

Comunicação e gênero: uma análise cienciométrica da produção brasileira em periódicos nacionais

Gender and communication: a scientometric analysis of brazilian academic production on national scientific journals

Comunicación y género: un análisis cienciométrico de la producción brasileña en revistas nacionales

Michele Goulart Massuchin¹

Fernanda Cavassana²

Resumo: Este artigo traz uma discussão sobre os elementos característicos da produção científica sobre comunicação e gênero no Brasil, a partir de uma análise bibliométrica do que se tem desenvolvido em termos de pesquisa com o objetivo de compreender os avanços, lacunas e possibilidades que esta subárea de estudos possui em sua trajetória. Utiliza-se como unidade de análise a produção acadêmica dos pesquisadores em periódicos, o que representa uma das características estruturantes de um campo científico. Assim, foram analisados 168 artigos publicados em onze revistas pertencentes aos estratos A1 e A2 na área da Comunicação e Informação na CAPES. Para este artigo, foram discutidos os dados relacionados a três eixos, a saber: i) distribuição institucional e de formação dos pesquisadores; ii) temáticas e objetos contemplados; iii) características e vertentes analíticas dos estudos. Percebeu-se concentração de pesquisadores no eixo Sul-Sudeste, sendo a maioria mulheres com titulação de doutorado. Quanto aos temas, Cinema e Jornalismo se sobrepõem ante as demais subáreas de estudo. Tem-se ainda foco nos conteúdos e majoritariamente os trabalhos são empíricos.

Palavras-chave: Comunicação e Gênero. Artigos científicos. Periódicos brasileiros.

Abstract: This article discusses the relationship between communication and gender in the scientific literature in Brazil, based on an analysis of scientific research. The objective is to understand the advances, gaps, and possibilities that this sub-area of studies has in the trajectory. As such, the academic production of the researchers in national scientific journals was chosen as the unit of analysis, which represents one of the key characteristics of the scientific community. Therefore, 168 articles published by nine journals with evaluations A1 and A2 in the area of Communication and Information on CAPES were analyzed. For this article, we discuss three aspects: i) institutional distribution and formation of researchers; ii) subjects and objects contemplated, and iii) characteristics and analytical aspects of the studies. It can be noticed that there is a concentration of researchers from the South and Southeast regions, most of them are women with a doctorate degree. About themes, Cinema and

1 Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, mimassuchin@gmail.com.

2 Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, cavassanaf@gmail.com.

Journalism can see more the other subareas. There is a focus on the content and most of the articles are empirical research.

Keywords: Communication and gender. Scientific articles. Brazilian journals.

Resumen: Este artículo discute los elementos característicos de la producción científica sobre comunicación y género en Brasil, a partir de un análisis de la bibliometría de lo desarrollado en materia de investigación con el fin de comprender los avances, brechas y posibilidades que esta subárea de estudios tiene en su trayectoria. La producción académica de los investigadores en revistas se utiliza como unidad de análisis, lo que representa una de las características estructurantes de un campo científico. Así, se analizaron 168 artículos publicados en once revistas pertenecientes a los estratos A1 y A2 del área de Comunicación e Información de la CAPES. Para este artículo se discutieron datos relacionados con tres ejes, a saber: i) distribución institucional y formación de investigadores; ii) temas y objetos contemplados; iii) características y aspectos analíticos de los estudios. Se notó una concentración de investigadores en el eje Sur y sureste, la mayoría mujeres con títulos de doctorado. En cuanto a los temas, Cine y Periodismo se superponen con otras subáreas de estudio. También hay un enfoque en el contenido y la mayor parte del trabajo es empírico.

Palabras clave: Comunicación y género. Artículos científicos. Revistas brasileñas.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre comunicação e gênero não são recentes enquanto subárea de pesquisa (DOW; CONDIT, 2005) e representam um campo chave de estudos atualmente (MENDES; CARTER, 2008). Especialmente no Brasil, ganham força ao longo do tempo, sendo que teses e dissertações foram mapeadas no início da década de 1990, como demonstraram Escosteguy e Messa (2008). No entanto, como diversas pesquisas já mostraram (COSTA *et al.*, 1985; DOW; CONDIT, 2005; MENDES; CARTER, 2008; ESCOSTEGUY; MESSA, 2008; SARMENTO, 2013), nem sempre todos os ângulos e elementos dentro desta grande área temática foram tidos como foco de investigação ao longo desta trajetória.

Objetos estudados, vertentes teóricas – estudos de gênero e estudos feministas –, abordagens metodológicas e localização da produção podem variar de forma bastante evidente e isso, quando identificado, permite mostrar lacunas, avanços e possibilidades de novas abordagens. Isso é possível a partir da observação sistematizada e quantitativa da produção científica de cada área (URBIZAGASTEGUI, 2016). Neste sentido, torna-se relevante o investimento em pesquisas baseadas em técnicas bibliométricas, já que elas podem trazer indicadores sobre o avanço da área a partir da rede de pesquisadores que estudam determinado tema (URBIZAGASTEGUI, 2016). Além disso, são importantes tanto para compreender a subárea e suas características endógenas, quanto o modo como ela avança – ou

não – em comparação com outras temáticas.

A literatura internacional já apresenta alguns balanços e reflexões sobre a trajetória dos estudos de gênero e comunicação (DOW; CONDIT, 2005; MENDES; CARTER, 2008) que mostram, por exemplo, poucos trabalhos que relacionam mídias digitais e gênero e discursos masculinos dominantes nas arenas políticas, assim como predominância de estudos sobre entretenimento. Além disso, dentro das grandes categorias que os autores criaram, há diferenças na concentração de estudos. No caso da literatura nacional, tem-se alguns mapeamentos importantes tanto da produção mais específica – sobre mídia, política e gênero (SARMENTO, 2013) e sobre jornalismo e gênero (TAVARES, 2018) – quanto da que tem como unidade de análise outros demonstrativos de pesquisa, como papers de eventos (MARTINEZ *et al.*, 2016) e teses e dissertações produzidas no âmbito dos programas de pós-graduação (ESCOSTEGUY; MESSA, 2008). A partir deles, percebe-se diferentes abordagens, assim como prioridades de objetos – tal como o foco na mensagem em alguns momentos da trajetória – e até mesmo de vertentes teóricas, mais ou menos voltadas às questões feministas.

A partir deste contexto, que torna evidente tanto a eminência dos estudos de gênero quanto as possibilidades que este tema ganha dentro da área, é relevante discutir as especificidades e características que predominam na construção desta grande temática no arcabouço da pesquisa científica em Comunicação, especificamente compreendendo como isso se dá na produção científica de periódicos reconhecidos, o que ainda não apareceu de modo sistematizado e amplo da forma como se propõe neste artigo. Sobretudo, é importante atualizar os mapeamentos, cartografias e análises cienciométricas já existentes sobre o tema, já que estudos de áreas correlatas mostram como os enfoques das pesquisas podem ser alterados com certa rapidez, mediante a influência de diversas variáveis, dentre elas os avanços tecnológicos e a presença de novos objetos de pesquisa (SAMPAIO *et al.*, 2018). Além disso, a centralidade que a produção em periódicos tem ganhado para determinar a consolidação de uma área (LEITE, 2015; SILVA, VASCONCELLOS, 2019) evidencia a importância em entender como este tema se destaca dentro deste espaço de legitimação da pesquisa, que cada vez mais representa a principal forma de validar e difundir conhecimento (MEZA *et al.*, 2017). Especialmente, pode-se entender aquilo que, dentro deste espaço dos artigos em periódicos, tem tido mais visibilidade no que tange ao próprio subtema e suas características.

Neste artigo, portanto, tem-se como objetivo compreender os avanços, as lacunas e possibilidades nos estudos sobre Comunicação e Gênero no Brasil tendo como unidade de análise a produção acadêmica no formato de artigos publicados em periódicos nacionais que

se enquadram nos estratos A1 e A2 do Qualis da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), na área de Comunicação e Informação. A partir de diferentes recortes, foram selecionados e analisados 168 artigos publicados em onze revistas nacionais pertencentes aos referidos estratos. A análise, que se deu a partir de um livro de códigos, contou com a observação de 27 características relacionadas ao conteúdo das pesquisas publicadas e de elementos sobre a autoria dos textos, sendo que nove delas são discutidas na parte analítica deste artigo.

Para discutir as questões propostas, o texto está organizado da seguinte forma: no tópico seguinte, após esta introdução, tem-se uma breve discussão que mostra os avanços das pesquisas sobre gênero, como os estudos nesta temática passam a se destacar no campo da Comunicação e em que medida trabalhos da cienciometria trazem resultados relevantes, seja na literatura nacional ou internacional. Posteriormente, apresenta-se a proposta metodológica e as características elencadas para análise. Na sequência, têm-se os dados e a discussão dos resultados, a partir de três eixos: i) distribuição institucional e de formação dos pesquisadores; ii) temáticas e objetos contemplados; e iii) características e vertentes analíticas dos estudos. Por último, são apresentadas as considerações finais.

2 ESTUDOS SOBRE COMUNICAÇÃO E GÊNERO NO BRASIL E O MAPEAMENTO SOBRE O TEMA

O desenvolvimento científico sobre Gênero no Brasil “acompanhou a própria legitimação do ‘feminismo’, tido como ideologia de classe média, dentro do ‘movimento de mulheres’, este amplamente aceito como mais um dos movimentos envolvidos no processo de redemocratização política” (BRUSCHINI *et al.*, 1998, p. 14). É uma agenda de pesquisa em ascensão desde a década de 1970, acompanhando a literatura internacional (DOW; CONDIT, 2005) e iniciando-se com os estudos sobre mulheres, depois, de modo mais abrangente, com os de Gênero (BRUSCHINI *et al.*, 1998).

Ao longo da primeira década de consolidação, o campo de estudos passou das discussões sobre mulher e mercado de trabalho, para os estudos demográficos, saúde da mulher, políticas públicas e condições específicas, como os estudos sociológicos e antropológicos sobre a negra, a índia, a prostituta. Segundo Costa e colegas (1985, p. 8), de 1975 a 1985, as pesquisas sobre mulher caracterizam-se, sobretudo, pela ampliação de seu leque temático, abarcando diferentes disciplinas e diversificando seus subtemas. Logo, voltaram-se também para a violência e a sexualidade enquanto uma construção social, abrangendo estudos no Direito, na Educação e na Comunicação. Com o passar do tempo,

“toma impulso uma literatura crítica à imagem da mulher nos meios de comunicação, especialmente na imprensa dirigida às mulheres. Estuda-se também a participação da mulher enquanto produtora no cinema, na televisão, na música, nas artes” (COSTA *et al.*, 1985, p.8).

Neste sentido, percebe-se a amplitude que os estudos de gênero possuem e, especialmente, dentro do campo da Comunicação. A medição destes avanços pode ser percebida por meio de pesquisas que fazem um balanço do campo a partir de mapeamentos mais amplos ou de técnicas bibliométricas. A bibliometria, neste sentido, é responsável por “promover, aprimorar, desenvolver, socializar, difundir e evidenciar temas já legitimados, temáticas emergentes e assuntos embrionários” (RIBEIRO, 2017) assim como demonstrar redes de autores e concentração da produção (URBIZAGASTEGUI, 2016), independentemente da área ou campo científico, já que, segundo Medeiros e Vitoriano (2015), estudos bibliométricos se destacam por sua interdisciplinaridade aparecendo em diversas disciplinas, inclusive em teses e dissertações.

Na perspectiva de Figueiredo Filho *et al.* (2018), na medida em que o avanço da ciência se dá a partir do acúmulo da produção científica, é preciso observá-la a partir de processos sistemáticos de mapeamento da literatura. Neste sentido, os autores propõem um planejamento para que as análises cienciométricas sejam produzidas a partir de critérios pré-estabelecidos, com base em dados numéricos (FIGUEIREDO FILHO, 2018), o que dialoga diretamente com as técnicas bibliométricas quando busca-se evidenciar as características dos autores e do conteúdo das produções. Estas possibilidades corroboram para que Dacombe (2018) argumente que este tipo de estudo tem ganhado cada vez mais destaque na literatura, especialmente questionando o que não seria diferente com a área de gênero que já mostra alguns trabalhos neste sentido.

Na perspectiva de Jesson, Matheson e Lacey (2011) a meta-análise trata-se de uma forma específica de revisão sistemática da área, baseada na estatística e na sumarização – advindas da bibliometria, que, segundo Dacombe (2018), permite menos viés, mais transparência e, também, a replicação dos resultados. No caso desta pesquisa, apesar de pertencer à Comunicação, apropria-se das técnicas bibliométricas – de medição das produções na área – para apresentar uma sistematização de como a área se desenvolveu ao longo do tempo.

Um pouco dessa estruturação dos estudos de gênero já é trazida por Diniz e Foltran (2004), que descreveram o perfil das autoras e dos temas dos artigos publicados na Revista Estudos Feministas (REF) entre 1992 e 2002, periódico de referência na área no Brasil. Entre os resultados trazidos pelas autoras, destaca-se que 95% dos trabalhos são de mulheres e

autoria única. Destaca-se ainda a rotatividade das autoras, que costumam publicar apenas uma vez na REF e “a absoluta preferência por métodos qualitativos de levantamento de dados (etnografias ou entrevistas) ou por artigos de discussão teórica sem qualquer referência a dados empíricos, e que, somados, representaram 92% do universo analisado” (DINIZ; FOLTRAN, 2004, p. 248). Também indicam a concentração da produção da REF oriunda da região Sudeste, o que vai ao encontro de trabalhos sobre Gênero e Comunicação (ECOSTEGUY; MESSA, 2008) e a pouca presença de pesquisas na área da Comunicação dentre todas as áreas contempladas.

Já no âmbito da comunicação, Ecosteguy e Messa (2008) realizaram um mapeamento em dissertações e teses da área por uma década, totalizando 65 trabalhos especificamente sobre a interface de Gênero com a Comunicação. Além de evidenciar a pesquisa sobre o tema no âmbito da pós-graduação no Brasil, o artigo ilustra como os estudos avançaram do enfoque na mensagem midiática, para a produção dos produtos comunicacionais – tanto por mulheres quanto para mulheres – chegando aos estudos de recepção e depois sobre a representação e os sentidos articulados na mídia para tratar do feminino (ECOSTEGUY; MESSA, 2008). Destaca-se que, com o tempo, “a utilização da categoria gênero abriu possibilidades conceituais para os estudos de masculinidades, bem com ampliou os espaços acadêmicos dos estudos de sexualidades, objeto comum das militâncias acadêmicas e de movimentos feministas, gays e lésbicos” (MARTINEZ *et al.*, 2016, s/p). Mendes e Carter (2008) também indicam essa mudança em termos mais amplos, especialmente no século XX. Já Sarmento (2013) traz um panorama mais recente sobre pesquisas sobre gênero, mídia e política identificando diferentes vertentes abrangidas pelos estudos. Em outro trabalho, a autora expõe a fertilidade e diversidade de subtemas e vertentes do campo de estudo, além da necessidade de investimentos em estudos comparativos e longitudinais (SARMENTO, 2018).

Também discutindo as pesquisas sobre Gênero em estudos do Jornalismo, Martinez e colegas (2016) debatem como ainda é relativamente baixa a quantidade de investigações na área. No mapeamento já citado, da REF, já se notava uma baixa presença de estudos sobre Comunicação em comparação com as demais áreas. Isso se dá quando estudos de outras áreas, como Sociologia ou Ciência Política, por exemplo, se debruçam sobre aspectos da Comunicação e sua relação com as questões de gênero.

Mais próximo da investigação deste artigo está o trabalho recente de Tavares (2018), cujo foco é mapear uma parte específica da produção que trata da interseccionalidade entre Jornalismo, Gênero e Política. Para isso, sua pesquisa considera os artigos publicados em periódicos qualificados (A1, A2 e B1) da área de Comunicação e Informação pela Capes em

2017 (TAVARES, 2018). O baixo volume de produção leva a autora a concluir, de modo geral, que as pesquisas sobre o tema não estão, em sua maioria, publicadas nas revistas dos maiores estratos da área específica, podendo se concentrar em periódicos de outras áreas.

Os insights apresentados pelos estudos citados são relevantes na medida em que se pode verificar como os dados deste artigo apresentam algum diálogo, mesmo que muitos deles não tragam uma abordagem bibliométrica de viés quantitativo, tal como se propõe neste artigo. Além disso, mostram a importância de se conhecer – e de se seguir mapeando – o que se produz sobre esta área de estudo.

Como exemplo de mapeamentos sistematizados, cita-se o trabalho de Sampaio e colegas (2018), usado como base para a formulação de algumas variáveis neste artigo, que identificou o perfil da pesquisa sobre internet no país, com um corpus restrito aos artigos apresentados no GT “Ciberpolítica, Ciberativismo e Cibercultura” do encontro anual da Anpocs, de 2010 a 2017 analisando-se características dos autores e dos papers. Também há o trabalho de Santos, Aldé e Shwambach (2016), que traz um panorama sobre as pesquisas de Internet e Política produzidas no âmbito da pós-graduação brasileira, de 1992 a 2014. São 84 dissertações e teses sobre o tema analisadas, identificando universidades, orientadores e referências bibliográficas.

Sarmento e Viana (2019), por sua vez, mapearam os estudos sobre ativismo digital em periódicos nacionais qualificados tanto na área da Comunicação, quanto da Ciência Política, de 2000 a 2017. Além de um crescimento temporal da quantidade de estudos sobre o tema, as autoras mostram os principais fenômenos pesquisados, indicando como o ativismo online atua na construção de novos discursos e contra narrativas de comunicação política. Já Leite (2015) mapeou a produção acadêmica da Ciência Política em 23 periódicos qualificados em sua área específica, de 2010 a 2012, identificando divisões e tradições no campo a partir de determinadas correntes metodológicas e vertentes teóricas consolidadas na produção brasileira. Neste sentido, ajuda a justificar o recorte do objeto que, neste artigo, também se restringe às publicações em revistas qualificadas. Assim, a partir dos exemplos citados, percebe-se que investigações como essas, de cienciometria, são importantes para identificar os caminhos traçados pela pesquisa científica em determinada área e tem sido cada vez mais frequentes na literatura (DACOMBE, 2018).

3 ABORDAGEM METODOLÓGICA E APRESENTAÇÃO DOS EIXOS DE ANÁLISE

Esta pesquisa, que discute as características da produção científica sobre comunicação e gênero no Brasil a partir de um mapeamento com base em técnicas bibliométricas, tem

como unidade de análise 168 artigos publicados em revistas de estratos qualificados na área da Comunicação e Informação, a partir da distribuição do Qualis CAPES³. Apesar da restrição que isso significa, deixando de fora tanto publicações de eventos (MARTINEZ *et al.*, 2016; SAMPAIO *et al.*, 2018) quanto teses e dissertações (CORUJA, 2018; ESCOSTEGUY; MESSA, 2008; ALDÉ *et al.*, 2013; SANTOS *et al.*, 2016), partiu-se do pressuposto de que os periódicos científicos representam um elemento chave de estruturação da produção acadêmica e, também, porque representam uma das principais formas de avaliação dos programas de pós-graduação (LEITE, 2015). Além disso, em outros estudos sobre diferentes aspectos da produção, os artigos também já aparecem como unidade de análise (SAMPAIO *et al.*, 2015; LEITE, 2015; DOW; CONDIT, 2005; TAVARES, 2018; DINIZ; FOLTRAN, 2004).

Além da opção pela produção em periódicos para fazer esta discussão, também foram feitos mais três recortes relevantes que interferem diretamente no corpus final da pesquisa, formado por 168 artigos. Foram incluídos apenas dois estratos do qualis, sendo os mais altos: A1 e A2⁴. Eles representam, em boa medida, periódicos que possuem um maior número de critérios e exigências para as publicações⁵. São, ao todo, 130 periódicos nos qualis A1 e A2 (46 e 84, respectivamente). No entanto, como optou-se pela investigação em revistas nacionais – apesar do aumento gradativo da internacionalização da pesquisa – que concentra a produção na área, este número torna-se ainda mais reduzido, pois foram contabilizados somente 20 periódicos brasileiros. Posteriormente, foi feito outro recorte que dizia respeito às publicações que, dentro do escopo, contemplassem a produção específica da área da comunicação⁶.

Por fim, após a observação dos objetivos dos periódicos e áreas contempladas, foram selecionados 11 para a produção deste artigo: E-Compós, Estudos Feministas, Galáxia, Famecos, Opinião Pública, Matrizes, Intercom, Dados, Cadernos Pagu, Comunicação, Mídia e Consumo e Sociedade e Estado⁷. Apesar de algumas não pertencerem à área da Comunicação⁸, contemplam pesquisas na área o que permitiu sua incorporação. A partir da decisão das revistas selecionadas, os artigos considerados como unidades de análise foram

³ Embora existam outras formas de qualificar a produção científica, como o fator de impacto, por exemplo, optou-se pela forma mais tradicional usada no Brasil que é o Qualis CAPES.

⁴ Considerando-se a avaliação 2013-2016.

⁵ Ver em: http://capes.gov.br/images/documentos/Qualis_periodicos_2016/qualis_comunicacaoeinformacao.pdf.

⁶ Algumas publicações contemplam, majoritariamente, pesquisas de outras áreas e não estão ligadas a programas de pós-graduação ou centros de pesquisas em Comunicação ou áreas mais próximas que, de algum modo, permitem publicações que tangenciem a área da comunicação.

⁷ A seleção dos textos considerou todas as edições das revistas desde a sua criação.

⁸ Algumas revistas pertencem, por exemplo, a programas de pós-graduação em outras áreas, como Sociologia e Ciência Política, mas apresentam-se bem avaliadas na área da Comunicação.

definidos a partir da leitura de três elementos: títulos, resumos e palavras-chave. Para incorporação ao corpus da pesquisa, era necessária que alguma referência às questões de gênero – como mulher, LGBT, homossexuais, gênero, masculinidades, feminino/a, feminismo, feminista – apresentasse centralidade no texto.

O trabalho de seleção e posterior codificação dos artigos foi feito por uma equipe de pesquisadoras do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS-UFMA)⁹. Estas foram treinadas a partir de um livro de codificação produzido pelas autoras, passaram por teste de confiabilidade de codificação e, posteriormente, fizeram todo o processo de mapeamento dos dados. A codificação contou com a observação de 27 características e, neste artigo, trabalha-se com nove delas, as quais permitem traçar a discussão a partir de três eixos.

O primeiro deles diz respeito à distribuição institucional e de formação dos pesquisadores. O objetivo é compreender onde estão concentrados os estudos sobre gênero na área da Comunicação, qual o perfil dos pesquisadores que trabalham com o tema e em que medida os estudos se dão a partir de parcerias interinstitucionais. Neste sentido, trabalha-se com quatro variáveis: instituição, sexo, titulação e presença de parcerias. No caso do vínculo institucional, busca-se entender se há concentração na produção como ocorre em outras áreas de estudo (SAMPAIO *et al.*, 2018), especialmente em determinadas regiões (ECOSTEGUY; MESSA, 2008; DINIZ; FOLTRAN, 2004). Assim, são categorizadas as instituições às quais os/as autores/autoras pertencem. Ademais, busca-se identificar o sexo dos autores/autoras.

Em seguida observou-se o grau de titulação para compreender, em alguma medida, a produção de trabalhos por pesquisadores em formação¹⁰. Aqui foram consideradas, em cinco categorias, a formação de graduandos até doutores. A busca desta informação se deu de forma exaustiva, a partir das informações disponibilizadas ou pela busca na Plataforma Lattes, conforme já feito em outros trabalhos (URBIZAGASTEGUI, 2016). E, finalmente, a partir da presença de autores/autoras de instituições distintas, considerou-se a presença de parcerias quando havia ao menos pesquisadores de duas universidades. Destaca-se que neste eixo as informações dizem respeito sempre aos três primeiros autores/autoras, o que dá conta de quase 100% deles, já que há uma quantidade irrisória de trabalhos com mais de três, ainda que tenha aumentado a coautoria nas Ciências Humanas (CODATO *et al.*, 2017).

O segundo eixo – tipo de estudos e temáticas contempladas – olha para “dentro” dos textos e não para as relações de autoria e coautoria, com a intenção de entender o que tende a

⁹ As autoras agradecem às alunas do grupo que participaram da coleta de dados.

¹⁰ Ainda que revistas de alto estrato exijam a presença de doutores, muitas delas permitem discentes de pós-graduação como coautores.

ser mais estudado e que tipos de objetos estão mais presentes nas pesquisas desta subárea. Aqui, é possível deprender algumas lacunas e avanços no que tange à produção sobre Comunicação e Gênero sendo que duas variáveis são apresentadas nesta etapa: tipo de estudo e áreas temáticas. No tipo de estudo, considera-se se os trabalhos são teóricos ou empíricos (SAMPAIO *et al.*, 2015), a partir dos objetivos expostos no próprio artigo. Em seguida, no que tange às áreas temáticas, o intuito é perceber dentro de qual área específica da comunicação a pesquisa foi desenvolvida, podendo ser jornalismo, cinema e imagem, publicidade e propaganda, relações públicas e comunicação organizacional e, por fim, comunicação de modo geral, quando não é possível identificar uma área das demais.

Por fim, o terceiro eixo – características e vertentes analíticas dos estudos – busca entender aspectos estruturais das pesquisas e suas prioridades em termos analíticos. Para tanto, observa-se três características: vertente, etapa do processo comunicacional e objeto analisado. A variável vertente trata-se de uma adaptação do estudo de Sarmiento (2013), em que a autora tem como foco os estudos sobre mídia, gênero e política. Para esta análise, a adaptação é feita para adequar a estudos de diferentes interfaces e não somente da política. Já no caso da etapa do processo comunicação, a criação das categorias está baseada na análise de Escosteguy e Messa (2008), a respeito das teses e dissertações. Embora as autoras não sistematizem desta forma, identificam como resultado focos distintos das análises. Aqui, buscou-se entender, então, que parte do processo comunicacional era priorizada: a fase de produção, o conteúdo dos produtos em circulação ou a recepção/receptores das mensagens midiáticas. E, finalmente, observa-se os objetos nos quais estão circunscritos os estudos, a partir da diversidade de possibilidades de elementos a serem analisados, desde um telejornal até a própria audiência, ampliando as possibilidades da divisão feita por Mendes e Carter (2008). A análise do mapeamento, de abordagem quantitativa, é feita a seguir.

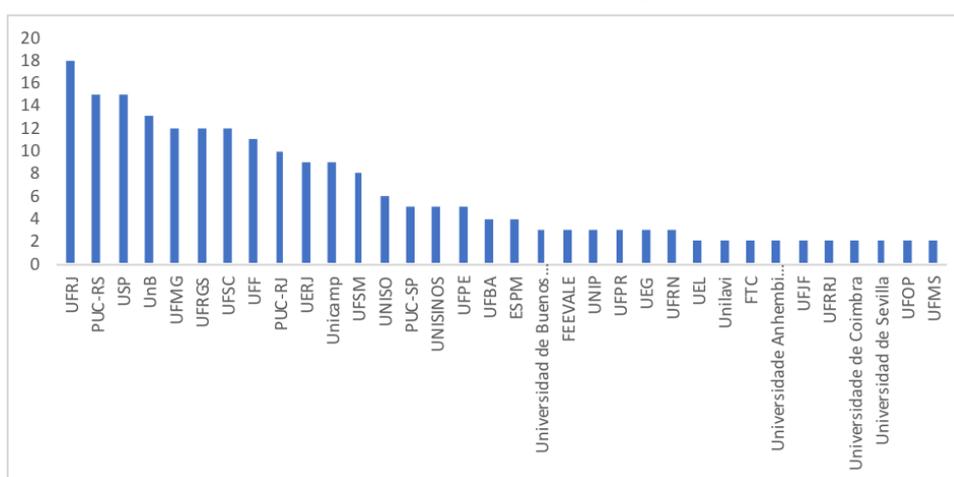
4 DISTRIBUIÇÃO INSTITUCIONAL E DE FORMAÇÃO DOS PESQUISADORES

Neste primeiro eixo, discute-se a distribuição institucional dos pesquisadores que trabalham com o tema Comunicação e Gênero, a titulação no momento da produção – aquela mencionada no texto – e o sexo de cada um dos autores, bem como a possibilidade de parceria diante das coautorias existentes. Antes dos indicadores mencionados, ressaltamos que neste tópico são considerados os três primeiros autores dos 168 artigos. Apenas cinco publicações possuem mais que três autores (3%), o que justifica a observação apenas destes primeiros, sem ônus estatístico para a qualidade da pesquisa. Ao todo, os 168 trabalhos reúnem 250 autores, no entanto o predomínio de artigos é para produção sem coautoria (60,1%). É

importante mencionar que apesar do aumento gradativo das coautorias em trabalhos nas Ciências Humanas (CODATO *et al.*, 2017) e áreas das Ciências Sociais Aplicadas (RIBEIRO, 2017), no caso deste tema a produção individual ainda predomina (DINIZ; FOLTRAN, 2004) e, conseqüentemente, dificulta a presença de parcerias interinstitucional que se discutirá na sequência. A autoria única, segundo Meza *et al.* (2017), em estudo sobre a pesquisa no Chile, é mais comum nas Ciências Humanas e Sociais, chegando a 71%, apesar de, no geral, representar 30% das produções científicas do Scielo.

Em relação à primeira variável analisada (Gráfico 1) – vínculo institucional –, 55 instituições universitárias nacionais¹¹ estiveram representadas de alguma forma entre os 250 autores. Havia também 16 casos de universidades estrangeiras, de diferentes países, e dois casos de outras instituições não universitárias. Apesar de parecer uma distribuição ampla que demonstra a entrada deste tema entre pesquisadores de diferentes lugares, quando se observa as instituições, percebe-se que majoritariamente há uma concentração no Sudeste (59.9% dos autores) e no Sul (23% dos autores). Ao distribuir as autorias, além disso, há universidades mais presentes. A UFRJ (18), a PUC-RS (15), a USP (15), a UNB (13), a UFMG (12), a UFRGS (12), a UFSC (12), a UFF (11) e a PUC-RJ (10) são as que aparecem mais, acima de 10 vezes cada. Ou seja, mais autores delas têm publicado sobre o tema. As nove citadas acima concentram 118 das 250 autorias codificadas – 47,2%. O gráfico 1 mostra as instituições que apareceram até duas vezes, que somam 34 das 74 instituições referenciadas.

Gráfico 1 - Distribuição das instituições dos três primeiros autores (N=250)



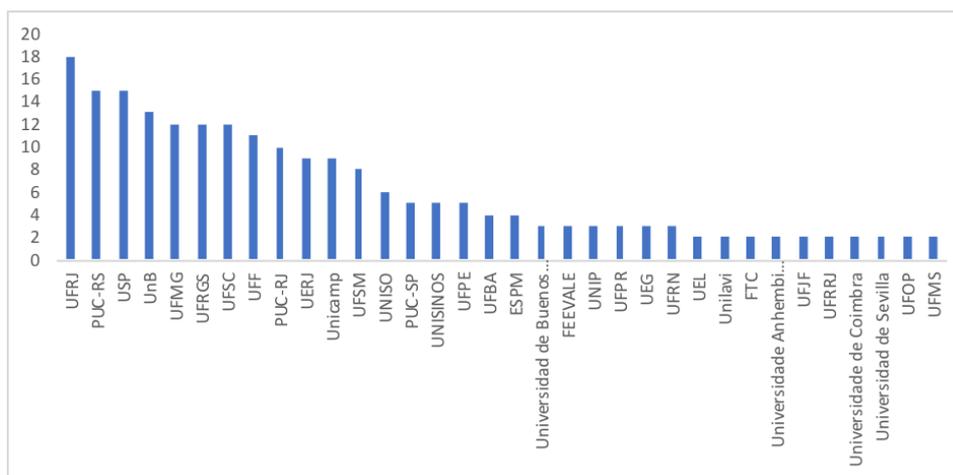
Fonte: Elaboração própria.

¹¹ Apenas em um caso a autora era brasileira e não havia instituição universitária nacional mencionada.

Desse modo, pode-se concluir que – ao menos no que tange às revistas de alto estrato – as publicações sobre comunicação e gênero são altamente concentradas em poucas instituições e, majoritariamente, estão situadas no Sul e no Sudeste (190 das 250 autorias pertencem a instituições destas regiões, o que chega a 83%). Trata-se, portanto, da manutenção de concentração da produção já salientada em outros trabalhos (ECOSTEGUY; MESSA, 2008; DINIZ; FOLTRAN, 2004) e que mesmo com o tempo não se alterou significativamente. Ainda que seja compreensível que haja mais instituições e, possivelmente, mais antigas, nessas regiões, com grupos de pesquisa consolidados sobre o tema, isso demonstra que se perdem diferenças regionais e que o tema ainda pouco se destaca fora desse âmbito restrito.

Outra informação importante tem relação com a titulação de quem publica (Gráfico 2). Majoritariamente, são doutores que publicam sobre o assunto (76%). Ainda que essas revistas analisadas se reservem à possibilidade de publicar textos com titulação mínima de doutor e que novos pesquisadores possam aparecer em publicações de qualis mais baixos (como B1 e B2, por exemplo), como não se tem muitos trabalhos em coautoria – que possibilitaria a presença de mestrands e doutorandos – estes são quase inexistentes e, automaticamente, suas produções possuem menor visibilidade. Como indicado no gráfico a seguir, o grupo de doutorandos e de mestre/mestrands não chega a 30 autores cada.

Gráfico 2 - Distribuição da titulação dos pesquisadores (N=248)¹²



Fonte: Elaboração própria.

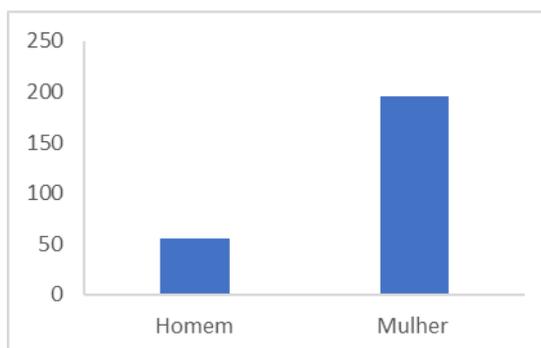
Além disso, salienta-se que as regras de exigência de doutores são recentes em comparação aos periódicos analisados, o que reitera que pesquisadores em formação tendem a

¹² A titulação de duas autoras não foi identificada.

ter menos espaço para suas pesquisas, ainda que possam representar a chave para que estudos de comunicação e gênero ganhem amplitude dentro na Comunicação, crescimento mencionado, por exemplo, nos estudos de Escosteguy e Messa (2008) e Coruja (2018), quando percebem mais teses e dissertações sobre o assunto. Uma observação expandida para revistas de estratos menos elevados pode mostrar se essa tendência se mantém ou se pesquisadores em formação também publicam sobre o tema, mas em periódicos de menor centralidade na área.

Adicionalmente, observou-se o sexo dos autores e autoras que publicaram os 168 artigos sobre Comunicação e Gênero. Enquanto normalmente há predominância de homens como autores das publicações científicas (CARVALHO *et al.*, 2018; VELHO; LEÓN, 1998), quando se observa o tema estudado, tem-se uma inversão dos valores (Gráfico 3).

Gráfico 3 - Distribuição dos autores por sexo (N=250)



Fonte: Elaboração própria.

O que se constatou foi que mais de $\frac{3}{4}$ das autorias são de mulheres (195 autoras), enquanto apenas 22% são de homens (55). Esse dado, embora não siga a quantidade encontrada por Diniz e Foltran (2004) nas publicações da Estudos Feministas, mostra uma tendência da predominância de mulheres quando o tema trata de questões de gênero. Segundo as autoras, isso identifica “a divisão sexual do trabalho em gênero e feminismo nas universidades e centros de pesquisa” (DINIZ; FOLTRAN, 2004, p. 248).

Apesar das autoras citadas tratarem dos estudos de gênero que tangenciam diversas áreas, percebe-se que essa divisão sexual do campo se estende para a comunicação também. Destaca-se que uma observação mais pontual nos textos em que aparecem homens como autores, diferente do achado por Diniz e Foltran (2004), não indica concentração nas discussões sobre masculinidades, mas produções que tratam sobre feminismo, imagem da mulher, travestilidade, mulher no jornalismo, entre outras questões. Ademais, são textos mais recentes, muito mais concentrados a partir de 2010, o que pode indicar uma diminuição

gradual dessa distinção de gênero na distribuição dos temas de pesquisa.

Também se trabalha com a variável parceria interinstitucional. Aqui reitera-se um dado anterior sobre a predominância de publicações sem coautoria (Tabela 1), o que também aparece em outros mapeamentos da produção científica brasileira (SAMPAIO *et al.*, 2018; DINIZ; FOLTRAN, 2004). São 60% das produções escritas de forma solitária, ainda que haja tendência de mudança no cenário acadêmico, como já apresentado por Codato *et al.* (2017).

Isso representa um problema geral que, dentre outras coisas, mostra uma ausência do trabalho coletivo nas instituições e centros de pesquisa, especialmente entre orientadores e orientandos – o que estimularia a presença de pesquisas de autores mais jovens em revistas mais qualificadas, por exemplo. Segundo Meza *et al.* (2017), o número de autorias é usado como proxy para medir o índice de cooperação que, neste artigo, alia-se aos dados sobre diferentes instituições de vínculo. Quando se compara os dados com a pesquisa de Sampaio *et al.* (2018), percebe-se que no caso de comunicação e gênero, tem-se mais artigos de autoria única, o que está mais próximo de um número ainda maior identificado por Diniz e Foltran (2004), especificamente na Estudos Feministas. Uma das possibilidades explicativas é de que, talvez, os artigos sobre Comunicação e Gênero resultem de pesquisas feitas individualmente e não no âmbito de grupos de pesquisa, o que facilita o trabalho coletivo na apresentação de resultados.

Tabela 1 - Presença de parcerias interinstitucionais entre os autores

Parceria	N	%
Não	39	23,2
Sim	28	16,7
Não se aplica	101	60,1
Total	168	100

Fonte: Elaboração própria.

Assim, já de início percebe-se que não há nem trabalho coletivo e nem que possibilite, em um segundo momento, a parceria entre instituições. Como são somente 39,9% das publicações que oferecem alguma possibilidade para tal, as chances tornam-se reduzidas. Assim, dentre as poucas parcerias, elas ocorrem mais entre membros das mesmas instituições (23,2%) que de outras (16,7%). Acredita-se que aumentando as parcerias e, consequentemente aquelas entre instituições, pode-se gradativamente diminuir as diferenças regionais, estimulando a pesquisa sobre o tema em outros centros. Se há um problema de financiamento que pode atingir algumas instituições mais que outras, questão ressaltada por Diniz e Fontran (2004), o trabalho conjunto interinstitucional poderia tornar-se uma medida

paliativa, além de que trabalhos coletivos permitem maior circulação das pesquisas.

5 TIPO DE ESTUDOS E TEMÁTICAS CONTEMPLADAS

Neste segundo eixo de análise, as discussões se voltam para os tipos de estudos e para as temáticas/subáreas da comunicação que predominam nos artigos. A tentativa é visualizar lacunas e áreas que tendem a ser mais presentes quando se trata das discussões sobre gênero no âmbito da comunicação. A primeira variável diz respeito à distribuição dos artigos dentre as temáticas da comunicação e seus assuntos de interesse. Assim, distribuí-se as categorias pensando, especialmente, em linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação e cursos de graduação existentes. Como muitos trabalhos ainda se mantêm mais gerais, sem adesão específica às subáreas – tais como estudos games, entretenimento, recepção de produtos e discussão sobre processo comunicacional – também se criou a categoria comunicação. Os dados seguem na Tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição dos artigos nas áreas da Comunicação

Área	N	%
Jornalismo	45	26,8
Cinema e audiovisual	45	26,8
Comunicação	64	38,1
Publicidade e Propaganda	12	7,1
Relações Públicas/Com. Organizacional	2	1,2
Total	168	100

Fonte: Elaboração própria.

Dos 168 artigos, 38% dos textos tratam destes temas que não se encaixam nas temáticas pré-definidas. Na sequência, aparecem estudos que discutem gênero no Cinema, em imagens fotográficas, em séries, dentre outros produtos e produções audiovisuais (26,8%). Análises fílmicas, aparecem como um campo importante dos estudos feministas e de gênero na comunicação, quando Mendes e Carter (2008) distribuem os estudos pelos formatos de mídia. Discussões sobre Gênero e Jornalismo aparecem também em 26,8% dos trabalhos, especialmente abordando visibilidade da mulher em produtos jornalísticos. Poucas exceções trabalham com aspectos da produção e consumo.

Ainda que pareçam poucas produções – em termos numéricos –, não o é quando comparadas as três categorias já citadas com as duas últimas presentes na tabela – Publicidade e Propaganda e Relações Públicas/Comunicação Organizacional – que representam um número irrisório de publicações, sendo 7,1% e 1,2%, respectivamente. Vale destacar, assim, que há uma lacuna importante e uma ampla possibilidade de trabalhos futuros, já que

pesquisas que dialogam com gênero e publicidade e com a comunicação nas organizações, sejam públicas ou privadas, quase não aparecem nestes espaços nobres de visibilidade da Comunicação que são as revistas científicas de alto qualis, embora representem um campo amplo de estudo segundo Mendes e Carter (2008).

Outro elemento importante que contribui para entender o perfil das publicações sobre Comunicação e Gênero é o tipo de pesquisa. Nesta categorização, os trabalhos foram divididos entre teóricos e empíricos, sendo que a primeira categoria aparece em menor quantidade (12%) que a segunda (88%), como apresentado na Tabela 3.

Tabela 3 – Tipos de pesquisa apresentada nos artigos

Tipo	N	%
Teórico	20	12
Empírico	148	88
Total	168	100,0

Fonte: Elaboração própria.

Estes dados apresentam duas questões importantes para discutir. A primeira é que trabalhos empíricos, por um lado, são importantes porque mostram, na prática, as relações de gênero na comunicação, em seus processos e produtos. Demonstram, em boa medida, um avanço da área de pesquisa, com maior desenvolvimento de metodologias analíticas e observação de objetos, já que trabalhos anteriores de meta análise apontavam que a produção de artigos na área de gênero era majoritariamente teórica (DINIZ; FOLTRAN, 2004) e isso poderia indicar pouca observação para a realidade social.

Do mesmo modo, esse resultado apresenta um paralelo com outras áreas, já que pesquisas como a de Sampaio *et al.* (2018), também mostram o predomínio da empiria. No entanto, ressalta-se que a ausência de trabalhos teóricos nem sempre é vista como positiva, o que é apontado por Dow e Condit (2005), que também perceberam a ausência de pesquisas com este perfil em uma catalogação feita em revistas internacionais, o que pode representar uma dificuldade em criar novas teorias e debates sobre o tema.

6 CARACTERÍSTICAS E VERTENTES ANALÍTICAS DOS ESTUDOS

O terceiro e último eixo discutido neste artigo analisa as vertentes, etapas do processo e objetos comunicacionais, possibilitando averiguar detalhes mais estruturais dessas pesquisas que, como já apontado acima, são majoritariamente empíricas. Conforme indica a tabela seguinte (Tabela 4), sobre as vertentes analíticas, a maior parte dos trabalhos tem discutido a

representação nos produtos comunicacionais (48%), o que parece também ser uma característica na literatura internacional (MENDES; CARTER, 2008).

Ressalta-se que diferentemente daquilo analisado por Sarmiento (2013), aqui não se trata de apreender somente a representação de candidatas em espaços da comunicação, como no telejornal ou jornal impresso. Entram pesquisas que observam desde a representação de mulheres negras em telenovelas até a construção de estereótipos em produções fílmicas. Como a midiatização é um processo relevante para a construção social, a visibilidade dada pelos produtos midiáticos é importante para a construção dos valores e sentidos sobre os sujeitos, principalmente sobre aqueles afetados pelas questões de gênero. Daí que analisar a forma como os produtos comunicacionais atuam na construção dessa imagem, dessa representação social, tem ganhado espaço nos estudos sobre o tema.

Na sequência, apontam-se estudos da vertente de discussão sobre relações de gênero nos processos comunicacionais (33%). Inclui-se nessa vertente aquelas análises que discorrem sobre a atuação da mulher, da lésbica ou da trans na produção de produtos comunicacionais, desde redações de jornais à produção e filmes e séries audiovisuais. Por fim, estudos que abordam o ativismo sobre gênero e meios de comunicação, como o feminismo e o movimento LGBT, constituem a vertente de estudos mais incipiente, representando 19% dos artigos. Assim, verifica-se a predominância dos estudos de representação que se sobrepõem aos de ativismo e processos comunicacionais.

Tabela 4 – Vertente de abordagem dos artigos analisados

Vertente de abordagem	N	%
Representação em produtos comunicacionais	81	48
Discussão sobre relações de gênero nos processos comunicacionais	55	33
Relação entre ativismo e meios de comunicação	32	19
Total	168	100,0

Fonte: Elaboração própria.

A segunda variável deste eixo (Tabela 5) volta-se às etapas do processo de comunicação contempladas pelos estudos. Majoritariamente, é o conteúdo nos diversos suportes de mídia que se analisa, etapa majoritariamente observada em 58,3% dos artigos. Ou seja, ainda há predomínio da área em investigar as mensagens transmitidas pelos veículos de comunicação (ECOSTEGUY; MESSA, 2008). Talvez seja resultado de atalhos metodológicos, mas é preciso também se deter a outros momentos e perspectivas. Isso porque nota-se que somente 28 trabalhos (16,7%) dedicaram-se à etapa de recepção, por exemplo. Apesar do crescimento da preocupação acadêmica com o comportamento da audiência diante

dos produtos comunicacionais, ainda há desequilíbrio nos interesses de pesquisa.

Já os processos de produção – contemplando investigações como aquelas sobre o espaço ocupado pelas mulheres na autoria e produção fotográfica, jornalística e cinematográfica nos meios de comunicação – estão contemplados em somente 22 artigos analisados, representando 13,1% do corpus. A ausência de trabalhos nesta categoria mostra também que, embora haja interesse acadêmico para entender como se dão as representações de gênero nos produtos midiáticos (SOUZA; FERNANDÉZ, 2013), ainda falta entender – em boa medida – as relações que se dão em ambientes de produção (ABRAJI, 2017). Diferenças de gênero aparecem em distintos espaços, seja no mercado de trabalho, nos espaços políticos ou nos ambientes privados, porque extrapolam essas distinções (BIROLI, 2018).

Tabela 5 – Etapa do processo de comunicação contemplada nos estudos¹³

Etapa do processo	N	%
Conteúdo de mídia nos suportes	98	58,3
Recepção/comportamento do público	28	16,7
Processo de produção	22	13,1
Não se aplica	20	11,9
Total	168	100,0

Fonte: Elaboração própria.

Por fim, a última tabela, Tabela 6, traz os objetos estudados nos artigos. Destacam-se, os produtos impressos do jornalismo (jornais e revistas), sendo objetos de 49 publicações (29,2%), o que dialoga diretamente com a observação da representação em produtos comunicacionais e da ênfase nos conteúdos presentes nas mídias. Aqui aparecem trabalhos, por exemplo, sobre a representação em espaços jornalísticos, tanto pensando em agentes políticas quanto em diferentes atores sociais. Em seguida, os produtos audiovisuais e dramaturgos são a prioridade de 23 artigos (13,7%), o que tem relação com a ênfase do Cinema enquanto área de pesquisa que abarca uma produção significativa na área.

Apesar do pouco foco que é dado aos estudos de recepção ou sobre os receptores, a audiência é o objeto de estudo de 12 trabalhos (7%), seja para pensar como um público específico – como as mulheres – recebem determinado conteúdo ou como a audiência lida com as questões de gênero presentes nos produtos midiáticos. Um dado interessante e que justifica a presença contínua de mapeamentos do campo tem a ver com o foco nas mídias sociais digitais, objeto de investigação recente em comparação com a literatura sobre Gênero

¹³ A categoria “não se aplica” englobava trabalhos enquadrados como teóricos. Como esta variável buscava ver que fase do processo – em trabalhos empíricos – era analisada, optou-se em colocá-los de modo separado na tabela.

no século XX (ECOSTEGUY; MESSA, 2008; DINIZ; FOLTRAN, 2004). Isso porque aparecem como foco de 10 trabalhos (6%), já à frente de objetos tradicionais como o telejornal (4,2%) e a telenovela (4,8%). A baixa presença da observação desta última categoria dialoga com o pouco espaço dos estudos de gênero na Publicidade e Propaganda e nas Relações Públicas, ainda que campanhas e anúncios se destaquem com 12 casos (7%).

Tabela 6 – Objetos de estudo priorizados nos artigos

Objeto	N	%
Jornalismo impresso/Revista	49	29,2
Cinema/séries/documentários/teatro	23	13,7
Anúncio/Cam. Publicitária	12	7,1
Audiência	12	7,1
Mídias sociais (FB, Twitter, Instagram)	10	6
Telenovela	8	4,8
Telejornal	7	4,2
Fotografia	6	3,6
Entretenimento/Games	6	3,6
Ciberjornalismo (sites de notícia)	4	2,4
Blogs	3	1,8
Internet (quando não define o espaço)	2	1,2
Livro/Literatura	2	1,2
Radiojornal	1	0,6
Espaços de mídia alternativa	1	0,6
Veículos institucionais	1	0,6
YouTube, vídeos, música	1	0,6
Sem objeto (ensaio teórico)	20	11,9
Total	168	100

Fonte: Elaboração própria.

Mesmo que as mídias sociais tenham ganhado espaço e já se destaquem enquanto objetos empíricos de estudos na área, cabe ressaltar que outros produtos oriundos da comunicação on-line como blogs (1,8%), sites de notícia (2,4%) e internet no geral (1,2%) ainda aparecem timidamente em comparação aos demais objetos. Sarmiento (2018), por exemplo, reforça como se pode investigar o uso e as relações da internet para a mobilização feminista enquanto agenda de pesquisa emergente na contemporaneidade. Forma-se, portanto, uma lacuna ainda a ser explorada, especialmente ao considerarmos a importância que a Internet tem ganhado, inclusive na formação da opinião pública, o que importa diretamente para as discussões sobre questões de Gênero na sociedade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quais são os avanços, lacunas e possibilidades que os estudos sobre Comunicação e Gênero apresentam em sua trajetória? Esta é a pergunta que objetivou-se responder neste

artigo a partir da análise das publicações sobre o tema em periódicos científicos nacionais de altos estratos. A pesquisa – a partir da construção do recorte – considerou 168 artigos publicados em onze revistas brasileiras, os quais foram analisados a partir de um livro de codificação que considerava tanto aspectos de autoria quanto de conteúdo dos textos. Os resultados aqui dispostos foram divididos em três eixos nos quais discutiu-se sobre autoria e concentração da produção, tematização e características dos textos.

Em relação ao primeiro eixo, percebe-se que se mantém uma concentração dos estudos sobre o tema nas regiões Sul e Sudeste, sendo que mais de 47% das autorias advém de somente nove instituições. Ademais, majoritariamente, são mulheres e que possuem título de doutorado que publicam sobre o assunto nas revistas de alto estrato, o que tem relação com as políticas da área, mas também, com a ausência de parceria acadêmica entre orientadores e orientandos. Pesquisas relevantes podem perder visibilidade por conta da titulação. Esses achados indicam uma lacuna no quesito expansão dos estudos, em que se perdem objetos e contextos que carecem de investigações, e evidenciam a falta de coletividade que além de alta na academia, se enfatiza ainda mais quando se trata de estudos sobre Comunicação e Gênero. Em termos de avanços, parece ter diminuído a divisão sexual do campo, que se dava com maior ênfase em mapeamentos anteriores.

Sobre os tipos de estudos e temáticas contempladas percebe-se que se concentram em algumas subáreas enquanto outras ainda carecem de estudos que discutam as relações de gênero. Comunicação em geral, Cinema e Audiovisual e Jornalismo detêm boa parte das pesquisas para seus objetos e preocupações. Já Publicidade e Relações Públicas têm pouquíssimos estudos que dialogam com a perspectiva de gênero. A partir disso, tem-se importantes possibilidades de pesquisa para serem desenvolvidas. Há um crescimento de peças publicitárias que trazem à tona questões de gênero, embora sejam pouco estudadas. Da mesma forma, evidenciam-se as relações internas das instituições que também podem apresentar evidências que permitem um diálogo com gênero, especialmente sobre divisão sexual do trabalho. Outro resultado relevante é sobre o predomínio de trabalhos empíricos, o que precisa ser discutido tanto do ponto de vista do avanço das pesquisas que se voltam para ambientes da comunicação quanto da necessidade de, também, manter-se a construção de debates que direcionem para a consolidação de novas teorias.

Por fim, em relação às características relacionadas ao processo analítico e escolhas de pesquisa, há predominância de estudos que observam a representação de gênero em produtos comunicacionais, dos mais variados. No entanto, trata-se de uma vertente predominante e que dialoga diretamente com a observação do conteúdo desses produtos. Apesar do leque amplo

de resultados já obtidos, o que se torna muito positivo para a área, é preciso investir nas lacunas. Diante disso, há espaço para entender questões de gênero que tangenciem o processo comunicacional desde sua produção até seu consumo, da mesma forma que entender a comunicação no âmbito do ativismo também responderá questões relevantes e que ainda precisam de mais respostas.

Ainda no terceiro eixo, os resultados indicaram predomínio de trabalhos que observam o conteúdo de produtos comunicacionais em detrimento do processo de produção e recepção, o que também seria relevante para entender construções de gênero no ambiente de trabalho, questão bastante discutida por outras áreas, tal como a Ciência Política. Da mesma forma, os dados mostraram alta frequência de pesquisas sobre representação de gênero. Porém, a ênfase nos processos comunicacionais e na relação com o ativismo ainda podem se destacar mais como tema de novas pesquisas. Por fim, os objetos estudados nas pesquisas empíricas indicam concentração em três elementos: veículos impressos jornalísticos, cinema e audiovisual e campanhas publicitárias. Além disso, destacam-se a presença e a importância das pesquisas com mídias digitais e internet.

É preciso reconhecer, por outro lado, que as revistas de qualis A1 e A2, embora representem aquelas mais “requisitadas” para publicação e ofereçam visibilidade aos estudos de gênero em função de sua colocação na área, trazem ainda um percentual muito baixo das publicações. Juntas não chegam a 10% de todos os periódicos avaliados. E, reduzindo aos periódicos nacionais e com escopo compatível com o tema, isso torna-se ainda menor. Assim, para uma cartografia mais ampla é preciso expandir a pesquisa – ao menos – adicionando revistas nacionais com qualis B1 e B2, que também são buscadas pelos pesquisadores, especialmente pela colocação que ocupam nos processos de avaliação da pós-graduação.

Ademais, mesmo dentro do escopo apresentado neste trabalho, que contempla os 168 artigos, ainda é possível explorar outras características relevantes. Entender a concentração do tipo de pesquisa entre as revistas e as temáticas pode trazer insights interessantes sobre espaços de publicação. Em outros trabalhos, podem-se verificar, por exemplo, os métodos e técnicas de pesquisa mais utilizados, assim como as abordagens mais presentes, os objetivos das pesquisas e o desenvolvimento longitudinal do tema nos periódicos. Conjuntamente com os dados apresentados neste artigo, ter-se-á um mapeamento ainda mais completo sobre o avanço das questões de gênero no âmbito da comunicação. Como salientam Escosteguy e Messa (2008) e Dow e Condit (2005), as meta-análises e cartografias do campo não são consideradas tão centrais do ponto de vista da valorização do trabalho de pesquisa em Comunicação, ainda que estudos bibliométricos se destaquem em outras áreas e formem,

inclusive, um campo autônomo de pesquisa (RIBEIRO, 2017). No entanto, é por meio deste tipo de pesquisa que se percebe o desenvolvimento do campo científico (DACOMBE, 2018), seja para compreender o perfil dos pesquisadores e a concentração da rede como para entender as características do avanço das pesquisas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ABRAJI. Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo. **Relatório sobre Mulheres no Jornalismo**, 2017. Disponível em: <http://mulheresnojornalismo.org.br/>. Acesso em: 14 de mar. 2018.

ALDÉ, Alessandra; CHAGAS, Viktor; SANTOS, João G. B. Teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-2012): um mapa da pesquisa em comunicação e política. **Revista Compolitica**, v. 3, p. 8-43, 2013.

BIROLI, Flavia. **Gênero e Desigualdades: limites da democracia no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.

BLAY, Eva A.; AVELAR, Lúcia. **50 anos de feminismo: Argentina, Brasil e Chile**. São Paulo: Edusp, 2017.

BRUSCHINI, Cristina; ARDAILLON, Danielle; UNBEHUAM, Sandra. **Tesouro para estudos de gênero e sobre mulheres**. São Paulo: Editora 34, 1998.

CARVALHO, Marília; COELI, Claudia; LIMA, Luciana. Mulheres no mundo da ciência e da publicação científica. **Cad. Saúde Pública**, v. 34, n. 3, p. 1-3, 2018.

CODATO, Adriano; MASSIMO, Lucas; HOROCHOVSKI, Rodrigo; CAMARGO, Neilor. A colaboração na Ciência Política brasileira: um estudo exploratório do padrão de coautorias em periódicos nacionais. In: Congresso Latino-Americano de Ciência Política, 9, 2017, Montevideu. **Anais...** Montevideu: ALACIP, 2017.

CORUJA, P. Comunicação e Feminismo: um panorama a partir da produção de teses e dissertações do campo da Comunicação entre 2010 e 2015. **Revista Ártemis**, v. 25, n. 1, p.148-162, 2018.

COSTA, Albertina de O.; BARROSO, Carmen; SARTI, Cynthia. Pesquisa sobre mulher no Brasil – Do limbo ao gueto? **Cadernos de Pesquisa**, n. 54, p. 5-15, 1985.

DACOMBE, Rod. Systematic Reviews in Political Science: What Can the Approach Contribute to Political Research? **Political Studies Review**, v.16, n. 2, p. 148–157, 2018.

DINIZ, Débora; FOLTRAN, Paula. Gênero e feminismo no Brasil: uma análise da revista estudos feministas. **Revista Estudos Feministas**, v. 12, p. 245-253, 2004.

DOW, Bonnie; CONDIT, Celeste. M. The State of the Art in Feminist Scholarship in Communication. **Journal of Communication**, v. 55, p. 448–478, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; MESSA, Márcia Rejane. Os estudos de gênero na pesquisa em Comunicação no Brasil. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. (Org.). **Comunicação e Gênero: a aventura da pesquisa**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 14-29.

FIGUEIREDO FILHO, Dalson B.; ROCHA, Enivaldo C.; PARANHOS, Ranulfo; SILVA JR, José A. O que é, para que serve e como se faz uma meta-análise. **Teoria & Pesquisa**, v. 23, n. 2, p. 205-228, 2014.

JESSON, Jilly; MATHESON, Lydia; LACEY, Fiona. Doing **Your Literature Review: Traditional and Systematic Techniques**. Londres: Sage, 2011.

LEITE, Fernando. B. **O campo de produção de ciência política brasileira contemporânea: uma análise histórico-estrutural de seus princípios de divisão a partir de periódicos, áreas e abordagens**. 2015. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

LETA, J. As mulheres na ciência brasileira: crescimento, contrastes e um perfil de sucesso. **Estudos avançados**, v. 17, n. 49, p. 271-284, 2003.

MARTINEZ, Monica; LAGO, Claudia; LAGO, Mara Coelho. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Famecos**, v. 23, n. 2, ID22464, 2016.

MATTOS, Maria Angela. VILLAÇA, Ricardo. Aportes para nova visada da metapesquisa em comunicação. **Comunicação & Sociedade**, v. 33, n. 57, p. 199-218, 2012.

MENDES, Kaytlin; CARTER, Chyntia. Feminist and gender media studies: a critical overview. **Sociology Compass**, v. 2, n. 6, p. 1701-1718, 2003.

MEZA, Paulina; SABAJ, Omar; MATSUDA, Ken. La autoría única en SciELO Chile: prácticas autoriales en las áreas de la ciencia. **Biblios**, n. 66, p. 1-19, 2017.

MELO RIBEIRO, Henrique César. Bibliometria: quinze anos de análise da produção acadêmica em periódicos brasileiros. **Biblios**, n. 69, p. 1-20, 2017.

SAMPAIO, Rafael; MITOZO, Isabele; MASSUCHIN, Michele; FONTES, Giulia; PENTEADO, Claudio. Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura: uma análise dos papers apresentados no grupo de trabalho da Anpocs. **BIB**, v. 85, n.1, p. 126-147, 2018.

SAMPAIO, R; BRAGATO, R; NICOLAS, M. A. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 21, p. 285-320, 2016.

SANTOS, J. G. B.; ALDÉ, A.; SCHWAMBACH, A. C. F. Panorama das teses e dissertações brasileiras envolvendo Internet e Política de 1995 a 2014. Encontro Anual da Anpocs, 40, 2016, Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 2016.

SARMENTO, Rayza. Estudos feministas de mídia e política: uma visão geral. **BIB**, n. 87, p. 181-202, 2018.

SARMENTO, Rayza. Mídia, Gênero e Política: Breve Mapeamento de Horizontes Analíticos. **Ação Midiática**, v. 2, n. 5, p. 1-15, 2013.

SARMENTO, Rayza; VIANA, Lara. A Pesquisa Brasileira sobre ativismo político online: mapeamento de publicações em periódicos das áreas de Ciência Política e Comunicação (2000 a 2017). Congresso da Compolítica - Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 8, 2019, Bras **Anais...** Brasília: COMPOLÍTICA, 2019.

SILVA, P. M. M.; VASCONCELOS, C. R. M. DE. Diversidade cultural no contexto organizacional. **Comunicação & Informação**, v. 22, p. 1-14, 2019.

SOUZA, M. B.; FERNÁNDEZ, V. L. A representação da mulher de periferia no cinema brasileiro. **Comunicação & Informação**, v. 14, n. 2, p. 195-213, 2013.

TAVARES, Camilla Q. Onde estão as pesquisas sobre jornalismo, gênero e política? Uma análise dos periódicos brasileiros. In: BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina; ROCHA, Paula (Orgs.). **Gênero, Mídia & Lutas Sociais**. Ponta Grossa: Eduepg, 2018.

VELHO, Léa; LEÓN, Elena. A construção social da produção científica por mulheres. **Cadernos Pagu**, v. 10, p. 309-344, 1998.

URBIZAGASTEGUI, Ruben. La Bibliometría, Informetría, Cienciometría y otras “Metrias” en el Brasil. **Encontros Bibli**, v. 21, n. 47, p. 51-66, 2016.