



O PERFIL DAS VOZES NOS ESPAÇOS DE OPINIÃO DAS REVISTAS SEMANAIS BRASILEIRAS

Mara Rovida Martini ¹

Ana Beatriz Felício ²

RESUMO: A pesquisa “O perfil das vozes nos espaços de opinião das revistas semanais brasileiras” teve por objetivo identificar o perfil dos autores dos textos de opinião das principais revistas semanais brasileiras – IstoÉ, Veja, Época e Carta Capital. A partir do entendimento de que os espaços de opinião do jornalismo contemporâneo são considerados centrais por interferirem diretamente na formação da opinião pública, compreende-se que os autores desses textos são imbuídos de reconhecimento e respeito públicos. Foram analisadas 48 edições, sendo 12 de cada revista, publicadas ao longo de 2016. Como objetivo secundário, buscou-se verificar a participação feminina e negra nesses espaços de opinião. Os materiais foram selecionados com base na categorização de jornalismo opinativo apresentada por José Marques de Melo (2003) e os dados dos autores dos textos foram levantados para identificação do perfil dessas vozes.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo Opinativo. Análise de Conteúdo. Revistas de Informação.*

ABSTRACT: The research ‘The profile of voices in the spaces of opinion in Brazilian weekly magazines’ had as objective to identify the profile of opinion texts authors in the fourth more important Brazilian weekly magazines – IstoÉ, Veja, Época e Carta Capital. As the opinion spaces in journalism are considered important because they influenced directly in public opinion, we know that who sign a text in those spaces are respected. In this study, 48 magazines editions, 12 of each one, published in 2016 are analyzed. As a secondary objective we tried to verify the women and black people presences in those spaces. The corpus was formed based on José Marques de Melo (2003) classification of opinion journalism and the identities element of all authors were investigate to form those voices profile.

KEYWORDS: *Opinion Journalism. Content Analysis. Information Magazines.*

¹ Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, mestre em Comunicação Social pela Faculdade Cásper Libero, docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

² Graduanda do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco e integrante do núcleo de Iniciação Científica da mesma instituição em 2017

Introdução

O presente artigo apresenta os principais resultados de pesquisa realizada no núcleo de Iniciação Científica das Faculdades Integradas Rio Branco, ao longo de 2017. O estudo desenvolvido teve por objetivo traçar um perfil dos articulistas das quatro principais revistas semanais de informação do Brasil – IstoÉ, Veja, Época e Carta Capital. A partir da identificação desse perfil, seria possível compreender como os espaços de opinião nesses veículos de comunicação são ocupados e, de certa forma, de que maneira eles representam as dinâmicas da sociedade contemporânea.

Desde a divisão dos espaços do jornalismo entre informação e opinião (TRAQUINA, 2005), sedimentou-se a ideia de que o articulista, isto é, aquele que opina é uma figura de destaque, alguém que tem realmente algo a contribuir com a reflexão ou o debate público (MELO, 2003) e, por isso, tem autorização de expressar-se com maior liberdade. O articulista pode assinar um espaço fixo ou escrever esporadicamente, pode ser um jornalista de carreira ou um especialista, pode fazer parte ou não de um grupo requisitado a opinar com frequência (MELO, 2003), seja como for esse autor é imbuído de capital simbólico (BOURDIEU, 1997). Em outras palavras, os espaços de opinião e seus autores são considerados com certo destaque no meio jornalístico – tanto por produtores de comunicação como pelo público. Por isso, entende-se ser possível compreender um pouco da dinâmica dos veículos de comunicação jornalísticos no que diz respeito à representatividade social dos vários grupos de interesse nessas produções a partir da identificação do perfil dos articulistas.

Para dar conta desse objetivo, foram feitas algumas escolhas metodológicas com o intuito de criar um universo representativo dessas produções. O corpus da pesquisa foi formado a partir dos exemplares das primeiras edições de cada mês do ano de 2016 das quatro revistas citadas, o que resultou em um montante de 48 edições. A seleção dos textos das edições analisadas foi feita com base nas categorias do jornalismo opinativo apresentadas por Luiz Beltrão (1980) e José Marques de Melo (2003).

De forma secundária, o estudo também teve por objetivo verificar a participação feminina e negra nesses espaços de opinião. O questionamento que se fez em relação à

participação feminina teve por base o fato de as mulheres serem maioria no mercado de trabalho do jornalismo desde meados da década de 2000, segundo dados do Ministério do Trabalho – em 2006, elas já eram 52% dos profissionais registrados. Além disso, a questão racial ou de cor de pele também pareceu pertinente neste debate. O encaminhamento desse aspecto da reflexão foi feito com base nos estudos de branquitude e racismo no ambiente corporativo de Maria Aparecida Bento (2005).

A pesquisa – corpus e metodologia

A seleção das edições e posteriormente dos textos que iriam figurar como parte do corpus deste estudo seguiu alguns critérios. Seria impossível analisar todas as edições de um ano das quatro revistas por conta dos prazos determinados pelo regimento da instituição onde o estudo foi realizado, assim definiu-se um critério de seleção que resultasse num universo pesquisável. Para evitar interferências de sazonalidade, optou-se por manter a representatividade de todos os meses do ano, assim as edições da primeira semana de cada mês de 2016 foram escolhidas. A fonte para acesso ao material das publicações foi o acervo da biblioteca das Faculdades Integradas Rio Branco o que impôs alguns ajustes nessa etapa da seleção de materiais. Observou-se algumas lacunas no acervo, assim quando a edição da primeira semana de alguma revista não estava disponível, utilizou-se a edição seguinte, cuidando para manter a representatividade do mês. Esse procedimento resultou em 48 edições de *Veja*, de *Carta Capital*, de *Época* e de *IstoÉ* ou 12 edições de cada uma das revistas.

A partir dos exemplares selecionados, foram identificados os textos opinativos publicados. Na classificação de José Marques de Melo (2003), apenas o editorial é considerado um texto sem autor, sem assinatura por representar a opinião do veículo e não de uma pessoa específica. Por isso, os editoriais não foram contabilizados.

Com base nas demais possibilidades de classificação do jornalismo opinativo de Melo (2003) e Beltrão (1980), os textos foram selecionados e categorizados. Num segundo momento, foi feito um esforço de identificação dos autores para preencher algumas características que ajudassem a definir seu perfil. Mas nem todos os espaços de

opinião trazem informações suficientes para preencher os detalhes procurados na pesquisa, por isso algumas medidas foram criadas para nortear esse levantamento:

- Quando não havia indicações na própria revista sobre idade, cor da pele e profissão de formação de cada autor dos textos opinativos, foi feita uma pesquisa externa. Alguns, mais famosos, possuem biografias ou páginas com maior visibilidade nas redes sociais, com todas as informações necessárias. Todavia, o acesso a esse tipo de informação da maior parte desses autores não foi encontrada facilmente. Em alguns casos, a idade, por exemplo, foi estimada pelas fotos da pessoa e pela data de formação ou quantidade de tempo que exerce a profissão (quando havia essa informação). Todas as estimativas estão indicadas nas planilhas e quando não foi encontrado nenhum tipo de dado para que a estimativa pudesse ser feita, seja foto, texto ou rede social, adicionou-se na planilha a sigla N/A (not available).
- Quando uma coluna da revista possui mais de um colaborador – o que é bastante comum –, considerou-se só o responsável pelo espaço, ou seja, aquele que a assina como autor principal. A exceção desse tópico foram as colunas “Semana”, da revista IstoÉ, e “Doze Horas”, da Época. A primeira delas tanto é assinada por Antônio Carlos Prado, como por Eliane Ortiz e nenhum dos dois se apresenta como responsável pelo espaço. O mesmo acontece com Nina Finco e Ruan de Sousa em “Doze Horas”. Assim, nesses casos, considerou-se ambos autores.
- A coluna “Bravo”, da Carta Capital, possui muitos autores e alguns textos não são assinados. Por não ter também alguém que se apresente como responsável pelo espaço, considerou-se para registro apenas quem assina o texto mais relevante da coluna.
- Também na Carta Capital, a coluna “A Semana” não foi contabilizada por não ter ninguém que a assine. A partir do mês de abril a coluna passou a ser assinada, mas mesmo assim não foi contabilizada para evitar imprecisões nos resultados.
- Ainda na Carta Capital, a “Plural” foi considerada como uma coluna, mesmo que a cada edição um autor a assine. A “Roda dos Ventos” também foi considera

como coluna. A “IQ/ Saúde” e “QI/Cariocas”, mesmo com alternância de autores, foi considerada para registro como coluna.

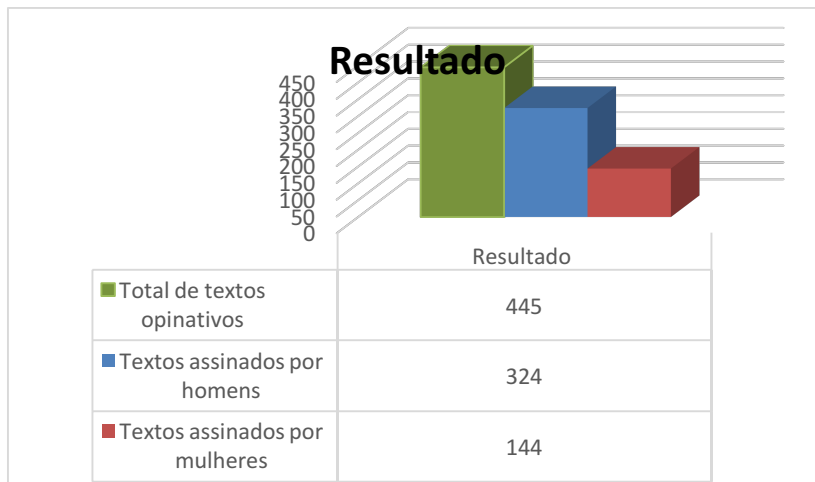
- Sobre as editorias, considerou-se como "artes" todos os textos que abordam assuntos de cinema, literatura, novela ou exposições artísticas e “cotidiano” aqueles com maior variação temática que abarcam inclusive os principais fatos da semana. Definiu-se assim para facilitar a tabulação de dados.
- Já na coluna “Seu Bolso”, da IstoÉ, os autores não são fixos e se revezam. Foi considerado o nome de quem a assina em cada edição. Além disso, a sessão dá dicas aos consumidores, mas foi considerada como “economia” no tópico “área”.
- Também na IstoÉ, a parte denominada “Última Palavra” foi considerada como um artigo, porque mesmo que apresente periodicidade e um local fixo na revista, traz a cada edição um dos jornalistas da casa expondo suas opiniões sobre diferentes assuntos.
- Ainda sobre a IstoÉ, a na sessão "artigos" considerou-se cada artigo e articulista individualmente e não em conjunto.
- Em algumas edições da revista "Época", na sessão “Mente Aberta”, Runa de Sousa Gabriel e Ariane Freitas assinam resenhas juntas. Nesse caso, por não estarem escrevendo para uma coluna e assinarem os textos de forma igualitária, considerou-se um texto com dois autores. Desta forma, quando o mesmo jornalista aparece em dois (ou mais) textos diferentes, registrou-se todas as vezes que assina um texto de acordo com as ressalvas já comentadas. Então, mesmo que determinada edição da revista apresente, por exemplo, 10 textos opinativos, pode ser que 12 ou 13 profissionais sejam responsáveis pelo material publicado.

Com base nessas definições, partiu-se para a identificação dos autores e classificação do material. As informações foram organizadas em planilhas e posteriormente transformadas em gráficos para melhor visualização dos dados.

Resultados em números

Das 48 revistas analisadas, obteve-se um total de 445 textos opinativos, sendo 324 deles (72,8%) assinados por homens, 144 assinados por mulheres, 200 (61,73%) por homens jornalistas e 135 (93,75%) por mulheres jornalistas. Conforme ilustram os gráficos a seguir:

Gráfico 1 – Gênero



168

Fonte: Ana Beatriz Felício

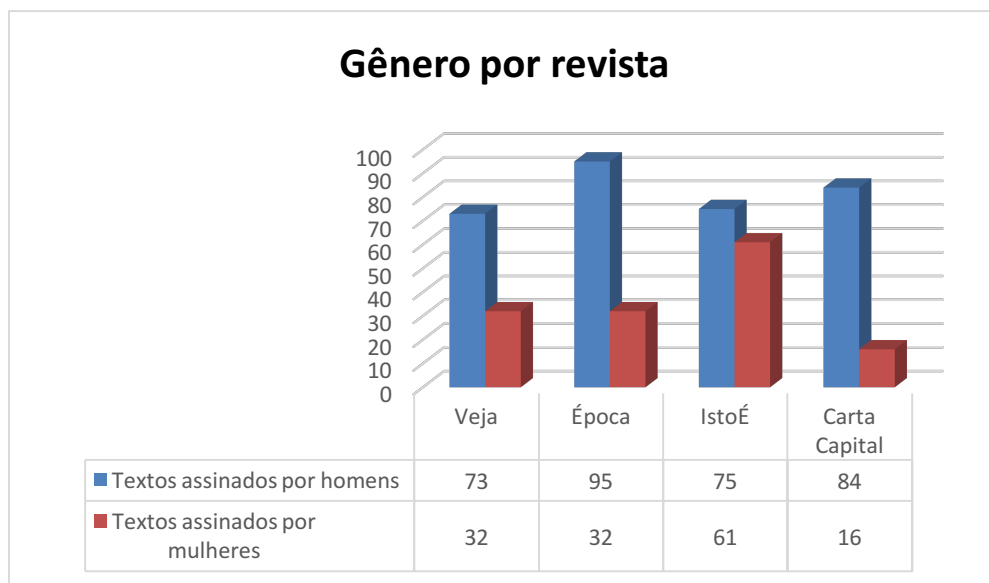
Gráfico 1 – resultado por profissão



Fonte: Ana Beatriz Felício

Durante os 12 meses de 2016, a Veja apresentou um total de 73 textos assinados por homens (69,52%) e 32 assinados por mulheres (30,47%), contabilizando 105 textos no total. A Época publicou 127 textos opinativos, sendo 95 deles (74,8%) assinados por homens e 32 (25,19%) por mulheres. A IstoÉ apresentou 136 textos de opinião, sendo 75 deles assinados por homens (55,15%) e 61 (44,85%) por mulheres, apresentando-se como a revista com participação mais igualitária no que concerne ao gênero dos articulistas. Já a Carta Capital publicou um total de 100 textos, sendo 84 (84%) escritos por homens e 16 (16%) escritos por mulheres, figurando como o caso de maior diferença entre os gêneros. Como um mesmo texto pode ter dois autores – conforme descrito anteriormente –, a somatória de autores ultrapassa o total de textos selecionados.

Gráfico 3 – Gênero por revista

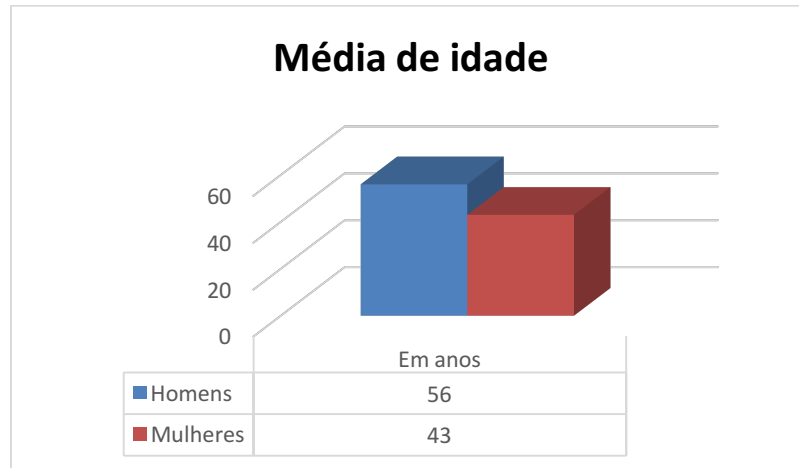


Fonte: Ana Beatriz Felício

Para definir as idades dos profissionais que assinaram os textos durante os meses analisados, optou-se por uma média simples. O resultado foi de 56 anos para homens e 43 anos para mulheres, tendo assim uma diferença de 13 anos entre os sexos. Aqueles

profissionais cujas informações de idade não foram confirmadas nem por estimativa (marcados como n/a) não puderam ser considerados nesse cálculo.

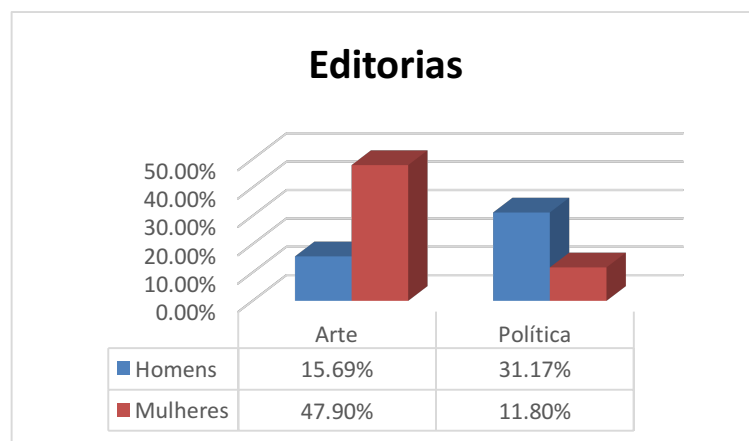
Gráfico 4 – Média de idade dos autores



Fonte: Ana Beatriz Felício

Sobre os temas abordados pelos autores, observou-se uma certa incidência de determinadas temáticas de acordo com o gênero do articulista. Entre os homens, a maioria (31,17%) opinou sobre política; já entre as mulheres, a maioria delas (47,9%) tratou de assuntos relacionados à arte como resenhas de filmes, livros e exposições.

Gráfico 5 – Editorias

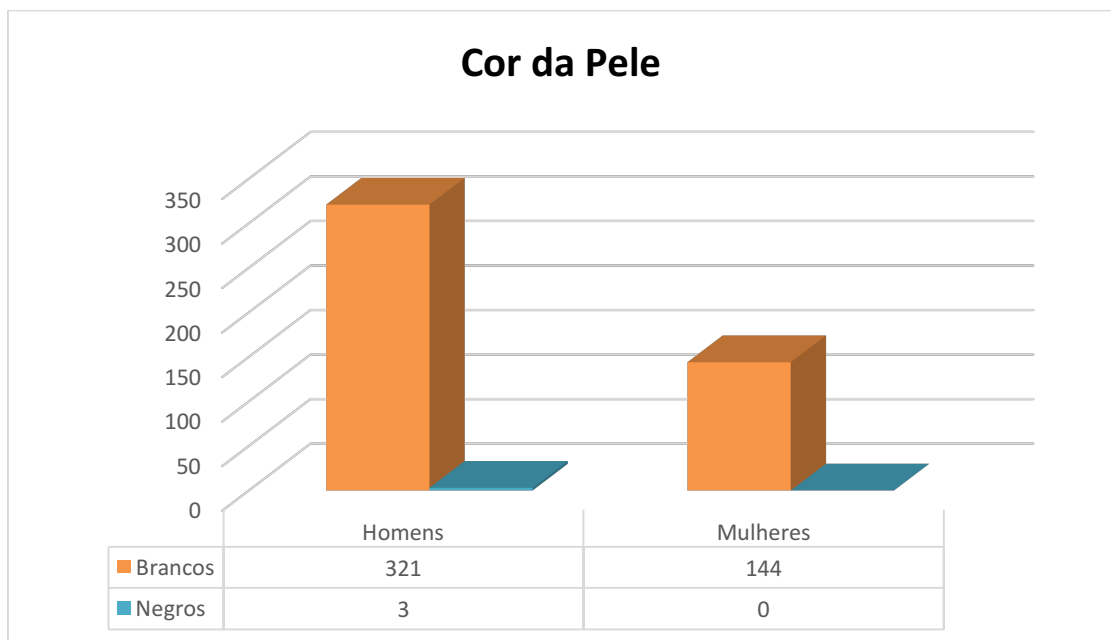


Fonte: Ana Beatriz Felício

Já em relação à cor da pele, constatou-se que dos 468 profissionais que assinaram textos opinativos nas principais revistas do Brasil no ano de 2016, apenas três eram negros.

A definição desse tópico foi conduzida tomando-se como base fotos ou vídeos dos profissionais disponíveis nas próprias revistas ou em redes sociais. Por isso, deve-se levar em consideração as limitações desse item da pesquisa, embora seja bastante expressivo. Aqueles cujo registro não foi possível encontrar (marcados como n/a) não foram considerados. Entre os homens eles representaram 0,92% e entre as mulheres não houve registros. Conforme mostra o gráfico:

Gráfico 5 – Cor da pele



171

Fonte: Ana Beatriz Felício

Com base nos dados apresentados nos gráficos, é possível inferir que o perfil dos profissionais que assinaram textos opinativos nas quatro revistas pesquisadas, em 2016, é composto por homens (72,8%), jornalistas (61,73%), brancos (99,07%) e com média de idade de 56 anos.

O espaço da opinião no jornalismo brasileiro

A opinião sempre esteve presente no jornalismo. Mesmo antes do atual modelo hegemônico ser uma realidade, a imprensa era espaço de debate e reflexão públicos e até de defesa de perspectivas sobre os mais variados temas.

Num recuo mais generoso na história da imprensa, observa-se uma ligação estreita entre o jornal e a difusão de discursos engajados, isto é, a divulgação de opiniões. Nelson Traquina (2005) recupera esse passado da imprensa para expor em que momento o padrão do fazer jornalístico contemporâneo começa a se estabelecer. Segundo o autor, o jornalismo de tribuna, marcado por textos de opinião forte e engajados em causas específicas, começa a ser substituído por uma imprensa dedicada sobremaneira aos fatos e à prestação de serviço informativo em meados do século XIX. “Assim, no século XIX, verificamos a emergência de um novo paradigma – informação, não propaganda – que é partilhado entre os membros da sociedade e os jornalistas” (TRAQUINA, 2005, p. 33).

Nesse novo modelo, a opinião permanece, mas de forma reduzida e restrita a espaços específicos. Da forma de produção (apuração) das informações até sua apresentação (redação), um padrão vai sendo sedimentado e compartilhado pelos vários produtores de comunicação no mundo todo. O jornalismo passa a ser um negócio e a notícia um produto a ser consumido (MEDINA, 1988), por isso sua produção será planejada e organizada de maneira a cumprir metas estabelecidas como em qualquer outro tipo de comércio.

Os manuais de redação passam a nortear as condutas dos jornalistas e esse mesmo rigor de organização que orienta a produção das notícias também irá controlar, orientar e classificar os espaços de opinião.

Um dos primeiros estudos sobre o jornalismo opinativo no Brasil é de Luiz Beltrão (1980). O autor ressalta, em meio a expansão da imprensa informativa e prestadora de serviço, a relevância central da opinião no jornalismo.

Pela exposição dos caracteres da opinião, como fenômeno individual e como fenômeno social, de logo deduzimos a importância do seu exercício, por parte do jornalista. Opinar, para ele, não é apenas um direito, mas um dever, pois, de ofício, está incluído entre os que fazem profissão de opinar. Ainda mais: é sua função captar, em qualquer campo, aquele *objeto importante* sobre o qual a sociedade exige uma definição (grifo no original) (BELTRÃO, 1980, p.18).

Numa espécie de continuação da reflexão de Beltrão, José Marques de Melo (2003) propõe organizar a produção jornalística em três diferentes categorias: a informativa em que se encontram notas, notícias, reportagens e entrevistas; a opinativa permeada por editoriais, artigos, comentários, resenhas, colunas, cartas, crônicas e caricaturas; e a interpretativa dedicada à grande reportagem ou reportagem em profundidade.

De acordo com a proposta de Melo (2003), cada categoria tem sua importância para o exercício fundamental da imprensa numa democracia. Assim como Traquina (2005), Melo também vai retomar como pano de fundo o cenário histórico de desenvolvimento das democracias ocidentais para indicar como o modelo contemporâneo de comunicação jornalística se vincula a um papel de observador e formador de opinião.

A instituição jornalística assume o papel de observadora atenta da realidade, cabendo ao jornalista proceder como “vigia”, registrando os fatos, os acontecimentos e informando-os à sociedade. Essa função corresponde ao jornalismo informativo. Além disso, reage diante das notícias, difundindo opiniões [...] atuando como conselheira, como formadora de opinião. Essa função corresponde ao jornalismo opinativo (MELO, 2003, p.29).

Se a categoria opinativa passa a ser um espaço de divulgação de ideias e reflexões cujo objetivo é formar opinião, não é difícil compreender a importância desses espaços e de quem participa dessa produção. Por isso, é possível entender que assinar uma coluna ou artigo num jornal de bairro ou num veículo de circulação nacional é uma distinção, sendo a diferença entre uma situação e outra o nível de alcance e de reconhecimento dessa distinção.

Nesse sentido, aqueles que figuram nos espaços de opinião das revistas semanais de informação de maior circulação no Brasil podem ser tomados como profissionais de reconhecido prestígio. Mas será que esse reconhecimento não deveria resultar num quadro mais plural de articulistas ou num cenário mais próximo da realidade das redações?

A mulher jornalista

A desigualdade de gênero no mundo corporativo pode ser uma das possíveis explicações para a persistência de um número menor de mulheres articulistas nos quadros das revistas analisadas. Isso tudo apesar de elas representarem, segundo dados do IBGE de 2010, 64% dos profissionais de jornalismo com diploma. Assim os homens são apenas 36% dos jornalistas diplomados, embora representem o maior grupo de autores nos espaços de opinião das quatro principais revistas semanais de informação brasileiras, conforme evidenciado na pesquisa.

Outro dado que revela essa desigualdade entre gêneros no trabalho dos jornalistas vem dos valores de remuneração médios. De acordo com o Sindicato dos Jornalistas, enquanto 73,16% das jornalistas em atuação são formadas, apenas 53,91% dos homens jornalistas possuem diploma. Mesmo com mais qualificação, a mulher recebe menos do que os colegas homens. Segundo dados de 2004 da FENAJ³ (Federação Nacional dos Jornalistas), os jornalistas recebiam em média R\$ 2.612,82 enquanto as jornalistas mulheres ganhavam R\$ 2.058,20, o que correspondia a 78,77% do salário dos profissionais homens. Estima-se que a mulher com curso superior recebe, em geral, o equivalente a um homem com segundo grau.

Outra pesquisa, mais recente, feita em 2017 por Flávio Moreira e divulgada pelo Portal Comunique-se, com 236 participantes, mostrou que “Mesmo com participação mais baixa em cursos de pós-graduação, homens têm média salarial R\$ 1.000 mais alta

³ Disponível em fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/12/07-salarios_dos_jornalistas.doc. Acesso em 10 jan. 2018.

que mulheres” (MOREIRA, 2017). Segundo a pesquisa, a média salarial para eles é de R\$ 4.855,29 enquanto a das mulheres é de R\$ 3.867,51.

Dentre os homens, 8,8% possuem nível superior incompleto e 57,5% completo. 27,5% possuem pós-graduação ou MBA e 3,8% possuem mestrado ou doutorado. Entre as mulheres, 6,9% possuem ensino superior incompleto e 51,4% completo. 32,6% são pós-graduadas ou têm MBA, 6,9% possuem mestrado e doutorado (MOREIRA, 2017).

Essa diferença salarial também é atestada e, de certa forma, intensificada por Sheryl Sandberg (2013, p. 13). “No Brasil, as mulheres que trabalham em tempo integral ainda recebem 13% a menos do que os homens.”

Além da questão salarial, a jornalista lida com outras dificuldades a mais em seu cotidiano profissional pelo fato de ser mulher. De acordo com dados da Federação Internacional de Jornalistas (FIJ)⁴, uma em cada duas mulheres jornalistas já sofreu algum tipo de abuso, seja psicológico, sexual ou online enquanto trabalhava. A FIJ fez um levantamento que reuniu informações de 400 mulheres jornalistas de 50 países distintos, em 2017, e os resultados apontaram para a ausência de políticas eficazes de combate a esse tipo de situação nas redações.

175

Outra pesquisa que ajuda a compreender a realidade feminina nas redações e as dificuldades que a desigualdade de gênero ainda promove é a realizada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e a Gênero e Número. O estudo foi feito com o apoio do Google News Lab e recebeu o título de “Mulheres no Jornalismo Brasileiro”. 92,3% das entrevistadas na pesquisa afirmaram ter ouvido piadas machistas em seu ambiente de trabalho e 83,6% disseram já ter sofrido algum tipo de violência psicológica nas redações.

Com base nos dados de todas essas pesquisas, fica evidente a dificuldade enfrentada pelas mulheres nas redações. Esse fator também ajuda a compreender a dinâmica social que permeia a realidade das revistas aqui analisadas e quais seriam os

⁴ Disponível em <http://fenaj.org.br/jornalistas-e-especialistas-debatem-assedio-no-ambiente-de-trabalho/> Acesso em 10 jan. 2018.

motivos para as distorções entre o número de profissionais gabaritadas e o número de articulistas atualmente em atuação.

Ao incluir outro dado identitário, além da questão de gênero, nessa reflexão, observa-se como a dinâmica social está refletida e/ou representada nos resultados da presente pesquisa. Quando inclui-se a questão racial ou de cor de pele, os dados ficam ainda mais gritantes no que diz respeito a não representatividade da pluralidade social e das próprias redações. Segundo dados de uma pesquisa do Instituto Ethos, realizada em 2016, pessoas negras só ocupam 6,3% dos cargos de gerência e 4,7% do quadro de executivos nas empresas analisadas no estudo. A situação é ainda mais desigual para as mulheres negras: 1,6% são gerentes e só 0,4% participam do quadro de executivos.

Maria Aparecida Silva Bento (2005) defende a ideia de braquitude nas corporações. Segundo essa perspectiva, pessoas brancas em cargo de poder preferem escolher seus semelhantes para ocupar posições de liderança.

As organizações são um campo fecundo para a reprodução das desigualdades raciais. As instituições apregoam que “todos são iguais perante a lei”; e asseguram que todos tem a mesma oportunidade, basta que a competência esteja garantida. As desigualdades raciais persistentes evidenciam que alguns são menos iguais que outros. Mas sobre isto há um silêncio. O silêncio não é apenas o não-dito, mas aquilo que é apagado, colocado de lado, excluído. O poder se exerce sempre acompanhado de um certo silêncio. É o silêncio da opressão (BENTO, 2005, p. 175).

Sob esse ponto de vista, percebe-se que a mulher negra enfrenta ainda mais desafios e dificuldades para conseguir um lugar de destaque no jornalismo nacional. A concorrência com um homem branco torna-se quase desleal, pois o gênero e a cor da pele podem influenciar na escolha para esses espaços de distinção. Simone de Beauvoir (2016) entende essa realidade como resultado de modelos patriarcais e preconceituosos que foram moldados em nossa sociedade. No primeiro volume intitulado *Fatos e Mitos* de sua clássica obra *O Segundo Sexo*, a autora discorre sobre o papel da mulher e do negro na sociedade

Mas há profundas analogias entre a situação das mulheres e dos negros: umas e outros emancipam-se hoje de um mesmo paternalismo, e a casta anteriormente dominadora quer mantê-los “em seu lugar”,

isto é, no lugar que escolheu para eles [...] quando um indivíduo ou um grupo de indivíduos é mantido numa situação de inferioridade, ele é de fato inferior; mas é sobre o alcance da palavra ser que precisamos entender-nos. Ser é ter-se tornado, é ter sido feito tal que se manifesta. Sim, as mulheres, em seu conjunto, são hoje inferiores aos homens, isto é, sua situação oferece-lhes possibilidades menores: o problema consiste em saber se esse estado de coisas deve se perpetuar (BEAUVOIR, 2016, p.20).

Parece que ainda é preciso refletir, debater e questionar esse tal estado de coisas para que ele não se perpetue. Muito já foi feito, desde que Beauvoir escreveu seu texto, mas ainda há muito o que avançar.

Algumas considerações

Observou-se que o perfil dos profissionais que assinaram os textos opinativos nas principais revistas semanais brasileiras em 2016 foi composto por homens (72,8%), jornalistas (61,73%), brancos (99,07%) e com média de idade de 56 anos.

Como apresentado, o espaço destinado à opinião no jornalismo é considerado de destaque justamente por participar diretamente do processo de formação da opinião pública. Ter majoritariamente homens brancos e na faixa dos 56 anos nessa posição demonstra uma hegemonia de vozes nesse espaço que não representa a pluralidade nem das redações nem da própria sociedade.

O Brasil é um país vasto e plural que compreende uma grande diversidade cultural e étnica. Por isso, a representatividade da sociedade brasileira nas redações e nos espaços de opinião do jornalismo depende sobremaneira da polifonia que não se faz presente nos quadros de articulistas das revistas estudadas.

Chama a atenção nos resultados da pesquisa o quanto a cor da pele e a representatividade das mulheres é desproporcional tanto em relação à realidade social como à composição das redações. Não há mulheres negras opinando em nenhuma das quatro revistas pesquisadas. Mesmo com as limitações da forma como o levantamento dos dados sobre cor de pele foi desenvolvido e tendo em vista o colorismo presente no Brasil, esse dado deve ser considerado pertinente e expressivo. Em grande medida, os

dados da presente pesquisa acabam por corroborar com outros estudos conforme apontado anteriormente.

Para além dos questionamentos e reflexões sobre o produto do jornalismo brasileiro contemporâneo, parece essencial olhar para quem está por trás dessa produção. Quais as vozes presentes e ausentes nesses espaços com tamanha importância no debate público e na formação da opinião pública. Não existe produção desvinculada de um contexto histórico, ainda mais quando se fala em opinião. Ser articulista de uma revista de circulação nacional é sem dúvidas um papel de destaque e a ausência de pluralidade de perfis dentro desse contexto é algo que deveria ser observado com cautela.

Por hora, o diagnóstico revelado pela pesquisa é a ausência total das vozes femininas negras, a participação quase inexistente de homens negros e a inferior presença de mulheres em comparação com os homens nos espaços de opinião das principais revistas de informação do país.

REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo: fatos e mitos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENTO, Maria Aparecida da Silva. Branquitude e Poder – a questão das cotas para negros. In SANTOS, Sales Augusto dos. **Ações afirmativas e combate ao racismo nas Américas**. Brasília: Ministério da Educação, 2005, p. 165-177.
- BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto a venda – jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.
- MELO, José Marques. **Jornalismo Opinativo**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MOREIRA, Flávio. Quanto ganha um jornalista brasileiro? In **Portal Comunique-se**, 2017. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/quanto-ganha-um-jornalista-brasileiro/> Acesso em 10 jan. 2018.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo – porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.