

As questões de gênero nas pesquisas em Comunicação: um olhar para o objeto¹

Giovanna PARISE²

Laura WOTTRICH³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Considerando a Comunicação como propulsora da opinião pública e do debate social, precisamos discutir as questões de gênero pelo viés desse campo do conhecimento, o que fazemos a partir da noção de objeto (FRANÇA, 2001). O objetivo geral é entender quais são os objetos empíricos mobilizados nas pesquisas em comunicação que dialogam com as questões de gênero. De 838 trabalhos, 32 constituíram o corpus. Os resultados demonstram abordagem transversal das questões de gênero. Há predominância de ocorrências no objeto empírico (27), as redes sociais lideram os gêneros midiáticos abordados (14) e a vertente teórica (TOMAZETTI, 2019) principal é a Feminista e/ou sobre mulher (19). Considerada a pluralidade mapeada, concluo que ainda é possível avançar no diálogo entre a Comunicação e os Estudos de Gênero.

Palavras-chave: Comunicação; Desigualdade de gênero; Ciência.

Introdução

Segundo Relatório Mundial sobre a Desigualdade de Gênero 2020, do Fórum Econômico Mundial, o Brasil está entre os países mais desiguais da América Latina em se tratando de gênero. De 25 países, ocupamos a 22ª posição e, se continuarmos desta forma, o país precisará de pelo menos 59 anos para atingir maiores patamares de igualdade.

Para além dessas disparidades econômicas e de oportunidades, a desigualdade também mata. O Brasil é o país que mais mata travestis e transexuais do mundo, segundo a ONG europeia *Transgender Europe*⁴. A cada sete horas uma mulher é assassinada, de acordo com dados de 2019⁵, e 61% das vítimas são negras, segundo relatório produzido pela Rede de

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, contemplada com a bolsa de Iniciação Científica PIBIC CNPq-UFRGS (vigência de 01/09/2020 até 31/08/2021) no projeto de pesquisa *A análise metodológica no aprendizado e consolidação da prática de pesquisa no campo da comunicação* (Edital MCTIC/CNPq no. 28/2018), com orientação da Profª. Dra. Laura Wottrich.

³ Professora Doutora do Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: laura.wottrich@ufrgs.br.

⁴ Relatório disponível em: <https://tgeu.org/tmm-idahot-update-2015/>. Acesso em 28/08/2020.

⁵ Dados referentes ao Monitoramento da Violência, pesquisa do Portal G1 em parceria com o Núcleo de Estudos da Violência da USP e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Disponível em: <https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/>. Acesso em 28/08/2020.

Observatórios da Segurança⁶. Visto que a produção acadêmica faz parte da sociedade, as discussões que ela traz também não podem estar descoladas dela. Na Comunicação não é diferente.

A Comunicação tem o papel de difusora da opinião pública e formadora do debate social. Falando especificamente da abordagem de gênero, quando a Comunicação questiona a concepção hegemônica binária e machista, ela possibilita uma mudança, mesmo que lenta, da realidade. Os dados e a realidade brasileira atestam que qualquer mudança positiva já é suficiente para justificar a importância deste tipo de estudo na Comunicação. Portanto, partindo da ideia de objeto como a especificidade de um olhar, uma forma de ver comunicacional, como entende Vera França (2001), tomamos as questões de gênero como foco.

Esta pesquisa procura dimensionar a contribuição dos trabalhos de Comunicação para os estudos das problemáticas de gênero. Ela é desenvolvida em torno dos seguintes questionamentos: quais são os objetos empíricos dos trabalhos de Comunicação que abordam questões de gênero? Como os Estudos de Gênero se inserem nos trabalhos de Comunicação? Eles estão no objeto de estudo, na problemática, na metodologia, nos dispositivos teóricos?

A partir dessas questões, nosso objetivo geral é entender quais são os objetos empíricos mobilizados nas pesquisas em Comunicação que dialogam com as questões de gênero. Já os objetivos específicos são identificar nos trabalhos presentes nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação pesquisados quais abordam questões de gênero; mapear onde as questões de gênero se localizam nos trabalhos encontrados, se estão na metodologia, na problemática, nos objetivos gerais e específicos ou nos dispositivos teóricos; analisar quais os métodos e autores são mobilizados nos trabalhos de Comunicação que abordam questões de gênero e discutir a contribuição das problemáticas de gênero para os trabalhos de Comunicação.

Os próximos três tópicos visam aprofundar o tema tratado nesta pesquisa e, para isso, abordam os principais conceitos mobilizados no trabalho, sendo eles os de Objeto Empírico, Estudos de Gênero e Pesquisas em Comunicação.

O que é objeto? E objeto empírico?

⁶ REDE DE OBSERVATÓRIOS DA SEGURANÇA. **Racismo, motor da violência**. Rio de Janeiro : Centro de Estudos em Segurança e Cidadania CESEC, 2020. Disponível em: <http://observatorioseguranca.com.br/wp-content/uploads/2020/07/Racismo-motor-da-violencia-1.pdf> Acesso em: 29 out. 2020.

Primeiramente, é necessário que entendamos o que é objeto. Para Vera França (2001), “conhecer supõe a presença de sujeitos, um objeto ou um problema, instrumentos de apreensão e um trabalho de debruçar-se sobre” (FRANÇA, 2001, p.21). Eu, enquanto pesquisadora, tenho questões em relação ao mundo - este que é percebido por mim, por meio da minha bagagem cultural, relacional, existencial, enfim, pela minha subjetividade. Portanto, todos os objetos que eu posso escolher para me debruçar sobre, são perpassados pela minha vivência e são construídos a partir desta relação. Por essa razão que outra pesquisa não pode ser igual a minha, visto que já partimos de situações de vida diferentes e, provavelmente, até mesmo nossos questionamentos diferem uns dos outros.

O resultado da relação entre objeto e pesquisador é o que França (2001) chama de “representação do conhecido” (FRANÇA, 2001, p.21), pois já não é mais o objeto inicial, e sim uma construção do sujeito que resulta desta troca.

Os objetos de conhecimento não correspondem exatamente às coisas do mundo, mas significam antes formas de identificá-las, de falar delas, de conhecê-las. Um objeto de estudo tem uma natureza de representação, é uma “construção conceitual” que nos permite apreender de uma determinada maneira e não de outra os objetos empíricos que nos cercam, os aspectos concretos, tangíveis de nossa realidade. (FRANÇA, 2001, p.26)

Assim, compreendemos que o objeto de pesquisa é construído pelo pesquisador, visto que é resultado das relações empíricas e teóricas que acontecem no processo de pesquisa. Meu objeto nesta pesquisa, os objetos empíricos das pesquisas em Comunicação que dialogam com as questões de gênero, é, desde sua percepção, mediado por minhas experiências enquanto mulher em uma sociedade atravessada por opressões de gênero, e enquanto pesquisadora em comunicação.

Tendo em vista que meu objeto são os objetos empíricos das pesquisas selecionadas, nos interessa saber mais sobre estes últimos também. Muitas correntes de pensamento já estudaram justamente o objeto empírico, aquele sobre o qual o cientista se debruça, a fim de conhecê-lo. Ao refletirmos sobre esta relação entre sujeito e objeto empírico, tendemos a nos afastarmos da ingênua ideia de que ela seria objetiva. Para isso, entretanto, precisamos conhecer mais sobre as principais correntes que produziram conhecimento sobre o assunto.

Segundo as autoras Batista, Mocrosky e Mondini (2017), na perspectiva de Francis Bacon, sujeito e objeto seriam separados e independentes (BATISTA, MOCROSKY, MONDINI, 2017). É o que chamamos de olhar empirista. Nessa perspectiva

[...] o olho se apresenta como uma câmera fotográfica que registra as imagens e as manda direto para o cérebro, assim “um observador humano tem acesso mais ou menos direto a algumas propriedades do mundo externo a medida que essas propriedades são registradas pelo cérebro no ato da visão. (CHALMERS, 1993, p. 48, apud BATISTA; MOCROSKY; MONDINI, 2017, p.48)

Bacon (1988), na interpretação de Batista, Mocrosky e Mondini (2017), “defende a ideia de que os fenômenos físicos precisam ser estudados sem a interferência do observador, por acreditar que o conhecimento origina-se na observação e pela indução.” (BATISTA, MOCROSKY, MONDINI, 2017, p.48). O conhecimento, portanto, se dirigiria dos fatos à teoria, do particular para o geral.

Em considerando tal concepção, temos um problema. A observação do pesquisador depende da teoria, o que, por si só, já refuta a ideia de um sujeito livre de valores prévios. Batista, Mocrosky e Mondini (2017) concordam com Hanson (1975), quando afirmam que “quem nada aprendeu, nada pode observar” (HANSON, 1975, p. 134 apud BATISTA, MOCROSKY, MONDINI, 2017, p.49).

Outra perspectiva de compreensão da relação sujeito/objeto é o racionalismo, defendido por Descartes. Sua conhecida frase “Penso, logo existo”, segundo Batista, Mocrosky e Mondini (2017), faz referência ao homem, de um lado, e o objeto de seu pensamento, de outro. Sendo assim, o objeto, para o racionalismo, teria a condição de ser representado na intelectualidade, porque pode ser apropriado pelo pensante. O homem encontrar-se-ia distante do objeto pensado, existindo, portanto, uma objetividade das coisas e do mundo. Apesar de ainda separar sujeito de objeto, ele acreditava que os órgãos dos sentidos poderiam trair o observador, “uma vez que o ser humano pode se enganar ou se deixar levar pelo percebido na experiência sensível” (BATISTA, MOCROSKY; MONDINI, 2017, p.49).

O modelo que rompe com a ideia separatista entre sujeito e objeto, considerando que o último é sempre aquilo que é percebido por alguém, ou seja, só aparece na percepção do primeiro, é a concepção fenomenológica. É o que explicam Batista, Mocrosky e Mondini (2017):

O fenômeno é entendido como o encontro entre aquilo que se mostra e aquele que vê. Dessa forma, fenomenologia pode ser definida como um modo, uma atitude para conhecer o que se manifesta e de que forma o faz, numa relação de simbiose entre o observador e o observado, na busca

daquilo que se desvela ao olhar de quem o observa, de quem percebe o observado. (BATISTA, MOCROSKY; MONDINI, 2017, p.51)

Dessa forma, o conhecimento é o resultado de um encontro entre o pesquisador e o pesquisado e se mostra conforme o olhar do pesquisador se aprofunda e se torna mais crítico. “Para a concepção fenomenológica, “[...] mais do que dizer que ‘as coisas se mostram’, precisamos dizer que ‘percebemos, estamos voltados para elas’” (ALES BELLO, 2006, p. 18 apud BATISTA, MOCROSKY; MONDINI, 2017, p.51).

Demo (1985) contribui para esse modelo ao dizer que a ciência trabalha com um objeto construído, desmistificando a ideia de existência de objetos "dados" (DEMO, 1985, p.45), puros. Orozco e González (2011) acrescentam que estamos sempre o construindo e desconstruindo, por meio das perguntas que fizemos, da metodologia com a qual trabalhamos e os aportes teóricos que mobilizamos. Todas as escolhas que fizemos fazem parte da atuação da subjetividade neste processo, que seria como uma espécie de lente de câmera.

De esta manera, la subjetividad, que es la capacidad interpretativa del investigador sobre la realidad, funciona como la lente de una cámara, a partir de la cual se elige qué ver y qué no, en el entendido de que sencillamente es imposible ver todo en todos sus planos o todo al mismo tiempo (OROZCO, GONZÁLEZ, 2011, p.40).

Por isso, o objeto não pode ser uma imagem “de lo que hay allá afuera” (OROZCO; GONZÁLEZ, p. 40, 2011). A partir desse pensamento, eles definem que objeto

es, en todo caso, un aspecto y a la vez una representación, más o menos fidedigna, de esa realidad construida desde la subjetividad del investigador a partir de las relaciones que observa entre los elementos, lo cual no es obvio ni transparente y, además, es visto siempre desde un determinado punto de vista. (OROZCO; GONZÁLEZ, 2011, p.41)

A marca da cientista, neste trabalho, aparece desde seu princípio, mas fica evidente no momento da escolha pelas palavras-chave que guiaram o processo de seleção do objeto empírico nas teses e dissertações em Comunicação que se relacionam com questões de gênero. Ao escolher as palavras que determinam quais trabalhos fazem ou não parte da minha pesquisa, atuo na construção do objeto empírico.

A evolução na concepção da ciência, derivada das reflexões originadas da complexificação das práticas científicas, fez com que os pesquisadores começassem a perceber a si mesmos como construtores do conhecimento. Antes ainda, até mesmo o objeto

empírico é fruto de uma construção, porque ele só é percebido por alguém vivo e que parte de um ponto já perpassado por subjetividades.

Tal subjetividade, entretanto, não é oposta à Ciência, mas exige ainda mais que o pesquisador se apoie em métodos objetivos, sem cair na falácia de que ele mesmo seria neutro. Martino e Marques (2018) também defendem esse trabalho de adaptação entre subjetividade e objetividade: “nosso argumento é que o modelo atual de pesquisa é formado por uma adaptação pouco elaborada de ambas – nossas pesquisas, originadas em problemas subjetivos, são complementadas por métodos objetivos no encontro com a alteridade” (MARTINO, MARQUES, 2018, p.25).

Após conhecer as principais perspectivas sobre próprio fazer da ciência e alguns dos argumentos que discutem a relação entre sujeito e objeto, realidade e construção subjetiva, concluo que o objeto empírico é uma construção, visto que, desde a sua escolha, o cientista age a partir de sua subjetividade. Isto não significa, por outro lado, que seja impossível fazer ciência, visto que tudo é subjetivo. Pelo contrário, é exatamente pelo fato de que sabemos e refletimos sobre nossa subjetividade, que recorremos aos métodos objetivos da ciência para construir um conhecimento válido e digno de credibilidade.

O objeto da Comunicação e o meu objeto: as questões de gênero na Comunicação

Agora que já sabemos mais sobre objeto de pesquisa e objeto empírico, cabe delimitar qual seria o objeto da Comunicação. Neste campo científico, assim como em todas os outros, definir o objeto é parte importante da consolidação de uma área. A complexificação das práticas comunicativas suscitou essa reflexão. Evidência desta relação é a eclosão de estudos e teorias no mesmo momento em que os novos meios de comunicação de massa surgem e mudam o cenário do século XX (FRANÇA, 2001). Esses novos estudos e teorias, que foram suscitados pela prática, originam outras reflexões, aquelas que dizem respeito ao próprio pensar da Comunicação. Algumas das questões levantadas nesse processo são elencadas por Martino e Marques (2018):

A cada nova pesquisa, reflexões fundamentais da epistemologia da comunicação vêm à tona: isto é um trabalho de comunicação? Este objeto é próprio para a pesquisa na área? Quais métodos e abordagens permitem construir um olhar comunicacional sobre o objeto? Quais as relações entre o objeto de conhecimento e o objeto empírico? Se a área vem formulando essas questões há décadas e, portanto, elas podem parecer ultrapassadas a certos olhos, vale recordar que elas se impõem como desafio para cada pesquisadora ou pesquisador, estando dessa maneira em contínua

renovação. Esse corpo de pesquisas vai, em seu conjunto, formar o que se entende por área de comunicação. Mais do que qualquer definição técnica, teórica ou epistemológica sustentada a priori, é o conjunto de pesquisas de uma área que permite observar quais são seus limites, potencialidades e desdobramentos – daí a necessidade de pensar, em cada pesquisa, o que a liga ou viabiliza em termos de sua pertinência à comunicação. (MARTINO; MARQUES, 2018, p.220)

Ao pensar sobre as produções científicas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, me deparei com perguntas que se assemelham muito às elencadas por Martino e Marques (2018): questões sobre gênero são objetos próprios para a pesquisa em Comunicação? Quais métodos e abordagens permitem construir um olhar comunicacional sobre as questões de gênero? A partir de questões como essas, a Comunicação vai se afirmando como área delimitada, por isso que suscitá-las é trabalho importante da pesquisa.

Mesma ideia é defendida por França (2001), que define uma ciência ou um campo, antes de tudo, pelo recorte e especificidade de seu objeto. Compreendida a importância do objeto, faz-se necessário entender qual é, portanto, o objeto da Comunicação. Para Martino (2007), “[o objeto de estudo da Comunicação] não se trata de um objeto empírico, mas construído através de uma elaboração teórica” (MARTINO, 2007, p. 28-29 apud MALCHER; LOPES; MIRANDA, 2015, p.36). Ou seja, tal objeto só pode existir a partir da tradição de uma disciplina, com suas teorias e seus pensamentos.

Dessa forma, o objeto da Comunicação é exatamente a comunicação (FRANÇA, 2001), visto que é uma forma de ver e enquadrar uma ação qualquer priorizando sua dimensão comunicacional. Tal forma de ver pode ser chamada, igualmente, de viés comunicativo. A autora explica que analisar sob viés comunicativo é estudar um objeto enquanto processo comunicativo de produção e circulação de sentido entre duas ou mais pessoas, troca simbólica através da produção de material discursivo em certo contexto (FRANÇA, 2001).

Braga (2011) reforça a ideia de viés, ao dizer que “o objeto da Comunicação não pode ser apreendido enquanto “coisas” nem “temas”, mas sim como um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional” (BRAGA, 2011, p.5). Assim, o esforço dos pesquisadores em Comunicação é o de perceber processos sociais em geral pela ótica da mediação cotidiana do conjunto das relações sociais, da difusão das idéias e da formação das condutas (BRAGA, 2011).

Especialmente no campo da Comunicação, várias temáticas são abordadas, dadas as intersecções do que é comunicacional. O nosso campo de estudos é uma congregação de

aspectos teóricos e temáticas múltiplas (TOMAZETTI, 2019). Nessa convergência entre campos e linhas de pesquisa, localizamos a nossa enquanto um trabalho do campo comunicacional, que dialoga com os Estudos de Gênero.

Ademais, os Estudos de Gênero, também como conhecimento social, dialogam com diversos campos acadêmicos. Ao escrever sobre a relação entre o campo da História e as questões de gênero, principalmente os estudos feministas, Joan Scott (2008) diz que

Se puede intentar desenredar de todo este vasto cumulo de escritos alguna idea de los problemas que se enfrentan al producir nuevos conocimientos acerca de las mujeres. Sea cual sea el alcance del tema y su variedad, hay una dimension comun en la tarea de estos esfuerzos academicos de escuelas diferentes. (SCOTT, 2008, p.35)

Aproveitando a intersecção que os Estudos de Gênero e a Comunicação oferecem, volto minha pesquisa para esse diálogo. Se o objeto da Comunicação é um ponto de vista, as questões de gênero também se constituem como um, logo, pretendo voltar meu olhar para esse cruzamento entre as duas áreas, a fim de entender a potência originada do encontro entre a Comunicação e os Estudos de Gênero.

Enquanto sujeita, que tem suas subjetividades e seus atravessamentos, sempre me deparei com situações que me fizeram pensar as relações de gênero na sociedade. Em minha inserção na produção científica no campo da Comunicação, não foi diferente. Aliando esse desconforto à possibilidade de diálogo que a ciência apresenta, busco contribuir para o pensamento sobre essas relações que interferem definitivamente na vida de tantas pessoas, como eu. Sendo assim, pretendo mobilizar o incômodo da mesma forma que fala Tomazetti (2019) a partir de Pelúcio (2014), ao defini-lo como “o gesto que se abre para fazer uma ciência mais humana e plural, que dá conta de suas interferências e é aberta aos saberes sujeitados” (TOMAZETTI, 2019, p.13). Este foi o trajeto que percorri e que me levou ao desejo de investigar, no meu campo de estudos, o da Comunicação, a abordagem das questões de gênero.

Ao escolher meu foco, considero também a desigualdade de gênero do nosso país. Em considerando o papel da Comunicação como, para além de difusora da opinião pública, formadora do debate social, a relevância de pensar-se as questões de gênero é ampliada. Segundo Tomazetti (2019),

Nesse sentido, preocupar-se com as questões de gênero ancoradas no campo da comunicação têm relação com a inserção social de nossas pesquisas e com a relevância sociopolítica de pensar as instituições

mediáticas e comunicacionais da sociedade como importantes canais de produção de saberes sobre as relações culturais generificadas. (TOMAZETTI, 2019, p.15)

Visto que a ciência produz ferramentas teóricas, sociais e políticas ao abordar novas possibilidades de ver e pensar sobre o mundo, torna-se ainda mais importante pesquisar sobre as relações de gênero. Ao apresentar novas perspectivas, a pesquisa pode contribuir para que sejamos mais abertos para a compreensão do Outro, ou, ao menos, para o respeito. Mais especificamente na abordagem de gênero, ao questionarmos a concepção hegemônica binária e machista, contribuimos para a mudança, mesmo que gradual, da realidade. Em um país que apresenta dados tão preocupantes à respeito das desigualdades de gênero - que são, inclusive, letais -, ter a potencialidade de contribuir para qualquer mudança positiva já é suficiente para justificar a importância deste tipo de estudo na Comunicação.

Dadas a amplitude temática e a dimensão comum das questões de gênero, quero entender como elas são abordadas no campo da Comunicação - abrangente e interdisciplinar da mesma forma. No próximo tópico, explico melhor como pretendo atingir os objetivos propostos.

Metodologia

A fim de responder os questionamentos que norteiam essa pesquisa, e cumprir com seus objetivos, nossa metodologia parte da pesquisa “A análise metodológica no aprendizado e consolidação da prática de pesquisa no campo da comunicação”, que mapeia o desenvolvimento metodológico do campo da Comunicação e visa consolidar uma base de dados relativa às instâncias supracitadas como ferramenta didática para utilização e consulta no âmbito dos cursos de graduação. A partir da minha experiência enquanto bolsista de Iniciação Científica do projeto, fiz um recorte que originou o presente trabalho.

O mapeamento dos trabalhos teve como recorte os 5 PPGs da Região Sul, da área de Comunicação, filiados à Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), que obtiveram notas 5, 6 e 7 na avaliação quadrienal de 2013 a 2016, empreendida pela Capes. Reunimos as teses e dissertações defendidas entre 2013 e 2018, um total de 838 trabalhos.

Aproveitando a leitura e o fichamento das teses e dissertações, com base em uma ficha de avaliação padronizada, realizada para a pesquisa metodológica da qual sou bolsista,

analisei os trabalhos que interessavam para o meu corpus. As fichas continham as informações básicas dos trabalhos, as mesmas que utilizei para a presente investigação.

Recorremos à tese de Tomazetti para definir os termos que seriam pesquisados na planilha que continha todos os fichamentos realizados para a pesquisa metodológica. Foram eles: expressões de gênero; relações de gênero, estudos de gênero, estudos queer, feminilidade; masculinidade; feminismo; LGBT; sexualidade; bissexualidade; homossexualidade; transexualidade e heteronormatividade. Ao selecionar esses termos, Tomazetti (2019) destaca a limitação dos dados:

Como esses dados estão dispersos e possuem seus limites, é importante considerar, também, os limites dessa pesquisa em relação aos números totais de investigações produzidas nesses anos, como também o número de pesquisas de gênero e comunicação que constituem esse mapa a partir de palavras-chave. (TOMAZETTI, 2019, p.38)

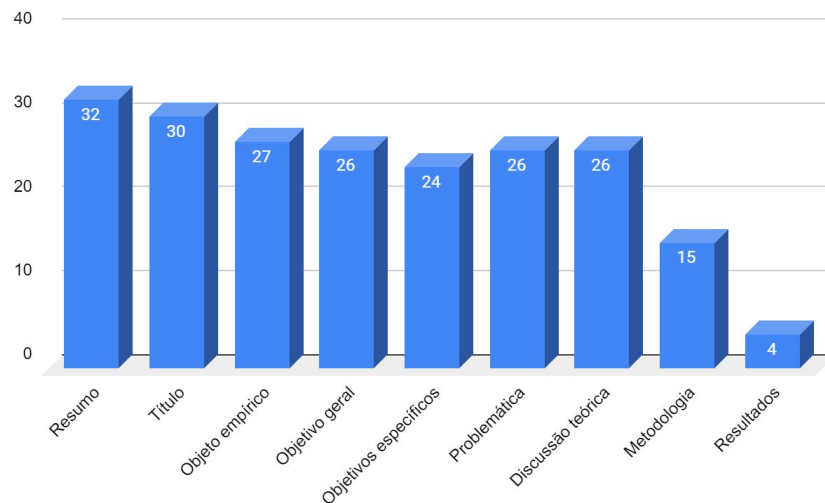
Feitas as buscas pelos termos no título, no resumo, nos objetivos, nas problemáticas, no objeto empírico e na metodologia dos trabalhos, chegou-se ao corpus: 32 trabalhos, que foram separados em uma nova planilha. Com base nos títulos, nos resumos, nos objetivos, nas problemáticas, e nos objetos empíricos, identifiquei onde se localizam as questões de gênero nos 32 trabalhos do corpus. Vale ressaltar que, caso a(o) autor(a) não tenha deixado explícito nessas dimensões observadas, alguns não foram identificados, entrando para a análise como esferas onde as questões de gênero não se fazem presentes.

A inserção de gênero nas pesquisas em Comunicação

Nossas primeiras análises nos levam a indícios de resposta a um dos questionamentos norteadores: como os Estudos de Gênero se inserem nos trabalhos de Comunicação? Os resultados parciais que obtivemos sugerem que a abordagem feita pelos trabalhos de Comunicação em diálogo com os Estudos de Gênero é transversal, ou seja, perpassa mais de uma instância das investigações. Além do resumo, local em que os termos pesquisados aparecem em todos os trabalhos, e o título, onde eles aparecem em 30, as esferas onde é mais frequente encontrá-los são no objeto empírico (27), na problemática, no objetivo geral e na discussão teórica - esses três com 26 ocorrências. Depois, mas igualmente de forma recorrente, as questões aparecem nos objetivos específicos (24). A discussão sobre gênero não é tão mobilizada na instância metodológica no nosso corpus, há 15 ocorrências. Por fim, por

meio da análise do resumo, ainda identifiquei 4 abordagens de gênero nos resultados da pesquisa.

Figura I - Localidades de ocorrência

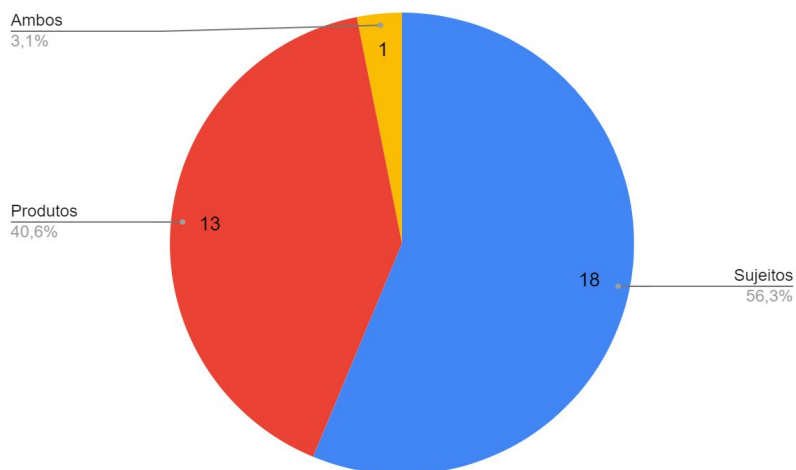


Elaboração da autora

Esses dados indicam uma relevância do objeto empírico, o que nos leva ao objetivo geral - entender quais são os objetos empíricos mobilizados nas pesquisas em comunicação que dialogam com as questões de gênero.

Dos objetos empíricos, as práticas de sujeitos são priorizadas (18), seguidos de produtos (13) ou os dois (1). Entre os produtos, há uma diversidade: canal de televisão, coleção literária, filmes, seriado, site jornalístico, em dois trabalhos, revistas, e, em seis, personagens (três em filmes, um em filmes e quadrinhos e dois em novelas). Ainda sobre os trabalhos sobre personagens, três analisam homossexuais, um analisa vilãs, um a Mulher Maravilha - heroína, e outro, personagens masculinos. No trabalho que analisa sujeitos e produto, eles são anúncios publicitários e sua recepção por mulheres. Já entre os sujeitos abordados nos 18 trabalhos, é possível identificar algumas recorrências. Oito trabalhos analisam internautas. Mais precisamente, 6 deles abordam os sujeitos no Facebook, seja em comunidades (1), comentários (2), movimentos sociais articulados nas redes (1), vídeos ao vivo (1) ou página (1). Os outros analisam os sujeitos em comentários no Youtube e em publicações do Instagram. Quatro, telespectadores. Três, movimentos sociais ou culturais. Dois, consumidores, e outro publicitários.

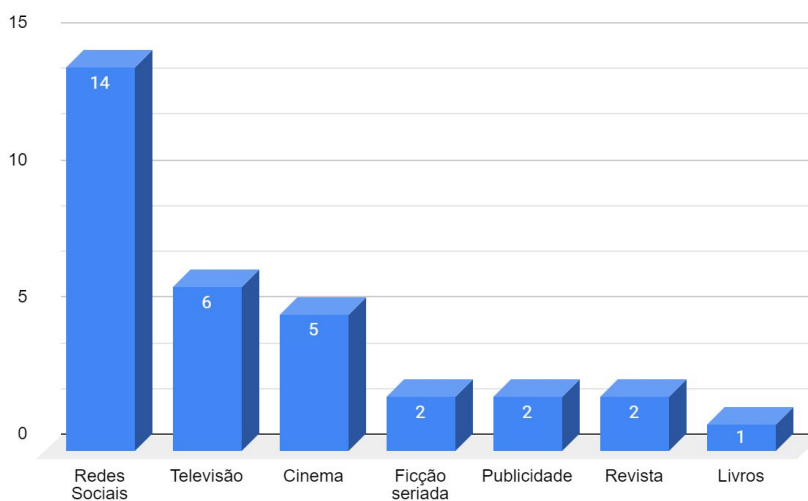
Figura II - Objetos empíricos



Elaboração da autora

Nossa análise também verificou quais gêneros midiáticos eram trazidos pelos trabalhos. Mais de um terço deles eram sobre redes sociais (14). Em segundo lugar, porém bem distante numericamente, ficou a televisão (6). Depois, o cinema (5), ficção seriada (2), revistas (2) e publicidade (2).

Figura III - Gêneros midiáticos

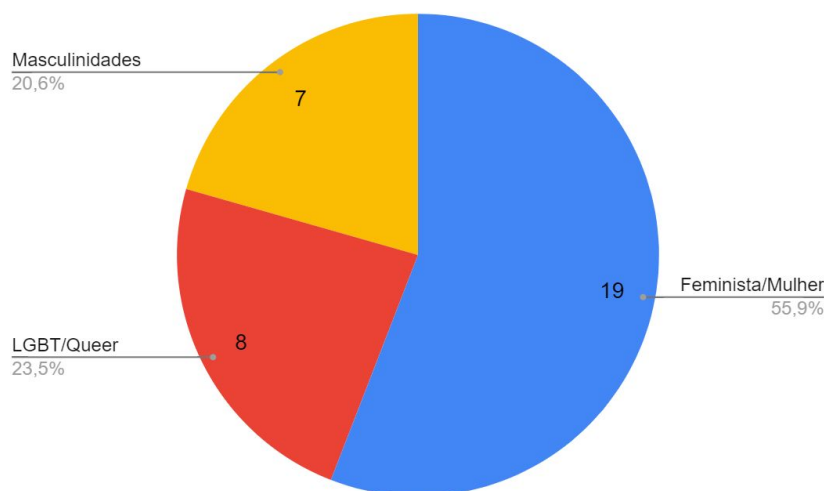


Elaboração da autora

Seguindo a classificação proposta por Tomazetti (2019), consideramos três vertentes teóricas dos Estudos de Gênero nas pesquisas em Comunicação para analisar as teses e

dissertações. São elas: Feministas e/ou sobre mulher, LGBT e/ou Queer e Masculinidades. A primeira é também a mais consolidada e frequente: 19 trabalhos vão para esta linha. Há 8 trabalhos no corpus que vão para a vertente LGBT e/ou Queer, e 7 abordam Masculinidades. Dois trabalhos abordam mais de uma vertente, sendo que um deles aborda as Feminista e Masculinidades, e o outro as Feminista e Queer. Esse resultado corrobora com os de Tomazetti, em sua pesquisa sobre as teses e dissertações publicadas entre 1972 e 2015. Apesar da diferença de cobertura da análise, é possível identificar certa manutenção desse padrão nas pesquisas.

Figura IV - Vertentes de gênero



Elaboração da autora

Após analisarmos estes dados, podemos realizar algumas conclusões. É isto que farei a seguir.

Considerações Finais

Retomando os objetivos aos quais me propus a cumprir, este trabalho deu conta de alguns deles. O principal, entender quais são os objetos empíricos mobilizados nas pesquisas em Comunicação que dialogam com as questões de gênero, e os seguintes específicos: identificar nos trabalhos presentes nos Programas de Pós-Graduação pesquisados quais abordam questões de gênero e mapear onde as questões de gênero se localizam nos trabalhos encontrados, se estão na metodologia, na problemática, nos objetivos gerais e específicos ou

nos dispositivos teóricos. Também iniciei a discussão sobre a contribuição das problemáticas de gênero para os trabalhos de Comunicação, mas para que esse debate prossiga, ainda é preciso avançar, analisando quais os métodos e autores são mobilizados nos trabalhos, passo para uma próxima oportunidade.

A partir desses primeiros dados coletados e analisados, logo concluímos que, para a relevância social do estudo sobre gênero na Comunicação, ter apenas 32 trabalhos em nosso corpus, o que equivale a 3,8% do total de teses e dissertações produzidas no período entre 2013 e 2018 na Região Sul, revela que ainda há muito a pesquisar⁷.

Ao analisar os resultados parciais, vemos um protagonismo dos objetos empíricos como esfera em que as questões de gênero estão mais presentes, mas observa-se uma abordagem transversal, que perpassa todo o desenvolvimento da pesquisa. Isso revela que a perspectiva de gênero tem sido apropriada com alguma densidade na Comunicação, não apenas de modo pontual. Essa escolha pode estar relacionada à natureza complexa das relações de gênero que, assim como na sociedade, não conseguem se descolar do todo. Dessa forma, torna-se difícil estudar sobre gênero na Comunicação apenas em uma esfera do trabalho, visto que essa relação é constitutiva do próprio olhar que se tem para o objeto e atravessa desde a construção teórica até a metodologia.

Há também um grande destaque para as Redes Sociais como gênero midiático que mais apareceu, com larga vantagem para os outros. Elas também aparecem muito como componentes dos objetos empíricos. Devido à novidade que ainda representa, podemos entender a curiosidade dos pesquisadores sobre elas. Ainda sobre os objetos empíricos, as pesquisas em Comunicação que abordam as questões de gênero majoritariamente o fazem a partir do viés do sujeito.

Tendo em vista a pluralidade de abordagens possíveis, a importância social e política do tema e retomando o objeto da Comunicação enquanto um olhar especificamente comunicacional (FRANÇA, 2001), concluo que o nosso campo ainda tem muitas possibilidades para avançar no diálogo com os Estudos de Gênero. Pensar nas posições que ocupam as pessoas que fogem do padrão hegemônico do homem cisgênero tanto no campo acadêmico da Comunicação quanto na mídia, por exemplo, seria uma delas. Longe de querer

⁷ Faz-se necessário pontuar que o estudo verifica que, entre as teses e dissertações dos PPGs da região Sul, de 2013 a 2016, somente 3,8% articularam a comunicação com os estudos de gênero. Entretanto, não está no escopo do presente artigo abordar os motivos da escolha ou da não-escolha pelos estudos de gênero nesses PPGs. Esta ampliação fica, porém, como horizonte para futuros projetos de pesquisa, assim como dimensionar a quantidade de orientadores ou grupos de pesquisa desses cursos de pós-graduação especialistas no tema.

esgotar as inúmeras possibilidades, explorar as desigualdades nas dimensões do trabalho e a interseccionalidade entre gênero, raça e classe seria também outra forma de aproximar o debate à realidade, tão permeada por relações de poder que se misturam e que se refletem no campo comunicacional.

Referências Bibliográficas

BATISTA, J. O. MOCROSKY, L. F.; MONDINI, F. **Sujeito e objeto na produção do conhecimento científico**. ACTIO, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 44-59, out./dez. 2017.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da comunicação**. *Verso e reverso*, 2011, 25.58: 62-77.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2ed. São Paulo: Atlas, 1985.

FRANÇA, Vera Veiga. **O objeto da comunicação/A comunicação como objeto**. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, p. 39-60, 2001.

MALCHER, Maria Ataíde, LOPES, Suzana Cunha, MIRANDA, Fernanda Chocron. **Notas amazônicas sobre o estudo de Teorias da Comunicação**. In: Teorias da comunicação: processos, desafios e limites / Luís Mauro Sá Martino, Angela Cristina Salgueiro Marques (Organizadores). – São Paulo: Plêiade, 2015, p.23-46. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2016/05/livro1-online.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2020.

MARTINO, Luis Mauro Sa; MARQUES, Angela Cristina Salgueiro. **A afetividade do conhecimento na epistemologia**. *MATRIZES*, 2018, 12.2: 217-234.

OROZCO, Guillermo; GONZÁLEZ, Rodrigo. Una coartada metodológica. **Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias, México: Tintable**, 2011.

SCOTT, Joan Wallach. **Gênero e história**. México: Fondo de cultura económica, 2008.

TOMAZETTI, Tainan Pauli. **Genealogias dissidentes: os estudos de gênero nas teses e dissertações em Comunicação do Brasil (1972-2015)**. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

WORLD ECONOMIC FORUM. Committed to Improving the State of the World. **Global Gender Gap Report 2020**. Geneva, c2019. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf Acesso em: 28 set. 2020.