
Marias Invisíveis: Mulheres em Profissões Culturalmente Masculinas Visibilizadas Através do Portal Multiplataforma “Desconstruindo Marias”¹

Maiane dos Santos PEREIRA²

Maria Isabel Magnavita RIOS³

Sara Silva dos SANTOS⁴

Daniela Costa RIBEIRO⁵

Faculdade Anísio Teixeira, Feira de Santana, BA

Resumo

O portal multiplataforma “Desconstruindo Marias” surgiu em 2018, a partir do Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo, com o objetivo de visibilizar a ocupação de mulheres em espaços culturalmente masculinos através do papel social/público do jornalismo. Apesar de sermos uma sociedade contemporânea, a desigualdade de gênero e os preconceitos relacionados às mulheres ainda são recorrentes e precisarão de anos para serem desconstruídos. Utilizar o jornalismo e as ferramentas de comunicação como um agente transfigurador e construtor de realidades é o objetivo do artigo. O portal, com identidade visual na paleta de cores preto e branco, contém um ebook com fotos e perfis, blog com podcasts e vídeos, Instagram para a divulgação e difusão das produções fotográficas e de vídeos, e canal no YouTube. O portal está disponível no link: <https://desconstruirmarias.wixsite.com/portal>.

Palavras-chave: Jornalismo Social; Mulheres; Multiplataforma; Igualdade de Gênero; Desconstruindo Marias

1. Introdução

O presente artigo tem o intuito de explanar sobre a ocupação de mulheres em espaços ou profissões culturalmente masculinas, através do canal multiplataforma “Desconstruindo Marias”. O portal é constituído de um Instagram, ebook com fotos e perfis de mulheres, YouTube e blog (focados respectivamente em podcasts e vídeos curtos).

¹ Trabalho apresentado na DT 05– Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Graduada no Curso de Comunicação Social - Jornalismo da FAT-BA, e-mail: maianepereira57@gmail.com

³ Graduada no Curso de Comunicação Social - Jornalismo da FAT-BA, e-mail: belrios88@gmail.com

⁴ Graduada no Curso de Comunicação Social - Jornalismo da FAT-BA, e-mail: contatosarass@gmail.com

⁵ Docente e Pesquisadora no curso de Jornalismo da Faculdade Anísio Teixeira-BA, e-mail: danielacontato@gmail.com

A história e vivência dessas mulheres apresenta o empoderamento através de suas ações e conquistas, mostrando que, mesmo em 2018, como apontam dados e pesquisas, ainda são exceções nos lugares que ocupam e que, ainda, precisam batalhar mais que um homem para conseguir adentrar nesses espaços. É o que aponta o estudo feito em 2018 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT)⁶, no qual a taxa global de participação das mulheres com mais de 15 anos no mercado de trabalho em 2018 ficou em 48,5%, enquanto a do homem a taxa ficou em 75%.

O objetivo do artigo, a partir da construção de um portal multiplataforma, é contribuir para a quebra de determinados estereótipos sociais através de um jornalismo engajado e contemporâneo, retratando essas histórias através das plataformas digitais que interagem diretamente com a sociedade atual, promovendo, assim, debates e a disseminação do assunto. O autor João Canavilhas explica essa fase do jornalismo:

Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso de uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura. (CANAVILHAS, 2006, p.2).

O artigo se atenta a uma abordagem que represente de forma mais próxima a realidade da mulher, mostrando questões cotidianas que possuem um significado maior do que ocupar um ambiente. Sendo assim representatividade para que outras mulheres cheguem até aquele lugar.

O grupo, formado por três mulheres, sentiu a necessidade de pautar essa representatividade e também ter a possibilidade, de alguma forma, de transformar a realidade ainda machista que permeia a sociedade brasileira, impactando mulheres em todas as fases de suas vidas através das plataformas digitais. O tema foi escolhido por se relacionar diretamente com a questão imagética que permeia as primeiras impressões quando essas profissões/locais “socialmente” e culturalmente masculinos são citados, causando estranhamento quando são associados a afazeres realizados por mulheres. Tendo em vista esse posicionamento, foi criado pelo grupo um meio disruptivo para retratar essas mulheres que são invisibilizadas, mas existem e persistem em ocupar seu espaço.

⁶ "OIT: participação das mulheres no mercado de trabalho ainda é" 7 Mar. 2018, <https://nacoesunidas.org/oit-participacao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho-ainda-e-menor-que-dos-homens/>. Acesso em 2 Mai. 2018.

Para explanar a temática o presente artigo está dividido de acordo com os seguintes capítulos: capítulo 2, com abordagem da ocupação das mulheres no mercado de trabalho, a relação delas com a sociedade permeada de preconceito decorrente e perpetuado a partir da construção social brasileira, e a ocupação feminina em espaços culturalmente masculinos. No capítulo 3, é abordado o portal multiplataforma “Desconstruindo Marias”, segmentado por tópicos que explanam os produtos, mídias e personagens envolvidos no processo de criação do portal. Dando continuidade, o desenvolvimento do capítulo 4 discute a importância do jornalismo multiplataforma nos novos fluxos comunicacionais, por meio das transformações provenientes da convergência digital. No capítulo 5, são tratados o viés social do jornalismo, as transformações sociais e a visibilidade feminina através da rede.

2. Mulheres invisibilizadas que insistem e persistem em ocupar seus espaços

Esse debate torna-se necessário para visibilizar as oportunidades profissionais equivalentes a homens e mulheres, e como é mais difícil para as trabalhadoras ocuparem determinados espaços. De acordo com dados estatísticos de uma empresa de classificação de empregos⁷, os homens ganham mais do que as mulheres em todos os cargos, sendo 62,5% o percentual que eles recebem a mais. A pesquisa foi realizada com 13.161 profissionais e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a mulher tem renda média de R\$ 1.762 contra R\$ 2.251 dos homens.

A mulher carrega uma visão relacionada a sua posição social atribuída desde a sua infância, ouvindo discursos de que nasceu para casar, cuidar do lar e dos filhos, ou estar em profissões associadas aos afazeres domésticos. Esse fato se dá pela herança cultural brasileira, do homem como provedor do lar e a entrada tardia das mulheres no mercado de trabalho formal.

Essa construção histórica, tida como “modelo tradicional”, acerca da posição social e profissional da mulher é abordada no artigo, que mostra também a mulher que se empodera, empodera as outras e transforma o seu espaço de atuação. Mulher esta que está presente em todos os ambientes, exercendo profissões que são restritas para a mesma, já

⁷ "Mulheres ganham menos do que os homens em todos os cargos, diz" 7 Mar. 2017, <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/mulheres-ganham-menos-do-que-os-homens-em-todos-os-cargos-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso 2 Mai. 2018.

que aos poucos ela foi “se inserindo e conquistando posições de maior poder e prestígio nos mais diversos setores profissionais” (TEYKAL e COUTINHO, 2007, p. 262).

Com o forte debate na sociedade sobre os direitos da mulher, principalmente decorridos dos movimentos feministas que impulsionaram as discussões através das ferramentas digitais (blogs, sites, redes sociais), o papel feminino reflete em uma grande referência social associada à sua capacidade de gerenciar as esferas pessoais, intelectuais e laborais. Este fato não exclui a dificuldade de ocupar determinados espaços, de continuar com as ações de combate à desigualdade de gênero e preconceitos sobre sua força produtiva e capacidade técnica e intelectual.

A discussão da temática é relevante em todos os setores sociais, desde a mídia à educação infantil para que se possa desconstruir conceitos arraigados na sociedade que só poderão ser modificados através de discussões em todos os níveis e canais que possam atingir a sociedade de forma geral.

Com objetivo de mostrar a força que a mulher possui e principalmente a quebra de estereótipos, propondo uma reflexão para as pessoas, as personagens são mulheres que representam a temática apresentada. São elas: mototaxista, motorista de ônibus, profissional da construção civil, mecânicas, jornalista esportiva, guarda municipal, lutadora de MMA, cientista, engenheira de produção, jornalista/radialista, microempreendedora e policial militar da Tropa de Choque da Bahia.

3. Portal Multiplataforma “Desconstruindo Marias”

Blog, Instagram, ebook, podcasts, vídeos. O nome “Desconstruindo Marias” foi escolhido para simbolizar o portal multiplataforma devido sua representatividade. Segundo o último censo demográfico do IBGE, em 2010, com mais de 11 milhões pessoas, Maria é o nome mais comum no Brasil. Seguindo o levantamento, o nome “Maria” traz em si muito mais que uma nomenclatura, carrega muitas gerações e milhões de realidades.

Partindo desse pressuposto o portal visibiliza não só as “Marias”, mas todas as mulheres do país, através de sua força e representatividade de suas realidades. Contudo, as diversas “Marias” dentro da proposta, não são quaisquer pessoas: elas estão contando suas histórias para que padrões e estereótipos construídos socialmente relacionados a imagem da mulher sejam ressignificados, por isso “Desconstruindo Marias”.

3.1 Blog

O blog “Desconstruindo Marias” <https://desconstruirmarias.wixsite.com/portal>, produzido no Wix, compactou todas as produções elaboradas pela equipe. Seguindo a identidade visual do projeto, o layout do blog tem como proposta a simplicidade e o minimalismo seguindo a paleta monocromática da escala de cinza (P&B).

O menu\editoria é dividido da seguinte forma: quem somos nós, Marias, galeria, ebook, contato. No item “quem somos nós” disponibilizamos de forma resumida o objetivo do portal. Na editoria “Marias” estão disponíveis dois vídeos e quatro podcasts das entrevistas com as personagens.

A “galeria” é uma extensão do Instagram, o usuário terá acesso ao feed da rede social no próprio site. O ebook com as fotos das personagens e seus respectivos perfis estão disponíveis para download. E para o leitor contribuir com a temática, dar opiniões ou deixar comentários, pode utilizar a aba “fale conosco”.



Figura 1. Layout do blog

3.2 Ebook

As personagens são essas Marias em busca de mudança, mostrando através de suas vidas que é possível derrubar (desconstruir) as barreiras do preconceito e construir, alicerçar, uma base para que a caminhada para a igualdade de direitos entre os gêneros

seja sólida e possível. Elas são retratadas através do fotojornalismo, de perfis e do preto e branco.

As cores preto e branco foram escolhidas por conta do contraste, evidenciando mais detalhes e expressividade. A composição também é um ponto-chave para a escolha do P&B, a escala monocromática de cinza traz à tona diferentes elementos e sensações, aliadas à diagramação, causam maior impacto ao leitor.

De acordo com MARQUES e LOUZEIRO (2016 *apud* NONÔ, 2017, p.22) “Fotografar sugere uma percepção analítica, delimitadora, reflexiva e seletiva, cujo podemos denominar de ‘olhar fotográfico’. Ter este olhar requer levar em conta (...) também o olhar do fotógrafo e suas peculiaridades perceptivas sujeitas a subjetividades.”.

O ebook, diagramado no Canvas e no Adobe Photoshop, está disponibilizado em formato digital correspondendo com a proposta da utilização das multiplataformas para uma melhor divulgação do trabalho, tornando-o também mais dinâmico. Os perfis foram produzidos a partir dos relatos das personagens acerca de uma conquista e/ou impedimento que ocorreu nas suas vidas.

O perfil foi escolhido por se tratar de um gênero jornalístico que tem como proposta dar enfoque na pessoa, seja ela pública ou não, a partir da sua própria história de vida. Permite que seja contado sobre a vida da personagem, mostrando o lugar onde ela vive, seus aspectos tanto culturais quanto de vivências, que pode ser artista ou pessoa comum, trazendo também relatos da sua vida sobre fatos importantes que marcaram sua história.

Procura evidenciar o lado humano de uma personalidade pública ou de uma personagem anônima que, por algum motivo, torna-se de interesse. (...) a pessoa geralmente representa, por suas características ou circunstâncias de vida, um determinado grupo social, passando como que a personificar a realidade do grupo em questão (LIMA, 2009, p.51-52).

O ebook tem como capa a foto de uma das personagens, uma mulher mecânica atuando na área. A parte interna é composta pelas oito personagens com seus respectivos perfis, frases das mesmas e três/quatro fotos de cada uma atuando no seu ambiente de trabalho. Possui também a ficha técnica e mais fotos das personagens, totalizando, assim, 37 páginas.



Figura 2. Capa Ebook

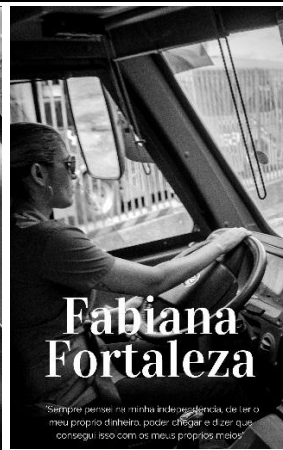


Figura 3. Layout Perfil



Figura 4. Layout Perfil

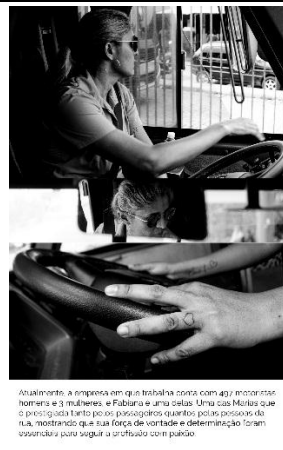


Figura 5. Layout Perfil

3.3 Personagens

Abaixo a descrição de cada personagem:

- Bárbara Carine Soares Pinheiro, Doutora em Química pela UFBA. Mulher negra e militante, nasceu e foi criada em uma comunidade de Salvador-BA. Acreditava que para ser cientista precisava ir para NASA, mas seu sonho não estava tão longe, por isso virou doutora na Bahia mesmo. Também idealizou a Escolinha Afro-Brasileira Maria Felipa.
- Virna Jandiroba, lutadora de MMA, natural de Serrinha-BA, atualmente mora em Feira de Santana e sonha em entrar para o UFC. Até o fechamento do Trabalho de Conclusão de Curso, em julho de 2018, 13 lutas e 13 vitórias. Conhecida como a ‘Carcará’.
- Hulda Barros, mototaxista, natural Bacabal-MA, atualmente vive em Feira de Santana-BA. Venceu um câncer. Foi a primeira mulher Presidente do Sindicato dos Mototaxistas de Feira.
- Iraci da Silva, pedreira, natural de Bodocó-PE, mora em Feira de Santana-BA, fez um curso técnico de construção civil em São Paulo. Construiu sua casa com as próprias mãos.
- Renata Cristina Lima, Guarda Municipal, nasceu em Bom Jesus da Lapa-BA, reside em Feira de Santana-BA, foi a primeira corregedora/inspetora mulher da Guarda Municipal de Feira de Santana. É formada em pedagogia e atualmente cursa direito. Não tem medo de nada, encara qualquer desafio de cabeça erguida.

- Maria Fabiana Fortaleza, motorista de ônibus, nasceu no Ceará, veio para Feira de Santana-BA com a família ainda criança e pensava em ser Policial Militar. Mas o destino lhe reservou outros planos. Acorda às 4h da manhã, todos os dias, para dirigir o ônibus da linha Papagaio. Seu maior orgulho é ver o filho falando de boca cheia que a mãe é motorista.
- Mariana Aragão, jornalista e apresentadora do Globo Esporte-BA, natural de Vitória da Conquista-BA. Atualmente mora em Salvador-BA. Já ouviu que era bonita demais para ser tão inteligente e quem dirá jornalista esportiva. É através da sua profissão que ela quer mostrar que mulheres jovens chegam em qualquer lugar através da competência, independente da idade.
- Família Pacheco, constituída por Ernebi (mãe), Any e Geisy (filhas), comandam a oficina “Troca de óleos da menina” em Feira de Santana-BA. A profissão que foi passada de geração a geração serve de inspiração para muitas mulheres, mostrando que trocar pneu, se sujar de graxa também é coisa de mulher. Any foi a única mulher a permanecer e se formar na sua turma do curso técnico de Mecânica.

3.4 Fotografia e vídeo

As imagens do portal multiplataforma foram produzidas com o intuito de representar a realidade das personagens e/ou evidenciar particularidades em minuciosidades das mulheres. Foram utilizados grande plano, plano médio, plano americano, close-up e plano detalhe.

Uma história sem imagens torna-se um campo aberto para o imaginário. Dentro do jornalismo um de seus objetivos é aproximar o público leitor da realidade, através da noticiabilidade de fatos. Neste contexto, o fotojornalismo apresenta-se como a forma mais próxima da personificação do real. As imagens fazem com que o público visualize a cena referida na notícia e possa visualizar e interpretar a situação. Funciona como complemento do texto ou como a informação em si. Atua como um registro documental.

A fotografia é um meio técnico para se registrarem as imagens, que pode ser lidas e interpretadas pela audiência como uma forma de evocar a realidade. Neste sentido, temos de considerar que o espectador da imagem poderá facilmente reconhecer e relembrar experiências vividas e assim, reinterpretar e ressignificar a imagem. (MIRANDA, 2015, p. 63)

As configurações manuais da câmera foram essenciais para a adequação das imagens nos locais de gravação e entrevista. O preto e branco evidencia o contraste, expressividade e minimalismo. Através do P&B as histórias contadas são evidenciadas, a fotografia torna-se complemento do texto e de todo o projeto que vislumbra a simplicidade.

Vários fatores contribuem para a leitura das informações contidas em uma imagem, como repertório do interpretante e questões culturais. A fotografia atua como um signo, como tal, representa parcialmente algum objeto. Apesar de capturar o momento, jamais poderá totalizar o objeto que retrata. Condições que são analisadas através da semiótica pierciana. Para a edição das fotos foi utilizado o programa Adobe Photoshop Lightroom, enquanto para os vídeos utilizamos o editor Filmora.

3.5 Podcast

O gênero foi escolhido para ser mais um aliado na disseminação de informações, histórias e conteúdo relativos a temática abordada. O podcast traz à tona a nova forma de consumir conteúdo, o ouvinte escolher o que quer ouvir, quando e onde quiser. As tecnologias digitais possibilitam aliar diversos recursos e mídias em um só lugar. Para facilitar o acesso ao ouvinte, os podcasts estão disponíveis no canal do Youtube e no blog do Desconstruindo Marias.

Foram entrevistadas uma engenheira de produção, uma jornalista/radialista, uma microempresendedora e uma policial militar da Tropa de Choque da Bahia. O modelo utilizado para o formato foi um bate-papo com perguntas direcionadas acerca das atuações das entrevistadas nos espaços que estão inseridas.

3.6 Instagram

Rede social de fotografia e foi criada como uma galeria para os usuários. A disposição das imagens no feed, como uma galeria de fotos de celular, editor de imagens e a simplicidade de usabilidade do aplicativo, fizeram a rede social ter no mundo, em 2017, 800 milhões de usuários ativos por mês e 500 milhões de usuários ativos por dia.

Segundo o jornal Folha de São Paulo⁸, no Brasil o Instagram possui 50 milhões de usuários mensais, em ranking mundial está na segunda posição. Com base nestes dados e na questão imagética do nosso produto, pautado no fotojornalismo, foi escolhido o aplicativo para divulgar e criar uma rede de fortalecimento da nossa temática.

Além da galeria, o Instagram possui o recurso ‘stories’, permitindo a postagem de vídeos curtos de até 15 segundos e fotos, que ficam disponíveis para os seguidores durante 24 horas, com possibilidade de fixar as publicações nos destaques. O recurso foi e é explorado para a divulgação de bastidores, novidades, enquetes, ajuda e qualquer conteúdo referente à produção do projeto.

Por fim, o Instagram foi escolhido por ser uma rede social voltada, e com recursos, para a fotografia e que pode construir esteticamente uma identidade visual que representa nossa temática. O grande fluxo de usuários ativos permite chegar a um público segmentado, e também a outros, que não seriam possíveis em outras redes. As fotografias das mulheres são o destaque da rede e através dos seguidores do Instagram é possível direcioná-los ao site e livro.

4. Jornalismo multiplataforma

Desde o meio impresso até a utilização da internet, a produção, propagação e consumo da informação vêm ressignificando o processo jornalístico que se atualiza para cumprir o seu papel primordial, o de informar. E a partir dos avanços tecnológicos uma nova roupagem foi dada a essa área, as diferentes práticas profissionais e a forma de interação com o público, mostraram como a convergência tecnológica transformou esse novo ambiente de comunicação conhecido como jornalismo multiplataforma.

De acordo com SALAVERRÍA (2005, p. 37 *apud* BELOCHIO, 2012, p. 17), o jornalismo multiplataforma envolve a articulação de “diversos meios de comunicação para as coberturas informativas”. O fazer jornalístico, atualmente, adapta sua forma de produção para cada tipo específico de plataforma, canal. Diferindo seu conteúdo de acordo com o meio, tendo a possibilidade de abordar o mesmo através de áudio, vídeo, texto, redes sociais e afins.

⁸ “Com 50 milhões de usuários, Brasil é segundo no ranking do Instagram” 28 Out. 2017, <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1931057-com-50-milhoes-de-usuarios-brasil-e-segundo-no-ranking-do-instagram.shtml>. Acesso 2 Mai. 2018

O fluxo de produção multiplataforma, possibilitou essa produção imediata das informações e, conseqüentemente, o consumo das mesmas na sociedade da informação. De acordo com SANTOS (2016), a difusão de informações na era digital é um processo feito entre jornalista e sociedade:

A partir do surgimento das mídias sociais, as novas práticas jornalísticas envolvem não somente mudanças na atividade diária profissional, mas especialmente no conteúdo produzido pelo jornalista, isto é, na notícia. Se antes era construída com base em informações colhidas pelo profissional e disposta de acordo com aspectos individuais, hoje, a coletividade e participação do interagente interferem bastante no produto final do jornalista (2016, p.7).

Neste contexto, os elementos emissor - mensagem - receptor convergem e deixam de ser a fórmula para a comunicação em massa, dando lugar à um espaço mais conectado e interativo, no qual o público deixa de apenas receber a notícia para participar ativamente. E é nesse contexto de conectividade virtual que também torna-se possível a realização de um trabalho mais humanizado, com participação ativa do público na construção de um jornalismo mais voltado para a comunidade.

[...] a interatividade, recurso disponível no webjornalismo, é vista como uma oportunidade para estimular a participação do público na notícia e ainda pode angariar a fidelidade a determinados meios de comunicação, além de estreitar os laços entre jornal e leitor (SANTOS, 2016, p. 9).

A dinâmica propiciada pelas transformações na forma de comunicar permitiu ao jornalismo, antes limitado a um meio de comunicação, interpor-se ao mesmo tempo em várias plataformas. Essa ação desmonta o esquema da comunicação de massa em comunicar, de acordo com os grandes conglomerados, poucos - muitos para muitos - muitos. O espaço, antes restrito, após a utilização das tecnologias digitais de comunicação, torna-se ilimitado, ultrapassando fronteiras, ligando jornalista e público com apenas um clique, no chamado ciberespaço.

Esse dinamismo multiplataforma permite que o veículo produza e divulgue conteúdos diversos e de qualidade em inúmeros lugares. Vídeo, áudio, impresso e internet, interligam-se e diferem suas mídias na produtividade de um só portal, permitindo a versatilidade que a sociedade contemporânea vive.

Onfre (2015) ressalta que o jornalista deve se atentar as possibilidades oferecidas por essas novas ferramentas de comunicação, como a utilização da internet como fontes, as mídias sociais como pauta, o baixo custo na divulgação das informações (diferente do meio tradicional), leitores engajados, entre outras possibilidades. As mídias sociais

também complementam esse meio como essenciais para um público cada vez mais conectado. O jornalismo e sua constante atualização precisou adaptar-se a essa circunstância exigida pela convergência digital. Não se produz mais só para TV, Impresso e Rádio, quem está fora da internet perde um público que está dentro de tudo.

5. Jornalismo, transformações sociais e a visibilidade feminina na rede

O jornalismo traz em si a função de informar a sociedade através de notícias que são difundidas nos diversos meios de comunicação. Integrando mídia e sociedade em uma esfera cíclica de trocas. A produção dessas informações é permeada de critérios que mecanizam, muitas vezes, a atuação do jornalista e o compromisso com a veracidade e humanização dos fatos.

Com o aumento contínuo da dinâmica ao acesso às informações, que foi acelerado através tecnologias digitais, a indústria comunicacional visa cada vez mais a quantidade do que a qualidade. Noticiar algo torna-se cada vez mais um produto. Neste contexto, a lucratividade comercial vira prioridade em diversos veículos de comunicação, deixando de lado o papel público jornalístico.

A atuação na construção das diversas realidades que permeiam a sociedade, configura a função da mídia como um quarto poder, portanto sua responsabilidade intensifica-se no que se refere ao comprometimento com o que é produzido e veiculado pelas empresas e profissionais.

De acordo com LOBO (2013), o jornalista não se restringe apenas a função de passar a informação, ele também tem o papel de auxiliar o receptor na análise do que é transmitido para eles.

Penso que o papel do jornalista, na sociedade do consumo, é interpretar e traduzir informações. Não cabe a ele apenas informar. Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. É aí que reside a grandeza de um texto e só então pareceria correto atribuir ao jornalismo o papel de auxiliar na difusão do conhecimento.

Para garantir que essa mecanização não seja contínua e rotineira na difusão das informações, o profissional precisa estar inserido na realidade que relata ou, ao menos, tentar colocar-se no lugar e contexto no qual descreve, trazendo mais proximidade daquele fato para o seu público. Dessa forma, o jornalista deixa de lado a frieza da produção e traz à tona o viés primordial desse tipo de comunicação - o social.

Mesmo imerso em meio aos elementos discutidos em teorias - como rotina e linha editorial, deadline, gatekeeper, noticiabilidade, valor notícia, instantaneidade, agendamento, entres outros - que podem ser analisadas no livro 'Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são', de Nelson Traquina (2005), o jornalista pode mudar essa conjuntura estrutural através de sua visão de mundo. A frieza da noticiabilidade ficará em segundo plano deixando a sutileza dos detalhes desconstruir a fórmula pronta da produção. O profissional será um efetivo porta voz que atua em conjunto com os produtores dos fatos.

Visibilizar, principalmente minorias, através dessas atitudes de transformação da forma de divulgar informação, eleva à comunicação a um patamar interpretativo e reflexivo sobre as representações e acontecimentos relatados. Dessa maneira, o jornalista e jornalismo aprofundam debates que são negligenciados ou deixados de lado por causa da lógica comercial.

Essa visão transfiguradora interliga profissional, meio e sociedade a construção da comunicação de forma ética e, redundantemente, humana. Segundo ensaio de ALVES (1997 *apud* VICCHIATTI, 2005, p.29-30) essa contextualização deve ser debatida para que haja mudanças efetivas no jornalismo.

Até que ponto o trabalho que desempenhamos como comunicadores - lembrem, a comunicação é social - tem servido de olhos, ouvidos e voz para fazer com que os cidadãos reflitam a ponto de almejar uma mudança real e definitiva para as futuras gerações. De novo vale perguntar qual o nosso papel nesse contexto. (...) nosso papel é de despertar consciências, motivar atitudes positivas, evitando a superficialidade e a omissão perniciosa, que só fazem aumentar as diferenças sociais. (...) uma boa dose de autocrítica e a certeza de que também somos seres falíveis podem nos tornar profissionais mais conscientes do nosso papel em plena era da informação. (...) o enfoque, podem, deve ser o cidadão e a sua necessidade de viver dignamente e com liberdade.

E como forma de ligar sociedade e informação, as redes influenciaram em uma nova percepção do fluxo comunicacional, no qual o local de fala antes era apenas das grandes mídias e agora é alterado para uma troca, iniciando uma Era onde o contra agendamento pulsa. Nesse caso específico, os movimentos sociais e de militância femininos, encontraram nas redes sociais e na internet uma forma de poder falar, se posicionar. Dessa forma, os meios tradicionais que mascaravam as necessidades e mudanças que a sociedade vive, pautando apenas o que convém para sua linha editorial, é obrigado a retratar essas pessoas, pois elas não dependem mais desse meio para expor sua luta.

Seja em palavras que são utilizadas casualmente, mas tem conotações machistas/preconceituosas, ao retrato estereotipado da mulher ideal nas propagandas, ligado à fragilidade e delicadeza, onde lugar de mulher é em casa. Todas essas faces estão sendo desconstruídas através da visibilidade de mulheres de verdade, da realidade, que fogem do padrão construído e idealizado por causa de uma conjectura social preconceituosa, machista e patriarcal. Marcas, empresas, a grande mídia, figuras públicas, enfim, todos vivem em um mar de mudanças. O posicionamento te diz quem é e quem não quer perder público, se adapta ou acaba no esquecimento. Quem não tinha voz, agora tem inúmeros portais de comunicação para expor seus pontos de vista.

Nesse sentido, o jornalismo se mostra essencial para retratar essas mulheres e suas façanhas, tal qual como são. Ainda há um grande percurso para se caminhar, mas a possibilidade de alinhar as transformações das gerações que querem ser vistas e não se calam, ecoam em todos os setores da sociedade, acordando assim, também, o sentido principal do jornalismo, que é seu compromisso público e a representação da realidade.

Considerações finais

O intuito deste artigo foi apresentar o produto multiplataforma (livro digital, blog, Instagram e YouTube) “Desconstruindo Marias” e problematizar a imagem estereotipada da mulher na sociedade contemporânea, mesmo em um cenário de constantes transformações sociais e desenvolvimento tecnológico. Para tanto, buscou-se responder a pergunta “Por que a mulher ainda é estereotipada em pleno século XXI?”, a fim de identificar quais os elementos sociais que interferem na propagação desse olhar limitado e limitante.

Analisando o tema, tomando como referência as pesquisas bibliográficas para um melhor aprofundamento, foi identificado que são necessárias discussões sobre o papel da mulher na sociedade. Já que ela vivencia, desde a infância, preconceitos que são resquícios de uma construção histórica no qual a sociedade patriarcal consolidou estereótipos que perduram até a atualidade.

O artigo produzido foi essencial para a reafirmação do grupo em relação a luta por direitos e a possibilidade de estar em espaços que no decorrer da história foram culturalmente masculinos, contribuindo, portanto, para uma sociedade menos desigual e a favor do direito das mulheres. Visibilizar as mulheres que estão ocupando esses espaços, como também atuar como o jornalismo contemporâneo que utiliza das redes sociais para

difundir e divulgar informações sendo ferramenta para a sociedade, pautando, assim, o lado social.

Referências bibliográficas

BELOCHIO, Vivian. **Convergência com meios digitais em Zero Hora multiplataforma: a ampliação dos contratos de comunicação a partir da variação dos dispositivos jornalísticos**. 2013. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/sipecom1.pdf>. Acesso em: 7 maio 2018.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 15 de abril de 2019.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura** - 4ª ed. - Barueri, SP: Manole, 2009.

LOBO, Tiago. **Sobre o papel social do jornalismo**. 2013. Disponível em:<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/>. Acesso em: 21 abril 2018.

MIRANDA, Adriano. **Estratégias do olhar fotográfico: teoria e prática da linguagem visual**. – São Paulo: Paulus, 2015. – (Coleção cadernos de comunicação).

NONÔ, Bernardo. **Livro fotográfico “Skateboard em Brasília”**. Brasília. 2017. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/11413/1/21376071.pdf>>. Acesso em: 02 abril 2018.

SANTOS, Anny. **O jornalista em tempo de mídias sociais**. 2016. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/nordeste/4o-encontro-2016/gt-3-historia-da-midia-digital/o-jornalista-em-tempos-de-midias-sociais/view>> Acesso em: 5 maio 2018.

TEYKAL, Carolina Macedo. COUTINHO, Maria Lúcia Rocha. **O homem atual e a inserção da mulher no mercado de trabalho**. Porto Alegre. 2007. 262-268 p. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0B47amZRkVN-RRkhPTERoZU5SRU0/view>>. Acesso em: 21 novembro 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005, 224p.

VICCHIATTI, Carlos Alberto. **Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social**. São Paulo: Paulus. 2005.