no céu. Tenho certeza de que, de onde estiver, continua torcendo por mim.

Não posso deixar de agradecer a todas as entrevistadas desta pesquisa. Suas respostas me proporcionaram *insights*, momentos de reflexão e emoção e reforçaram a importância do tema escolhido para avançar nos estudos relacionados às barreiras que enfrentamos.

A lista de agradecimentos poderia continuar indefinidamente, dada a ajuda que recebi ao longo desse processo. No entanto, encerro-a com a certeza de quão abençoada sou por tê-los em minha vida e por ter alcançado tantas realizações até aqui. Não posso deixar de agradecer a Deus mais uma vez por ter atendido às minhas orações e me permitido entrar nessa prestigiada universidade. Agradeço o sentimento de estar onde sempre quis estar, com a orientadora que desejava, e pelos dois anos de produtividade e aprendizado inestimável. Minha gratidão é imensa e digo amém por tudo isso!

RESUMO

Neste estudo, busca-se compreender como a atuação de jornalistas negras no Instagram influencia positiva e/ou negativamente na diminuição do "teto de vidro" que essas mulheres enfrentam. Trata-se de uma pesquisa qualitativa integrada à pesquisa sobre o perfil das jornalistas negras no Brasil, a qual vem sendo desenvolvida desde 2016 pela professora Titular Dione Oliveira Moura e equipe de orientandas/orientandos de TCC, IC e Pós-Graduação. Este levantamento envolveu a realização de entrevistas, no ano de 2023, com mulheres negras formadas em jornalismo, que mantêm perfis no Instagram para divulgar seus trabalhos e ampliar suas vozes em torno de pautas interseccionais. O embasamento teórico utilizado para fundamentar a pesquisa aborda temas cruciais, como o processo de feminização do mercado de trabalho (Yannoulas, 2011), os conceitos de "teto de vidro", barreiras horizontais e interseccionalidade (Moura, 2018; Moura; Costa, 2018; Moura, 2019), e o uso do Instagram como um novo território cultural (Moura *et al.*, 2018). A investigação sobre a intersecção entre jornalistas negras e o Instagram é relevante para verificar a possibilidade de reduzir ou até mesmo superar as barreiras horizontais e verticais que ainda persistem atualmente. Os resultados foram analisados por meio de análise de conteúdo categorial temática e revelaram que, as entrevistadas não utilizam o Instagram como fonte principal de renda, mas reconhecem a plataforma como um meio fundamental para impulsionar suas carreiras, fortalecer questões raciais relacionadas ao "teto de vidro", inspirar outras mulheres negras a fazerem uso de suas vozes e conquistar oportunidades profissionais alinhadas com suas aspirações, formação acadêmica e experiência no jornalismo. Além de contribuir para a literatura acadêmica e estimular mais pesquisas que abordem questões essenciais relacionadas ao "teto de vidro", esta dissertação identificou diversas direções futuras que podem ser seguidas para atenuar as barreiras que ainda levam a maior parte da sociedade a negligenciar mulheres negras altamente qualificadas.

Palavras-chave: teto de vidro; jornalistas negras; territórios culturais; Instagram; barreiras horizontais; barreiras verticais; interseccionalidade.

ABSTRACT

In this study, we aim to understand how the presence of Black female journalists on Instagram positively and/or negatively influences the breaking of the "glass ceiling" these women face. It is a qualitative research integrated into the study of the profile of Black journalists in Brazil, which has been developed since 2016 by Professor Dione Oliveira Moura and a team of undergraduate, research, and postgraduate students. This survey involved interviews conducted in 2023 with Black women who have graduated in journalism, maintain profiles on Instagram to showcase their work, and amplify their voices around intersectional issues. The theoretical framework used to underpin the research addresses crucial topics such as the feminization of the labor market (Yannoulas, 2011), the concepts of the "glass ceiling," horizontal barriers, and intersectionality (Moura, 2018; Moura; Costa, 2018; Moura, 2019), and the use of Instagram as a new cultural territory (Moura et al., 2018). Investigating the intersection between Black journalists and Instagram is relevant to ascertain the possibility of reducing or even overcoming the horizontal and vertical barriers that still persist today. The results were analyzed through thematic categorical content analysis and revealed that the interviewees do not use Instagram as their main source of income, but recognize the platform as a fundamental means to boost their careers, strengthen racial issues related to the "glass ceiling," inspire other Black women to use their voices, and achieve professional opportunities aligned with their aspirations, academic background, and journalism experience. In addition to contributing to academic literature and encouraging further research addressing essential issues related to the "glass ceiling," this dissertation identified various future directions that can be pursued to mitigate the barriers that still lead most of society to overlook highly qualified Black women.

Keywords: glass ceiling; black journalists; cultural territories; Instagram; horizontal barriers; vertical barriers; intersectionality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cargo no veículo do trabalho principal	30
Figura 2 - Perfil do Instagram “@jornalistasnegrosenegras”	40
Figura 3 – Faixa etária das jornalistas entrevistadas	48
Figura 4 – Região em que residem	48
Figura 5 – Onde moram atualmente	49
Figura 6 – Faixa salarial	49
Figura 7 – Área de formação	50
Figura 8 – Escolaridade dos pais das jornalistas	50
Figura 9 – Modalidade de ensino que estudou na educação básica.....	51
Figura 10 – Incentivo público ou privado para cursar o ensino superior	51
Figura 11 – Por quem foram criadas na infância.....	52
Figura 12 – Motivações político-ideológicas	52
Figura 13 – Idioma falado	53
Figura 14 – Conteúdo extraído do Instagram da E1	62
Figura 15 – Conteúdo extraído do Instagram da E9.....	64
Figura 16 – Conteúdo extraído do Instagram de E11	65
Figura 17 – Conteúdo extraído do Instagram de E2.....	66
Figura 18 – Conteúdo extraído do Instagram de E1	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Levantamento de jornalistas negras que possuem perfil cadastrado no Instagram	40
Quadro 2 – Perguntas realizadas no pré-teste.....	46
Quadro 3 – Perguntas realizadas após o pré-teste	47
Quadro 4 – Resultado da análise de conteúdo.....	54

LISTA DE SIGLAS

CACE	Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial
CEB	Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica
CEM	Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros
CETIC	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CLT	Consolidação das Leis de Trabalho
COJIRA-DF	Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Distrito Federal
COLYMAR	Círculo Olympio Marques
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FIES	Fundo de Financiamento Estudantil
GEEMA	Grupo de Estudos Multidisciplinar da Ação Afirmativa
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MNU	Movimento Negro Unificado
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação de Comunicação
PROUNI	Programa Universidade Para Todos
UNB	Universidade de Brasília
URs	Unidades de Registro

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	15
1.2 JUSTIFICATIVA	16
1.3 OBJETIVOS	17
1.4 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO	18
2 A MULHER NEGRA E O MERCADO DE TRABALHO.....	21
2.1 O MOVIMENTO FEMINISTA NÃO-NEGRO E O FEMINISMO NEGRO	23
3 O TRIPLO TETO DE VIDRO RAÇA/GÊNERO/ CLASSE	28
3.1 INTERSECCIONALIDADE.....	30
4 MÍDIAS SOCIAIS, NOVAS TERRITORIALIDADES, NOVAS AUTORIAS E O INSTAGRAM	32
5 PERCURSO METODOLÓGICO.....	35
5.1 PLANEJAMENTO METODOLÓGICO DO TRABALHO	35
5.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA O ESTUDO DAS NOVAS TERRITORIALIDADES DE JORNALISTAS NEGRAS NO INSTAGRAM	36
5.3 COLETA DOS DADOS	39
5.3.1 Tópicos abordados no questionário	44
5.3.2 Desenvolvimento do questionário do pré-teste	45
5.3.3 Perfil sociodemográfico das jornalistas negras entrevistadas	47
6 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	54
6.1 ESTUDO QUALITATIVO	54
6.1.1 Análise de conteúdo	54
6.1.2 Identidade.....	61
6.1.2.1 Habilidades prévias de escrita, leitura e comunicação	61
6.1.2.2 Escolha acertada da profissão de jornalista	61
6.1.2.3 Interesse do público sobre conteúdos de raça, classe e gênero divulgados no Instagram	62
6.1.2.4 Repercussão no Instagram sendo uma mulher negra.....	63
6.1.2.5 Instagram como forma de dar voz para as jornalistas negras	65
6.1.2.6 Incentivo do Governo Federal para ingresso nas universidades públicas	66
6.1.3 Teto de vidro	67
6.1.3.1 Reconstrução do território cultural nas mídias digitais	67

6.1.3.2 Condição de invisibilidade	68
6.1.3.3 Impactos da intersecção de raça, classe e gênero	70
6.2 INSPIRAR OUTRAS MULHERES POR MEIO DO CONTEÚDO E TERRITÓRIO CULTURAL INSTAGRAM	72
6.2.1 Preconceito racial	73
6.2.2 Representatividade	74
6.2.3 Falta de representatividade	75
6.3 REDES SOCIAIS E NOVAS TERRITORIALIDADES	75
6.3.1 Atuação no instagram como fonte de renda.....	75
6.3.2 Engajamento do conteúdo orgânico no Instagram.....	77
6.3.3 Dificuldades no digital.....	78
6.3.4 Não gosta de se expor no Instagram	79
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
7.1 SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS	80
7.2 CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS.....	82
7.3 RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS.....	83
REFERÊNCIAS.....	84

1 INTRODUÇÃO

Este estudo explora a gradual inserção da mulher no mercado de trabalho, enfrentando obstáculos decorrentes da estrutura histórica de sua formação e das heranças patriarcais enraizadas na sociedade brasileira.

Apesar dos avanços, a mulher ainda é muitas vezes percebida como o "sexo frágil", o que, até os dias atuais, impacta sua capacidade de assumir determinadas funções no ambiente de trabalho, conforme destacado por Império *et al.* (2019). Essa persistente visão estereotipada gera desafios à plena inclusão e ascensão profissional das mulheres, sendo um aspecto relevante para a compreensão do panorama atual abordado nesta dissertação.

Apesar da abolição da escravatura ter sido materializada no papel, os resquícios desse período ainda refletem na sociedade contemporânea, visto que as condições humilhantes da mulher negra, principalmente no mercado de trabalho, continuam evidentes. Essas afrodescendentes ainda enfrentam discriminação, machismo e falta de oportunidades tanto educacionais quanto trabalhistas (Faria *et al.*, 2019). Sendo assim, essa mentalidade de que as mulheres negras nasceram somente para servir está tão enraizada na sociedade, “que muitas delas passam a aceitar, de fato, o assédio sexual, as diferenças salariais e o racismo praticados em seus locais de trabalho, pois acreditam que nada pode mudar isso” (Faria *et al.*, 2019, p. 2).

Há, ainda, que se mencionar os entraves de acesso às demais mídias tradicionais por parte das jornalistas negras (Antonio; Paiero, 2019). De acordo com o levantamento realizado pelo Grupo de Estudos Multidisciplinar da Ação Afirmativa (GEEMA, 2016) a presença de mulheres negras nos três maiores jornais do país: Folha de S. Paulo, O Globo e Estado de S. Paulo é quase nula. “A pesquisa constatou que os negros representam menos de 10% dos colunistas dos jornais e as mulheres negras praticamente não estão presentes. Elas representam apenas 4% das colunistas do jornal O Globo, 1% do Estadão e 0% na Folha de São Paulo” (Antonio; Paiero, 2019, p. 3).

Isso porque a persistência da desigualdade entre as mulheres jornalistas negras em comparação com jornalistas brancas e/ou não-negras reflete uma acentuação ainda maior da segregação, tanto horizontal quanto vertical (Moura; Costa, 2018). A concentração horizontal refere-se à predominância de um dos sexos em áreas profissionais específicas, enquanto a concentração vertical destaca situações em que a representação de um sexo é significativamente maior em um nível hierárquico e consideravelmente menor em outro, dentro do mesmo setor, carreira ou profissão (Moura *et al.*, 2018).

Neste contexto, esta dissertação aborda o fenômeno conhecido como "Teto de Vidro", uma metáfora amplamente utilizada para evidenciar as barreiras que as mulheres enfrentam em suas trajetórias profissionais ao buscarem avançar na hierarquia corporativa. Entretanto, os estudos deste fenômeno, empregados aqui, serão direcionados especificamente para as jornalistas negras, que não apenas enfrentam o desafio do duplo teto de vidro (classe e gênero), mas também necessitam superar um terceiro, composto pela questão racial (Moura; Costa, 2018).

Sendo assim, a migração para novos territórios digitais tem se destacado como a alternativa para profissionais que buscam se adaptar ao cenário transformador da comunicação contemporânea (Moura *et al.*, 2018). A internet, inicialmente associada a entretenimento e comunicação, evoluiu para ser uma fonte diversificada de informação de qualidade, rompendo as barreiras dos canais tradicionais (Foletto; Fiepke; Wilhelm, 2018). Antes, a busca por notícias estava intrinsecamente ligada aos sites das emissoras de TV líderes em audiência; no entanto, atualmente, muitos brasileiros recorrem às redes sociais, como YouTube, Facebook e Instagram, para obter informações relevantes (Marques; Vidigal, 2018). Nesses espaços, onde os usuários buscam ativamente por conteúdos que reforcem suas crenças e valores (Spinelli; Santos, 2018), emerge uma oportunidade única para jornalistas que, por diferentes razões, não se encaixam nos moldes tradicionais encontrarem espaço, voz, representatividade e, crucialmente, sustento financeiro (Passoni, 2019).

A dinâmica desse cenário é respaldada por dados concretos da pesquisa TIC Domicílios (Silva; Otavio, 2023), conduzida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). O acesso à internet no Brasil registrou um aumento significativo em 2023, alcançando 84% da população brasileira com 10 anos ou mais, o equivalente a 156 milhões de pessoas. Esse índice representa uma elevação em relação aos 81% registrados em 2022. Dentro desse contingente de 156 milhões de usuários, destacam-se os 'novos atores', não apenas pela produção em novas plataformas digitais, mas também por pertencerem a grupos sociais previamente excluídos do amplo acesso à produção de conteúdos midiáticos (Moura *et al.*, 2018).

Por diferentes razões, a internet passou a ser mais que entretenimento e comunicação: há diversas formas de acesso à informação de qualidade, a qual não está mais restrita aos canais tradicionais (Foletto; Fiepke; Wilhelm, 2018). Enquanto há alguns anos era automático acessar o site de notícias da emissora campeã de audiência na televisão, na atualidade, a fonte de informação para muitos brasileiros está nas redes sociais, como o YouTube, o Facebook e o Instagram (Marques; Vidigal, 2018). Nesses locais, repletos de usuários sedentos por

informações que reforcem suas crenças e valores (Spinelli; Santos, 2018) há uma oportunidade para jornalistas que não se encaixaram nos moldes tradicionais, independentemente dos motivos para tanto, encontrarem espaço, voz, representatividade e – mais importante – sustento (Passoni, 2019).

As novas constituições sociais, resultado de políticas públicas e da evolução tecnológica, contribuíram fortemente para novas oportunidades de inserção acadêmica, especialmente aquelas concedidas por financiamento estudantil, bolsas de estudo e sistema de cotas, os espaços em universidades de todo país tiveram aumento proporcional de pessoas negras e de baixa renda. De acordo com Silva e Cunha (2020), o impacto do Portal Único de Acesso ao Ensino Superior (PROUNI) foi significativo nas universidades privadas. Porém, “ao se observar a realidade educacional brasileira, especialmente no contexto do ensino superior, os problemas de acesso e de permanência dos estudantes ainda são obstáculos presentes” (Silva; Cunha, 2020, p. 3).

Portanto, no que se refere às contribuições acadêmicas, este estudo buscou trazer mais elementos para compreender o papel das redes sociais na progressão profissional de jornalistas negras e na redução do teto de vidro (gênero, raça e classe) em suas carreiras (Moura, 2019). No que diz respeito às contribuições práticas, o estudo teve como objetivo contribuir para o entendimento das redes sociais como uma espécie de vitrine profissional e de espaço para discussões interseccionais. Além disso, destaca o potencial para propor políticas públicas e incentivos empresariais que promovam a aprendizagem e o uso das ferramentas disponíveis nessa plataforma.

Por fim, a presente dissertação segue a seguinte estrutura: introdução, revisão teórica, metodologia, coleta de dados, procedimentos de tratamento e análise dos dados, resultados e discussão, e uma seção conclusiva que resume as contribuições acadêmicas, as recomendações para pesquisas futuras e a bibliografia.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Tendo como pano de fundo o contexto mencionado, a presente pesquisa se concentra nas utilidades que as redes sociais podem ter, no que diz respeito à carreira de jornalistas negras e o auxílio que elas podem oferecer no enfrentamento das barreiras horizontais e verticais (Moura; Costa, 2018) profundamente arraigadas na sociedade. Nesse cenário, é importante destacar a dupla adversidade enfrentada por esse grupo, uma vez que elas superam múltiplos obstáculos: primeiro, por serem mulheres; segundo, por serem afrodescendentes. Portanto,

pretende-se esclarecer o contexto que envolve a atuação profissional dessas mulheres, examinando as motivações que as levam a buscar meios de comunicação alternativos para exercerem e complementarem os ganhos com a sua profissão, além de trazer à tona conteúdos relacionados à classe, raça e gênero. Com base nessa premissa inicial, a pesquisa procura responder à seguinte questão: de que forma a atuação das jornalistas negras nas redes sociais, a exemplo do Instagram, influencia positiva e/ou negativamente no fenômeno conhecido como "teto de vidro (raça, classe e gênero)"?

1.2 JUSTIFICATIVA

Com base nos dados de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), 42,7% da população se declara branca, 46,8% se considera parda, 9,4% se autodeclara preta e 1,1% como amarela ou indígena. Isso representa um aumento de 15% nas pessoas que se autodeclararam pretas ou pardas em comparação a anos anteriores, de acordo com Nunes (2021).

No entanto, as desigualdades persistem. Segundo o IBGE de 2018, profissionais pardos e negros ganham praticamente metade da média salarial de um assalariado branco. Considerando que 53,6% da população brasileira é composta por negros, conforme dados do IBGE de 2014, faz sentido que, ao invés de procurarem emprego nas fontes tradicionais, onde geralmente são remunerados de forma inferior em relação aos brancos, os indivíduos negros busquem alternativas de subsistência, como empreender, como apontado por Passoni (2019).

A falta de representatividade para a população negra em várias instituições reflete uma sociedade que ainda discrimina as características físicas da raça negra, como argumenta Nascimento (2020). Isso fortalece a estrutura de dominação, perpetuando privilégios para as elites brancas e dificuldades persistentes para as populações negras, de acordo com Lima (2020). Esse desequilíbrio também se reflete na falta de profissionais negros em posições de liderança em organizações e redações jornalísticas.

No contexto específico das mulheres negras, como observa Almeida (2019), elas historicamente foram estereotipadas em papéis de baixa renda e com características estigmatizadas. Embora tenha havido uma mudança nesse cenário, a mídia costumava retratar as mulheres afrodescendentes de maneira negativa. As mulheres negras enfrentam racismo e estereótipos, mas estão cada vez mais buscando espaços alternativos. Sendo assim, as mídias sociais emergem como territórios culturais fundamentais para a mobilização contra o excesso de esquecimento coletivo, conforme discutido por Moura, Figueiredo e Nunes (2012).

Portanto, a investigação sobre a presença de mulheres negras jornalistas no Instagram possibilita compreender os desafios que elas enfrentam nos meios de comunicação tradicionais e permite explorar alternativas para exercer sua profissão. O Instagram, enquanto ambiente de atuação profissional, abre novas oportunidades para grupos social e economicamente desfavorecidos, como a participação em novos empreendimentos comunicacionais, como assessorias de imprensa, cursos e mentorias de oratória e comunicação. Além disso, proporciona convites para eventos e fomenta debates significativos sobre questões de raça, classe e gênero, potencializando o que Moura, Figueiredo e Nunes (2012, p. 180) afirmam como sendo “o desejo de visibilidade de uma história e memória coletiva, a demarcação de um território cultural, a afirmação de um modo de ser”. De acordo com as autoras, este modo de ser pode ser explicado - embora não justificado - enquanto existência a partir do uso que a memória coletiva faz das mídias sociais.

Sendo assim, diante da escassez de estudos específicos sobre a atuação de jornalistas negras no Instagram, este trabalho se propõe a preencher essa lacuna na pesquisa acadêmica, e contribuir para o reconhecimento e valorização das jornalistas negras que desempenham um papel fundamental nesse contexto específico.

1.3 OBJETIVOS

Por conseguinte, o **objetivo geral** deste estudo é compreender de que forma a atuação profissional de jornalistas negras, a exemplo do Instagram, influencia positivamente e/ou negativamente no fenômeno denominado “teto de vidro”. Para a consecução do objetivo geral, propõem-se os seguintes **objetivos específicos**:

- a) Identificar jornalistas negras que utilizam o Instagram como meio de promoção de suas carreiras profissionais;
- b) Identificar se as jornalistas negras entrevistadas utilizam o Instagram para debater assuntos interseccionais;
- c) Compreender de que forma o teto de vidro e as barreiras horizontais enfrentadas por jornalistas negras são visíveis no Instagram; e
- d) Identificar a contribuição do ambiente digital enquanto um novo território cultural para discussões sobre questões de raça, gênero, classe e representatividade dentre jornalistas negras brasileiras.

1.4 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

A seleção dos textos para a composição preliminar do estado da arte foi realizada de 24 de março a 28 de agosto de 2022, por meio de buscas no Google Acadêmico e no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, utilizando as seguintes palavras-chave: teto de vidro, mulheres jornalistas negras. Tendo em vista que a delimitação do tema foi sendo aperfeiçoada ao longo da pesquisa, é importante realizar uma divisão em duas etapas: na primeira, buscou-se por artigos, dissertações e teses que contivessem a palavras-chave “jornalistas negras”. Logo após, foi realizada uma nova pesquisa, incluindo o termo “teto de vidro”.

Durante a pesquisa bibliográfica que caracterizou a primeira etapa, foi localizado um trabalho já apresentado em nível de pós-graduação *Stricto Sensu*, cuja temática possui certa convergência com o tema principal da pesquisa. O texto selecionado é de autoria de uma mulher e trata, em alguma medida, da internet como pano de fundo para o exercício profissional alternativo às mídias e aos veículos tradicionais. A segunda etapa de verificação teórica considerou, conforme já referido, a palavra-chave “teto de vidro”.

O título da dissertação analisada é “A motivação feminina no ato de empreender em mídias de jornalismo alternativo” (Passoni, 2019). De autoria de Thalita Caturelli Passoni, a dissertação foi apresentada na Universidade da Beira Interior (UBI), na cidade da Covilhã, em Portugal no ano de 2019. O problema de pesquisa delineado pela autora foi o seguinte: quais foram as motivações que fizeram com que mulheres empreendessem em mídias de jornalismo alternativo?

Com a pesquisa que originou a dissertação de Passoni (2019), o objetivo foi trazer a percepção do principal desencadeador do empreendedorismo nas mídias de jornalismo alternativo. A autora analisa se as razões para tanto são a necessidade, por questões financeiras; ou a oportunidade, em consonância com o nicho de mercado. O trabalho de Passoni (2019) mostra o caminho percorrido por sete mulheres que, por razões e fatores motivadores distintos, em suas peculiaridades, desempenharam a função de jornalistas e empreendedoras, desenvolvendo seus próprios canais de informação na internet.

Apesar de o foco da pesquisa de Passoni (2019) ser mulheres jornalistas empreendendo em mídias alternativas, não aborda a questão racial. Além disso, as mídias escolhidas pelas entrevistadas são variadas, desde plataformas de vídeo, como o YouTube, até rádios e revistas digitais. Cada uma das sete participantes selecionadas para o estudo criou seus próprios canais de comunicação no formato digital, enquanto esta pesquisa se debruça especificamente sobre

jornalistas negras que mantêm perfis no Instagram, seja para utilizá-la como uma vitrine ou para trazer à tona questões interseccionais.

Na segunda etapa de pesquisa, iniciada no dia 02 de setembro de 2022 e finalizada em 06 de junho de 2023, foram feitas novas buscas nas plataformas Google Acadêmico e Portal de Periódicos da CAPES, utilizando as palavras-chave “teto de vidro” e “jornalistas negras”. Foram encontrados alguns artigos científicos cuja contribuição esclareceu algumas lacunas previamente deixadas pelo desconhecimento do próprio termo “teto de vidro” como sinônimo da desigualdade enfrentada pelas mulheres no ambiente profissional. Foi, inclusive, possível estabelecer o conceito como sendo uma ramificação da interseccionalidade, enriquecendo, portanto, este arcabouço teórico.

O primeiro artigo que merece destaque foi produzido por Dione Oliveira Moura e Hallana Moreira R. da Costa (2018) e foi intitulado “Mulheres jornalistas e o ‘teto de vidro gênero/raça/classe’ a tensionar a carreira das jornalistas negras brasileiras”. Publicado em 2018, teve como objetivo apresentar os resultados do mapeamento das ações e relatos de experiências de mulheres negras jornalistas do Distrito Federal, especialmente as que atuam na Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial do Distrito Federal (COJIRA-DF) e no Coletivo de Mulheres do Sindicato dos Jornalistas do DF. Os resultados do estudo confirmam a desigualdade existente entre jornalistas brancas e negras, a qual é associada pelas autoras com o conceito de “teto de vidro”, acrescentando-se a interseccionalidade raça/gênero/classe como diferencial que cria a subcategorização “jornalistas negras” dentro da categoria de “jornalistas mulheres”. Este fator, inegavelmente, cria obstáculos específicos às jornalistas negras, agravando ainda mais a dificuldade na escalada por sua ascensão profissional: a jornalista negra, inevitavelmente, está em desvantagem perante a jornalista não-negra.

Outro artigo de relevante contribuição para este estudo foi publicado em 2017 por Myrian Del Vecchio-Lima e Humberto da Cunha Alves de Souza (2017), recebendo o título “Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro” (Del Vecchio-Lima; Souza, 2017). Seu objetivo foi o de apresentar, por amostragem qualitativa, como alguns segmentos de jornalismo independente ou “não hegemônico”, no Brasil, buscam preencher uma lacuna em relação às questões femininas, passando a tratar a mulher em suas narrativas e notícias como sujeito social e autônomo, com poder de decisão, interesses e opinião próprios, superando o modelo patriarcal ainda vigente. De acordo com a verificação realizada pelos autores, embora a feminização seja evidente nas redações do país, confirmando o que Lima *et al* (2022) levantou em sua pesquisa, o cenário de inserção da mulher

jornalista em seu campo profissional, em termos de quantidade, não reflete a forma como a mulher é representada no jornalismo hegemônico.

No que diz respeito, especificamente, ao mercado de trabalho da mulher negra, considera-se pertinente mencionar o artigo de Larissa Maria dos Santos Baia e Ramon Bezerra Costa (2021), intitulado “A utilização do Instagram como ferramenta para empreendedoras negras: uma análise dessa realidade em São Luís do Maranhão”. O objetivo do estudo foi o de refletir sobre a trajetória empreendedora das mulheres negras dessa localidade, destacando como o uso do Instagram potencializa seus negócios. Embora não haja menção direta às jornalistas negras, a autora, estudante de jornalismo, aborda a desigualdade enfrentada pela mulher negra no mercado de trabalho, citando, inclusive, a análise feita por uma jornalista negra sobre as desigualdades caracterizadas pelo conceito de interseccionalidade.

Por fim, após coleta de dados e discussão dos resultados, foi incluído, no dia 17 de janeiro de 2023, como mais uma importante referência teórica, o artigo intitulado “Mídias Sociais como plataformas contra o excesso de esquecimento coletivo”, produzido pelas autoras Dione Oliveira Moura, Verônica Figueiredo e Juliana César Nunes (2012).

2 A MULHER NEGRA E O MERCADO DE TRABALHO

De acordo com Lélia Gonzalez (1982, p. 105), “no registro que o Brasil tem de si mesmo o negro tende à condição de invisibilidade”. Do ponto de vista publicitário, inclusive, a cultura favorece a reprodução desses estereótipos predefinidos e que perpassam as gerações sem grandes avanços, restringindo o negro a papéis considerados populares, ainda que rentáveis (Gonzalez, 1982). O jogador de futebol, o cantor popular e a mulata sensual, mesmo que venham a ser bem remunerados em suas carreiras, dificilmente serão posicionados de forma superior no sistema.

Esse padrão vem sendo repetido desde os primórdios da formação da sociedade brasileira. Conforme aponta o antropólogo e escritor Darcy Ribeiro (2015), embora o abismo social no Brasil seja mais evidente e assustador entre classes sociais, não se pode negar que o preconceito racial supera qualquer outra diferença.

A distância social mais espantosa do Brasil é a que separa e opõe os pobres dos ricos. A ela se soma, porém, a discriminação que pesa sobre negros, mulatos e índios, sobretudo os primeiros”. O Brasil, no seu fazimento, lançou mão de cerca de 12 milhões de negros como a principal força de trabalho de tudo o que se produziu aqui e de tudo que aqui se edificou. Ao final do período colonial, constituía uma das maiores massas negras do mundo moderno. A nação brasileira nunca fez nada pela massa negra que a construíra. A luta mais árdua do negro africano e de seus descendentes brasileiros foi, e ainda é, a conquista de um lugar e de um papel de participante legítimo na sociedade nacional. (Ribeiro, 2015, p. 166).

O cenário de invisibilidade acima referido é ainda mais ameaçador para a mulher negra. A escritora Djamila Ribeiro (2017) direciona essa análise revelando uma situação ainda mais desafiadora para esse perfil, visto que há uma espécie de hierarquia de gênero expondo a mulher negra a índices assustadores de vulnerabilidade social.

Não sofremos de forma igual. A violência e a invisibilidade atingem de forma mais grave quem combina mais de uma opressão. E hoje, há um interesse maior por esses assuntos, por essas pautas. (Ribeiro, 2018, p. 133).

Se há uma raiz histórica para esse empilhamento de opressões, sabe-se que ela teve seu plantio na escravidão. De fato, ao refletir sobre como se deu o processo de abolição da escravatura no Brasil, pode-se verificar que não houve - nem há previsão para tanto - qualquer tipo de amparo ou reparo histórico aos indivíduos escravizados e seus descendentes. Ao contrário disso, “as sociedades contemporâneas, mesmo após o fim oficial dos regimes escravistas, permaneceriam presas a padrões mentais e institucionais escravocratas, ou seja,

racistas, autoritários e violentos” (Almeida, 2019, p. 112). Com isso, a abolição da escravatura não garantiu a descontinuidade de uma cultura de exploração e de dominação, mantendo, na sociedade brasileira, uma estrutura de intenso contraste racial (Almeida, 2019).

A intensa chegada de imigrantes alemães, italianos e japoneses para compor o mercado assalariado do país nas indústrias e nos latifúndios agravou o contexto de favorecimento e de privilégio de uma classe há muito dominante, dando continuidade à exploração e à exclusão das populações negras. Tal cenário, ao passo em que rompeu com a escravidão, transformou a vida produtiva e subsistência da elite econômica, que teve que se adaptar ao trabalho assalariado, o que não eliminou a exploração da mão de obra dos ex-escravizados: apesar de agora livres, ficaram desempregados, desamparados, sem moradia e alimentação, passando a sobreviver em condições de marginalidade e de miséria (Fernandes, 1989).

Além disso, a sociedade brasileira, constituída por uma estrutura patriarcal e conservadora, impõe uma dura barreira às mulheres negras, que precisam lutar simultaneamente contra o sexismo e contra o racismo (Almeida, 2019), somando a esse cenário desafiador, muitas vezes, a maternidade. Desse modo, a situação trabalhista enfrentada por essas mulheres parece uma extensão da realidade vivenciada durante os séculos de escravização (Almeida, 2019). Desde o início do século passado, a história dessas mulheres é de resistência e de exclusão, apesar de sua constante luta por um lugar digno na sociedade. De acordo com Almeida (2019), essa parcela da sociedade até então invisibilizadas, ocupavam cargos considerados mais baixos na estratificação do mercado trabalhista, recebendo salários inferiores para exercer as mesmas funções de pessoas brancas.

No período colonial, marcado pelo trabalho escravo, o papel da mulher negra não possuía valor. Era tida como propriedade de seus senhores, tendo seu trabalho e sua vida explorados até sua morte. A mulher negra escravizada era incumbida dos afazeres domésticos e das atividades nas lavouras rurais (Domingos, 2021), além de ser responsável pelo comércio de alimentos, como bolos, frutos, queijos, e por levarem cartas e correspondências. Como ressalta Del Priore (2007), a presença feminina era marcante no pequeno comércio e nas trocas mercantis nos vilarejos e centros urbanos do Brasil Colonial.

Portanto, mesmo assumindo tais responsabilidades, o trabalho dessas mulheres não era valorizado, tornando-as praticamente invisíveis e indignas. Apesar de se mostrarem habilidosas em outras áreas diferentes das atividades domésticas, as mulheres negras não recebiam os frutos dele advindos, tampouco encontravam possibilidades para empreender de forma livre, face à condição imposta de escravidão (Domingos, 2021). O contexto pode ter sofrido alterações, mas o que se percebe, na atualidade, é uma perpetuação dessa prerrogativa: ainda é muito

complicado para as mulheres negras, sobretudo, para as que enfrentam duras condições socioeconômicas e para as moradoras de periferias e favelas, conseguirem alcançar cargos altos e mais valorizados (Lima; Rios; França, 2013).

2.1 O MOVIMENTO FEMINISTA NÃO-NEGRO E O FEMINISMO NEGRO

O propósito deste capítulo é introduzir a estrutura dos movimentos femininos brasileiros a partir da segunda metade dos anos 1970, momento em que debates sobre questões relacionadas às mulheres começaram a ser institucionalizados internacionalmente pela Organização das Nações Unidas (ONU). Esses debates, tanto em nível nacional quanto internacional, buscavam estimular discussões e políticas públicas destinadas a essa parte da população. No entanto, como será discutido mais adiante, a noção de "mulher" nesses contextos estava muitas vezes associada a características de raça e classe social específicas - predominantemente brancas e de classe média - algo que foi fortemente criticado pelas mulheres negras (Freitas, 2019).

Dessa forma, não é pretendido revisitar a vasta documentação já disponível sobre o movimento feminista. O objetivo aqui é mais modesto: propor uma reflexão sobre como essas mulheres se organizaram e lutaram dentro do movimento feminista, bem como destacar a necessidade de reconhecer e entender as especificidades das mulheres afrodescendentes. Por muito tempo, essas particularidades foram negligenciadas e tratadas de maneira universal pelo movimento feminista (Coelho; Gomes, 2015).

De acordo com Freitas (2019), durante os anos 1970, surgiram as primeiras expressões do feminismo de segunda onda. Nessa nova etapa, a questão da desigualdade era reconhecida como uma combinação de questões culturais e políticas, incentivando as mulheres a se engajarem politicamente e a enfrentarem as estruturas de poder sexistas. Influenciadas pelo contexto de lutas por liberdades individuais na Europa e nos Estados Unidos, bem como pelo contato com grupos de exilados, especialmente mulheres exiladas, as quais trouxeram consigo novas perspectivas sobre o papel das mulheres na família e na sociedade em geral, surgiram debates e questionamentos significativos (Freitas, 2019).

No entanto, a mulher negra enfrenta uma dualidade de dificuldades, ser afrodescendente e do sexo feminino. Era impensável, há alguns anos, a representação da população feminina negra em cargos de alto comando ou à frente de algo relevante. Pelo contrário, essa mulher de pele escura, sempre foi vista como produtora, ou seja, sua mão de obra era exclusivamente

servir aos moradores da casa grande e quando não estava nesse lugar, trabalhava no campo em atividades subsidiárias do corte e do engenho (Nascimento, 2010).

Segundo Freitas (2019), a tentativa de criar um "padrão neutro" de mulher, como se isso pudesse abranger todas as diferentes necessidades e demandas, não escapou às críticas de ativistas e intelectuais negras como Lélia Gonzalez. Atuando como membro da diretoria do Movimento Negro Unificado (MNU) e como a primeira coordenadora do Nzinga - Coletivo de Mulheres Negras, no Rio de Janeiro, Gonzalez questionava o estereótipo imposto às mulheres negras dentro dos movimentos feministas, que as retratava como "agressivas" e "criadoras de conflito", sem espaço para o diálogo com outros grupos. Ela defendia a necessidade de novas categorias para representar o movimento das mulheres negras.

O contexto histórico e as contribuições do feminismo no Brasil desempenharam um papel fundamental na luta das mulheres por igualdade de gênero e oportunidades profissionais. No entanto, é importante observar que o movimento feminista no Brasil enfrentou desafios e complexidades em relação à inclusão das pautas específicas das mulheres negras. Por muito tempo, essas especificidades foram negligenciadas e tratadas de maneira universal pelo movimento feminista (Coelho; Gomes, 2015). A noção de uma igualdade presumida entre mulheres, por um lado, e entre negros, por outro, levou as mulheres negras a procurarem expor e confrontar situações de conflito e exclusão (Freitas, 2019).

Os primeiros coletivos de mulheres negras se formaram durante o auge dos movimentos sociais nas décadas de 1970 e 1980, dentro do contexto do movimento negro (Freitas, 2019). Nesse sentido, as trajetórias das blogueiras e youtubers contemporâneas ecoam as das ativistas dos anos 1970 na busca por formas alternativas de ampliar a luta pelos direitos das mulheres, especialmente das mulheres negras, enquanto cidadãs, como ressalta Freitas (2019, p. 15),

Atualmente, com a difusão das novas tecnologias da comunicação, a atuação de jovens feministas negras e grupos feministas se expande a cada dia. Levantando questões e despertando o debate a partir da agenda dos movimentos feministas e de autoras negras de diferentes épocas – entre elas Lélia Gonzalez, Djamila Ribeiro, Angela Davis e Bell Hooks –, pelas plataformas digitais, com páginas no Facebook, YouTube, Instagram, blogs, sites e Twitter, mobilizam e criticam a neutralidade do sujeito “mulher”. Um exemplo dos atuais coletivos feministas é o Blogueiras Negras, criado em 2012, plataforma alimentada com textos de diversas mulheres negras, que criticam a universalidade num tom menos institucional, com foco mais na dimensão estética e no empoderamento individual.

Com a redemocratização nos anos 1980, o feminismo no Brasil experimentou um período de intensa atividade na defesa dos direitos das mulheres. Grupos feministas surgiram em todo o país, abordando uma ampla variedade de questões, incluindo violência, sexualidade,

igualdade no trabalho, casamento, terra, saúde materno-infantil, combatendo o racismo e defendendo opções sexuais. Muitos desses grupos colaboraram estreitamente com movimentos populares de mulheres, que atuavam em bairros pobres e favelas, buscando melhorias em educação, saneamento, habitação e saúde, frequentemente influenciadas pelas Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica (CEB). Esse encontro entre o movimento feminista - originado em parte na classe média intelectualizada - e os movimentos populares proporcionou novas perspectivas, discursos e ações para ambos os grupos (Pinto, 2010).

Lourdes Bandeira, por sua vez, contribuiu para a compreensão das políticas de igualdade de gênero no Brasil e a importância de considerar as diferenças e desigualdades entre as mulheres, especialmente em relação às negras e às indígenas. Argumentou que as políticas feministas deveriam ser inclusivas e considerar as especificidades de cada grupo (Fontoura; Anjos, 2016).

No entanto, apesar dessas importantes contribuições do feminismo, as mulheres negras continuaram a enfrentar desafios significativos em sua progressão profissional (Coelho; Gomes, 2015). De acordo com Pinto (2007), as desigualdades raciais persistiram, e as mulheres negras muitas vezes enfrentaram discriminação no mercado de trabalho, salários mais baixos e dificuldades para avançar em suas carreiras. A interseccionalidade entre raça, gênero e classe, conceito que é abordado em profundidade mais adiante, em outro capítulo dessa dissertação, tornou essa luta ainda mais complexa, pois as mulheres negras enfrentavam discriminação por serem de baixa renda, mulheres e negras.

A condição social das mulheres negras, por não ter despertado grande interesse nas feministas, que por muito tempo ficaram restritas ao debate sobre a relação homem-mulher, passou a ser estudada principalmente por feministas negras. Estas mulheres vêm demonstrando que o enfoque exclusivo às questões de gênero apresentado como fonte de opressão de mulheres não faz a conexão entre o sexismo e outras formas de dominação existentes na sociedade. Este olhar exclusivo, aliás, apaga outros aspectos das identidades das mulheres e suas experiências (inclusive raça) sexualidade e classe. (Pinto, 2007, p. 31).

Com o avançar dos anos, as discrepâncias entre mulheres não-negras e negras continuaram persistindo, como destacado por Hooks (2023), quando ela ressalta em sua obra que as organizações lideradas por mulheres brancas muitas vezes se concentravam em áreas como educação, filantropia ou formação de grupos literários, enquanto as mulheres negras direcionavam sua atenção para questões como pobreza, assistência a idosos e pessoas com necessidades especiais, além do enfrentamento da prostituição.

Segundo Ribeiro (2018), apesar de todas as mulheres estarem vulneráveis a diversos tipos de violência, é crucial reconhecer o grupo que enfrenta uma maior suscetibilidade, dado que historicamente seus corpos têm sido desumanizados e hipersexualizados. Estereótipos racistas perpetuam uma cultura de violência contra essas mulheres, que são frequentemente retratadas como promíscuas, "fáceis" e indignas de respeito, em contraste com a representação da mulher branca como frágil, recatada e adequada para o casamento.

Outro aspecto importante de ser discutido é o que diz respeito ao estupro naturalizado, que frequentemente resulta em gravidezes forçadas, especialmente entre mulheres negras. Essas mulheres enfrentam uma dupla crueldade, pois além de serem vítimas de diversos tipos de violência, são também submetidas à maternidade em condições extremamente adversas. Lidar com o trauma do estupro é apenas uma parte desse desafio, já que muitas vezes são deixadas a criar seus filhos sozinhas, sem o apoio emocional, financeiro ou social adequado. Essa cruel realidade não apenas evidencia a brutalidade individual, mas também destaca um sistema estrutural que perpetua a opressão e marginalização das mulheres negras. Conforme Davis (2016) observa, o racismo historicamente sempre promoveu a coerção sexual ao longo do tempo.

Embora as mulheres negras e suas irmãs de minorias étnicas tenham sido os alvos principais desses ataques de inspiração racista, as mulheres brancas também sofreram. Uma vez que os homens brancos estavam convencidos de que podiam cometer ataques sexuais contra as mulheres negras impunemente, sua conduta em relação às mulheres de sua própria raça não podia permanecer ileso. O racismo sempre serviu como um estímulo ao estupro, e as mulheres brancas dos Estados Unidos necessariamente sofreram o efeito indireto desses ataques. Esta é uma das muitas maneiras pelas quais o racismo alimenta o sexismo, tornando as mulheres brancas vítimas indiretas da opressão dirigida em especial às suas irmãs de outras etnias. (Davis, 2016, p. 181).

Sendo assim, para Gonzalez (2020), a emergência desse tipo de feminismo sexista dentro do nosso movimento é significativa precisamente porque revela aspectos que as demandas da luta destacam como inadmissíveis. Vamos examinar alguns aspectos trazidos pela autora.

a) Os efeitos da internalização da ideologia do embranquecimento, que remetem a oportunismos e manipulações típicos do velho paternalismo eurocêntrico das oligarquias brasileiras; b) a consequente afirmação/reprodução/perpetuação do mito da democracia racial; c) a aceitação/manutenção do chavão machista de que política é coisa de homem; d) a identificação com um tipo de feminismo ocidental-branco, já devidamente denunciado por seu imperialismo cultural; e) o pseudoconhecimento das lutas da mulher negra, dada a reprodução de categorias que de tão aprisionantes, acabam por revelar um desconhecimento real dessas lutas; f) falta de identidade própria etc. (Gonzalez, 2020, p. 268).

Portanto, as questões abordadas neste capítulo destacam a importância de uma análise crítica desses temas, visando avançar em direção a uma igualdade genuína e justa para todas as mulheres.

3 O TRIPLO TETO DE VIDRO RAÇA/GÊNERO/ CLASSE

O teto de vidro (Mesquita; Teixeira, 2019) é uma realidade perceptível na carreira das mulheres profissionais. No entanto, nas organizações, se ser mulher é um impeditivo para a subida na escala hierárquica, ser mulher negra é um teto ainda mais espesso. O acréscimo das camadas raça/gênero/classe no teto de vidro da mulher jornalista negra é o que Moura define como o triplo teto raça/gênero/classe (Moura, 2018; Moura; Costa, 2018; Moura, 2019). E a presente dissertação, insere-se no projeto integrado de Moura, orientadora dessa pesquisa de mestrado.

Nos estudos citados de Moura, a autora defende que teto de vidro enfrentado pelas mulheres negras não é simplesmente uma versão ampliada do enfrentado pelas mulheres não-negras; ele incorpora múltiplas camadas de discriminação, especialmente devido à interseccionalidade das opressões que essas mulheres enfrentam. Outras orientandas da mesma equipe de pesquisa orientadas pela professora Dione Moura, no PPGCOM da FAC-UnB, a exemplo de Bruna Mastrella (doutoranda) e Ana Maria Teles (doutoranda), também estão examinando, junto com Moura (Teles; Moura, 2023; Mastrella; Moura, 2023) as características desse triplo teto de vidro raça/gênero/classe na carreira das mulheres negras brasileiras também nas TVs legislativas e nos Institutos Federais.

Historicamente, a mulher sofre discriminações sociais pelos fatores da desigualdade de gênero. Para além do discurso patriarcal difundido e ainda vigente, as barreiras encontradas pelas mulheres em sua vida, especialmente no quesito profissional, foram estudadas e conceituadas sob o termo “teto de vidro” (Mesquita; Teixeira, 2019). A expressão, originária dos Estados Unidos (glass ceiling), define as situações cotidianas de desigualdade sofridas pelas mulheres em seu ambiente de trabalho por todo o mundo (Fernandez, 2019). O termo procura fazer uma interconexão entre as desigualdades de gênero e classe no ambiente organizacional, ocasionando dificuldades para a ascensão profissional e para a remuneração igualitária entre mulheres e homens. Na prática, as mulheres, “mesmo possuindo formação acadêmica, experiência profissional, e incorporando masculinidades, ainda assim enfrentam dificuldades para alcançar cargos gerenciais e de comando na hierarquia das organizações” (Mesquita; Teixeira, 2019, p. 2).

Para Mesquita e Teixeira (2019), as mulheres negras estão automaticamente em posição subalterna mesmo no interior da sua categoria de gênero, fazendo dela uma subcategoria. Esse preconceito nada mais é do que um reflexo do que acontece na sociedade: o âmbito profissional é apenas mais um lugar no qual a mulher negra é explorada e relegada a funções inferiores,

independentemente da sua capacidade e de sua formação profissional.

E essas barreiras horizontais são tão presentes na vida dessas profissionais negras que, de acordo com uma pesquisa chamada "Perfil Racial da Imprensa Brasileira", realizada pelo Jornalistas&Cia, Portal dos Jornalistas, Instituto Corda e I'MAX e divulgada em 17 de novembro de 2021, quase a totalidade dos jornalistas pretos ou pardos no Brasil, mais precisamente 98% deles, acreditam que seus colegas de imprensa brancos têm vantagens significativas em suas carreiras em comparação com eles (Portal dos Jornalistas, 2021).

De acordo ainda com os resultados da pesquisa mencionada anteriormente, apesar da população brasileira ser majoritariamente composta por indivíduos negros, representando 56,20% de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD)/IBGE de 2019, apenas 20,10% dos profissionais da área de comunicação se autodeclararam como pretos ou pardos. A grande maioria, equivalente a 77,60%, se identificou como brancos. Além disso, a pesquisa revelou que entre os profissionais brancos, a maioria esmagadora, ou seja, 61,8%, ocupa posições de liderança nas redações. Por outro lado, no caso dos profissionais que se identificaram como negros, a pesquisa apontou que, em contraste com os jornalistas brancos, a maioria, ou seja, 60,2%, desempenha funções operacionais, como repórteres, redatores e produtores. Jornalistas negros em cargos de liderança dentro dos veículos de comunicação são uma minoria ainda mais escassa (Portal dos Jornalistas, 2021).

Além dos números mencionados, a pesquisa também indica que houve um considerável avanço na precarização do trabalho jornalístico, evidenciado por vários fatores. De acordo com a mesma pesquisa sobre raça na imprensa, a distribuição dos jornalistas por áreas de atuação mostra uma presença um pouco menor de profissionais trabalhando fora do âmbito da mídia, representando 35% em comparação com os 40% observados anteriormente.

No que se refere aos tipos de contratação, observou-se uma diminuição nos contratos de trabalho regidos pela Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), ao passo que as formas precárias de emprego aumentaram, atingindo 24%, o que inclui freelancers, prestadores de serviços sem contrato, trabalhadores como pessoas jurídicas e microempreendedores individuais. No que diz respeito à jornada de trabalho, é preocupante o fato de que 42,2% dos jornalistas ainda enfrentam jornadas diárias superiores a 8 horas.

Todos os indicadores relacionados à saúde dos jornalistas confirmam a deterioração das condições de trabalho, resultando em efeitos prejudiciais, especialmente em termos de níveis elevados de estresse e disseminação de formas de assédio moral. Além disso, houve um aumento na identificação ideológica dos jornalistas com a esquerda do espectro político, enquanto a identificação com a direita diminuiu, juntamente com uma maior recusa em

autodefinir uma orientação ideológica.

Figura 1 – Cargo no veículo do trabalho principal

CARGO NO VEÍCULO DO TRABALHO PRINCIPAL							
	COR / RAÇA						Total
	Branca	Preta	Parda	Negro (Preta+Parda)	Amarela	Indígena	
	%	%	%	%	%	%	
CARGOS GERENCIAIS	61,8	40,9	39,3	39,8	65,0	25,0	57,4
Diretor de redação /conteúdo / jornalismo	17,2	13,6	6,4	8,9	20,0		15,6
Editor	16,6	8,2	12,9	11,3	15,0	25,0	15,5
Editor-chefe/executivo	15,8	8,2	10,7	9,8	15,0		14,5
Colunista	5,0	1,8	2,9	2,5	5,0		4,5
Editor Assistente/Adjunto	3,4	3,6	3,6	3,6	10,0		3,5
Redator-chefe	2,3	0,9	1,4	1,3			2,0
Subeditor	0,6	4,5	0,7	2,0			0,9
Chefe de reportagem/de pauta	0,8		0,7	0,5			0,7
CARGOS OPERACIONAIS	38,2	59,1	60,7	60,2	35,0	75,0	42,6
Repórter	26,5	40,0	39,3	39,5	30,0	75,0	29,3
Outro	4,2	5,5	10,7	8,9	5,0		5,2
Redator	4,6	6,4	5,0	5,5			4,7
Pauteiro/ produtor	1,3	5,5	3,6	4,2			1,8
Âncora/ Apresentador	1,5	1,8	0,7	1,1			1,4
Revisor / Preparador de texto	0,2						0,2
Diagramador/Assistente de Arte			0,7	0,5			0,1
Repórter fotográfico			0,7	0,5			0,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base: 750 entrevistas (amostra ponderada pelo peso de cor/raça entre os profissionais de redação)
Fonte: Pesquisa Perfil Racial - Fase 1 - Questionário autopreenchido

Fonte: LIMA, *et al.* (Coord.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho.** Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ee0nMH5_1D0J:https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br#19. Acesso em: 16 ago. 2023.

3.1 INTERSECCIONALIDADE

Proposto por Kimberlé Crenshaw (2002), feminista negra norte-americana, o conceito compõe a crítica aos movimentos de feministas brancas da década de 1970, destacada pelo Feminismo Negro. O objetivo da interseccionalidade é reconhecer que as mulheres negras podem vivenciar formas de discriminação distintas das mulheres brancas em virtude do fator “racismo”. No artigo “Interseccionalidade na discriminação de raça e gênero”, Crenshaw (2002, p. 10) afirma que, a interseccionalidade sugere uma sobreposição de grupos na escala de

opressões:

[...] ao sobrepormos o grupo das mulheres com o das pessoas negras, o das pessoas pobres e o das mulheres que sofrem discriminação por conta da sua idade ou por serem portadoras de alguma deficiência, vemos que as que se encontram no centro – e acredito que isso não ocorre por acaso – são as mulheres de pele mais escura e também as que tendem a ser as mais excluídas das práticas tradicionais de direitos civis e humanos

A autora aponta, ainda, que embasar essa conceituação utilizando um eixo único de discriminação, seja ele qual for, promove um apagamento da mulher negra no que diz respeito à sua identidade e reduz as chances de resolver a origem do ato discriminatório, fator que limita qualquer análise apenas aos indivíduos privilegiados daquele grupo (Crenshaw, 2002).

Um dos motivos pelos quais Crenshaw (2002, p. 9) afirma que, a interseccionalidade enquanto experiência, constitui um desafio ao abordar “diferenças dentro da diferença”. Portanto, “qualquer análise que não leve em consideração a interseccionalidade não irá abordar suficientemente a forma particular pela qual as mulheres negras são subordinadas” (Crenshaw, 2002, p. 14).

Ora, essa situação torna as mulheres negras invisíveis. Em primeiro lugar, seus problemas, às vezes, ficam sub-incluídos. É como se, embora se possa falar sobre todos os problemas enfrentados pelas mulheres, suas especificidades não devessem ser discutidas. Muitas das questões não incluídas na agenda das feministas afetam especificamente mulheres negras. As análises nem sempre consideram como a raça ou a classe social contribuem para gerar as desigualdades” (Crenshaw, 2002, p. 14).

Para Patrícia Hill Collins (2019) a interseccionalidade é um conjunto específico de práticas sociais que acompanham nossa história particular no interior de uma matriz de dominação exclusiva caracterizada por opressões interseccionais. O conceito, portanto, passou a ser desenvolvido por outras intelectuais feministas negras e se popularizou em congressos e seminários pelo mundo, sendo inserido nos estudos de gênero em diversas áreas.

4 MÍDIAS SOCIAIS, NOVAS TERRITORIALIDADES, NOVAS AUTORIAS E O INSTAGRAM

A era das comunicações pós-Web 2.0 tem despertado perspectivas otimistas em relação às diversas capacidades das mídias digitais (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012). É possível observar em sites, blogs e redes sociais, dentre outros, uma produção de conteúdo com mais liberdade de expressão, destituído de pressões corporativas e políticas e capaz de potencializar os anseios das classes não-dominantes de maneira mais crítica (Rocha; Fernandez, 2019). “A mídia alternativa é mídia da multidão, elas expressam as experiências dos dominados e emergem no processo de lutas e são uma forma de luta de classes e organização proletária” (Rocha; Fernandez, 2019, p. 9).

A participação de comunidades negras brasileiras na internet tornou-se notória a partir de meados da primeira década do século XXI. Nesse período, a rede mundial se consolidou como um espaço virtual fundamental para analisar a integração política, social, cultural e econômica de grupos afrodescendentes. Utilizando-se da comunicação digital e da convergência de mídias, esses grupos afirmam a diversidade étnico-racial, reivindicam a posse coletiva de terras, denunciam a persistência do racismo no Brasil, mesmo após 123 anos da abolição da escravatura, e, ao mesmo tempo, constroem novos discursos para a disputa da agenda pública (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012).

Considerando o fenômeno da desterritorialização cultural e os mecanismos correlatos de reconstrução do território cultural dessas comunidades, observa-se, especialmente, a influência das mídias digitais nesse processo. A partir da disseminação digital, essas comunidades não apenas enfrentam a perda de suas raízes culturais tradicionais, mas também empregam ativamente ferramentas online para redefinir e fortalecer suas identidades. As mídias digitais, nesse contexto, desempenham um papel fundamental na preservação e promoção da diversidade étnico-racial, permitindo que essas comunidades expressem suas narrativas, reivindiquem espaços coletivos e enfrentem desafios contemporâneos, como o persistente racismo no Brasil. Essa dinâmica digital, portanto, representa não apenas uma resposta às mudanças culturais, mas também uma plataforma para a construção ativa e a ressignificação de territórios culturais afrodescendentes (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012).

Nesse sentido, a busca pela representatividade e pelo direito à voz sem censura, com um olhar de quem realmente sente os desafios de ser negro na pele, a exemplo de estudantes negras e negros, dos estados da Bahia e de São Paulo, que criaram e alimentam dois veículos com conteúdos voltados aos pretos, denominados de “A Revista Afirmativa” e a agência de notícias

“Alma Preta”. A ideia de criação desses dois veículos de comunicação surgiu por meio dos debates sobre racismo, representatividade e direitos adquiridos. Tanto a criação quanto a operação desses veículos ocorrem de maneira totalmente independente e sem apoio institucional da universidade à qual pertencem esses jovens (Pinheiro, 2018). “Os integrantes não se sentem representados nos meios de comunicação convencionais e trazem como objetivo a missão de fazer um jornalismo com uma abordagem que não é encontrada nos meios hegemônicos” (Pinheiro, 2018, p. 4).

Mesmo que ações como as acima mencionadas sejam necessárias e urgentes, ainda não há espaço suficiente para incluir, de maneira profissional, as jornalistas negras que conquistam seus diplomas e, quando vão em busca de um emprego na mídia tradicional, apesar da feminização referida na pesquisa de Lima *et al.* (2022), se deparam com a dura realidade do teto de vidro (raça, classe e gênero), (Moura; Costa, 2018). É nesse momento que as mídias digitais, como por exemplo, o Instagram, surgem como uma forma de gerenciar autonomamente a representação de sua imagem, identidade e memória coletiva (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012).

O Instagram é uma rede social utilizada por mais de 1 bilhão de pessoas pelo mundo todo. De acordo com a própria plataforma, seu objetivo é inspirar pessoas a descobrirem e explorarem conteúdos de seu interesse, gerados por marcas e empresas (Instagram, 2022). A página principal do Instagram for Business exibe uma estatística que atrai empreendedores: “90% das pessoas no Instagram seguem uma empresa; 2 em cada 3 pessoas entrevistadas disseram que o Instagram favorece a interação com as marcas; e 50% ficam mais interessadas em uma marca quando veem anúncios dela no Instagram” (Dias, 2022).

Embora essas estatísticas estejam disponíveis em uma página atrativa para quem deseja ocupar esse espaço, é importante ressaltar que o Instagram não produz o conteúdo majoritariamente consumido por seus usuários: conforme esclarece Costa (2018), são os próprios usuários que compartilham conteúdo e fomentam a interação utilizando as diferentes funcionalidades oferecidas pela rede. No perfil de cada usuário da plataforma, pode-se encontrar informações como o total de seguidores de uma conta, a breve descrição de seu objetivo, um espaço para link externo, o feed com os posts compartilhados e a seção de destaques, na qual são armazenados, para fácil acesso, os stories selecionados pelo usuário. A aba “explorar” apresenta uma sequência de publicações em outros perfis semelhantes àqueles de comum interesse do usuário, de acordo com os dados de uso coletados e trabalhados pelo algoritmo da rede. Os stories são compostos por vídeos e imagens e ficam disponíveis por até 24 horas, enquanto os vídeos, Reels e lives ficam armazenados em aba própria. Além disso, a

interação individual é possível pelo Direct, pelos comentários e pelas curtidas em cada conteúdo compartilhado (Costa, 2018).

A visibilidade, a interatividade e a liberdade oferecidas pelo Instagram favorecem a proliferação e o crescimento de diversas categorias de negócios. De acordo com Costa (2018), o aperfeiçoamento constante de suas ferramentas estimula o marketing e a publicidade, o que “proporciona um conjunto de instrumentos para estratégia de marketing digital e dados que permitem conhecer os hábitos de consumo dos ‘seguidores’ do perfil e contribuir para as estratégias de engajamento destes”. De acordo com o Blog Opinon Box (D’Angelo, 2023), o Brasil é o segundo maior país em usuários do Instagram, sendo desbancado apenas pelos Estados Unidos.

De acordo com D’Andréa (2020) a terminologia “plataforma” é a mais adequada em se tratando de construção de negócios por meio do Instagram. O autor esclarece que este termo posiciona plataformas como o Instagram como mais que apenas intermediárias, visto que favorecem a construção de uma experiência social. Em outras palavras, as plataformas se apropriam das lógicas de conexão e as potencializam como parte de uma estratégia – comercial sobretudo – que visa incentivar usuários a deixar rastros de suas relações, preferências etc. Considerando essa concepção, parece-nos que é grande o risco de, ao usarmos automaticamente o termo “rede social”, enfatizarmos apenas a dimensão relacional das plataformas, inviabilizando os aspectos materiais, econômicos políticos etc. da conectividade online (D’Andréa, 2020, p. 18).

Nesse contexto, é relevante ressaltar a importância de enxergar as mídias sociais como um espaço que contribui para reduzir o excesso de esquecimento. Isso ocorre quando grupos sociais, como líderes de comunidades remanescentes de quilombos e líderes indígenas, por exemplo, ocupam esse espaço digital para contrapor uma narrativa coletiva ao esquecimento generalizado de suas histórias (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012).

5 PERCURSO METODOLÓGICO

Para que fosse possível mapear a atuação e as motivações dessas jornalistas no Instagram, foi necessário percorrer os seguintes trajetos metodológicos: levantamento bibliográfico, etapas iniciais da netnografia, entrevista estruturada e análise de conteúdo temático-categorial de Birdan.

5.1 PLANEJAMENTO METODOLÓGICO DO TRABALHO

O segundo semestre de 2021 foi marcado pelas persistentes consequências da pandemia do Coronavírus, que ocasionou um atraso significativo nas atividades institucionais desde o início do isolamento social. Por essa razão, houve um encurtamento dos prazos padrões para que fossem executadas as atividades dentro de um cronograma condizente com a envergadura desta pesquisa.

Tendo em vista a linha de pesquisa escolhida e o tema que foi se delimitando durante as orientações, recebi a indicação, por parte da minha professora orientadora, de cursar duas disciplinas externas ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Nesse sentido, as disciplinas de Migrações e Gênero e de História Social e suas Múltiplas Plataformas 3, pertencentes aos Programas de Sociologia e de História, respectivamente, contribuíram de maneira importante para a construção de um arcabouço teórico que alicerça a delimitação do tema escolhido. Para tanto, revisei o projeto de pesquisa inicialmente proposto para a dissertação e pude aperfeiçoá-lo e direcioná-lo, de forma mais consistente, rumo a uma pesquisa cujos resultados reverberassem na sociedade, com foco nas mulheres negras.

Em paralelo às disciplinas acima mencionadas, iniciei as leituras preliminares adjacentes ao tema principal, ainda em fase de reconhecimento. Busquei, nas bibliotecas e nas plataformas digitais dedicadas a pesquisas acadêmicas, temas relevantes como: história da mulher negra no mercado de trabalho e a contribuição do feminismo. Conforme as leituras foram avançando, realizei a definição dos objetivos e do problema de pesquisa.

Após uma sessão de orientação, em comum acordo com a minha orientadora, realizei uma alteração importante na delimitação do tema de pesquisa originalmente alinhado. Ao invés de estudar a mulher negra de maneira ampla e global, decidi direcionar meu foco para as jornalistas negras, como forma de interligar o público à minha atuação profissional e de proporcionar congruência às expectativas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação de Comunicação (PPGCOM) da Universidade de Brasília (UnB). A partir dessa definição, os

objetivos e o problema de pesquisa foram revisitados e, após profunda reflexão, foram reescritos, condizendo com a nova proposta.

Apesar desse realinhamento, é importante ressaltar que o referencial produzido anteriormente permaneceu sendo de grande valia, visto que, independentemente do enfoque específico nas jornalistas negras, é inevitável visitar não apenas a história da mulher negra enquanto profissional no mercado de trabalho brasileiro, mas também a própria história do jornalismo enquanto espaço pertencente à branquitude. Partindo dessas duas bases, torna-se mais evidente a necessidade de explorar o perfil das jornalistas negras que têm buscado meios alternativos de exercer sua profissão em plataformas digitais, bem como dar voz às pautas raciais, de classe e de gênero, fazendo uso de seus talentos inerentes à profissão. A aderência ao tema e a pertinência do estudo foram verificadas a partir de um levantamento prévio de dados, que será tratado com mais detalhes à frente em tópico específico.

5.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA O ESTUDO DAS NOVAS TERRITORIALIDADES DE JORNALISTAS NEGRAS NO INSTAGRAM

O percurso metodológico dessa pesquisa científica iniciou com o levantamento bibliográfico. A pesquisa bibliográfica, como apontam Lima e Miotto (2007), acarreta um conjunto ordenado de etapas e procedimentos na busca por soluções, compreendendo o universo do objeto de estudo, que, portanto, não pode ser aleatório. Normalmente compõe o escopo inicial da pesquisa, necessário para se conhecer o mundo que envolve o objeto, tendo mais propriedade para analisá-lo. Nesse sentido, o levantamento do material bibliográfico: Refere-se à classificação do material selecionado como fonte de pesquisa como por exemplo: livros, coletânea de textos (citando o nome daqueles que foram consultados), teses e dissertações, periódicos (citando o nome daqueles que foram consultados), (Lima; Miotto, 2007).

Segundo Andrade (2010), a pesquisa bibliográfica é um elemento essencial para a pesquisa científica, que se inicia por meio da revisão bibliográfica, primordial para se aprofundar no fenômeno estudado e conhecer suas faces e perspectivas. Para Fonseca (2002), trata-se de um levantamento e revisão de materiais já publicados sobre o assunto, em especial livros, artigos científicos e periódicos. Assim, a pesquisa bibliográfica consiste basicamente em reunir informações e conhecimentos presentes em documentos, dissertações, livros, textos acadêmicos, sendo a base para a construção da pesquisa científica, não somente no momento inicial, mas durante toda a pesquisa.

Além da pesquisa bibliográfica, utiliza-se como aporte metodológico, as primeiras etapas da Netnografia. Esse levantamento inicial propiciou encontrar perfis de mulheres jornalistas que têm se desenvolvido no Instagram e analisar a forma como têm colocado em prática seus conhecimentos profissionais, além de observar a contribuição dessas jornalistas negras na discussão sobre questões de gênero e de raça no cenário geral e no contexto das redes sociais.

Desenvolvida por Robert Kozinets na década de 90, a Netnografia é uma técnica de pesquisa mais amplamente utilizada pelos pesquisadores de marketing e administração (Amaral; Natal; Viana, 2018). Tendo em vista um cenário cada vez mais digital, os métodos de pesquisa precisam acompanhar o andamento da sociedade (Soares; Stengel, 2021). “Desprezar a condição digital no contexto atual é ignorar o fenômeno social da nossa era” (Soares; Stengel, 2021, p. 11).

Segundo Kozinets (2014), a Netnografia combina os procedimentos da etnografia no que diz respeito à observação participante, utilizando as interações como forma de se compreender as representações etnográficas de determinados fenômenos culturais. Sendo assim, a Netnografia é composta por cinco etapas: definição das questões de pesquisa; identificação e seleção da parcela da internet que será estudada; a entrada no campo, que é marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; análise e interpretação dos dados produzidos e, por fim, a redação e o relato dos resultados de pesquisa, articulando-os à teoria (Kozinets, 2014).

Para esta pesquisa, a escolha das primeiras etapas da Netnografia como aporte metodológico foi determinante, visto que permite estudar os recursos de comunicação multimídia, como textos, áudios e vídeos que enriquecem o estudo do fenômeno, além da rapidez, praticidade, facilidade na coleta das informações e armazenamento desses dados no tempo e no espaço (Kozinets, 2014).

Para a construção das questões objetivas, fim de conhecer detalhes da vida e da história dessas mulheres foram considerados, inicialmente, os seguintes itens:

- Faixa etária;
- Região do país em que nasceram e que moram atualmente;
- Perfil socioeconômico;
- Formação básica e se com ajuda de incentivos governamentais (cotas, IES, etc.);
- Motivações político-ideológicas;
- Tendências de identidade (raça e);

- Cursos de aperfeiçoamento e se teve oportunidades/experiências em outros países; e
- Nível de escolaridade dos pais.

Por serem informações que não demandam discussão, os dados acima foram solicitados previamente às entrevistadas via formulário eletrônico - para esta pesquisa foi utilizado o Google Forms -, cujos gráficos contendo os respectivos percentuais podem ser conferidos na seção de coleta de dados. Na sequência, procedeu-se à etapa qualitativa.

A pesquisa qualitativa apresenta características que correspondem às necessidades deste estudo, pois envolvem pequenas amostras, as quais não necessitam de população expressiva; utiliza uma variedade de técnicas de coleta de dados e não apenas o formato de perguntas e respostas previamente estruturadas.

Como aponta Godoy (1995), na pesquisa qualitativa, o fenômeno estudado pode ser melhor compreendido dentro do contexto em que ocorre e do qual faz parte, devendo ser estudado e analisado em uma perspectiva integrada, em que o pesquisador vai a campo para captar o objeto em estudo, tendo como base a perspectiva das pessoas nele envolvidas.

Segundo Neves (1996), a expressão “pesquisa qualitativa” possui distintos significados para as ciências sociais, compreendendo um conjunto de diferentes técnicas de interpretação, que objetivam a análise e descrição do universo estudado. Ainda, para o autor, esse tipo de pesquisa objetiva traduzir e expressar, para o âmbito acadêmico e científico, o sentido dos fenômenos reais do mundo social, tratando-se, nesse sentido, de encurtar a distância entre teoria e prática, entre pesquisador e pesquisado, entre contexto e ação.

Em certa medida, os métodos qualitativos se assemelham a procedimentos de interpretação dos fenômenos empregados no cotidiano, que têm a mesma natureza dos dados que o pesquisador qualitativo emprega em sua pesquisa. Tanto em um como em outro caso, trata-se de dados simbólicos, situados em determinado contexto; revelam parte da realidade ao mesmo tempo que escondem outra parte. Neves (1996) comenta que, ao ver um caminhão se aproximando, ainda que não se saiba exatamente fatores como peso, velocidade e origem, o simples vislumbre bastaria para impedir uma pessoa de atravessar a rua. Nessa situação, o caminhão pode ser entendido como um símbolo de velocidade e força, e, para a finalidade de atravessar a rua, outras informações seriam prescindíveis. Há problemas e situações cuja análise pode ser feita sem quantificação de certos detalhes, delimitação precisa do tempo em que ocorreram, lugar, causas, procedência dos agentes etc.; tais detalhes, embora obteníveis, seriam de pouca utilidade (Neves, 1996, p. 1).

Quando se emprega o método qualitativo, o pesquisador se preocupa mais com o processo social do que com a estrutura propriamente dita, buscando visualizar e compreender o contexto do objeto estudado. Como destaca Triviños (1987), os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não com os resultados ou produtos, tendo o ambiente natural como fonte direta dos dados, e o pesquisador enquanto instrumento-chave. Essa modalidade de pesquisa tem como característica ser descritiva, e os pesquisadores analisam os dados indutivamente.

A análise dos dados coletados e a consequente discussão dos resultados foram realizadas mediante a aplicação da análise de conteúdo temático-categorial de Bardin (2011). Para a autora, essa técnica da pesquisa qualitativa tem como função principal desvendar o crítico. “A análise do conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 2011, p. 15).

5.3 COLETA DOS DADOS

Em 6 de fevereiro de 2022, foi realizada uma busca preliminar, na aba “explorar” da plataforma Instagram, para localizar perfis e hashtags que remetiam a mulheres negras atuando como jornalistas na referida rede social. Para tanto, foram utilizadas as palavras-chave “jornalista negra” e “mulheres jornalistas negras”. Nessa primeira verificação, foi encontrado um perfil denominado “@jornalistasnegrosenegras”, no qual foi possível realizar uma seleção bastante fidedigna aos objetivos deste estudo. A Figura 2 demonstra a forma como a busca foi realizada, além do perfil mencionado.



Fonte: Instagram, 2022*.
*sob pesquisa da autora.

Tendo em vista a aderência do perfil acima referido, realizou-se uma seleção de, à época, 40 mulheres que atendiam ao perfil mais amplo desta pesquisa. Para essa amostra por conveniência, foram verificadas as versatilidades de usos empregados por essas mulheres à sua formação inicial dentro do jornalismo. Em uma amostragem por conveniência, o pesquisador de campo seleciona participantes da população em estudo que demonstrem maior acessibilidade, colaboração ou disponibilidade para participar do processo, seguindo a lógica de "quem está disponível é aceito" (Freitag, 2018).

Encontrar o público-alvo antes mesmo de concluir o estado da arte corroborou para a conexão entre teoria e prática e enriqueceu a busca por autores e textos que retratassem mais fielmente os objetivos propostos. O Quadro 1, a seguir, apresenta as informações das jornalistas inicialmente selecionadas:

Quadro 1 – Levantamento de jornalistas negras que possuem perfil cadastrado no Instagram

Número	Atua em:
1	É cofundadora, repórter, editora, coordenadora de projetos e serviços gerais na Revista Afirmativa. A Revista Afirmativa é um veículo multimídia de mídia negra.

Continua...

Continuação...

Número	Atua em:
2	Dirige filmes e documentários. www.looke.com.br/filmes/o-caso-do-homem-errado
3	Produtora da Oxe Conteúdo.
4	Em 2018 criou o site Seja Extraordinária, o primeiro site de notícias protagonizado por mulheres da Bahia. Um espaço para contar histórias de mulheres de várias etnias, orientação sexual ou profissão. O projeto está ativo e tem como objetivo o empoderamento feminino. É um ambiente em que as mulheres têm voz ativa, um espaço de acolhimento, de força, uma rede de afeto e cuidados. Hoje atua no @fluircomestrategia. Uma empresa de comunicação estratégica: www.fluircomestrategia.com.br
5	Produz podcasts e conteúdos sobre cinema.
6	Doutorada pela UFF, integra a equipe do projeto Construindo Algo Muito Melhor. É integrante do JEDUCA, ABPN, ALCAR. É cofundadora da COJIRA-RIO/SJPMRJ.
7	Assessora de Imprensa de Cultura, Lifestyle e Causas atendendo músicos, artistas, empreendimentos gastronômicos, ações sociais, entre outros segmentos. Organizadora de um clube de livros feito por mulheres.
8	Atua como jornalista independente, produzindo matérias, reportagens e conteúdo digital com foco em pautas sociais.
9	Ex-moradora de rua, ex-presidiária. Ela conta que encontrou dentro do presídio a oportunidade que mudou a sua vida: a chance de estudar! Atualmente, ela reside em Goiânia onde tem uma agência de comunicação.
10	CEO & Founder da agência de comunicação Bamboo Comunicação Integrada. Coautora do livro "Tinha que ser preto".
11	Faz trabalhos de produção audiovisual, apresentação de eventos remotos, presenciais e híbridos, locuções e outros.
12	Mestre de cerimônias e locutora.
13	Repórter freelancer.
14	Atualmente, faz assessoria para artistas de rap e produz conteúdo voltado para artistas independentes.
15	Atua, hoje, como cocriadora do site de jornalismo feminino @seja.extraordinaria, é sócia da @entrelacocomunicacao, e social media de artistas como @leosantana e @marianafagundesoficial

Continua...

Continuação...

Número	Atua em:
16	Apresenta os podcasts Terceiro Turno, que aborda política e outros temas de relevância nacional, e Podmiga, que é sobre reality show e entretenimento.
17	Assessora de Imprensa.
19	Colabora para a rede Pretitudes e produz diálogos sobre vivências pretas.
20	Há mais de 4 anos decidiu atuar com assessoria de comunicação com o propósito de fazer a diferença na vida das pessoas através da comunicação.
21	Escritora e autora do livro-reportagem: “Na contramão do Afeto: Histórias e Trajetórias Afetivas de Mulheres negras”.
22	Oferta cursos de locução para rádio, apresentação de telejornal, dublagem e oratória, formando mais de cinco mil alunos.
23	Faz assessoria de imprensa.
24	Escreve e produz para o portal @midiamax
25	Ela é afroempreendedora e utiliza a comunicação e a arte como instrumentos de emancipação simbólica da população negra e periférica na região da Amazônia, a @negritarproducoes.
26	Trabalha como revisora de textos freelancer.
27	Tem uma empresa de consultoria em comunicação e oratória.
28	Trabalha produzindo textos para internet, blogs e sites, com ênfase em assessoria de imprensa e produção de conteúdo para redes sociais. Atualmente atua por meio de podcast que aborda vivências, afetos e as tramas de ser preta e morar no interior do RS.
29	É redatora, social media, oferece o serviço de leitura de sensibilidade e é escritora. É autora dos contos “Entre estantes”, “Tempo ao tempo”, “Dia de domingo” e “Pétala”, que figuraram na lista de mais vendidos da Amazon; “Senti saudades”, da coletânea Qualquer clichê de amor; “Amara, do Reino das Marés” da coletânea Formas Reais de Amar; “Rainha do bloco” da coletânea Confetes e serpentinhas: Uma coletânea de carnaval; “Dança comigo?” da coletânea Todo mundo tem uma primeira vez; e “Violeta” da coletânea Flores ao mar. Publicou o romance "Dois a Dois" pela @wattpad Apresenta o podcast Duas Limonadas ao lado de @solainechioro
30	Social media, blogueira, afroempreendedora e Black Influencer na @redesocialdoamor

Continua...

Continuação...

Número	Atua em:
31	Produtora de conteúdo multimídia, redatora e assessora de imprensa e comunicação. Atua na @monteiro.assessoria, multiplicadora no @elaspretas
32	Redatora, produtora de conteúdo multimídia e assessora de imprensa e comunicação na @angel_comunicacao
35	Presta serviços de comunicação para dois projetos: um sobre saúde indígena, da @fundacaosaovicente e outro sobre a comercialização de sementes que são usadas na restauração do Cerrado o @redesementesdocerrado
36	É editora de revista e assessora de comunicação e imprensa. Afroempreendedora, empresária na @niaricosmeticos
37	Criadora do portal www.negrobras.com.br O NegroBras é um portal de notícias sobre a contribuição da comunidade negra para o desenvolvimento do Brasil e, ao mesmo tempo, uma agência de serviços de comunicação para afroempreendedores.
38	Especialista em coberturas sobre holística e beleza. É empreendedora comunicacional. Criadora e CEO da @lunnare.co
39	Diretora de conteúdo do site Mundo Negro. Ela foi considerada umas das negras mais influentes da Internet em 2013 pelo coletivo Blogueiras Negras.
40	Oferece cursos de comunicação e oratória.

Fonte: elaborado pela autora, a partir dos dados disponíveis no Instagram.

Nota: Levantamento realizado em 6 de fevereiro de 2022.

O objeto selecionado para tratamento empírico é composto por jornalistas, de 25 a 60 anos, residentes de qualquer região do Brasil e que estejam utilizando o Instagram para promover suas marcas pessoais e profissionais, utilizando as seguintes habilidades aprendidas na área do jornalismo: oratória, assessoria de imprensa e de comunicação, produção de conteúdo multimídia, audiovisual, blogs, etc. Adicionalmente, buscou-se identificar jornalistas que incorporam em seus perfis discussões relacionadas a questões de raça, classe e gênero.

Das 40 mulheres que receberam o convite, por meio de seus respectivos directs (caixa de mensagens privadas do Instagram), 12 enviaram as respostas solicitadas pela pesquisadora, as demais não retornaram mais aos pedidos e nem enviaram as questões respondidas. Os convites e as entrevistas foram realizados no espaço-temporal de janeiro a setembro de 2023.

Os questionários foram respondidos por áudios gravados, por meio do aplicativo de mensagens instantâneas, o WhatsApp. Conforme Rodrigues (2015, p. 4), o WhatsApp é um aplicativo versátil que possibilita a comunicação via dispositivos móveis sem despesas adicionais. Através dele, os utilizadores têm a capacidade de formar grupos, transmitir

mensagens sem restrições contendo texto, imagens, vídeos, áudios, localização e outros atributos. A análise das entrevistas foi feita com o apoio da Análise de Conteúdo temático-categorial de Bardin (2011), citada anteriormente neste trabalho.

Para a coleta de dados, optou-se por incluir questões de natureza argumentativa, visto que "a vantagem das questões abertas reside no fato de que o entrevistado tem total liberdade para expressar suas respostas" (Oliveira, 2014). Isso permite que sejam fornecidas informações da maneira mais abrangente possível, não sendo restritas apenas às opções de resposta predefinidas. A entrevista foi a modalidade de coleta de dados escolhida tendo em vista ser um instrumento escrito e planejado, orientado para reunir dados de indivíduos e suas perspectivas, conhecimentos, atitudes ou sentimentos (Silva *et al.*, 2007). Ou seja, a entrevista possibilita a aproximação entre pesquisador e objeto, facilitando "a apreensão de uma série de fenômenos, de elementos de identificação e de construção potencial do todo do entrevistado e, de certo modo, também do entrevistador." (Silva *et al.*, 2007, p. 247). Para Silveira (2002), a entrevista consiste em um complexo evento discursivo: a relação entrevistador-entrevistado ocorre por meio de situações e expectativas que rodeiam o contexto da realização da entrevista, bem como na posterior escuta e análise dos dados coletados.

5.3.1 Tópicos abordados no questionário

O roteiro de entrevistas incluiu questionamentos que buscaram compreender o perfil de cada participante, suas motivações para ingressarem na profissão desde a graduação, os desafios encontrados durante a sua formação profissional, as principais razões de suas escolhas caminharem em direção diversa das mídias tradicionais, seus objetivos com a internet, os benefícios e desafios de utilizarem o Instagram, suas aproximações ou distanciamentos de questões relacionadas ao racismo estrutural vigente na sociedade e, em caso dessa evidência, a reação de sua audiência. Cada questão foi formulada utilizando essas premissas norteadoras, deixando margem para a subjetividade e para indagações secundárias, de acordo com as observações da pesquisadora.

Com os dados obtidos nas entrevistas e sua posterior análise, foi possível compreender os motivos dessas jornalistas negras terem decidido ocupar espaços na plataforma digital Instagram, entender até que ponto esse movimento impactou em suas carreiras profissionais e de que forma o Instagram colaborou ou não para o enfrentamento das barreiras horizontais e verticais e do teto de vidro (raça, classe e gênero). Será possível ter acesso a esses resultados na seção de discussão e resultados desta dissertação.

5.3.2 Desenvolvimento do questionário do pré-teste

O questionário utilizado nesta pesquisa foi desenvolvido em consonância com os objetivos gerais e específicos deste estudo. Composto por um total inicial de 13 perguntas abertas, o questionário foi elaborado, visando a obtenção de respostas sinceras das participantes e a minimização de possíveis dúvidas ou resistência na hora de respondê-lo.

Além das questões abertas, também foram utilizadas perguntas objetivas em uma plataforma do Google Forms, com o intuito de coletar informações sobre o perfil sociodemográfico das jornalistas participantes, conforme mencionado anteriormente. Para convidá-las a participar da pesquisa, realizou-se a seguinte abordagem textual em seus respectivos directs da plataforma Instagram:

Olá, FULANA! Tudo bem?

Meu nome é Vanessa e sou mestranda em Comunicação pela Universidade de Brasília. Estou na fase de coleta de dados da minha dissertação e, para isso, gostaria de contar com a sua participação.

Em minha busca por mulheres que melhor se encaixassem ao público-alvo definido na minha pesquisa, percebi que você atende aos requisitos que estabeleci para realizar uma entrevista. Caso aceite, as perguntas serão enviadas para o seu what's App, tendo você que responder por meio de áudio.

Ao participar dessa pesquisa não apenas contribuirá com uma jornalista negra, mas também ajudará a reforçar nosso lugar de fala no ambiente acadêmico, que carece de material dedicado a estudar nossas questões.

O tema da minha pesquisa é: Representatividade e Novos Territórios Culturais: interfaces e motivações de jornalistas negras no Instagram.

Será um prazer conhecer você, sua história e suas motivações.

Fico no aguardo do seu retorno e à disposição para qualquer esclarecimento.

Após a leitura dessa mensagem em seus directs, a pedido da pesquisadora, elas forneceram seu número de telefone pessoal para possibilitar entrar em contato por meio do aplicativo de mensagens. Ao chamá-las no WhatsApp, a pesquisadora enviou o questionário e o link para as perguntas objetivas no Google Forms.

Quadro 2 – Perguntas realizadas no pré-teste

1	Por que você decidiu se tornar jornalista? Quais suas motivações pessoais para escolher esta profissão?
2	Até que ponto você considera que seu trabalho possui interface com sua identidade, em se tratando de questões raciais?
3	Qual sua experiência com as mídias tradicionais? Já trabalhou em alguma ou participou de processo seletivo? Como foi?
4	Em algum momento você já se arrependeu ou questionou a sua decisão de se tornar jornalista? Se sim, em qual situação e por qual motivo?
5	Indique até 3 (três motivos) pelos quais você escolheu o Instagram como plataforma para atuação profissional.
6	É o seu objetivo inspirar outras mulheres negras?
7	Como você percebe a aceitação e o engajamento do seu conteúdo orgânico no Instagram?
8	O seu negócio no Instagram é, atualmente, sua única fonte de renda? Se não for, quais outras atividades e em quais ambientes você as exerce?
9	Se você recebesse uma oportunidade profissional em um grande veículo de comunicação tradicional, permaneceria realizando o seu trabalho como empreendedora? Por quê?
10	Como você percebe o interesse do público pelo seu conteúdo, especialmente quando aborda questões sociais, raciais e de classe?
11	O fato de ser uma jornalista negra já trouxe alguma repercussão específica, positiva ou negativa, ao seu trabalho no Instagram?
12	Você considera que a intersecção de classe, raça e gênero são fatores fundamentais para aceitação ou crescimento profissional de uma pessoa? Caso sim, explique o motivo.
13	Caso tenha saído das mídias tradicionais para empreender no Instagram, explique, em detalhes, as motivações.

Fonte: elaborado pela autora.

Após uma análise detalhada das respostas fornecidas pelas entrevistadas durante o pré-teste do questionário, foi percebida a necessidade de acrescentar uma pergunta adicional relacionada às implicações da maternidade na vida das jornalistas negras. Algumas participantes compartilharam suas experiências como mães e profissionais do jornalismo, justificando assim a inclusão dessa nova questão no questionário. Portanto, o questionário foi ajustado para abordar essa temática de forma mais abrangente.

Quadro 3 – Perguntas realizadas após o pré-teste

1	Por que você decidiu se tornar jornalista? Quais suas motivações pessoais para escolher esta profissão?
2	Até que ponto você considera que seu trabalho possui interface com sua identidade, em se tratando de questões raciais?
3	Qual sua experiência com as mídias tradicionais? Já trabalhou em alguma ou participou de processo seletivo? Como foi?
4	Em algum momento você já se arrependeu ou questionou a sua decisão de se tornar jornalista? Se sim, em qual situação e por qual motivo?
5	Indique até 3 (três motivos) pelos quais você escolheu o Instagram como plataforma para atuação profissional.
6	É o seu objetivo inspirar outras mulheres negras?
7	Como você percebe a aceitação e o engajamento do seu conteúdo orgânico no Instagram?
8	O seu negócio no Instagram é, atualmente, sua única fonte de renda? Se não for, quais outras atividades e em quais ambientes você as exerce?
9	Se você recebesse uma oportunidade profissional em um grande veículo de comunicação tradicional, permaneceria realizando o seu trabalho como empreendedora? Por quê?
10	Como você percebe o interesse do público pelo seu conteúdo, especialmente quando aborda questões sociais, raciais e de classe?
11	O fato de ser uma jornalista negra já trouxe alguma repercussão específica, positiva ou negativa, ao seu trabalho no Instagram?
12	Você considera que a intersecção de classe, raça e gênero são fatores fundamentais para aceitação ou crescimento profissional de uma pessoa? Caso sim, explique o motivo.
13	Caso tenha saído das mídias tradicionais para empreender no instagram, explique, em detalhes as motivações.
14	14. Você é mãe? Caso sim, em algum momento da sua carreira como jornalista nos veículos tradicionais ou empreendendo no instagram percebeu que a maternidade te atrapalhou de crescer profissionalmente? Explique os motivos e em qual situação (físico ou digital).

Fonte: elaborado pela autora.

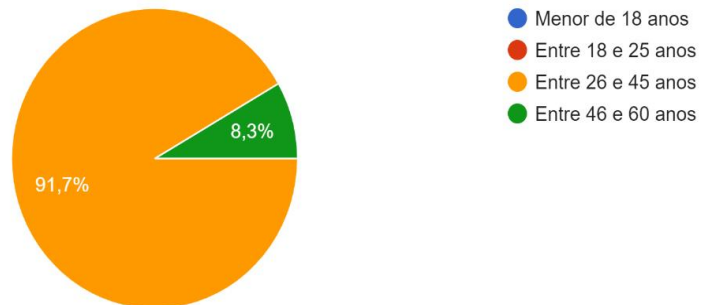
5.3.3 Perfil sociodemográfico das jornalistas negras entrevistadas

Conforme mencionado anteriormente, a análise do perfil sociodemográfico das entrevistadas foi realizada a partir dos dados coletados pelo Google Forms. A seguir, os gráficos demonstram resumidamente as principais características das jornalistas negras que participaram desta pesquisa:

Figura 3 – Faixa etária das jornalistas entrevistadas

A qual faixa etária você pertence?

12 respostas

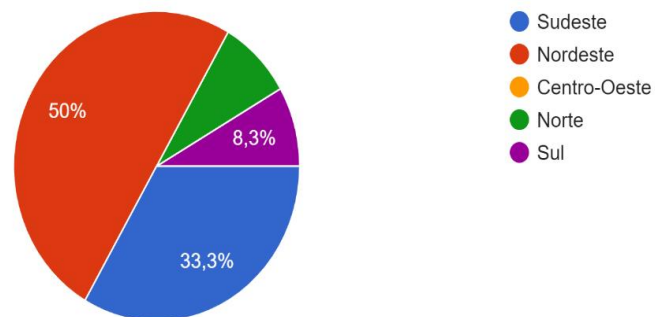


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 4 – Região em que residem

Em qual região do Brasil você nasceu?

12 respostas

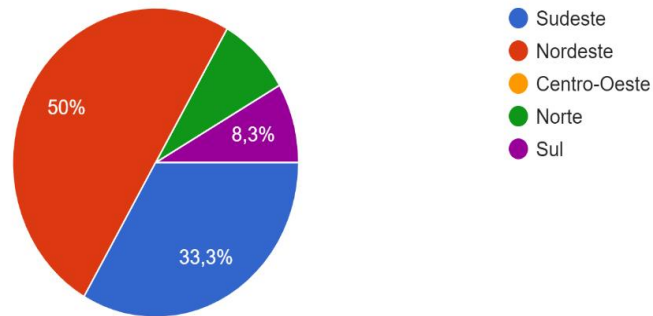


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 5 – Onde moram atualmente

Onde mora atualmente?

12 respostas

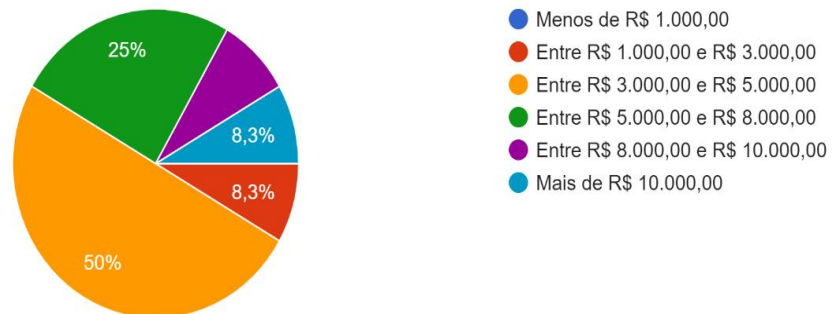


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 6 – Faixa salarial

Qual é a sua faixa salarial atualmente?

12 respostas

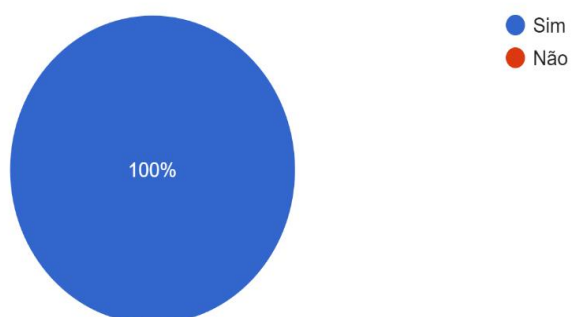


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 7 – Área de formação

Você é graduada em jornalismo?

12 respostas

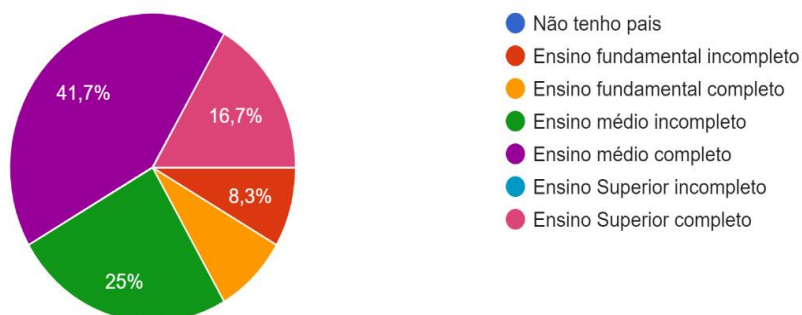


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 8 – Escolaridade dos pais das jornalistas

Qual a escolaridade dos seus pais?

12 respostas

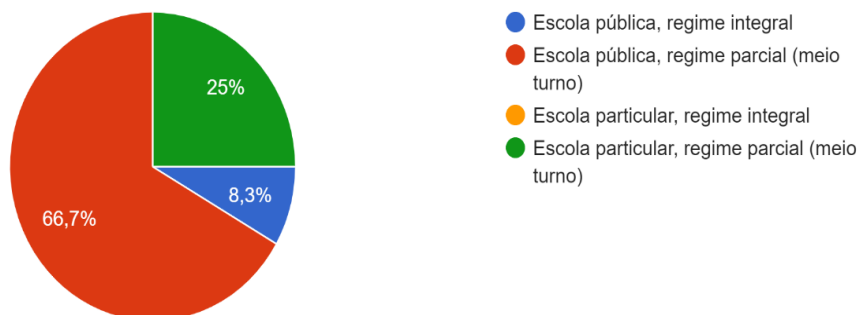


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 9 – Modalidade de ensino que estudou na educação básica

Você estudou, na educação básica, em qual modalidade de ensino

12 respostas

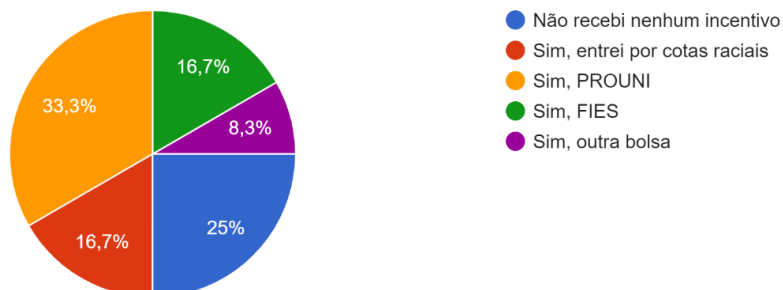


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 10 – Incentivo público ou privado para cursar o ensino superior

Você recebeu algum incentivo, público ou privado, para ingressar e permanecer cursando o Ensino Superior? Se sim, qual?

12 respostas

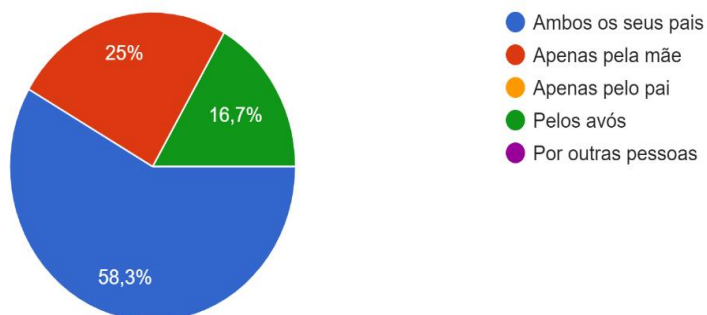


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 11 – Por quem foram criadas na infância

Em relação à sua infância, você foi criada por:

12 respostas

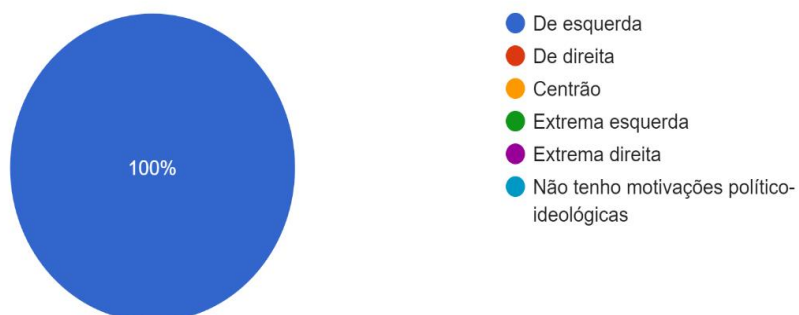


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 12 – Motivações político-ideológicas

Em relação às suas motivações político-ideológicas, você se considera:

12 respostas

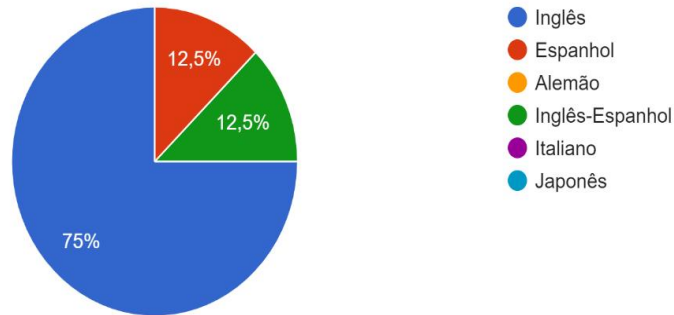


Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

Figura 13 – Idioma falado

Você fala algum outro idioma além do português? Se sim, qual?

8 respostas



Fonte: elaborado pela autora, através do Google Forms.

A análise do perfil sociodemográfico das jornalistas negras que participaram desta pesquisa revela um conjunto de características distintas. A predominância da origem nordestina entre as entrevistadas aponta para uma concentração regional significativa. Além disso, a identificação política é uniformemente de esquerda entre as participantes, indicando uma afinidade com ideais progressistas e igualitárias.

A maioria das entrevistadas frequentou escolas públicas e, posteriormente, obteve algum tipo de incentivo educacional, como o PROUNI, Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) e o Sistema de Cotas. Isso sublinha a importância desses programas na promoção do acesso à educação superior e no desenvolvimento das carreiras jornalísticas dessas profissionais. Também é relevante observar que a maioria das jornalistas entrevistadas possui pais somente com o ensino médio completo, o que reflete um contexto sociodemográfico característico do perfil aqui estudado.

Por fim, quanto à dinâmica familiar, muitas das jornalistas foram criadas por ambos os pais ou, em alguns casos, somente pela mãe. Essa informação destaca a relevância das estruturas familiares na formação e na trajetória dessas profissionais. No que diz respeito à renda, 75% delas relataram receber entre R\$ 3.000 e R\$ 8.000, o que pode ser considerado uma faixa de renda relativamente estável em comparação com a média salarial no Brasil, no entanto, ainda há uma distância significativa dos maiores salários pagos para jornalistas.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo, serão expostos os desfechos da fase qualitativa, juntamente com suas respectivas análises. Durante essa etapa, os resultados e as discussões provenientes da análise de conteúdo temático-categorial serão apresentados, abrangendo, dessa forma, os propósitos delineados neste estudo.

6.1 ESTUDO QUALITATIVO

6.1.1 Análise de conteúdo

A análise das 12 entrevistas conduzidas na fase qualitativa foi realizada seguindo os princípios da análise de conteúdo temático-categorial proposta por Bardin (2011), que preconiza a classificação do conteúdo das entrevistas em categorias temáticas e frequências. As categorias emergentes das análises de conteúdo agrupam elementos com uma lógica comum, resultando na identificação de categorias temáticas (Bardin, 2011).

Neste estudo, as unidades de registro compreendem relatos e narrativas identificados durante as entrevistas. Quanto à categorização dos temas, foi aplicada a regra de frequência, onde cada tema é numerado de acordo com sua ocorrência nas entrevistas, sendo todos os elementos considerados igualmente importantes. Os resultados da análise de conteúdo estão apresentados no Quadro 4.

Quadro 4 - Resultado da Análise de Conteúdo

CATEGORIA	UNIDADE DE REGISTRO (UR)	FREQUÊNCIA	%	VERBALIZAÇÃO
Identidade	Habilidades prévias de escrita, leitura e comunicação	9	22,5	<p>“Eu, na escola, desde pequena, desde quando fui alfabetizada e comecei a escrever textos, nas aulas de redação, eu gostava muito de escrever redações. E as minhas redações eram muito elogiadas pelas minhas professoras de português na minha época da escola. Isso já me despertou, eu tinha uma aptidão e eu gostava muito de escrever histórias, de escrever redações. Esse foi um primeiro ponto, o gosto pela escrita.”</p> <p>“Eu sempre gostei de escrever, sempre gostei de me comunicar, sempre achei a telecomunicação, a comunicação pelo rádio, tudo. Sempre gostei muito desse mundo.”</p>

	Escolha acertada da profissão de jornalista	9	22,5	<p>“Em momento nenhum me arrependi de fazer jornalismo. Eu sou completamente apaixonada pela minha profissão.”</p> <p>“Eu nunca me arrependi de me tornar jornalista, inclusive eu vejo como uma ferramenta para atuar com o que eu acredito.”</p>
	Interesse do público sobre conteúdos de raça, classe e gênero divulgados no Instagram	9	22,5	<p>“Geralmente, realmente eu acho que o que mais interessa o público quando eu posto conteúdo que está relacionado com as questões raciais, sociais e de classe são esses atravessamentos. Quando eu percebo quando posto sobre questões raciais, sociais, estando dentro desse conteúdo, tem mais relevância e engajamento e as pessoas gostam mais.”</p> <p>“Eu vejo que o público prefere, engaja mais os meus conteúdos quando eu trago essas questões sociais e raciais e de classe também.”</p>
	Repercussão no Instagram sendo uma mulher negra	9	22,5	<p>“Eu me lembro de quando fui verificada no Instagram ano passado. Teve uma jornalista branca que ficou muito irritada com isso e ela publicou, assim, né? Ela veio a público falar que achava injusto. Ela tem milhares de seguidores, não ter sido verificada, enquanto eu é...com menos seguidores com ela tinha sido verificada, né?.”</p> <p>“Gera uma repercussão, gera sim, geralmente positiva, sobre as opiniões que eu exponho.”</p>
	Instagram como forma de dar voz para as jornalistas negras	1	2,5	<p>“Não foi necessariamente para empreender no instagram, mas para estar num lugar que me fizesse ter domínio sobre a minha própria carreira, sobre as minhas próprias escolhas. Não está ali porque você está numa mídia tradicional relevante, você leva um crachá importante, não está ali por causa da grana, mas está ali porque você faz algo com o seu trabalho que as mídias tradicionais não fazem. Eu acredito muito na comunicação antirracista, como eu te disse, eu tenho esse projeto, batalhando para colocar ele na rua.”</p>

	Incentivo do Governo Federal para ingresso nas universidades públicas	3	7,5	<p>“Aí, na adolescência, eu fiquei na dúvida entre Direito e Jornalismo. Eu ia começar Direito, mas fui convocada em segunda lista para Jornalismo pelo Prouni e fui. Foi a melhor decisão que eu tomei na minha vida.”</p> <p>“Depois eu resolvi transferir a faculdade para uma faculdade particular aqui, foi quando eu usei o FIES para poder custear parte da faculdade.”</p>
Teto de Vidro	Reconstrução do Território Cultural nas Mídias Digitais	14	14,9	<p>“Eu sou coordenadora de comunicação de uma instituição majoritariamente negra, o corpo de funcionários é composto por sua grande maioria por pessoas negras e é uma organização da sociedade civil, então os projetos que são desenvolvidos dentro desta organização, eles vão ao encontro das pautas que me atravessam, por isso eu sou muito feliz e realizada em estar trabalhando lá e estar trabalhando com comunicação, jornalismo dentro desta instituição. A gente pauta racismo estrutural, trata questões de gênero, do patrimonialismo, mas principalmente o racismo estrutural e tudo que envolve isso. Eu, particularmente tenho dentro do meu setor de comunicação, um projeto, dentro da instituição que eu trabalho, que é o Instituto Marins Juarez que fica localizado na favela da maré e eu tenho um projeto de escola de comunicação antirracista que eu estou desenvolvendo junto com o portal de notícia preta, da jornalista Thais Bernardes.”</p> <p>“O meu trabalho é diretamente ligado às questões raciais e ele passa por um processo de autoconhecimento, identificação, pertencimento com a minha comunidade, com o meu bairro.”</p>
	Condição de invisibilidade	12	12,8	<p>“E quando a gente fala de mulheres negras, então, é quase invisível essas presenças.”</p> <p>“O meu trabalho é muito importante para as questões raciais, principalmente as que eu defendo, porque, infelizmente, ainda hoje tem pouquíssimas mulheres pretas sendo vistas no jornalismo. A gente pensa, nossa, mas já tem tantas, né?”</p>

				Hoje em dia a gente vê tantas pessoas, tantas mulheres, principalmente pretas, na televisão, mas esse tantas é minúsculo, esse número é minúsculo em comparação às pessoas de outra cor, as pessoas brancas.”
	Impactos da Interseção de raça, classe e gênero	9	9,6	<p>“Total, eu acredito que, minimamente, quando temos consciência de classe, de raça e de gênero, a nossa percepção de mundo muda, né? E aí entendemos que a sociedade, ela quer nos castrar, quer limitar até onde nós podemos ir. Então, quando nós entendemos isso, buscamos, assim, ser como a água, né? Que chega na pedra, ela não briga com a pedra, ela vai desviando até chegar no seu caminho, que é encontrar o mar.”</p> <p>“A interseção de classe, raça e gênero, se a gente for colocar como um homem branco de classe média, com certeza ele vai ser aceito e vai ter um crescimento profissional bem mais rápido que uma mulher negra de classe baixa, né? Então, isso se essa mulher conseguir ascender, porque a gente tem aí várias exceções, né? Esse cenário ainda é exceção no Brasil. Embora a gente tenha um avanço da pauta do debate, mas se a gente for pegar as estatísticas de fato e principalmente comparar o quesito financeiro, a gente vai ver que as mulheres recebem muito menos que os homens e as mulheres negras recebem menos ainda que as mulheres brancas. Mesmo tendo currículos, às vezes, melhores. Então, essa interseção pode ser, sim, considerada um fator, um fator que vai ser ali imprescindível para o crescimento profissional ou não de uma pessoa, dependendo de onde ela se encontra dentro dessa interseção.”</p>
	Inspirar outras mulheres por meio do conteúdo e território cultural no Instagram	8	8,5	<p>“O meu objetivo com o trabalho que eu realizo, eu sou uma mulher negra periférica, nordestina, então, a partir da minha história, eu consigo mostrar para outras mulheres iguais a mim que é possível fazer com o melhor que pode, com o melhor que a gente tem, e que primeiro a gente faz o que pode para depois fazer o que quer. E funciona. Então, eu gosto muito de usar a minha história como</p>

				um case inspirador, sim, para outras mulheres negras, para que tenhamos cada vez mais e que eu deixe de ser uma exceção, uma fora da curva, né? A ideia é que o coletivo seja cada vez mais fortalecido.”
	Motivações para a profissão de jornalista	8	8,5	<p>“Teve um programa no ensino médio, eu tinha quinze anos na época, estava para fazer dezesseis, quando foi um programa de televisão do SBT Pará na minha escola e eles fizeram um programa onde os alunos participavam também, fazendo suas perguntas, suas interações e eu fui uma das alunas que interagiu bastante no processo. Logo depois eles criaram, a partir dessas interações de vários alunos, o projeto “Ideias se transformam”, foi uma ONG ambiental chamada ONG no olhar dentro do SBT Pará e eu me tornei uma repórter mirim e segui nesse fluxo voluntariado, por cerca de um ano e meio, dois anos. E eu entendi que aquilo é uma vocação, que eu precisava externalizar coisas, principalmente dentro da pauta de Direitos Humanos e das questões de raça e classe que me atravessavam por ser uma mulher negra e de periferia, que nesse momento tinha contado com uma expressão e a informação por meio da sua própria perspectiva e narrativa. Então, foi assim que aconteceu o encontro com o jornalismo.”</p>
	Preconceito racial	7	7,4	<p>“Tento retomar a minha postura de quem está dando continuidade a um movimento que começou muito antes de mim e que eu não posso parar por qualquer manifestação de racismo, mas é muito difícil, inclusive com fontes. Já aconteceu de me questionarem se eu era formada, se eu realmente tinha um diploma, já questionaram o meu diploma, inclusive dentro do próprio ambiente de trabalho, de colegas de trabalho, de gestores por irem de encontro a alguma postura minha, enfim.”</p> <p>“Eu já vivi situações de racismo no meu trabalho, né? Racismo com machismo, tudo junto.”</p>

	Representatividade	7	7,4	<p>“Eu acho que ao longo da minha carreira é que começou a fazer sentido, essa questão de representatividade mesmo, de outras mulheres, crianças, verem a minha profissão como uma profissão possível, principalmente, mulheres, crianças negras e passou a fazer todo sentido pra mim, tanto que eu decidi agora fazer só reportagens de cunho social. Eu tenho um quadro de comunidade, porque eu acho que tem essa questão de representatividade e pesa muito, principalmente dentro das comunidades, dos bairros, dos morros.”</p>
	Falta de Representatividade	6	6,4	<p>“Com certeza, com certeza, eu acho que da minha época, né, quando eu comecei há 10 anos atrás no jornalismo, a gente ainda não tinha, pelo menos na minha região, muitas mulheres negras como referências, nem no cenário tradicional e muito menos digital, até porque a gente não tinha, não era esse cenário que a gente tem hoje, né?”</p> <p>“Eu fui a primeira repórter negra contratada e efetiva do SBT Pará.”</p>
Redes Sociais e Novas Territorialidades	Atuação no Instagram como fonte de renda	9	47,4	<p>“Mas eu vejo o Instagram como uma plataforma muito boa de se empreender, de mostrar o seu negócio, de mostrar a sua atividade mesmo, o seu trabalho. Eu tenho professoras, inclusive, que vendem cursos de oratórias no Instagram, professoras de inglês. Eu acho que virou uma plataforma mesmo de fácil acesso, querendo ou não, para as pessoas, para o público e para quem vende. Eu vejo pessoas, mulheres pretas, fazendo poemas, fazendo conteúdo mesmo, um conteúdo mais de humor, dando dicas. E aí, diversas dicas. Vejo jornalistas divulgando podcasts no Instagram. Então, eu acho que é uma plataforma de grande acesso, de fácil acesso, e também de grande alcance.”</p>

	Engajamento do conteúdo orgânico no Instagram	8	42,1	<p>“A aceitação é muito grande, o engajamento é muito grande. Eu recebia muito, ainda recebo, mesmo parado, muito mensagens no direct de pessoas, de meninas, tem meninos também, tá? Que se inspiram, que pegam dicas, que esse conteúdo tenha ajudado na construção da autoestima, na construção da percepção da identidade racial dessas pessoas, né? Então, eu percebo muito isso, sim.”</p> <p>“É bem devagar, como eu não sou uma pessoa atuante, não me considero uma influencer, não faço pulinhos, dancinhas e nem nada, ele é bem orgânico mesmo. É a passos lentos, mas eu acho muito bacana, as pessoas gostam de ver, o meu dia a dia, alguma curiosidade que eu coloque, apesar de eu ser muito tímida para redes sociais, por incrível que pareça.”</p>
	Dificuldades no digital	1	5,3	<p>“Nesse meio digital que eu trabalho, é tudo muito mais difícil, porque a gente precisa de audiência e de clique. E a audiência é entregue, é o que se responde. É, às vezes, o trabalho mais rasteiro. Então a gente lida com uma sobrecarga imensa, com salário muito baixo.”</p>
	Não gosta de se expor no Instagram	1	5,3	<p>“É, eu não escolhi o Instagram como plataforma profissional. Eu tô lá, é a minha conta pessoal. Assim, eu tento divulgar o meu trabalho. Até pouco, muito pouco, porque eu sou péssima com disciplina, assim. Eu não sou uma pessoa que gosta muito de se expor. Então, quando é trabalho, eu vou, dou a minha cara, né? Boto a maquiagem, brinco e apareço. Mas eu não gosto. Então, assim, esse esforço de pegar a câmera, aparecer, e aí eu repostou mais, assim. Tem um texto. E eu também esqueço, eu sou muito ruim de divulgar.”</p>

Fonte: elaborado pela autora.

A partir da organização proposta acima, passa-se a analisar, dentro de cada categoria, as falas das entrevistadas, encadeando-as junto ao estado da arte, o qual, em seus tópicos principais, deu origem à nomenclatura de cada categoria.

6.1.2 Identidade

Esta categoria engloba seis Unidades de Registro (URs) relacionadas à formação da identidade das entrevistadas. O objetivo foi explorar as motivações pessoais que impulsionaram as jornalistas a escolherem a profissão, as habilidades preexistentes desde a infância que persistem ao longo de suas trajetórias e as questões identitárias que, de alguma forma, permeiam a vida de todas elas.

6.1.2.1 Habilidades prévias de escrita, leitura e comunicação

Dentre as doze entrevistadas, oito jornalistas relataram a intimidade com os processos de leitura e de escrita como ponto de partida para a escolha de sua profissão atual. Afirmações como “*minhas redações eram muito elogiadas pelas minhas professoras de português*” (E1), “*desde os oito anos de idade eu já sabia que queria viver através da escrita*” (E2) e “*no lugar de bonecas, eu preferia os livros*” (E3) revelam o uso da palavra como ferramenta desde a etapa formativa, colaborando para que, na vida adulta, fosse possível exercer sua profissão das mais diferentes formas. A habilidade comunicativa, portanto, se fez presente desde a infância, conforme elucida E1:

Meus pais me contam que em casa, além de eu ter a aptidão para escrever, eu brincava de entrevistadora. Eu pegava um desodorante e eu brincava, eu imitava a Marília Gabriela, eu imitava a Fátima Bernardes, eu tinha entrevistado os imaginários e eu brincava de entrevistar pessoas. (E1).

6.1.2.2 Escolha acertada da profissão de jornalista

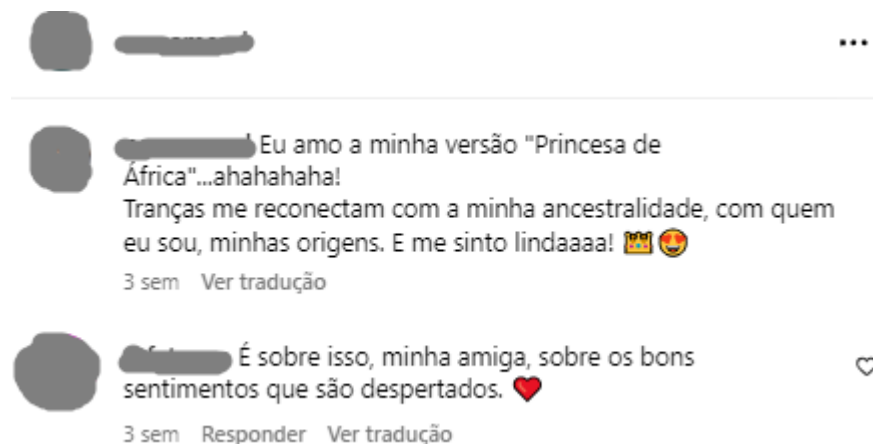
Apesar de latentes, as habilidades acima referidas parecem ter sido fundamentais para que as entrevistadas escolhessem adequadamente sua profissão, levando em conta seu nível de satisfação ao responderem, unanimemente, que não se arrependem de ter escolhido o jornalismo como formação principal. E6 enfatiza essa afirmação ao dizer: “*não consigo me imaginar sem ser trabalhando com comunicação, sem ser trabalhando com a escrita, com a palavra, sem ser trabalhando com aquilo que eu acredito*”.

6.1.2.3 Interesse do público sobre conteúdos de raça, classe e gênero divulgados no Instagram

Além de dar voz às jornalistas negras a respeito das questões que envolvem raça, classe e gênero, é válido mencionar o quanto o Instagram torna visível esses debates, alcançando pessoas até então alheias a eles. E1 exemplifica essa afirmação a seguir:

Pessoas próximas, amigas minhas brancas e amigos também, que não tinham nem noção e começaram a despertar para essa consciência, porque como a gente fala, não basta não ser racista, tem que ser antirracista, e os brancos também estão nessa com a gente. Então, eu tinha muitos colegas, amigos brancos, que através do meu conteúdo começaram a seguir por ser meus amigos, começaram a perceber e ter consciência sobre muitas coisas, e também meninas que iam chegando na minha página e meninos também, que começaram, sim, a ter mais consciência, principalmente da questão da identidade racial, porque o meu trabalho fala muito dessa questão da identidade racial. (E1).

Figura 14 – Conteúdo extraído do Instagram da E1



Fonte: Perfil do Instagram de E1.

Nesta postagem, a jornalista E1 compartilha seus sentimentos no Instagram depois de ter feito tranças, destacando como as tranças a reconectam com sua ancestralidade e origens. O primeiro comentário no post é de uma seguidora branca e loira, representante do padrão de beleza convencional, que expressa concordância com as reflexões de E1, corroborando o relato da jornalista durante a entrevista, em que ela destaca que suas amigas brancas começaram a despertar para essa consciência após terem contato com suas postagens sobre identidade racial. Atualmente E1 possui 645 seguidores em sua conta no Instagram.

E2 endossa a fala de E1 ao relatar o interesse do público pelos “atravessamentos” entre as questões raciais, sociais e de classe. Percebe, inclusive, mais engajamento em conteúdos produzidos com essa intenção. E3, inclusive, diz que as pessoas “*agradecem porque entendem*

que eu estou levando conhecimento para elas de alguma forma, impactando e chamando a atenção para questões que a gente precisa resolver". Já E4 relata que esse engajamento, em seu perfil, vem de pessoas pretas.

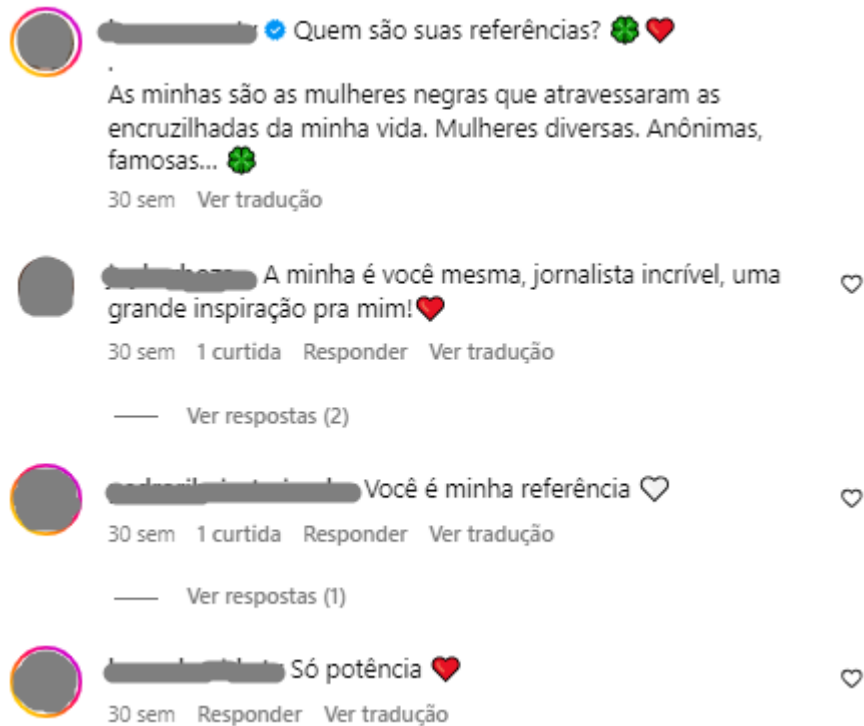
Em contraposição às falas acima, E5 percebe que, em seu perfil do Instagram, o engajamento não é inerente à temática de identidade de raça. De acordo com a jornalista, *"as pessoas que consomem, por exemplo, os meus textos [...], quando são filmes ou séries menos pop é mais com uma perspectiva mesmo social, de raça, de gênero, têm menos interação do que quando é uma coisa mais pop"*.

6.1.2.4 Repercussão no Instagram sendo uma mulher negra

A exposição no Instagram, de acordo com algumas das entrevistadas, possui diversos aspectos positivos relacionados à sua identidade enquanto mulher, negra e jornalista. Para E2, essa repercussão não está relacionada inteiramente ao seu trabalho na plataforma, *"mas sim pela figura que eu sou, pelo que eu represento, meu corpo é político"*. E4, por sua vez, menciona utilizar-se dessa exposição para valorizar o ambiente artístico no qual se insere: em seu caso, o hip-hop, gênero musical que emergiu nos subúrbios negros e latinos de Nova Iorque, nos Estados Unidos (Movimento Hip Hop, 2024).

E9 relata a repercussão positiva que observou quando apareceu, pela primeira vez, na maior emissora de televisão do país, em rede nacional: *"E aí toda Bahia, todo o Brasil viu a jornalista negra de cabelo crespo e com tatuagem de orixás no meu braço, aparecendo no horário nobre, numa programação de muita audiência"*. A entrevistada observa que essa mesma situação, embora predominantemente positiva, gerou alguns comentários em tom de ameaça, *"falando que eu estava querendo impor uma ideologia, que eu deveria ser demitida"*. Essa é uma clara demonstração de que o teto de vidro vai além das características inerentes à sua definição: no caso da jornalista negra, expor-se na mídia tradicional sem atender aos padrões sociais ainda vigentes é uma afronta a quem não se sente representado por esse perfil, fortalecendo a estrutura de dominação e os privilégios das classes elitistas (Lima, 2020).

Figura 15 – Conteúdo extraído do Instagram da E9



Fonte: Perfil do Instagram de E9.

Através do post de E9, fica evidente como sua atuação como jornalista e seus conteúdos sobre gênero contribuem para gerar representatividade entre seus seguidores, a ponto de alguns mencionarem-na como uma referência profissional. Atualmente E9 possui mais de 30 mil seguidores em sua conta no Instagram.

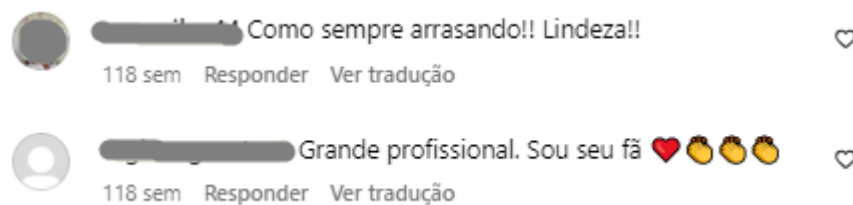
Algumas entrevistadas revelam situações bastante negativas decorrentes da exposição de sua imagem e de seu posicionamento nas redes. E7, por exemplo, conta que já foi ofendida e atacada, embora não tenha sido em razão da questão racial: uma pessoa se considerou atingida por uma matéria feita sobre seu trabalho. Ainda assim, há quem se incomode com essa visibilidade - e isso acontece, inclusive, dentro da própria profissão, como demonstra E8:

Eu me lembro de quando fui verificada no Instagram ano passado. Teve uma jornalista branca que ficou muito irritada com isso e ela publicou, assim, né? Ela veio a público falar que achava injusto. Ela tem milhares de seguidores, não ter sido verificada, enquanto eu é...com menos seguidores com ela tinha sido verificada, né?. (E8).

Nesse mesmo sentido, é visível, conforme as falas de E11 e E12, o entendimento de Nascimento (2020) a respeito da discriminação oriunda das características físicas da raça negra, fator que, para Lima (2020), gera o desequilíbrio entre profissionais brancos e negros em

redações jornalísticas. E11 afirma que as repercussões negativas a respeito de sua exposição “*sempre partem para o lado da estética*”, enquanto E12, que mantém uma coluna jornalística, conta que os haters se manifestam “*em massa, negativamente, falando que eu deveria procurar coisas mais interessantes para fazer e tudo mais*”. Apesar de não ter detalhado os comentários que a levaram a resumir os discursos desses haters com a expressão “*procurar coisas mais interessantes para fazer*”, parece lógico inferir que há conexão entre o estereótipo da mulher negra e o exercício da sua profissão como sendo considerado inadequado para os indivíduos pertencentes às classes dominantes. Como se uma jornalista, por ser negra, não devesse se utilizar de sua visibilidade para suscitar pautas políticas, sociais e raciais.

Figura 16 – Conteúdo extraído do Instagram de E11



Fonte: Perfil do Instagram de E11.

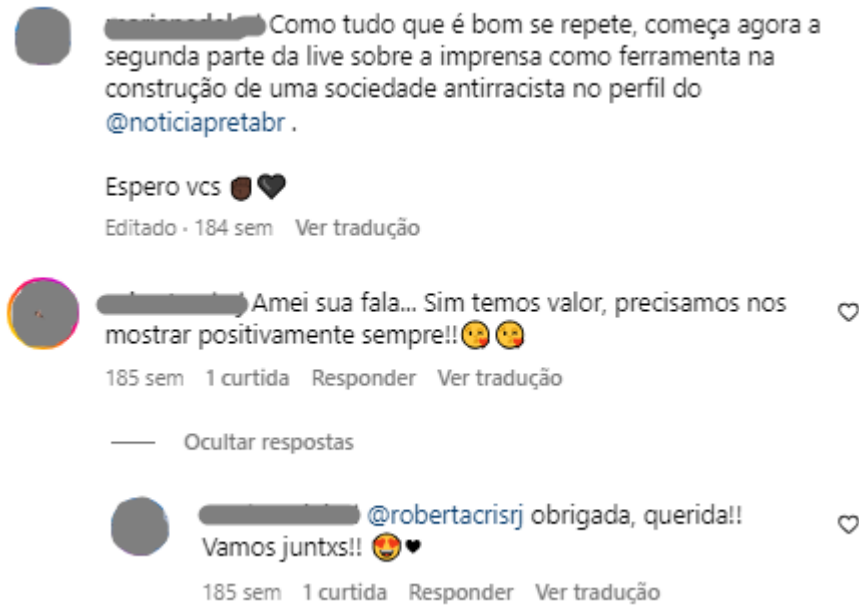
Ao analisarmos os comentários nas postagens de E11, observamos que a maioria dos seguidores compartilha do sucesso da jornalista e expressa admiração por suas conquistas na carreira. E11, uma mulher de pele escura, é frequentemente convidada por diversas marcas e empresas para apresentar seus eventos, preenchendo assim um espaço há muito tempo vazio de representatividade. Esse papel de destaque é reconhecido pelos seus seguidores, principalmente homens e mulheres negros. Atualmente ela conta com 6 mil seguidores no Instagram.

6.1.2.5 Instagram como forma de dar voz para as jornalistas negras

A oportunidade oferecida pelo Instagram em se tratando de visibilidade é vista por E2 como forma de impulsionar um projeto pessoal, focado na comunicação antirracista. A entrevistada menciona que empreender utilizando a rede social não foi exatamente o objetivo principal: era “*para estar num lugar que me fizesse ter domínio sobre a minha própria carreira, sobre as minhas próprias escolhas.*” De acordo com E2, essa é uma prerrogativa que as mídias tradicionais não oferecem. Além disso, utilizar as habilidades inerentes à profissão de jornalista para amplificar sua voz, levantando questões de identidade racial, de gênero e de classe, parece

ser um caminho natural para essas jornalistas, utilizando-se das mídias digitais, a exemplo do Instagram, para alcançar mais pessoas interessadas nas temáticas antirracistas.

Figura 17 – Conteúdo extraído do Instagram de E2



Fonte: Perfil do Instagram de E2.

É cada vez mais frequente nos meios de comunicação digital o debate sobre as diversas formas de combater o racismo, utilizando a imprensa e seus profissionais como aliados. E2 tem aproveitado esse novo território cultural, o Instagram, para promover essas discussões e atrair mais adeptos para essa causa. A jornalista possui 2 mil seguidores no Instagram.

6.1.2.6 Incentivo do Governo Federal para ingresso nas universidades públicas

Das jornalistas participantes desta pesquisa, 75% se beneficiaram de programas oferecidos pelo Governo Federal, como o sistema de cotas raciais, o Programa Universidade para Todos (ProUni) e o Fundo de Financiamento Estudantil (Fies), para alcançarem seus diplomas e se habilitarem para a prática profissional. Um exemplo é E3, cuja primeira opção era Direito, mas foi aprovada no ProUni para sua segunda opção, Jornalismo. Segundo a entrevistada, "*foi a melhor decisão que eu tomei na minha vida*".

Já E5 conseguiu uma bolsa para cursar a graduação com base em sua pontuação no Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). Já E10 precisou se transferir para uma faculdade particular e utilizou o Fies como forma de custear parcialmente a sua graduação. Ou seja: é possível

verificar que as políticas públicas são fundamentais para o ingresso e para a permanência de pessoas negras, no caso específico desse estudo, e as de condições economicamente inferiores à classe dominante, viabilizando seus estudos e o futuro exercício da profissão.

6.1.3 Teto de vidro

Esta categoria apresenta as URs referentes às situações que corroboram o triplo teto de vidro (Moura, 2018; Moura, 2019) como sendo um fenômeno também presente na carreira das jornalistas negras no território cultural do Instagram. Tal aspecto que merece análise no contexto das jornalistas negras. O objetivo foi verificar quais aspectos dessa teoria se refletem diretamente na atuação profissional das entrevistadas, contribuindo para a resposta à pergunta de pesquisa proposta.

6.1.3.1 Reconstrução do território cultural nas mídias digitais

A consciência a respeito das barreiras horizontais reverbera no público que consome o conteúdo das jornalistas entrevistadas. De acordo com os trechos a seguir, pode-se verificar que a maioria dos seguidores que interagem com essas profissionais são pessoas pretas.

Eu sou coordenadora de comunicação de uma instituição majoritariamente negra, o corpo de funcionários é composto por sua grande maioria por pessoas negras e é uma organização da sociedade civil, então os projetos que são desenvolvidos dentro desta organização, elas vão ao encontro das pautas que me atravessam, por isso eu sou muito feliz e realizada em estar trabalhando lá e estar trabalhando com comunicação, jornalismo dentro desta instituição. A gente pauta racismo estrutural, trata questões de gênero, do patrimonialismo, mas principalmente o racismo estrutural e tudo que envolve isso. Eu, particularmente tenho dentro do meu setor de comunicação, um projeto, dentro da instituição que eu trabalho [...] que fica localizado na favela da maré e eu tenho um projeto de escola de comunicação antirracista. (E2).

95% dos meus clientes são pretos, todos eram pretos, dificilmente eu trabalhava com clientes brancos, primeiro porque pra eu pegar qualquer trabalho eu sempre fui assim, eu sempre gostei de ter essa flexibilidade. Dinheiro sempre foi importante, mas eu priorizava a minha saúde mental e a identidade com os projetos que chegavam até mim. Então, conforme as coisas vinham chegando e eu me identificando com aquilo, eu aceitava trabalhar. Pra mim não fazia sentido trabalhar, às vezes, com uma pessoa branca, independentemente da grana que ela fosse me pagar, porque não havia uma troca bacana entre mim e determinado cliente. (E4).

[...] como a minha rede é muito pessoal, tá ali a minha bolha, e eu sou mulher de esquerda, em Salvador, que é uma cidade mais para esse lado, você acaba, eu acabo em volta de uma bolha de mais apoio, né, eu não estou tão exposta a tanta contestação, a tanto mimi, a tanta crítica, assim, tem essa diferença. (E7).

As falas de E2, E4 e E7 representam a condição sociocultural na qual estão imersas, sendo, portanto, aceitas, pertencentes e validadas em seus conteúdos de caráter racial. Nesse sentido, a reconstrução de um novo território nas mídias digitais (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012) ganha relevância, visto que é perceptível a preferência dessas jornalistas por conteúdos e parcerias exclusivamente voltadas ou compostas por pessoas pretas nesse novo ambiente. Há, portanto, a busca por apoio e validação de quem, assim como elas, faz parte de uma parcela da sociedade que busca reparação histórica e que se fortalece coletivamente, demandando equidade.

Há, ainda, a necessidade de analisar algumas falas que demonstram o quanto algumas das jornalistas, cientes do território em que transitam, não conseguem ver alternativa a esse cenário:

Quando você é uma pessoa, uma mulher negra, nordestina, de religião de matriz africana, existir é político. E não tem como nenhum outro setor da sua vida não ser atingido ou interseccionalizado pela sua existência pautada nessas vertentes. Então, é 100 % do meu trabalho. (E6).

[...] Eu me sinto muito exigida a cobrir pautas raciais em todos os meus trabalhos. Eu não gosto, eu não sou uma profissional que pretende fazer um trabalho de militância. Não tenho nenhum preconceito, pelo contrário, acho que deveria até ser militante. Mas eu acho que existem aí características, vontades, habilidades, uma dedicação psicológica que eu nunca quis me dar. (E7).

De acordo com E6 e E7, há uma suposição de que o triplo teto de vidro (Moura; Costa, 2018) requeira das jornalistas negras a obrigação de atuarem em pautas políticas e militarem somente em torno das questões raciais. Ao contrário de E6, que parece concordar com essa inferência, E7 não demonstra interesse em restringir seu trabalho a essas questões, alegando uma “dedicação psicológica” a qual não está disposta. Nessa linha de raciocínio, pode-se observar que esse novo território cultural estabelecido nas mídias digitais, embora possua a finalidade de fortalecer a comunidade negra, exige uma contrapartida, por vezes, silenciosa: ao ser mulher, negra, de condição social emergente e de profissão na área da comunicação, espera-se que a jornalista aborde questões voltadas às práticas antirracistas em detrimento das demais causas que possa escolher, ainda que conectadas à sua identidade.

6.1.3.2 Condição de invisibilidade

Corroborando Lélia Gonzalez (1982), a condição de invisibilidade historicamente atrelada ao negro no Brasil está presente, de diversas formas, nas respostas das entrevistadas.

A noção de que posições de destaque na mídia tradicional só podem ser concedidas aos brancos e que se, excepcionalmente, uma jornalista negra receber essa oportunidade, seria a única, sem a possibilidade de extensão dessa façanha, aparece na fala de E11:

Na verdade, eu tinha medo de sonhar. Eu não sonhava. Eu achava que aquilo era demais pra mim. Nem passava na minha cabeça. Eu assistia TV, admirava, mas na minha cabeça era só a Glória Maria, que nunca teria mais espaço pra mais ninguém, que ali já tinha uma preta e eles não iam querer colocar outra preta porque eu não via mais nenhuma preta. Então, quando a gente não vê, a gente não sonha. (E11).

Apesar de as entrevistas que compõem este estudo terem sido realizadas no ano 2023, no qual há notoriamente mais jornalistas negras presentes nos diversos veículos de comunicação do que à época em que Glória Maria recebeu sua oportunidade, ainda há, entre as jornalistas negras, a percepção de que precisam conquistar mais espaços e, ainda, consolidá-los. É o que E5 e E7 demonstram nas seguintes afirmações:

[...] Infelizmente, ainda hoje tem pouquíssimas mulheres pretas sendo vistas no jornalismo. A gente pensa, nossa, mas já tem tantas, né? Hoje em dia a gente vê tantas pessoas, tantas mulheres, principalmente pretas, na televisão, mas esse tantas é minúsculo, esse número é minúsculo em comparação às pessoas de outra cor, as pessoas brancas. (E5).

A gente não vê redações tão negras como deveriam [...]. Eu trabalhei em alguns lugares em que houve momentos em que sim, que você via mais gente parecida. E os tempos hoje são outros, então. Não é que não existam, mas não é a maioria dos seus colegas. (E7).

E9 compartilhou sua jornada profissional, destacando a transição de uma carreira em rádio para a televisão, onde agora trabalha em uma das maiores emissoras do Norte e Nordeste. O convite para esse novo ambiente de trabalho foi inesperado para ela. “*Eu não cogitava trabalhar nesse espaço, porque, embora em uma região de maioria preta, as pessoas que estavam ali naquele espaço eram pessoas brancas, então eu não me via naquele lugar*”. A hesitação de E9 reflete a importância do pertencimento e da identificação no local de trabalho.

A falta de diversidade na equipe pode criar barreiras para profissionais que não se veem representadas nas lideranças ou na composição do grupo. Ao mencionar essa discrepância, E9 aponta para a necessidade de abordar questões de igualdade de oportunidades e inclusão racial no ambiente de trabalho. Além disso, a história de E9 sugere uma possível mudança cultural na emissora ao incluir profissionais negros em uma equipe predominantemente branca. Portanto, sua narrativa destaca as complexidades enfrentadas por profissionais negros no cenário midiático, ressaltando a importância contínua de promover a diversidade e a igualdade no setor.

6.1.3.3 Impactos da intersecção de raça, classe e gênero

A análise do conceito de "teto de vidro" nas dimensões de gênero, raça e classe, que exerce efeitos prejudiciais nas condições profissionais das jornalistas negras brasileiras, requer uma investigação do contexto socioeconômico e político que apoia e perpetua obstáculos associados à interseccionalidade entre raça, gênero e classe (Moura; Costa, 2018). Esse fenômeno está presente nas falas de praticamente todas as entrevistadas, de diferentes formas. Os destaques na fala de E6, não demonstram apenas a admiração que inspira em outras mulheres negras por meio de suas vivências: evidenciam o que Yannoulas (2011) define como o processo de feminização em ambientes historicamente ocupados por homens brancos ou, em alguns casos, por mulheres brancas, mas dificilmente por mulheres negras. Ao afirmar “[...] *imagina o quanto de preconceito eu não sofri, o quanto eu fui rejeitada e preterida nos espaços que eu frequentei*”, E6 se refere à sua infância, em sua escolarização, época em que habitou espaços predominantemente destinados a crianças brancas. Na vida adulta, reproduziu essa experiência na redação jornalística.

Eu sou mãe sim e eu acho que a maternidade, ela me atrapalhou, não em crescer profissionalmente, até porque eu sempre tive rede de apoio, mas o ingressar na academia, fazer faculdade, me atrapalhou, me atrasou um pouco, porque eu tinha outras prioridades, que era o meu filho. Me impediu não profissionalmente, todos os trabalhos que eu arrumei sempre tive rede de apoio para deixar o meu filho, mas o ingressar na universidade, o ingressar na academia foi muito difícil por conta da maternidade. A universidade deixou de ser uma prioridade e passou a maternidade a ser essa prioridade. Quando o meu filho cresceu um pouco, eu consegui entrar na universidade. (E2).

A seguir, na sequência de sua fala, E2 expressa claramente um exemplo prático do conceito de teto de vidro, sendo vivenciado por uma conhecida, mulher e mãe, durante uma entrevista de emprego conduzida por um homem.

[...] acredito que as mulheres jornalistas e de outras profissões também que não têm rede de apoio, sempre encontram dificuldade de se manter no emprego, por conta da maternidade. A gente teve um caso recente de uma menina que expôs no LinkedIn que o recrutador se atrasou para a entrevista, ela disse que não poderia mais fazer a entrevista no horário marcado, que havia marcado às 8h e ele apareceu às 11h. Ela perguntou se podia ser outro horário e ele disse que não, porque ele tinha muitos compromissos e ela também disse que tinha muitos compromissos e aí ele falou: ah imagino quantos compromissos têm a vida de um desempregado. E ela respondeu, não é porque eu estou desempregada que não tenho compromisso, agora mesmo estou colocando o meu filho na escola. E aí ele: é, contratar pessoas que têm filho é realmente complicado. Daí você vê que ainda tem muita resistência, muito preconceito na sociedade como um todo e acredito que na mídia tradicional não seja diferente. (E2).

O trecho acima revela a perpetuação da estrutura patriarcal e conservadora que, nas palavras de Almeida (2019), fortalece as barreiras horizontais diante das mulheres. No caso citado por E2, o sexismo é fortemente demonstrado pelo entrevistador, não apenas pelo desrespeito em virtude do atraso, mas também pela forma pejorativa com que se refere às tarefas cotidianas da entrevistada e ao fato de esta ter um filho. E2 menciona acreditar que o mesmo se reproduza na mídia tradicional. As falas a seguir corroboram essa crença:

*[...] Eu tinha vários cursos, eu tinha trabalhado em vários projetos. E a faculdade só fez complementar também, porque eu acabava passando a minha experiência para os colegas e tinha uma troca muito massa. Então, eu participei desse processo seletivo na [NOME DA EMISSORA], e eu me senti diferenciada, porque é uma empresa que as pessoas só entram com indicação. **E eu fui sem indicação nenhuma, no meio de um monte de gente branca**, só tinha uma pessoa preta junto comigo na seleção, e eu consegui passar. Vinte minutos depois que eu saí de lá, me ligaram para dizer que eu tinha passado. E foi uma surpresa, **porque eu não esperava**. Mas o pessoal de lá gostou muito de mim, foi muito bacana a nossa troca. Evolui bastante trabalhando lá, aprendi muita coisa. E foi bom, foi uma experiência muito tranquila. (E4).*

***Eu fui a primeira repórter negra contratada e efetiva** da [NOME DA EMISSORA], e essa foi uma experiência... Já tinha participado também de uma imersão do [NOME DA EMISSORA] já trabalhei como estagiária na [NOME DA EMISSORA]. Passei aí por cerca de cinco emissoras, entre estágios, imersões. [...] Essa experiência foi muito importante para mim, porque, inclusive, cheguei a fazer parte do Comitê de Diversidade Nacional do [NOME DA EMISSORA], no Núcleo de Jornalismo, contribuindo na formação de vários colaboradores e funcionários da empresa como um todo, que era online. E foi uma experiência muito importante, tanto da prática jornalística como da própria autonomia. Foi me dado realmente uma autonomia na questão de agregar essa visão que eu tenho ao conteúdo jornalístico que era produzido na redação. (E8).*

É possível perceber nas falas de E4 e E8, os ecos das barreiras horizontais representados pelo teto de vidro, mesmo que não sejam o foco do seu discurso. Apesar de destacarem sua qualificação profissional e seu pioneirismo, quando E4 diz que não esperava ser a escolhida, dentre “*um monte de gente branca*”, e quando E8 exalta ter sido a “*primeira repórter negra contratada e efetiva*” da emissora, estão exaltando sua vitória diante da supremacia branca, fator que ratifica a importância de persistir na conquista desses espaços, especialmente para romper com a realidade ainda vigente e abrir caminho para mais jornalistas negras.

A interseccionalidade também marca presença na análise das respostas acima, visto que os desafios representados pelo empreendedorismo são ainda maiores quando se trata de afroempreendedores. É importante retomar a afirmação de Matos (2021) quando informa que mais da metade dos afroempreendedores no Brasil são mulheres, fato que pode estar intrínseco nas falas de E4 e E7: a oportunidade de crescimento desejada por E4 e a multiplicidade de tarefas realizadas por E7 revelam uma postura de constante busca por qualificação e

reconhecimento, inerente ao esforço que a mulher negra precisa empregar para conquistar posições de destaque e de melhores ganhos financeiros.

A maternidade é uma das barreiras horizontais que afetam diretamente a valorização das mulheres no mercado de trabalho. No contexto desta pesquisa, em que se versa a respeito da mulher negra e jornalista, essa barreira é evidenciada por E2, que relata ter ocorrido um atraso em sua qualificação por conta da maternidade.

Eu sou mãe sim e eu acho que a maternidade ela me atrapalhou, não em crescer profissionalmente, até porque eu sempre tive rede de apoio, mas o ingressar na academia, fazer faculdade, me atrapalhou, me atrasou um pouco, porque eu tinha outras prioridades que era o meu filho. (E2).

6.2 INSPIRAR OUTRAS MULHERES POR MEIO DO CONTEÚDO E TERRITÓRIO CULTURAL INSTAGRAM

O Instagram também demonstrou nas pesquisas servir de veículo que proporciona a inspiração de outras mulheres negras em relação ao trabalho e às vitórias pessoais das entrevistadas. Dentre tantos trechos significativos, os quais merecem leitura e reflexão, traz-se, aqui, a fala de E1 como exemplo:

*[...] Eu recebo no meu direct [...] meninas que se inspiram, meninas que se veem na gente, em mim, no caso, né? Eu tenho primas, minhas primas, quando elas me olham, elas falam da admiração que elas têm por mim, por ter conquistado tudo que eu conquistei, porque hoje eu tenho uma autoestima, hoje eu tenho confiança em mim, mas nem sempre foi assim. Essa autoestima, essa confiança foram construídas em cima de muita dor, né? Eu fui muito... Na época da infância, principalmente, eu era uma criança que... Meus pais têm uma história de vida muito humilde [...] meu pai passou fome, e entenderam que só a educação podia salvar a minha vida, a da minha irmã, e ocasionaram pra gente o que eles não tiveram, né? Então, eles se sacrificaram muito pra que a gente pudesse estudar em boa escola. Então, eu habitei espaços predominantemente brancos, e nesses espaços eu era um ser diferente, né? Eu nasci em 84, então eu era uma criança da década de 80. [...] Imagina o quanto de preconceito eu não sofri, o quanto eu fui rejeitada e preterida nos espaços que eu frequentei. Então, foi uma autoestima que foi muito abalada desde a infância. Meus pais faziam o máximo pra reconstruir ela, mas quando eu ia pra escola, quando eu convivia com outras crianças, quando eu brincava no prédio, no play, era muito difícil, né? **Meu cabelo é crespo, né?** Eu tenho até pele um pouco mais clara, mas eu tenho cabelo crespo. Então, assim, eu passei por muitas situações de racismo. [...] E eu vejo que quando as minhas primas falam comigo que elas se inspiram em mim, quando tem meninas que mandam direct pra mim dizendo que se inspiram em mim, isso me deixa muito feliz, sabe? A gente mostra que é possível, sim, a gente conquistar o que a gente quer (E1, grifo nosso).*

Dessa forma, a vivência de E1 em espaços predominantemente brancos é abordada, revelando as dificuldades e o preconceito que ela enfrentou. Esse aspecto destaca a necessidade de discussões sobre inclusão e diversidade, especialmente em contextos educacionais e sociais.

6.2.1 Preconceito racial

Outro ponto que merece destaque é o trecho sinalizado por E6 que diz “[...] meu cabelo é crespo, né?”. O cabelo natural da mulher negra tem sido, ao longo da história, um dos motivos de preconceito, mesmo nos tempos atuais, em que essa característica proporciona, inclusive, oportunidades de empreendedorismo para mulheres negras na área da estética (CNN BRASIL, 2022). Não raros profissionais de diversas áreas, como E6, acabam buscando formas de minimizar este impacto racista em seu cotidiano por meio de procedimentos que aproximam o volume e a textura de seus cabelos ao da mulher branca. Se, nos anos 80, essa possibilidade era remota, tendo em vista os custos e a ainda incipiente evolução tecnológica dos produtos de beleza, nos tempos atuais o que se tem visto é o oposto: a exemplo de Zica de Assis e sua rede especializada para tratamento de cabelos cacheados, mais mulheres negras têm assumido seus cachos naturais, em uma clara representação de orgulho e de vontade de inspirar outras mulheres.

Uma das formas de evidenciar os exemplos de sub-representação da mulher negra, apesar de sua busca por destaque a partir da qualificação profissional, é o episódio a seguir, ocorrido em um processo de busca no Google, narrado por E7:

Eu fiz uma matéria que eu lembro que teve um bom impacto nacional [...] eu tenho uma fonte que está fazendo uma pesquisa, essa mulher é RP, ela é consultora de moda também, ia fazer uma palestra, montou uma aula, e aí ela bota no Google “mulher negra dando aula”, porque se não coloca lá, professora, aula, só branca. E o resultado que ela encontrou no Google era mulheres fazendo sexo, era um conteúdo pornográfico. Ela testou no celular, em outros computadores, [...], mas não deu outra. Ela pôs essa denúncia pra mim, eu averigui também, eu falei com o Google, que diz que é o algoritmo [...] até depois eu percebi que mudaram, e aí o safe source agora fica automaticamente ativado, você tem que desativar esse tipo de resultado. Você não encontra mais diretamente, só assim, lá pra baixo, ou se você desativar essa ferramenta. Mas assim, né, eles dão a desculpa que é o algoritmo, e o algoritmo é alimentado, principalmente, por usuários, e a gente sabe como se fossem preconceituosas, isso é um fato. Mas o algoritmo também é feito, né, por técnicos e tudo mais, e essa galera não muda, né, dá a desculpinha e segue o baile, justificando esses problemas, e eu lembro de quando essa matéria repercutiu horrores, outros veículos reproduziram também, alguns falaram com essa moça, outros só reproduziram, e cheio de comentários de gente falando assim, “ah, eu testei aqui, não deu nada”. “Ah, não é bem assim”. Então a gente sempre tem esse retorno, né, da pessoa que, “ah, mas não é bem assim”. (E7).

A partir do relato de E7 pode-se verificar a posição subalterna em que a mulher negra permanece sendo colocada no que diz respeito à sua atuação profissional. Almeida (2019) já sinalizou que este é um cenário ainda comum, visto que os mesmos cargos ocupados por pessoas brancas costumam receber melhor remuneração e visibilidade. Entretanto, neste caso específico, parece haver um extremo que remonta um passado que ainda não ficou tão esquecido: a mulher negra como a mulata sensual, e não a profissional que se dedicou a conquistar uma posição de destaque. Esse estereótipo, dando à mulher negra em uma simples pesquisa no Google a conotação sexual, reforça o “registro que o Brasil tem de si mesmo” em relação à negritude (Gonzalez, 1982, p. 105): mesmo que haja valorização financeira nas funções mais popularmente ocupadas por negros, como o craque do futebol, a mulata do carnaval, os sambistas de sucesso e as atrizes negras, dificilmente haverá valorização semelhante a quem ocupe as mesmas funções e seja branco.

6.2.2 Representatividade

A fala de E1 destaca não apenas sua própria ascensão profissional, mas também a importância da representatividade feminina negra em papéis de destaque.

Hoje eu sou apresentadora de eventos e também percebo que a presença desse corpo negro também em vários espaços, todos os tipos de espaços, em todos os tipos de evento, representam muito, porque hoje eu tenho um grupo que se chama Apresenta o Seu Evento, para profissionais negros. E esse grupo surgiu por conta das pessoas me verem apresentando eventos na cidade e essas pessoas me procuraram para pedir dicas, como é que é, como é que funciona. Muitas pessoas não sabiam como é exatamente essa função de mestre de cerimônias, apresentadora de eventos. Então, as pessoas negras, sobretudo as negras, são as que mais me procuram. Então, está tudo interligado, né? É isso aí. (E1).

Ela não apenas quebra barreiras pessoais, mas também se torna uma catalisadora para o fortalecimento de uma comunidade de profissionais negros, proporcionando orientação e inspiração para outros que buscam seguir carreiras similares. Essa narrativa ilustra a relevância e o impacto positivo que a representatividade pode ter na formação de profissionais em diversos setores.

No que concerne à presença dessas jornalistas negras no Instagram, a questão da representatividade toma uma dimensão maior, proporcionada pelas mídias digitais. E1 ratifica essa questão, quando traz a seguinte fala: “é a questão da identificação, de meninas acessarem e verem que elas também podem, que também é possível. Se ela conseguiu, eu também consigo”.

Em conclusão, a iniciativa dessas jornalistas negras estarem presentes nas redes sociais, a exemplo do Instagram, ressalta que a representatividade não é apenas sobre ocupar espaços, mas também sobre abrir portas e inspirar outros a seguirem seus sonhos, criando um ambiente mais igualitário e acolhedor para futuras gerações de profissionais negros.

6.2.3 Falta de representatividade

A falta de representatividade da jornalista negra no mercado de trabalho é uma problemática persistente que reflete disparidades significativas no setor jornalístico. A sub-representação de profissionais negros, especialmente mulheres, não apenas limita a diversidade de vozes e perspectivas na mídia, mas também perpetua estereótipos e desequilíbrios na cobertura de notícias.

A ausência de jornalistas negras em posições de destaque pode resultar em uma cobertura tendenciosa e na marginalização de questões relacionadas às comunidades negras. Além disso, a falta de representatividade pode criar um ambiente de trabalho onde profissionais negros enfrentam desafios únicos, desde o acesso a oportunidades até a possibilidade de avançar em suas carreiras, conforme relata E11:

Eu não quero chegar sozinha como eu já tenho chegado em alguns espaços. Tem alguns eventos que eu vou trabalhar e que eu chego lá e não tem nenhuma pessoa preta, somente eu ou pouquíssimas pessoas. Geralmente as pessoas que estão na limpeza, nos serviços braçais que são as pessoas pretas. E é um trabalho digno, mas eu também quero ver pessoas em outros setores, daquele espaço, daquele evento também. Então, é muito solitário quando, por exemplo, você vai ficar três dias num hotel e que você não se vê naquele espaço. Isso pra mim é muito doloroso. (E11).

6.3 REDES SOCIAIS E NOVAS TERRITORIALIDADES

6.3.1 Atuação no Instagram como fonte de renda

A primeira observação importante a se fazer diz respeito ao papel que o Instagram ocupa no cotidiano profissional das entrevistadas. Pôde-se perceber que nenhuma das doze jornalistas têm a rede social como sua plataforma profissional principal: sua receita advém, majoritariamente, de empresas nas quais atuam.

[...] meu Instagram não é um negócio, meu Instagram é um canal para vender o meu negócio. Eu tenho uma empresa especializada em Assessoria de Imprensa e trabalho, especificamente, com negócios inovadores, sejam eles de tecnologia e inovação ou não, porque tem muitos negócios tradicionais que já têm um braço inovador. (E3).

[...] o meu negócio no Instagram não é a minha única fonte de renda, na verdade é um complemento, porque eu não tenho divulgado tanta coisa por lá ultimamente, eu tô com foco nos meus estudos, na área de programação. Eu sou roteirista e videomaker em uma agência aqui em Salvador [...] e estudo atualmente. Tô com uma aula especial no mestrado, gestão da computação, aplicando agora pra entrar com uma aluna regular. E só tenho feito isso, só tenho feito isso ultimamente. E tenho uma filha também, que vai fazer 4 anos. (E4).

As falas das entrevistadas E3 e E4 reforçam a percepção de que o Instagram não é considerado exclusivamente como uma plataforma que possibilite ser a única fonte de renda em suas vidas, mas sim como um canal estratégico para promover suas respectivas empresas. Ambas destacam a natureza complementar do Instagram em seus ganhos financeiros, indicando que o foco principal está em utilizar a plataforma como um meio eficaz de divulgação e networking para seus negócios.

A entrevistada E3, por exemplo, esclarece que seu Instagram não constitui a principal fonte de renda, mas serve como um instrumento para promover sua empresa de Assessoria de Imprensa. Ela adota uma abordagem flexível ao trabalhar com negócios inovadores, tanto no setor tecnológico quanto em segmentos mais tradicionais com elementos inovadores. A estratégia de utilizar o Instagram como um canal de divulgação reflete uma compreensão sofisticada do papel das redes sociais no contexto empresarial contemporâneo.

Similarmente, a entrevistada E4 corrobora essa percepção ao indicar que o Instagram não é a única fonte de renda, mas sim um complemento para seus empreendimentos. Ao direcionar o foco para seus estudos, especialmente na área de programação, ela demonstra uma escolha consciente de priorizar o desenvolvimento profissional. A decisão de concentrar esforços nos estudos e na carreira em uma agência, em vez de na divulgação ativa no Instagram, evidencia uma visão estratégica que vai além da plataforma de mídia social.

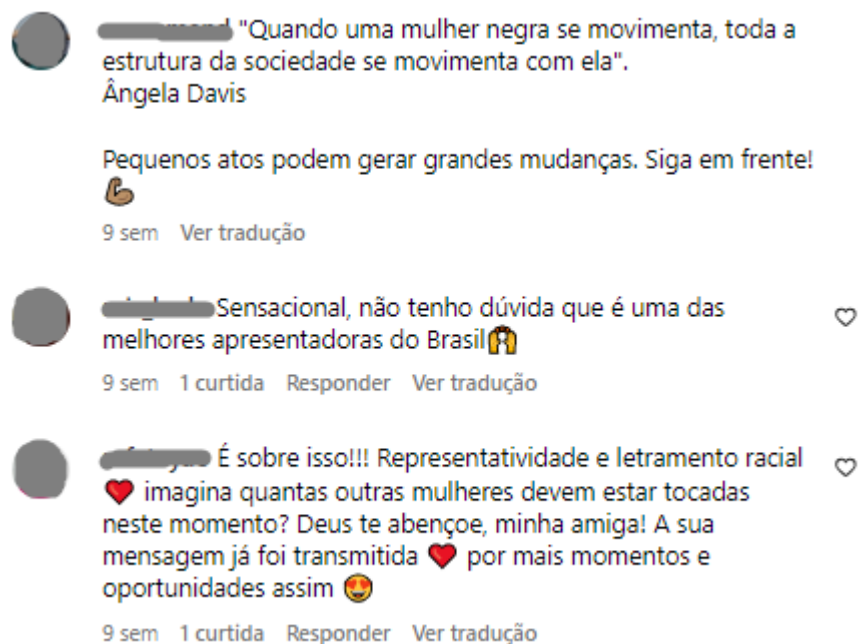
Em suma, ambas as entrevistadas reconhecem o Instagram como um meio estratégico para promover suas empresas, mas não como a única via de empreendedorismo. Essa abordagem pragmática ressalta a importância de utilizar as redes sociais de maneira integrada em uma estratégia de marketing mais ampla, destacando o papel crucial do Instagram como um canal eficaz de divulgação e conexão no contexto dos negócios contemporâneos.

6.3.2 Engajamento do conteúdo orgânico no Instagram

A fala da E1 descreve uma experiência bastante positiva em relação ao engajamento e aceitação de seu conteúdo nas redes sociais, especialmente no Instagram. A aceitação é notável, com uma considerável interação e mensagens recebidas, indicando um impacto positivo em seu público, composto tanto por meninas quanto por meninos que se inspiram e buscam orientações em seu conteúdo.

A aceitação é muito grande, o engajamento é muito grande. Eu recebia muito, ainda recebo, mesmo parado, muito mensagens no direct de pessoas, de meninas, tem meninos também, tá? Que se inspiram, que pegam dicas, que esse conteúdo tenha ajudado na construção da autoestima, na construção da percepção da identidade racial dessas pessoas, né? Então, eu percebo muito isso, sim. (E1).

Figura 18 – Conteúdo extraído do Instagram de E1



Fonte: Perfil do Instagram de E1.

Este post de A1 foi compartilhado em sua rede social após a aparição da jornalista negra Aline Aguiar em um telejornal de grande audiência no Brasil. A presença de Aline Aguiar foi considerada uma grande vitória para as mulheres que compartilham a mesma profissão, destacando a importância do conteúdo orgânico no Instagram. Embora tenha um alcance menor, esse tipo de conteúdo é fundamental para abordar questões que afetam diretamente as mulheres negras, especialmente as profissionais do jornalismo.

Já E3 enfatiza que seu engajamento é orgânico, sem depender de campanhas pagas ou anúncios. A audiência é construída naturalmente por meio da comunicação autêntica que ela mantém. *“Eu considero o meu engajamento bom, eu tenho audiência orgânica, eu não faço campanhas, anúncios, nada disso. Todo mundo que chega é através mesmo daquilo que eu comunico”*.

E12 reconhece a lentidão do alcance orgânico, especialmente por não adotar estratégias mais tradicionais de influenciadores, porém, isso não parece ser um problema para a jornalista. *“É a passos lentos, mas eu acho muito bacana, as pessoas gostam de ver, o meu dia a dia, alguma curiosidade que eu coloque, apesar de eu ser muito tímida para redes sociais, por incrível que pareça”*.

A entrevistada E10 ressalta sua experiência ao criar um portal protagonizado por mulheres, principalmente negras. Ela menciona a dificuldade em alcançar um público mais amplo, mas enfatiza a importância da abordagem orgânica, que, apesar de mais lenta, é genuína e alinhada com sua personalidade, mesmo considerando sua timidez nas redes sociais.

Contudo, o alcance modesto não desencoraja a produção contínua de conteúdo por parte dessas mulheres, que permanecem na plataforma mesmo sem investir em estratégias para ampliar a visibilidade. O que se destaca é o propósito subjacente à presença digital delas, seja para promover seus serviços e produtos, ou para amplificar discussões e pautas que consideram relevantes e dignas de serem compartilhadas.

6.3.3 Dificuldades no digital

Na descrição da sua atuação no meio digital, a E7 destaca os desafios enfrentados, principalmente a necessidade de obter audiência e cliques. *“É tudo muito mais difícil, porque a gente precisa de audiência e de clique. Então a gente lida com uma sobrecarga imensa, com salário muito baixo.”*

E7 aponta para a natureza muitas vezes desafiadora e, por vezes, pouco gratificante do trabalho digital, caracterizado por tarefas que podem ser consideradas mais simples e com remuneração reduzida. A referência à sobrecarga intensa sugere um ambiente profissional exigente e, possivelmente, pouco reconhecido, marcado por ganhos considerados baixos para o esforço empregado. Essa perspectiva contrasta com depoimentos amplamente divulgados na internet, nos quais algumas pessoas afirmam ter alcançado grandes fortunas exclusivamente por meio de atividades digitais. Essa divergência destaca uma realidade complexa e desafiadora para quem atua nesse cenário, evidenciando que o sucesso no meio digital não é uniforme e que

muitos profissionais enfrentam obstáculos significativos em sua jornada, contrariando a narrativa mais otimista propagada por alguns.

6.3.4 Não gosta de se expor no Instagram

E7 apesar de tentar divulgar seu trabalho, confessa que essa divulgação é limitada devido à sua dificuldade com disciplina e exposição pessoal. Embora esteja disposta a se apresentar quando necessário para questões profissionais, a entrevistada revela que não é uma entusiasta da exposição pessoal e enfrenta desafios ao tentar criar conteúdo autoral.

É, eu não escolhi o Instagram como plataforma profissional. Eu tô lá, é a minha conta pessoal. Assim, eu tento divulgar o meu trabalho. Até pouco, muito pouco, porque eu sou péssima com disciplina, assim. Eu não sou uma pessoa que gosta muito de se expor. Então, quando é trabalho, eu vou, dou a minha cara, né? Boto a maquiagem, brinco e apareço. Mas eu não gosto. Então, assim, esse esforço de pegar a câmera, aparecer, e aí eu repondo mais, assim. Trazer um texto. E eu também esqueço, eu sou muito ruim de divulgar. (E7).

A dificuldade em manter uma disciplina na divulgação e a resistência à exposição pessoal são aspectos destacados pela entrevistada. Ela descreve um esforço limitado em criar conteúdo visual, preferindo, em grande parte, repostar e compartilhar textos. Sua confissão de ser "muito ruim de divulgar" sugere uma relutância ou falta de afinidade com a promoção ativa de seu trabalho.

Portanto, a narrativa revela uma abordagem mais reservada em relação ao uso do Instagram para fins profissionais, indicando que, apesar de reconhecer a plataforma como uma ferramenta para divulgar seu trabalho, a entrevistada enfrenta desafios pessoais que afetam a consistência e a qualidade de sua presença online.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo tem como propósito resumir os resultados da pesquisa realizada, destacar suas contribuições no âmbito acadêmico, discutir suas implicações práticas, considerar suas limitações e oferecer sugestões para investigações futuras.

7.1 SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS

Este estudo buscou avaliar, em seu objetivo geral, de que forma a atuação profissional de jornalistas negras, especificamente no Instagram, influencia positiva e/ou negativamente no fenômeno denominado "teto de vidro". Como resultado, constatou-se que o Instagram desempenha um papel significativo na ascensão das carreiras das jornalistas negras. Todas relataram que a plataforma proporciona maior visibilidade para suas atividades. Essa rede social é percebida por essas profissionais como uma ferramenta eficaz que permite alcançar um público mais amplo em comparação com métodos tradicionais.

Dentro do contexto do triplo teto de vidro, que considera as intersecções de raça, classe e gênero (Moura; Costa, 2018), constatou-se que as jornalistas negras entrevistadas continuam a enfrentar desigualdades persistentes em comparação com as jornalistas brancas e/ou não negras, tanto dentro quanto fora das mídias digitais. Em alguns relatos, as entrevistadas destacaram que, quando seus conteúdos abordando questões interseccionais ultrapassavam os perfis mais focados nessa temática, ainda enfrentavam resistência e oposição por parte de grupos racistas que buscavam impedir a disseminação dessas mensagens.

Além disso, notou-se que, até o momento, nenhuma das entrevistadas alcançou posições de liderança ao longo de suas carreiras. Essa percepção pode estar relacionada ao triplo teto de vidro, visto que uma significativa parcela de mulheres está envolvida em condições precárias de trabalho no setor informal do jornalismo (Leite, 2015). Observou-se, também, que o Instagram funciona como um novo território cultural, viabilizando produções escritas e audiovisuais da comunidade negra e permitindo que essa parcela da sociedade se torne visível, uma vez que a representação dessa comunidade não era assegurada em grande parte dos jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão (Moura; Figueiredo; Nunes, 2012).

Para atingir o objetivo específico I, que tinha como propósito identificar jornalistas negras que utilizam o Instagram como meio de promoção de suas carreiras profissionais, realizou-se um levantamento na própria plataforma. Esse mapeamento ocorreu em comunidades voltadas para a temática racial, resultando na identificação de 40 jornalistas que

empregavam suas contas na plataforma como uma vitrine para atrair possíveis seguidores, compradores de produtos ou serviços, ou aqueles que se interessavam pelos conteúdos abordados. Dentre as 40 jornalistas inicialmente selecionadas, doze aceitaram o convite para a entrevista e enviaram suas respostas. Esse engajamento permitiu a construção de uma amostra por conveniência, possibilitando a continuidade e aprofundamento nos estudos. No que tange ao objetivo específico II, que buscou identificar se as jornalistas negras entrevistadas utilizam o Instagram para debater assuntos interseccionais, o que se observou foi que, algumas utilizam conscientemente a ferramenta para debater essas temáticas, enquanto outras, embora não tenham suas contas exclusivamente com esse propósito, consideram a discussão da interseccionalidade como fundamental. Elas percebem a importância de representar um público ainda carente dessas discussões, evidenciando a diversidade de abordagens e motivações entre as jornalistas entrevistadas.

No âmbito do objetivo específico III, buscou-se compreender de que forma o teto de vidro e as barreiras horizontais enfrentadas por jornalistas negras são visíveis no Instagram. A resposta para esse objetivo se manifestou de maneiras diversas nos relatos das entrevistadas. Apesar da plataforma ser um meio de expressão e promoção profissional, ainda reflete e amplifica desigualdades persistentes. Comentários racistas e discriminatórios, conforme experimentado e relatado pelas entrevistadas, são uma realidade enfrentada por essas profissionais, destacando que as barreiras raciais também persistem no ambiente virtual, de igual forma como acontece *offline*.

Sendo assim, o Instagram, como extensão do cenário profissional, não apenas reflete, mas amplifica as barreiras e desafios enfrentados por jornalistas negras. Conscientizar sobre essas questões e buscar mudanças são fundamentais para superar o triplo teto de vidro e as barreiras horizontais e verticais no ambiente digital (Moura; Costa, 2018). Essa análise revela a complexidade do cenário virtual, evidenciando a importância de abordar questões de raça, gênero e classe para promover uma maior igualdade e inclusão nas redes sociais e na sociedade como um todo.

Por fim, o objetivo específico IV, que visava identificar a contribuição do Instagram enquanto um novo território cultural para discussões sobre questões de raça, gênero, classe e representatividade, revelou que, embora nenhuma das entrevistadas tenha mencionado explicitamente o conceito "teto de vidro", todos os relatos evidenciaram situações que destacam como essas barreiras permeiam a vida de cada uma delas. De maneira significativa, as redes sociais, com destaque para o Instagram neste estudo, também têm sido utilizadas para

conscientizar não apenas o público específico dessas jornalistas, mas toda a sociedade, sobre a importância de discutir amplamente essa problemática.

A comprovação desse papel é observada quando elas, sem obrigação explícita, criam conteúdos direcionados às questões raciais, de gênero e classe. Ao utilizar suas profissões, elas dão voz a essas abordagens e buscam alcançar o maior número possível de pessoas. Essa iniciativa reforça a percepção de que as redes sociais, como o Instagram, tornaram-se plataformas estratégicas para amplificar discussões, neste caso específico, sobre o teto de vidro e outras barreiras enfrentadas pelas jornalistas negras, expandindo o alcance e a consciência dessas questões na sociedade.

Desta forma, no que tange ao objetivo geral e, em resposta à problemática da pesquisa, observou-se que o Instagram, como ambiente digital, exerce influência significativa na promoção na carreira de jornalistas negras, ao mesmo tempo em que contribui no enfrentamento das barreiras horizontais e do "teto de vidro" que essas profissionais enfrentam.

É importante enfatizar que “os tetos de vidro” não são necessariamente quebrados, mas sim percebidos e entendidos, mesmo que tal conceito em nenhum momento tenha sido verbalizado com essas palavras pelas entrevistadas. E a partir desse entendimento, as jornalistas começam a se posicionar de forma mais assertiva, criando blogs, perfis nas redes sociais e sites de notícias voltados exclusivamente para questões raciais. Esse posicionamento é fruto de uma consciência histórica da luta de seus antepassados, que as inspirou a querer ganhar voz e a utilizar as redes sociais como uma ferramenta poderosa para enfrentar o teto de vidro em suas carreiras. Compreender essa trajetória é fundamental para o avanço na luta por uma sociedade mais igualitária e justa, na qual as barreiras de raça, gênero e classe sejam gradualmente superadas.

7.2 CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS

Esta pesquisa, desenvolvida desde o estado da arte até a apresentação dos resultados, configura-se como uma complementação aos estudos em andamento desde 2016 sobre o "triplo teto de vidro" enfrentado por jornalistas negras. Essas pesquisas, lideradas pela professora Titular Dione Moura e com o apoio de seus orientandos e orientandas, lançaram luz sobre desafios específicos enfrentados por mulheres negras no campo jornalístico. Ao focar particularmente no Instagram, esta pesquisa contribui para preencher uma lacuna existente na literatura, ampliando assim a compreensão dos impactos desses desafios no contexto contemporâneo da comunicação.

7.3 RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

Quanto às recomendações para pesquisas futuras, este trabalho representa um passo importante para explorar as diversas potencialidades das redes sociais e das tecnologias digitais emergentes, para além das funções convencionais de divulgação de fotos, curtidas e vídeos. Portanto, é aconselhável dedicar esforços à compreensão do comportamento dessas mulheres e ao estudo das funcionalidades em outras plataformas, como o LinkedIn, por exemplo. Além disso, uma análise mais aprofundada sobre o funcionamento dos algoritmos é relevante para compreender o comportamento orgânico ou manipulado dessas ferramentas.

Dessa forma, esta dissertação marca o início de um extenso campo de pesquisa que abrange uma variedade de redes sociais, no que diz respeito à influência delas nas carreiras das jornalistas negras, podendo, inclusive, sua essência ser aplicada aos demais grupos minorizados. É fundamental que futuros estudos estejam atentos a essa expansão. Além disso, merece destaque a necessidade de investigar a contribuição da inteligência artificial nesse processo.

A compreensão do papel desempenhado pela tecnologia nas estratégias de combate ao racismo algorítmico e na promoção e visibilidade das profissionais negras nas redes sociais é uma área crítica que permeia o percurso dessas especialistas e merece atenção em futuras investigações. O entendimento aprofundado dessas dinâmicas pode não apenas lançar luz sobre os desafios enfrentados, mas também orientar iniciativas e políticas que visam a equidade e a inclusão digital. Investigar como essas mulheres utilizam e são afetadas pelas tecnologias digitais pode contribuir significativamente para o avanço do debate sobre diversidade, representatividade e justiça nas plataformas online.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, Curitiba, v. 1, n. 6, p. 1-12, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/37laPFE>. Acesso em: 15 out. 2023.

ANDRADE, M.M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2010.

ANTONIO, A.C.H.; PAIERO, D. A mulher negra como apresentadora de televisão. *In*: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 15; MOSTRA DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA, 9, [S.l.], 2019. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.]: 2019.

BAIA, L.M.S.; COSTA, R.B. A utilização do Instagram como ferramenta para empreendedoras negras: uma análise dessa realidade em São Luís do Maranhão. **Anagrama**, São Paulo, v. 15, n. 1, 2021.

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

BRASIL. **Constituição Federal da República Federativa do Brasil de 1988**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 13 nov. 2023.

BRASIL. **Decreto-Lei n. 5.452, de 1 de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis de Trabalho. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452compilado.htm. Acesso em: 10 nov. 2023.

CAMPOS, A.A. **A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo**. 2018. 29f. Monografia (Graduação em Administração) – Curso de Administração, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG, 2018. Disponível em: https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/1180/6/MONOGRRAFIA_Valoriza%c3%a7%c3%a3oNegroBrasil.pdf. Acesso em: 5 out. 2023.

COELHO, A.M.S.; GOMES, S. O movimento feminista negro e suas particularidades na sociedade brasileira. *In*: JORNADA INTERNACIONAL POLÍTICAS PÚBLICAS, 7, 2015. **Anais [...]**. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, 2015.

COLLINS, P.H. **“Características distintivas do pensamento feminista negro”**. São Paulo: Boitempo, 2019.

COSTA, R.B. **Economia da confiança**: comunicação, tecnologia e vinculação social. Curitiba: Appris, 2018.

CRENSHAW, K. “A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero”. **Estudos feministas**, Salvador, n. 1, 2002. Disponível em: <https://glefas.org/download/biblioteca/feminismo-antirracismo/Kimberle-Crenshaw.-A-interseccionalidade..-de-raza-y-geCC80nero.pdf>. Acesso em: 30 out. 2023.

D'ANDRÉA, C.F. de B. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.

D'ANGELO, P. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. **Opinion Box Blog**, [S.l.], 3 fev. 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20%C2%BA,menos%20uma%20vez%20por%20dia>. Acesso em: 10 ago. 2023.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEL PRIORE, M. (Org.). **História das mulheres no Brasil**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

DEL VECCHIO-LIMA, M.; DE SOUZA, H. da C.A. Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro. **Media e Jornalismo**, Lisboa, v. 17, n. 31, p. 131-152, 2017.

DIAS, M.C. Para 92% dos empreendedores, esta é a rede social mais importante. **Exame**, [São Paulo], 23 ago. 2022. Disponível em: <https://exame.com/negocios/para-92-dos-empresarios-esta-e-a-rede-social-mais-importante/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

DISTRITO FEDERAL. **Lei 5.447, de 12 de janeiro de 2015**. Institui o Programa Afroempreendedor e dá outras providências. Disponível em: https://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/78930/Lei_5447_12_01_2015.html. Acesso em: 15 out. 2023.

DOMINGOS, S.C. A posição desvantajosa das mulheres negras na divisão sexual do trabalho e nos cuidados domésticos no âmbito familiar. **Revista Contraponto**, Porto Alegre, v. 8, n. 3, 2021.

FARIA, L. *et al.* “Nega de ninguém”: a condição da mulher negra no mercado de trabalho contemporâneo. **Percursos**, Maringá, v. 4, n. 31, p. 128-131, 2019.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Pesquisa constata que maioria dos jornalistas é mulher e ganha até cinco salários-mínimos**. Brasília, 2 abr. 2013. Disponível em: <https://fenaj.org.br/pesquisa-constata-que-maioria-dos-jornalistas-e-mulher-e-ganha-ate-cinco-salarios-minimos-2/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

FERNANDES, F. **Significado do protesto negro**. São Paulo: Cortez, 1989.

FERNANDEZ, B.P.M. Teto de vidro, piso pegajoso e desigualdade de gênero no mercado de trabalho brasileiro à luz da economia feminista: por que as iniquidades persistem? **Cadernos de Campo: revista de ciências sociais**, São Paulo, n. 26, p. 79-104, 2019.

FOLETTTO, R.; FIEPKE, R.B.; WILHELM, E. Usos da internet como meio de comunicação e fonte de informação por idosos. **Contemporânea: revista de comunicação e cultura**, Salvador, v. 16, n. 2, p. 504-518, 2018.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FONTOURA, F.N.; ANJOS, J.H.R. Patriarcalismo e machismo: história e enfrentamentos da Lei Maria da Penha. *In: SEMANA UNIVERSITÁRIA; ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, FEIRA DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO*, 11.; 10.; 3., 2016, Mineiros – GO. **Anais [...]** Mineiros – GO: Unifimes, 2016. Disponível em: https://www.unifimes.edu.br/filemanager_uploads/files/documentos/semana_universitaria/xi_semana/artigos/humanas/PATRIARCALISMO%20E%20MACHISMO%20-%20HISTORIA%20E%20ENFRENTAMENTOS%20DA%20LEI%20MARIA%20PENHA.pdf. Acesso em: 30 nov. 2023.

FREITAG, R.M.K. Amostras sociolinguísticas: probabilísticas ou por conveniência? **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 26, n. 2, p. 667-686, 2018.

FREITAS, V.G. **Feminismos e interseccionalidade**: mulheres negras, protagonistas de suas histórias. Jundiaí: Paco Editorial, 2019.

GODOY, A.S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, 1995.

GONZALEZ, L.; HASENBALG, C. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

GONZALEZ, L. **Por um feminismo afro-latino-americano**: ensaios, intervenções e diálogos. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

HOOKS, B. **E eu não sou uma mulher?** mulheres negras e feminismo. 14. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2023.

IMPÉRIO, D.A. *et al.* A mulher no mercado de trabalho: lutas e conquistas. *In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE GESTÃO, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO (EIGEDIN)*, [S.l.], 2019. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.], 2019.

INSTAGRAM. **Instagram for business**. 2022. Disponível em: https://business.instagram.com/?locale=pt_BR. Acesso em: 18 ago. 2022.

KOZINETS, R. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEITE, A.T.B. **Profissionais da mídia em São Paulo**: um estudo sobre profissionalismo, diferença e gênero no jornalismo. 2015. 232f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/7087/TeseATBL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 jun. 2023.

LIMA, M.; RIOS, F.; FRANÇA D. “Articulando gênero e raça: a participação das mulheres negras no mercado de trabalho (1995-2009)”. *In: MARCONDES, M.M. et al. (Org.). Dossiê mulheres negras*: retrato das mulheres negra no Brasil. Brasília: Ipea, 2013.

- LIMA, S.B *et al.* (Coord.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho.** Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ee0nMH5_1D0J:https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br#19. Acesso em: 16 ago. 2023.
- LIMA, S.T.B. Direitos humanos dos negros: racismo estrutural, necropolítica, interseccionalidade e o mito da democracia racial no Brasil. **Revista Educação e Humanidades**, Humaitá, v. 1, n. 2, P. 119-132, jul./dez. 2020.
- LIMA, T.C.S.; MIOTO, R.C.T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katál**, Florianópolis, v. 10, 2007.
- MARQUES, L.K.S.; VIDIGAL, F. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras. **Transinformação**, Campinas, v. 30, p. 1-14, 2018.
- MASTRELLA, B.; MOURA, D.O. A sub-representação feminina nas TVs legislativas estaduais. *In: COLÓQUIO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E GÊNERO*, 1, 2023. **Anais [...]**. Brasília: Unb, 2023.
- MATOS, S.K.A. **Afroempreendedorismo feminino em curitiba: reflexões sobre interseccionalidades em campo.** [S.l.:s.n.], 2021.
- MESQUITA, J.S.; TEIXEIRA, J.C. Teto de vidro: por que as discussões pararam no tempo? um olhar sob a perspectiva da interseccionalidade. *In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD*, 10, [S.l.], 2019. **Anais [...]**. [S.l.:s.n.], 2019.
- MOURA, D.O. As mulheres jornalistas negras e a identificação do teto de vidro gênero/raça/classe no processo de feminização do jornalismo no Brasil. *In: SER NEGRA: SEMANA DE REFLEXÕES SOBRE NEGRITUDE, GÊNERO E RAÇA DO IFB*, 7, Brasília, 2018. **Anais [...]**. Brasília: IFB, 2018.
- MOURA, D.O.; COSTA, H. Mulheres jornalistas e o “teto de vidro gênero/raça/classe” a tensionar a carreira das jornalistas negras brasileiras. *In: AGUIAR, L.; SILVA, M.; MARTINEZ, M. (Org.). Desigualdades, relações de gênero e estudos de jornalismo.* São Paulo: Life Editora, 2018.
- MOURA, D.O. *et al.* “Gender Intersectionality and horizontal and vertical concentration of women journalists in Brazil, France and Belgic Francophone’s journalism. An introduction to the question.” *In: BRAZIL-FRANCE-FRANCOPHONE BELGIUM JOURNALISM RESEARCH*, São Paulo, 2018. **Anais [...]** São Paulo: SBPJor. 2018.
- MOURA, D.O. Excluídas dentre as excluídas: as jornalistas negras perante o “teto de vidro gênero/raça/classe” no processo de feminização do jornalismo no Brasil. *In: BELISÁRIO, K.; MOURA, D.O.; GUAZINA, L.S. (Org.). Gênero em pauta: desconstruindo violências, construindo novos caminhos.* Curitiba: Appris, 2019. p. 139-151.

MOURA, D. O.; FIGUEIREDO, V.; NUNES, Juliana Cézar. Mídias sociais como plataformas contra o excesso de esquecimento coletivo. *In: Medina, C. et al. (Org.). **Jornalismo e literatura: aventuras da memória**. Braga: Editora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2012. v. 1, p. 9-223.*

MOVIMENTO HIP HOP: rap (música), break (dança) e grafite. Semana da diversidade: para pensar a diferença. 2024. Disponível em: <https://bra.ifsp.edu.br/diversidade/2017/movimento-hiphop.html#:~:text=O%20hip%20hop%20emergiu%20em,e%20de%20educa%C3%A7%C3%A3o%2C%20entre%20outros>. Acesso em: 5 jan. 2024.

NASCIMENTO, B. **A mulher negra no mercado de trabalho**. Portal Geledés, [S.l.], 25 jul. 2010. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6579443/mod_resource/content/1/11.%20A%20mulher%20negra%20no%20mercado%20de%20trabalho.pdf. Acesso em: 25 ago. 2023.

NASCIMENTO, M.M. Os privilégios da branquitude e a reprodução de desigualdades sociais na educação brasileira. **Revista Educação, Cultura e Sociedade: Sinop, Cáceres**, v. 10, n. 2, p. 21-33, jul./dez. 2020.

NEVES, J.L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, 1996.

NUNES, C. Número de brasileiros autodeclarados negros cresce em 20 anos. **Alma preta**, [S.l.], 06 jul, 2021. Disponível em: <https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/autodeclaracao-de-pessoas-negras-apresenta-aumento-nos-ultimos-anos-diz-pesquisa/>. Acesso em: 17 ago. 2022.

OLIVEIRA, T. **Redes sociais na internet e a economia étnica: um estudo sobre o afroempreendedorismo no Brasil**. 2019. 100f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do ABC, São Bernardo do Campo, 2019.

PASSONI, T.T.C. **A motivação feminina no ato de empreender em mídias de jornalismo alternativo**. 2019. 106f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade da Beira do Interior, Covilhã, 2019. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/10499/1/7196_15216.pdf. Acesso em: 25 set. 2023.

PINHEIRO, J. Mídia negra: uma análise das propostas editoriais da revista afirmativa e da agência de jornalismo alma preta. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE*, 20, Juazeiro, 2018. **Anais [...]**. Juazeiro: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/r62-1428-1.pdf>. Acesso em: 10 set. 2023.

PINTO, C.R.J. Feminismo, história e poder. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun., 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/GW9TMRsYgQNzxNjZNCsBf5r>. Acesso em: 20 out. 2023.

PINTO, G. **Gênero, raça e pós-graduação**: um estudo sobre a presença de mulheres negras nos cursos de mestrado da Universidade Federal Fluminense. 2007. Dissertação (Mestrado em Política Social) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Política Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007. Disponível em:

<https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/31470/317.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 dez. 2023.

PORTAL DOS JORNALISTAS. Estudo aponta que negros são 20,10% dos jornalistas brasileiros e mulheres, 36,60%. [S.l.], 19 nov. 2021. Disponível em:

<https://www.portaldosjornalistas.com.br/confira-o-perfil-racial-da-imprensa-brasileira/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. 3. ed. São Paulo: Global, 2015.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.

RIBEIRO, D. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ROCHA, N.P.; FERNANDEZ, A.F. A utilização das mídias alternativas e suas contribuições na esfera pública. **Brazilian Journal of Development**, São José dos Pinhais, v. 5, n. 11, p. 23156-23166, 2019.

RODRIGUES, T. A utilização do aplicativo WhatsApp por professores em suas práticas pedagógicas. In: SIMPÓSIO HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO; COLÓQUIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS, 6.; 2., 2015, Recife/PE. **Anais [...]** Recife/PE: UFPE, 2015.

SILVA, G.R.F. *et al.* Interview as a technique of qualitative research-a literature review. **Online Brazilian Journal of Nursing**, [S.l.], v. 5, n. 2, 2006. Disponível em: <https://www.objnursing.uff.br/index.php/nursing/article/view/382/88>. Acesso em: 29 out. 2023.

SILVA, R.M.; CUNHA, M.S. da. Impacto do PROUNI no desempenho acadêmico: uma análise de gênero e raça. **Estudos em Avaliação Educacional**, São Paulo, v. 31, n. 76, p. 164-194, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://publicacoes.fcc.org.br/eae/article/view/6929/3967>. Acesso em: 30 nov. 2023.

SILVA, V.H.; OTAVIO, M. Acesso à internet cresce no Brasil e chega a 84% da população em 2023, diz pesquisa. **G1**, São Paulo, 16 nov. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/11/16/acesso-a-internet-cresce-no-brasil-e-chega-a-84percent-da-populacao-em-2023-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 19 jan. 2023.

SILVEIRA, S Bittencourt. Entrevistas de emprego: gerenciamento de tópico e de face. **Revista Palavra 8**, Rio de Janeiro, v. 8, p. 209-235, 2002. Disponível em: <http://www.letras.puc-rio.br/unidades&nucleos/publicacoes/palavra8.html>. Acesso em: 10 out. 2023.

SOARES, S.S.D.; STENGEL, M. Netnografia e a pesquisa científica na internet. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 32, 2021.

SPINELLI, E.M.; SANTOS, J.A. de. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, Palmas, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018.

TELES, A.M.; MOURA, D.O. As divergências entre jornalistas pretas e brancas que atuam nos setores de comunicação dos institutos federais. *In: COLÓQUIO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E GÊNERO*, 1, 2023. **Anais [...]**. Brasília: Unb, 2023.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

YANNOULAS, S.C. **Feminização ou feminilização?** apontamentos em torno de uma categoria. *Temporalis*, Brasília, v. 11, n. 22, p. 271-292, 2011.