



Evento	Salão UFRGS 2020: SIC - XXXII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2020
Local	Virtual
Título	As questões de gênero nas pesquisas em Comunicação: um olhar para o objeto
Autor	GIOVANNA PARISE
Orientador	LAURA HASTENPFLUG WOTTRICH COUGO

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

Autora: Giovanna Parise

Orientadora: Prof^a Dra. Laura Hastenpflug Wottrich Cougo

Instituição: Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO/UFRGS)

Resumo:

Segundo o Fórum Econômico Mundial, o Brasil está entre os países com maior desigualdade de gênero na América Latina. Considerando a Comunicação como propulsora da opinião pública e do debate social, precisamos discutir as questões de gênero pelo viés desse campo do conhecimento, o que fazemos a partir da noção de objeto (FRANÇA, 2001). O objetivo geral é entender quais são os objetos empíricos mobilizados nas pesquisas em comunicação que dialogam com as questões de gênero. Os objetivos específicos são identificar quais trabalhos abordam questões de gênero; mapear onde as questões de gênero se localizam nos trabalhos encontrados, se estão na metodologia, na problemática, nos objetivos gerais e específicos ou nos dispositivos teóricos; analisar os métodos e autores mobilizados nesses trabalhos; discutir a contribuição das problemáticas de gênero para o campo da comunicação. A pesquisa metodológica (BONIN, 2011) tem como recorte os 5 PPGs da área de Comunicação da Região Sul mais bem avaliados pela Capes de 2013 a 2016. Nas pesquisas defendidas entre 2013 e 2018, buscamos os termos expressões de gênero; relações de gênero, estudos de gênero, estudos queer, feminilidade; masculinidade; feminismo; LGBT; sexualidade; bissexualidade; homossexualidade; transexualidade e heteronormatividade (TOMAZETTI, 2009) no título, no resumo, nos objetivos, nas problemáticas, no objeto empírico e na metodologia. De 838 trabalhos, 32 constituíram o corpus. Os resultados demonstram abordagem transversal das questões de gênero. Há predominância de ocorrências no objeto empírico (27), na problemática, no objetivo geral e na discussão teórica (26). Como objetos empíricos, há sujeitos (18), produtos (13) e os dois (1). As redes sociais lideram os gêneros midiáticos abordados (14). A vertente (TOMAZETTI, 2019) líder é a Feminista e/ou sobre mulher (19). Considerada a pluralidade mapeada, concluo que ainda é possível avançar no diálogo entre a Comunicação e os Estudos de Gênero.