

# iscte

INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

## **A desigualdade de género na apresentação dos telejornais nacionais: o caso dos *pivots***

Beatriz Maria Duarte Lopes

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientadora:

Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares, Professora Associada

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Patrícia Durães Ávila, Professora Associada

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Julho, 2020



# iscte

SOCIOLOGIA  
E POLÍTICAS PÚBLICAS

## **A desigualdade de género na apresentação dos telejornais nacionais: o caso dos *pivots***

Beatriz Maria Duarte Lopes

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientadora:

Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares, Professora Associada

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Patrícia Durães Ávila, Professora Associada

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Julho, 2020



## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer, de um modo geral, a todos aqueles que de uma maneira ou de outra contribuíram para o desenrolar e realização desta investigação.

Começarei por agradecer aos meus pais, que desde o início me apoiaram e incentivaram na realização deste projeto, criando sempre as condições necessárias para eu me concentrar e envolver neste objetivo.

Expresso, do mesmo modo, a minha maior gratidão à minha orientadora, Professora Cláudia Álvares, que desde o início ao fim se mostrou disponível e pronta para me ajudar a conceber este projeto. Agradeço, igualmente, à minha co-orientadora, Professora Patrícia Ávila, pela pronta disponibilidade que sempre demonstrou e pela grande ajuda que prestou na realização da parte quantitativa desta dissertação. Obrigada a ambas, pelo tempo, pelo conhecimento, pelos comentários, pelas sugestões, pelas revisões, pelos conselhos e críticas que levaram a que a realização desta dissertação se tornasse possível.

Quero também deixar o meu agradecimento ao meu namorado, pelo apoio que me deu, pela muita paciência que teve para ouvir as minhas preocupações, planos, ideias e inquietações e sobretudo por nunca ter deixado de acreditar em mim e nas minhas capacidades.

Igualmente, dirijo também o meu agradecimento ao Décio Telo, responsável do MediaLab do ISCTE-IUL, que me facilitou o acesso à plataforma *e-telenews*, para que me fosse possível obter dados para a análise quantitativa desta dissertação. Agradeço também ao Professor Miguel Crespo do ISCTE-IUL e ao Professor Rúben Neves da ESCS por se terem mostrado disponíveis para facilitar alguns contactos de *pivots* e de estudantes para eu entrevistar.

No que respeita às pessoas que entrevistei, devo-lhes um especial agradecimento pelo seu tempo, disponibilidade e disposição para ajudar.

Deixo também um grande agradecimento aos meus cinco colegas de mestrado, Flávio, Inês, Isabela, Marco e Rúben que me acompanharam desde o início do mestrado e que desde aí passaram comigo momentos de convívio, de desabafo e de trabalho.

Finalmente, agradeço a todos os meus amigos, e especialmente ao André Graça, por me ter acompanhado desde o dia das inscrições para a licenciatura até hoje. Obrigada pelo apoio, incentivo e acima de tudo pela amizade durante esta tão importante etapa da minha vida, a faculdade.



## RESUMO

As organizações da *media* têm o poder de reforçar a desigualdade de género através da disseminação de estereótipos de género. Consciente de que vários estudos no passado demonstraram que as mulheres são sub-representadas ou simbolicamente aniquiladas nos *media*, optou-se por testar se tal acontece também em Portugal com as *pivots* dos telejornais. Neste trabalho, decidiu-se fazer uma investigação de metodologia mista, que tem como principal propósito analisar a desigualdade de género no que diz respeito aos *pivots* que apresentam os principais telejornais nacionais portugueses. No que concerne à análise quantitativa, esta foi realizada durante um período de um ano e teve como principal objetivo recolher dados que ajudassem a determinar se o número de mulheres e homens a apresentar os principais telejornais nacionais é igual ou desigual. Paralelamente, fez-se também uma análise qualitativa através de entrevistas a *pivots* de telejornais e a estudantes de jornalismo, para que fosse possível compreender a forma como ambas presenciam e interiorizam a desigualdade de género. Com base na primeira análise foi possível verificar que existe uma desigualdade de género significativa entre homens e mulheres que apresentam os telejornais, o que vem reforçar os estereótipos de género tradicionais. Por outro lado, apurou-se, através das entrevistas realizadas, que a maioria das *pivots*, bem como a maioria das estudantes, consideram que não existe qualquer discrepância ou desigualdade de género na apresentação dos telejornais nacionais. Porém, apesar de não reconhecerem tal discrepância, conseguiram identificar causas e entraves, assim como mecanismos sociais que asseguram a sua existência.

**Palavras-chave:** género, desigualdade de género, *media*, jornalismo, *pivots*, telejornais

## **ABSTRACT**

Media organizations have the power to reinforce gender inequality through the spread of gender stereotypes. In the past, several studies have shown that women in the media are underrepresented or symbolically annihilated. Considering this, we decided to test if this also happens with the news-anchors that present the newscasts in Portugal. Within this context, in this research, we have used a mixed methodology investigation. Its main purpose is to analyze gender inequality as concerns the news-anchors who present the main Portuguese newscasts. In regard to the quantitative analysis, we have collected data during one year. The purpose of this analysis was to determine whether the number of women and men presenting the national newscasts is equal or unequal. At the same time, a qualitative analysis was also carried out through interviews with both news-anchors and journalism students, so as to understand the way in which both witness and internalize gender inequality. Based on the first analysis, it was possible to verify that there is a significant level of gender inequality between men and women who present the newscasts, which reinforces the traditional gender stereotypes. On the other hand, the majority of news-anchors and students interviewed consider that there is no gender discrepancy or inequality in the presentation of national newscasts. However, despite not recognizing such a discrepancy, both these groups managed to identify causes and obstacles, as well as social mechanisms that underpin its existence.

**Keywords:** gender, gender inequality, media, journalism, news-anchors, newscasts



## ÍNDICE

ÍNDICE DE TABELAS .....	vii
GLOSSÁRIO DE SIGLAS .....	ix
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 1- ESTADO DE ARTE.....	5
1.1- Sexo, Género e Desigualdade de Género .....	5
1.2- A aniquilação simbólica e a trivialização das mulheres nos <i>media</i> .....	6
1.3- A teoria do <i>Glass Ceiling</i> .....	7
1.4- <i>Soft e hard news</i> .....	8
1.5- O projeto GMMP .....	9
1.6- O combate à desigualdade de género nos <i>media</i> em Portugal .....	10
1.7- <i>Pivots</i> femininas e discriminação na carreira .....	11
CAPÍTULO 2- EXPOSIÇÃO METODOLÓGICA.....	13
2.1- Operacionalização e Proposta metodológica .....	13
CAPÍTULO 3- ANÁLISE QUANTITATIVA DE DADOS.....	17
3.1 Análise quantitativa da variável “sexo” segundo emissões, horários e dias da semana .....	17
3.2 Análise quantitativa da variável “idade” e “filhos”.....	23
3.3 Análise quantitativa comparativa entre os canais e as emissões da tarde e da noite da RTP1, RTP2, SIC e TVI .....	24
CAPÍTULO 4- ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS.....	29
4.1- Análise das entrevistas realizadas a <i>pivots</i> .....	29
4.2- Análise das entrevistas realizadas a estudantes .....	38
CONCLUSÕES.....	44
BIBLIOGRAFIA .....	49
ANEXOS .....	I
ANEXO A- Grelha de análise para o estudo quantitativo.....	I
ANEXO B- Estudo qualitativo .....	I
a) Guião de entrevista para <i>pivots</i> .....	I
b) Guião de entrevista para estudantes .....	II



## ÍNDICE DE TABELAS

**Tabela 3.1.1-** Telejornais (total de emissões), segundo o horário e o sexo (%)

**Tabela 3.1.2-** Número médio de emissões apresentado, por dia, por homens e mulheres

**Tabela 3.1.3-** Número médio de emissões diárias apresentado por homens e mulheres durante os dias da semana

**Tabela 3.1.4-** Número médio de emissões diárias apresentadas por homens e mulheres durante os fins-de-semana

**Tabela 3.1.5-** Percentagem de homens e mulheres segundo os dias da semana e o horário dos telejornais

**Tabela 3.2.1-** Idade dos *pivots*, segundo o sexo

**Tabela 3.3.1-** Apresentação do jornal da tarde da RTP1 (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.2-** Apresentação do jornal da noite da RTP1 (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.3-** Apresentação do jornal da noite da RTP2 (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.4-** Apresentação do jornal da tarde da SIC (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.5-** Apresentação do jornal da noite da SIC (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.6-** Apresentação do jornal da tarde da TVI (total de emissões), segundo o sexo

**Tabela 3.3.7-** Apresentação do jornal da noite da TVI (total de emissões), segundo o sexo



## **GLOSSÁRIO DE SIGLAS**

- CIG- Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género
- ESCS- Escola Superior de Comunicação Social
- GMMP- The Global Media Monitoring Project
- ISCSP- Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
- ISCTE-IUL- Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa- Instituto Universitário de Lisboa
- NOVA FCSH- Nova Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
- ONU- Organização das Nações Unidas
- REC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social
- RTP1- Rádio e Televisão de Portugal
- RTP2- Rádio e Televisão de Portugal 2
- SIC- Sociedade Independente de Comunicação
- TVI- Televisão Independente
- UE- União Europeia

## INTRODUÇÃO

Seja qual for a área profissional, existe quase sempre uma notável assimetria entre homens e mulheres. Apesar das melhorias ao longo das últimas décadas, ainda hoje várias mulheres estão maioritariamente concentradas em empregos de baixa remuneração ou baixo estatuto profissional e chegam raramente a posições de poder. Por outro lado, os homens, quer seja na sociedade, quer seja no seu local de trabalho, são geralmente “sobrerrepresentados”, tendendo a ocupar cargos de poder como diretores e dirigentes, alcançando deste modo uma carreira mais duradoura e de sucesso do que as mulheres. Esta conceção de que os homens são os mais adequados para posições de liderança e de que as mulheres estão apenas aptas para cargos inferiores faz com que, para além de existir uma assimetria de género, exista também uma estereotipificação, discriminação e por consequência uma representação desequilibrada entre homens e mulheres na vida profissional.

Apesar da desigualdade de género estar presente em todas as plataformas de *media* (jornais, rádio, televisão), podemos considerar que em Portugal a televisão continua a ser o meio principal para obter informação e entretenimento, sendo assim o principal meio de disseminação ideológica aos portugueses. No que concerne em particular os apresentadores dos conteúdos informativos na televisão, estes desempenham um papel muito importante e de grande protagonismo, não só por cumprirem simultaneamente o papel de apresentador, entrevistador e comentador nas notícias do telejornal, mas também por serem vistos pelo público como jornalistas reconhecidos pelo seu mérito profissional (Lobo, 2011).

Desde a primeira estreia do telejornal na RTP em 1959 até hoje que este tem vindo a ser apresentado predominantemente por *pivots* masculinos, reconhecidos não só pelo pelas suas aptidões e prestígio profissional mas também pela forma neutra e séria como apresentam as notícias (Lobo, 2011). Já as mulheres, que entraram nesta profissão muito mais tarde do que os seus colegas masculinos (meados dos anos 70), sempre foram vistas como parte integrante de uma estratégia quer de “ ‘modernização’ da imagem do programa” (Lobo, 2011:170), quer de venda de notícias através da promoção da sua imagem atraente.

Os meios de comunicação social continuam a ignorar o verdadeiro papel da mulher na sociedade e apesar de atualmente a mulher ter maior peso em assuntos da esfera pública (como a economia e a política), os homens continuam a ser vistos como mais indicados para falar e discutir estes assuntos no telejornal. Isto leva a que as mulheres sejam estereotipadas e frequentemente mais associadas à esfera privada do que à esfera pública

Sendo assim, ainda que existam alguns estudos que revelam que existe paridade entre homens e mulheres *pivots* a apresentar os telejornais (Lobo, 2011), há razões para crer que as mulheres são mais valorizadas pela sua figura do que pelo seu estatuto profissional como *pivots*, continuando assim a existir uma dominação masculina no que concerne à apresentação dos telejornais.

Posto isto, surge a seguinte questão: Existe realmente uma desigualdade de género entre os *pivots* que apresentam os telejornais nacionais? Em caso afirmativo, porque é que existe essa diferença? Para responder a estas questões interessa saber quantas vezes homens e mulheres aparecem a apresentar o telejornal e quem aparece com maior frequência. Com esse objetivo em mente, far-se-á uma análise comparativa dos quatro canais generalistas – RTP1, RTP2, SIC e TVI – em que serão observados, em 12 intervalos temporais num período de um ano (entre 2019 e 2020), os telejornais das 13h00 e das 20h00 (21h30, no caso da RTP2) por forma a averiguar se existe desigualdade de género e uma sub-representação das mulheres *pivots* nos respetivos canais generalistas.

Partindo desta questão e com a ajuda do resultado das entrevistas realizadas, será também possível desmistificar se os estereótipos de género estão presentes nas práticas jornalísticas televisivas e na sociedade portuguesa de hoje em dia.

A partir destas questões de partida são também assumidos diferentes objetivos: 1) Perceber, comparar e avaliar as diferenças de género que existem entre os *pivots* dos quatro canais generalistas; 2) Contribuir para os estudos de género e para os estudos feministas dos *media*; 3) Constatar se os estereótipos de género ainda estão presentes na sociedade portuguesa e nas suas práticas jornalísticas televisivas; 4) Descortinar se e porque é que existe uma sub-representação das mulheres nas funções de *pivot*, nos quatro canais generalistas.

No que toca à parte teórica da dissertação, esta divide-se em sete capítulos e estes servirão em parte para abordar as questões e os objetivos estabelecidos. No primeiro capítulo, será discutido o significado de “sexo”, “género” e “desigualdade de género”, no segundo será abordado o tema da aniquilação simbólica e da trivialização das mulheres nos meios de comunicação social, no terceiro será feita uma abordagem à teoria do *Glass Ceiling*. Já no quarto, falar-se-á da diferença da associação entre mulheres e *soft news* e homens e *hard news*. Passando para o quinto, será feita uma breve exposição do projeto GMMP. No sexto, demonstrar-se-ão alguns dos vários tipos de programas e projetos em Portugal que já trataram e tratam de tentar monitorizar e legislar em relação ao tema da desigualdade de género nos *media*. Por último, será dada uma breve explicação acerca do porquê dos homens se manterem no ecrã durante mais tempo do que as mulheres.

Já no respeitante à parte empírica da dissertação, esta encontra-se dividida entre dois capítulos principais: um capítulo para a análise quantitativa e um para a análise qualitativa. No que toca à análise quantitativa este divide-se em três subcapítulos: o primeiro que aborda os dados da análise qualitativa de uma maneira mais geral, o segundo que apresenta dados relacionados com fatores como a idade e a maternidade e o terceiro em que é feita uma análise comparativa entre os canais e as emissões da tarde e da noite da RTP1, RTP2<sup>1</sup>, SIC e TVI. De seguida, no capítulo da análise qualitativa, existem dois subcapítulos, um que se dirige à análise das entrevistas feitas a *pivots* e outro que se dirige à análise das entrevistas feitas a estudantes, onde é também feita uma pequena comparação entre as respostas de ambos os grupos entrevistados.

Por fim, após serem feitas estas análises, serão apresentadas as conclusões.

---

<sup>1</sup> RTP2 só tem o telejornal da noite (21h30)





## CAPÍTULO 1- ESTADO DE ARTE

### 1.1- Sexo, Género e Desigualdade de Género

“Sexo e género são distinções categóricas primárias, quase automáticas, através das quais entendemos o mundo e avaliamos os outros, com importantes consequências para a manutenção da desigualdade social” (Ridgeway, 2011 apud Westbrook & Saperstein 2015, p.535).

Apesar das muitas tentativas de parte de psicólogos, sexólogos, e filósofos no sentido de estabelecer uma distinção exata entre os conceitos de sexo e género, essa diferenciação continua a estar longe de ser evidente. De uma maneira geral, o termo “sexo” refere-se às diferenças biológicas entre homens e mulheres, ou seja, às diferenças evidenciadas pelos órgãos genitais externos, cromossómicas ou hormonais (West & Zimmerman, 1987). Segundo Foucault (1984:154) a “noção de “sexo” tornou possível agrupar, numa só unidade artificial, “elementos anatómicos, funções biológicas, condutas, sensações e prazeres, e permitiu fazer uso dessa unidade fictícia como um princípio causal, um significado omnipresente; assim, o sexo foi capaz de funcionar como um significante único e como uma característica universal.” Esta definição fornece a base para as categorias culturais, binárias e dualistas, de “masculino” e “feminino” (Moore, 1994), pelo que se pode dizer que sexo e género são por um lado conceitos separados, mas, por outro, interligados. Já Rhoda Unger (1979) veio argumentar mais tarde que o amplo uso do termo sexo implica causas biológicas e promove a ideia de que as diferenças entre homens e mulheres são naturais e imutáveis.

Contrariamente ao sexo, o género é considerado como algo socialmente construído e não determinado biologicamente, querendo com isto dizer que o conceito de género resulta de elaborações sociais criadas através de contextos culturais, históricos e sociais específicos. Segundo West e Zimmerman (1987 apud Risman & Davis 2014, p.738), o género, em oposição ao sexo, não é algo com que nascemos nem que nos é inerente, ou seja, uma qualquer característica que possuímos, mas antes algo que praticamos (“to do gender”). Desde pequenos que somos ensinados a fazer género. Veja-se o exemplo das meninas que aprendem a brincar com *barbies*, com nenucos, maquilhagem e utensílios de cozinha de brincar, moldando assim futuros comportamentos e personalidades na infância que se irão traduzir em futuros comportamentos femininos e adultos (Weitzman, 1979). Estes comportamentos “genderizados” desde criança irão refletir-se na vida adulta e na maneira como estas crianças

irão “fazer género” em adultos. Torna-se assim evidente que o género nunca está desvinculado de fatores culturais (Corbett et al., 2014) e, tal como Kimmel (2008:106) argumentou, “a socialização de género começa na infância”.

O objetivo de muitas feministas, ao desenvolver o termo género, era criar políticas que acabassem com a diferença e com os conflitos de género, bem como projetar transformações nas relações de género (Baden & Goetz, 1997). Connell (1987) afirma que a estrutura de género diferencia oportunidades e restrições com base na categoria “sexo”, tendo consequências ao nível de três dimensões: (1) em domínios institucionais em que tanto a lógica cultural quanto as regulamentações explícitas sobre a distribuição de recursos e bens materiais são específicas ao género; (2) durante a interação, pois homens e mulheres enfrentam diferentes expectativas culturais, mesmo quando preenchem as mesmas posições estruturais; e (3) ao nível individual, no que toca ao desenvolvimento da identidade de género. Todas estas dimensões e expectativas culturais de homens e mulheres podem ser consideradas como ferramentas que recriam e fortalecem a desigualdade de género.

Posto isto, e em consonância com a observação de Martin (2004, apudRisman & Davis 2013, p.746) de que “as organizações económicas incorporam significados de género na definição de empregos e posições”, nada nos leva a crer que nos meios de comunicação em geral bem como no jornalismo televisivo mais especificamente, não aconteça o mesmo.

## **1.2- A aniquilação simbólica e a trivialização das mulheres nos *media***

Em Portugal e também no mundo, as mulheres continuam a ser vítimas de uma forma de “exclusão” nos principais meios de comunicação. De acordo com Gallagher (1995), os meios de comunicação e informação estão longe de abranger a maioria das pessoas no mundo – quer seja como consumidores ou como participantes –, perpetuando assim muitas assimetrias. Ainda assim, Gallagher (1995) não deixa de mencionar que, da mesma maneira que os *media* podem retirar o poder às pessoas, podem também conferi-lo.

Vários estudiosos afirmam que os *media* não são neutros no que toca a género, mas sim o oposto. “Os *media* são estruturas de poder de género que representam – e reproduzem – a cultura masculina.” (Montiel, 2015:184). A ideologia masculina antifeminista desempenha assim um papel dominante e central nas indústrias mediáticas e de informação, nomeadamente na indústria televisiva, que desde cedo tem vindo a contribuir para a perpetuação e para a limitação das perspetivas do papel de mulher.

Começando em 1954, desde que foram feitos os primeiros estudos acerca dos conteúdos televisivos que se notou que os homens controlavam as emissões televisivas, chegando-se a “mostrar dois homens por cada mulher” (Silveirinha, 2004:140). Segundo a socióloga Tuchman (1978) e o seu estudo sobre a representação das mulheres na televisão americana nos anos 60 e 70, as mulheres nos *media* são afastadas do ecrã ou caracterizadas de maneira estereotipada, o que resulta na sua “aniquilação simbólica”. Para além disso, as mulheres (que constituem 40% da força de trabalho), são simbolicamente desacreditadas por serem consideradas incapazes ou inferiores aos homens (Silveirinha, 2004), o que, provavelmente “desencoraja algumas mulheres de alargar os seus horizontes, ao mesmo tempo que encoraja outras, e também homens, a adotar visões estereotipadas do potencial individual das mulheres” (Lobo, 2011, apudTuchman 2009, p.16).

Ainda nesta linha de raciocínio, Gerbner (1978) concluiu que os *media* estariam a “cultivar resistência”, continuando a utilizar um modelo de género esterótipado e desatualizado, apesar dos papéis de género terem mudado drasticamente nas décadas de 1960 e 1970 (décadas em que nasceu e se desenvolveu o feminismo) (De Swert & Hooghe, 2005).

Na verdade, o conceito de “aniquilação simbólica” não remete só para os anos 70, pois ainda hoje pode ser aplicado para definir a realidade das mulheres, visto que estas continuam a ser representadas e “trivializadas” como passivas, frágeis, românticas e dependentes dos homens, ou por outras palavras, como ornamentos infantis que precisam de ser protegidos, ou então são desvalorizadas dentro das fronteiras protectoras do lar (Silveirinha, 2004). Assim, mesmo que exista uma presença razoável de mulheres nos meios de comunicação, neste caso, na televisão, esta presença será trivializada e sem “qualidade” (Lobo, 2011:93). Talvez seja também por isso que a maioria dos cargos de topo no jornalismo (quer seja televisivo, quer de qualquer outra plataforma de *media*) é ocupada por homens, ainda que em Portugal a esmagadora maioria (70%) dos licenciados em jornalismo e comunicação seja mulher.

### **1.3- A teoria do *Glass Ceiling***

Uma das teorias que pode ajudar a explicar a falta de progresso das mulheres nos *media*, ou mais concretamente na televisão é a teoria do *glass ceiling* (teto de vidro, em português). Esta metáfora, “o teto de vidro” é usada para explicar o obstáculo invisível (teto de vidro) que impede as minorias ou grupos mais desfavorecidos, neste caso, as mulheres, de

alcançar cargos mais altos em determinadas instituições e empresas (Cotter et al., 2001). Estudos recentes mostram que a “persistência das desigualdades de género nos *media* e a emancipação paralisada das mulheres em várias esferas sociais resulta de uma combinação de crenças e estruturas culturais firmes, práticas de socialização e distinções de *status*, além de relações de poder de género e arranjos institucionais incorporados.” (Ridgeway, 2011 apud Shor et al., 2015, p.964).

No entanto, note-se que nem todas as desigualdades de género ou de raça precisam de ser definidas de acordo com a teoria do *glass ceiling* (Cotter et al., 2001). Neste caso específico, o facto das mulheres não conseguirem ascender na televisão para cargos como os de *pivot* pode ter que ver com vários fatores, que veremos em seguida, para além da teoria do *glass ceiling*. Tenha-se como exemplo o facto do jornalismo ser historicamente uma profissão masculina, caracterizada pelo domínio masculino, o que faz com que a maioria dos cargos de gerencia e de prestígio sejam ocupados por homens, levando a que as mulheres, na sua esmagadora maioria, permaneçam em cargos inferiores, onde não têm pouco poder ou autoridade. Aliás, o facto de haver menor presença de mulheres na televisão como *pivots* pode estar então associado, por um lado, ao facto do jornalismo ser historicamente e ainda predominantemente uma atividade masculina.

#### **1.4- *Soft e hard news***

Apesar da profissão de jornalista já não ser tão segregada por género como era antigamente nos anos 70 e 80, os homens continuam a ser vistos como os mais qualificados para “discutir idéias e as mulheres para falar sobre emoções” (Lopes, 2005:432). Segundo Lobo (2011) os *media* continuam a apresentar as jornalistas através do perfil tradicional de género, marginalizando assim as diferenças entre género e uniformizando-as mediante as noções de “homem público” e “mulher privada” (Silveirinha, 2004). Tal como Lobo, Lopes (2005), no seu estudo aos programas semanais portugueses de televisão, afirma que as mulheres têm maior probabilidade em se relacionar com temas sociais e serem mostradas a usar um discurso emocional, enquanto os homens são colocados como figuras centrais no debate político. Talvez seja também por isso que as mulheres costumam apresentar mais notícias aos fins de semana do que nos dias da semana, pois o facto do fim de semana ser um período de lazer e descanso faz com que haja mais probabilidades de serem apresentadas notícias leves (North, 2016).

Segundo Tuchman (1972), as *soft* e as *hard news* são consideradas os dois principais tipos de notícias. Enquanto as notícias mais *hard* requerem um tom de aborgadem mais sério e factual, as notícias *soft* podem ser apresentadas com mais leveza e descontração. Tradicionalmente, as mulheres jornalistas têm vindo a ser associadas atemas como saúde, educação, moda, sociedade e assuntos ‘puramente femininos’ (Martins, 2013), enquanto os seus congéneres masculinos tendem a apresentar notícias mais sérias (*hard news*), relacionadas com economia, política, relações internacionais, guerra, crime e desporto.

No que toca a *pivots* de telejornais, temos o exemplo da BBC, que só nos anos 70 passou a ter mulheres a apresentar os seus telejornais. Isto deveu-se ao facto de nessa altura acreditar-se que a voz feminina “carecia da autoridade necessária para a leitura de notícias” (Martins, 2013:89). Já em Portugal, a entrada massiva das mulheres na profissão de jornalista, deu-se mais tarde, a partir da década de 80. Contudo essa massificação não se traduziu numa melhor representação nem ingresso mais alargado das mulheres na profissão, sendo que ainda hoje o jornalismo se caracteriza por uma assimetria de género, não só pela existência da distinção entre *hard news*-homens e *soft news*-mulheres mas também pelo conceito de “niching” que explica o género como uma variável essencial para distinguir conteúdos dirigidos a públicos diferentes (Lobo, 2011:109).

### **1.5- O projeto GMMP**

Com o objetivo de vigiar as representações e assimetrias de género nos *media* a nível mundial, foi criado o Global Media Monitoring Project (GMMP) em 1995, para descobrir como as mulheres são retratadas nos *media* a nível internacional. Este projeto, que nasceu em 1995 na Conferência de Pequim, foi inspirado pelas mulheres ativistas e tem como foco apenas um único dia de cobertura de notícias a nível global.

Até à data foram realizados cinco GMMPs-- em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2015 --, e este ano, em 2020, irá realizar-se o próximo. Começando com 71 países, o GMMP contou pela última vez, em 2015 com a participação de 114 países. A nível de avanços, apesar de terem existido alguns progressos até 2015, esses revelaram-se extramamente lentos, pois desde 2000 até 2015 que a visibilidade das mulheres nas notícias em relação aos homens melhorou apenas em meio por cento (Cullity & Younger, 2009).

Portugal apenas contribui para o projeto em 2005 e os resultados demonstraram que o nosso país, tal como outros países no projeto, não é exceção pois também se distingue pela

sub-representação, estereotipização e discriminação das mulheres nos *media*. Contudo, no que diz respeito aos resultados nacionais da distribuição dos jornalistas na apresentação e reportagem das notícias em 2010, verificou-se que as mulheres superaram os homens, ainda que seja por uma diferença mínima (de 52% para 48%). Já em 2015, nota-se uma regressão, em que as mulheres passaram a estar menos representadas (de 43% para 57%).

Apesar de os dados relativos à distribuição dos jornalistas na apresentação e reportagem das notícias não demonstrarem grandes assimetrias em 2010 e 2015, o GMMP indica que os *media*, nomeadamente a televisão, são marcados por uma perspectiva de persistentes estereótipos de género, que sustenta a discriminação contra as mulheres, quer seja a nível global, quer a nível nacional.

### **1.6- O combate à desigualdade de género nos *media* em Portugal**

Ao nível nacional, não existem organizações que se concentrem especificamente na questão da igualdade nos *media*, apesar de existirem projetos e propostas que promovem ou promoveram o combate à sub-representação, estereotipização e discriminação das mulheres nos *media*, como é o caso de alguns Planos de Igualdade (apoiados pela Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG)) bem como de alguma monitorização por parte da ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social).

Os Planos de Igualdade (cf. Silveirinha & Subtil, 2017), que foram um dos primeiros principais planos ao combate à desigualdade de género em Portugal, foram assinados como um compromisso do Estado português com várias entidades internacionais e europeias, como é o caso da ONU e UE, para que fossem estabelecidas normas e estratégias que combatessem a desigualdade de género nos vários setores da sociedade portuguesa. Até à data existiram cinco planos de igualdade – (1997-1999) (2003-2006) (2007-2010) (2011-2013) (2014-2017) –, estendendo-se o mais recente até 2030 (2018-2030).

No que toca ao setor dos *media* em específico, estes planos são fracos pois existe uma “ausência de monitorização e de indicadores” (Álvares & Veríssimo, 2016) e, para além disso, mostram que existem “mecanismos que mimetizam iniciativas europeias, mas não as traduzem concretamente em medidas efectivas e consistentes que podem realmente afetar os objetivos de alcançar a igualdade de género nos *media*.” (Álvares & Veríssimo, 2016).

Já no que se refere à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), esta contribuiu recentemente para monitorização dos *media*, analisando durante 3 anos (2015,

2016 e 2017) a representação de homens e mulheres nos blocos informativos de sinal aberto nos principais canais generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI), chegando à conclusão de que mais de 70% dos protagonistas nos blocos informativos de sinal aberto são homens (Álvares, 2019).

Embora a legislação portuguesa contribua de alguma forma para a atenuação da desigualdade entre homens e mulheres, bem como a não discriminação de género, continua a não existir informação sobre a existência de uma política governamental oficial de género voltada especificamente para o setor dos *media* (Álvares, 2019). Por sua vez, isto faz com que continue a existir nos *media* uma discriminação e uma diferenciação entre homens e mulheres, levando assim a uma perpetuação da desigualdade de género.

### **1.7- *Pivots* femininas e discriminação na carreira**

De acordo com Álvares & Veríssimo (2016) as mulheres são mais representadas na televisão (36%) do que noutras plataformas de *media*; no entanto, tal não implica que esta representação não seja estereotipada e objetivada. A maioria das apresentadoras de telejornais e também repórteres enfrentam uma discriminação de género bastante semelhante à de outros colegas jornalistas que trabalham noutras plataformas de *media*. Contudo, deve ter-se em conta que por a televisão se tratar de um meio visual, fará automaticamente com que as mulheres estejam em desvantagem em relação aos homens na progressão das suas carreiras, visto a sua aparência física, idade, apresentação e vestuário demonstrarem ser características distintivas do seu prolongamento no ecrã (North, 2016).

No que diz respeito às *pivots* em particular, a sua aparência e idade serão fatores mais valorizados do que as suas aptidões profissionais, visto que existem mais probabilidade das mulheres desaparecerem do ecrã após os 35 anos, contrariamente aos homens, que continuam a apresentar notícias até depois dos 50 ou até mesmo 60 (Lobo, 2011).

Posto isto, nota-se que ao contrário do que acontece em outras profissões, em que a experiência e anos de carreira são fatores compensadores, no caso das apresentadoras de telejornais verifica-se o oposto, pois estas sofrem injustamente devido à desmedida importância que é atribuída à idade e à aparência física (Knott, 2013).

Enquanto às mulheres é atribuída uma grande importância à sua feminilidade e “sexualização”, através do uso de roupas sensuais e elegantes, aos homens por outro lado já não, pois estes vestem-se com roupas escuras e formais, podendo até chegar a permanecer



fora dos parâmetros de beleza padrão (Lobo & Cabecinhas, 2010). Tal ficou confirmado num estudo feito a 246 *pivots* do sexo masculino e feminino nos Estados Unidos, em que Engstrom e Ferri (2000: 631) concluíram que “as expectativas da sociedade e o exame minucioso da aparência e beleza físicas das mulheres ... são responsáveis pela considerável diferença na maneira como homens e mulheres se apresentam e são apresentados.” Ainda neste mesmo estudo, *pivots* do sexo feminino relataram que a maior barreira à progressão na carreira é o ênfase excessivo atribuído à aparência física (North, 2016).

Num outro estudo intitulado de “Why Women Leave Media Work” realizado por O’Brien (2014) na Irlanda, sustentou-se a ideia de que as organizações de *media* muitas vezes exigem um nível de disponibilidade profissional que muitas vezes pode ser incompatível com a vida familiar. Neste mesmo estudo, viu-se também que para os homens, ter filhos não é uma desvantagem tão prejudicial como para as mulheres, visto que os homens continuam a trabalhar mais horas, o que significa que as mulheres são colocadas em desvantagem devido a “uma norma cultural de longas horas”(O’Brien, 2014).

Assim, questões como relações conjugais e a maternidade podem também constituir barreiras ao emprego e à progressão de carreira das mulheres. Segundo Álvares & Veríssimo (2016) “a ausência de mulheres em cargos de alto nível nos *media* pode estar relacionada, em termos gerais, com a questão da maternidade, que se destaca como um obstáculo para assumir tais posições”.

## CAPÍTULO 2- EXPOSIÇÃO METODOLÓGICA

### 2.1- Operacionalização e Proposta metodológica

Neste capítulo irão ser expostas várias dimensões relacionadas com a operacionalização e metodologia da investigação, as quais exigem que se volte a pensar nas hipóteses e a nas questões de partida. Segundo Babbie (2008:114) “uma vez que se tenha um propósito bem definido e uma descrição clara dos tipos de resultados que se deseja alcançar, podemos avançar para a próxima etapa do projeto de estudo – a operacionalização”. Assim, neste capítulo serão apresentados não só vários aspetos associados à operacionalização, mas também justificações e outros pormenores que dizem respeito às estratégias metodológicas e casos selecionados. No fim, será exibido o tipo de estratégia metodológica utilizada durante a investigação e qual a sua pertinência para a mesma.

Para responder às questões de investigação decidiu fazer-se uma observação, recolha e análise de dados dos quatro canais generalistas: RTP1, RTP2, SIC e TVI, que teve início em março de 2019 e término em março de 2020. Como é compreensível optou-se por analisar as emissões televisivas dos telejornais informativos, pois para além da televisão e dos telejornais serem consideradas pelo público fontes de difusão de informação credível, são também meios de comunicação que triunfam em Portugal, pois a televisão, bem como os telejornais são para muitos portugueses a única fonte de informação. Ademais, o telejornal continua a ser um meio fiável para representar a atualidade mundial e é através deste que se transmitem valores e conceções constituídos pela informação, que posteriormente se irão transpor para a forma como a sociedade opera e se identifica. Segundo Bach et al. (2000) os meios de comunicação, como é o caso da televisão, são considerados fóruns de discussão pública e de debate, e ainda que seja impossível determinar com exatidão qual o seu impacto na sociedade, é inegável que estes têm um impacto forte o suficiente para condicionar ou alterar a nossa percepção da realidade e a forma como nos vemos a nós mesmos e aos outros. Por estes motivos é fundamental analisar a presença de mulheres e homens como *pivots* de telejornais, pois estes estão incessantemente a transmitir e construir propostas de interpretação da realidade e de comportamentos sociais.

Quanto aos canais selecionados para a investigação, optou-se por escolher os canais generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI), pois para além de serem canais de sinal aberto, isto é, de livre acesso, são canais de interesse público que pela sua antiguidade e prestígio possuem uma relação de confiança e interatividade entre os espectadores e os jornalistas. Fora isto, os

canais generalistas são também canais que prestam serviço público, isto é, são canais que são maioritariamente caracterizados pela sua responsabilidade social e obrigatoriedade de transmitir comunicações de ampla importância e relevância para a sociedade, como é o caso de comunicações relacionadas com assuntos urgentes, assuntos do estado ou assuntos globais.

Deu-se preferência à análise de dois telejornais: ao jornal da tarde (jornal da 13h00) e ao da noite (jornal das 20h00, ou 21h30 na RTP2) para ser possível fazer uma comparação entre ambos. É evidente que o jornal das 20h00 por ser em horário nobre tem uma audiência maior do que o jornal das 13h00; no entanto, achou-se relevante recolher dados de ambas as emissões para assim se conseguir obter uma perspetiva mais alargada relativamente ao contraste entre o sexo dos *pivots* e as respetivas emissões. No que se refere à importância do jornal das 20h00, este tem um papel coletivo nas famílias, pois existem várias famílias que veem este telejornal enquanto jantam ou desempenham outras atividades, utilizando a informação relatada pelo telejornal e pelo *pivot* como forma de iniciar uma conversa (Morley, 1986). Posto isto, uma vez que são várias as famílias em Portugal a observar o telejornal das 20h00 considera-se que o mesmo tem mais impacto, visibilidade e audiência do que o telejornal das 13h00 que é maioritariamente visto por reformados ou idosos, visto que a outra parte da população se encontra na escola ou no trabalho durante esse horário. Sendo assim é mais expectável, que durante o jornal das 20h00 a presença da mulher como *pivot* seja menor, pois, tal como se viu anteriormente, as mulheres, por estarem ainda de alguma forma associadas à esfera privada, continuam a ser consideradas menos aptas para tratar de assuntos da esfera pública, como a apresentação de notícias e a difusão de informação ao público.

No que respeita aos *pivots*, definiu-se que estes eram o principal objeto de estudo, pois para além de darem voz às notícias, os *pivots* são encarados como construtores de informação. Segundo Lopes (1999: 72-84) o *pivot* acumula três funções enquanto construtor de informação: “a função de guia, ao apresentar as notícias ao longo do telejornal; a função de moderador, ao orientar os entrevistados; a função enfática ao produzir comentários no final de cada história; e a função delegada ao assumir o papel do telespectador como entrevistador, como sendo representante das suas dúvidas e dos seus interesses.”

Sendo assim, para tentar responder à questão da desigualdade de género nos telejornais, tem-se como principal objetivo constatar qual o sexo que predomina a apresentar as emissões dos telejornais da tarde (jornal das 13h00, com exceção da RTP2 que não tem jornal da tarde) e dos telejornais da noite (jornal das 20h00, ou 21h30, no caso da RTP2). Deste modo, a principal variável a analisar na investigação será o sexo (feminino (F) e

masculino (M)), variável de caráter qualitativo<sup>2</sup>. Contudo, irão também ser recolhidos e analisados outros dados e variáveis para complementar este estudo, como é o caso da variável idade, vida familiar (se têm filhos ou não) e experiência na função (tempo de permanência na função).

Irá assim analisar-se uma semana em cada mês, começando pela primeira semana de março de 2019, avançando para a segunda de abril, terceira de maio, quarta de junho, voltando à primeira de julho e assim sucessivamente até chegar a março de 2020. Escolheu-se esta estratégia de análise e recolha de dados porque fazer uma análise quantitativa com recurso à observação durante uma semana alternada em cada mês ao longo de um ano, usando como base principal duas variáveis para obter conclusões, pareceu-nos ser uma estratégia transparente e representativa para analisar a desigualdade de género entre *pivots*. Desta forma, depois de se analisar os dados recolhidos será também possível, já à partida, responder à segunda pergunta desta investigação: “Existe uma sub-representação das mulheres no exercício da profissão de *pivot* nos telejornais portugueses?”.

Após serem analisados todos os dados, serão feitas comparações para ver se existe uma diferença no que toca ao sexo dos apresentadores que apresentam as emissões da tarde, as emissões da noite, as emissões semanais e as emissões de fim-de-semana e, por fim, far-se-á uma comparação entre canais, onde será possível descobrir não só se existe uma desigualdade de género entre os *pivots* dos telejornais dos diferentes canais, mas também se as mulheres são realmente sub-representadas nos telejornais e quais os canais que apresentam mais discrepância de género.

Para aprofundar e complementar mais esta questão da desigualdade de género entre *pivots* e para tentar descortinar de uma forma mais clara o porquê desta desigualdade foram feitas também entrevistas a apresentadoras de telejornais e estudantes do sexo feminino que desejam um dia ascender ao cargo de *pivot*. No total, foi possível recolher 18 entrevistas, que foram conseguidas, na maioria dos casos, através de email ou de chamada telefónica; no entanto, também houve uma entrevista presencial.

---

<sup>2</sup> As variáveis qualitativas são características variáveis que não possuem valores quantitativos, mas, por outro lado, são definidas por várias categorias, ou seja, representam uma classificação dos indivíduos. Podem ser nominais ou ordinais. Nas variáveis nominais não existe ordenação dentre as categorias. Alguns exemplos de variáveis qualitativas nominais: sexo, cor dos olhos, fumador/não fumador, doente/saudável.

Para abordar as entrevistas utilizou-se como método de análise a teoria fundamentada nos dados (*grounded theory*), uma teoria em que se gera conhecimento através da análise metódica e sistemática de dados. Assim, analisaremos todas as entrevistas realizadas de forma a agrupar padrões de “dados”, entendidos como elementos, ideias e perspectivas repetidas que posteriormente se tornarão em nova informação que ajudará a responder a várias questões da nossa dissertação, como é o caso da presença de estereótipos de género nas práticas jornalísticas e sociedade portuguesa e do porquê da existência desta desproporção de género nos telejornais.

As entrevistas traduziram duas perspectivas diferentes sobre as questões acima enunciadas: a perspectiva profissional e a perspectiva estudantil (i.e. pós-profissional). Sendo assim, quase metade (8) das entrevistas incidiu sobre *pivots* do sexo feminino e outra metade (10) sobre estudantes do sexo feminino (da área do jornalismo e da comunicação) que desejariam um dia ascender a *pivots*. No que concerne às *pivots*, considera-se que estas, dentro do total de entrevistas realizadas, constituem a amostra mais importante, não só por serem pessoas com vasta experiência profissional, mas também por estarem, em princípio, sensibilizadas para esta temática, podendo assim robustecer as respostas às questões apresentadas. No que toca às estudantes, estas também têm um papel importante, pois para além de nos interessarmos por tomar conhecimento da sua perspectiva sobre este tema, foi nosso objetivo também averiguar quais os seus eventuais receios, em termos profissionais, na tentativa de ascensão para a profissão de *pivot*.

Ainda relativamente às oito *pivots* entrevistadas, todas exercem o cargo atualmente, com exceção de uma, que já não exerce essa função. Inicialmente, tinha-se como objetivo apenas entrevistar *pivots* dos canais generalistas; no entanto, dada a dificuldade em arranjar um número suficiente de *pivots* pertencentes aos canais generalistas, optou-se por entrevistar *pivots* de outros canais, chegando-se à conclusão de que tal seria também pertinente do ponto de vista comparativo.

Em relação às questões direcionadas às *pivots*, estas incidem não só sobre a sua opinião relativamente à questão da desigualdade e discriminação de género nos telejornais, como também sobre a sua perspectiva e experiência relativamente à existência ou não de estereótipos de género, a dificuldade ou não em ascender na carreira e as eventuais barreiras com que se depararam ao longo da carreira. No que toca às entrevistas dirigidas a estudantes de comunicação e jornalismo, estas focam-se não só na investigação acerca da desigualdade de género nos telejornais nacionais, como também nos eventuais obstáculos que possam existir até estas serem capazes de atingir a “meta” de exercício da profissão de *pivot*.

Adicionalmente, são pedidas opiniões relativamente a eventuais tipos de discriminação que possam surgir durante a ascensão à carreira e já no exercício da profissão devido ao género, à idade, à imagem e à família (possibilidade de conciliar trabalho, tendo filhos).

É de notar que se optou por escolher uma estratégia metodológica de métodos mistos, isto é, uma estratégia que combina métodos qualitativos e quantitativos. Foi adotado este método porque se acredita que através deste plano metodológico será possível ter uma perspetiva mais alargada das convergências, sintonias, contradições ou dissonâncias existentes entre os dados recolhidos mediante a aplicação de cada método. Para além disso, este método abrange dois métodos juntos – o quantitativo, em que será feita uma observação e recolha de dados e o qualitativo onde serão feitas entrevistas –, sendo assim possível no final fazer um *cross check* e um reforço dos resultados obtidos através da aplicação de cada método. Completada esta fase, já será então possível responder a todas as questões da investigação.

## **CAPÍTULO 3- ANÁLISE QUANTITATIVA DE DADOS**

### **3.1 Análise quantitativa da variável “sexo” segundo emissões, horários e dias da semana**

Tendo em conta a revisão da literatura efetuada, irá agora fazer-se uma análise dos dados recolhidos, confrontando-os com os vários dados e análises de outros estudos apresentados, com vista a desenvolver uma análise mais aprofundada no que toca à desigualdade de género nos telejornais nacionais.

Tal como foi mencionado anteriormente, decidiu-se utilizar uma estratégia de métodos mistos; porém, neste primeiro capítulo irá apenas apresentar-se e desenvolver-se a análise quantitativa. Esta teve como principal objetivo o registo sistemático de informação relativo aos *pivots* que apresentaram os principais telejornais nacionais (RTP1, RTP2, SIC e TVI), entre março de 2019 e março de 2020. Deste modo, ao longo do período da análise de dados procurou-se construir as variáveis necessárias para se conseguir obter resultados bem estruturados que possibilitassem aferir conclusões relacionadas com as hipóteses e perguntas de investigação. Nesse sentido, para analisar os dados recolhidos recorreu-se ao programa SPSS (IBM), um *software* de análise estatística destinado às ciências sociais, que permitiu proceder à análise estatística dos dados recolhidos, nomeadamente através da análise de

relações entre variáveis e realização de testes e hipóteses para averiguar a significância estatística dessas mesmas relações, chegando no fim a conclusões significativas.

No que diz respeito ao período de análise, este começou no dia 4 de março de 2019, terminando no dia 1 de março de 2020. Porém, como já foi referido anteriormente, apenas foi analisada uma semana de cada mês, compondo-se a análise dum total de 84 dias. Para além disso, dentro dos vários canais, analisaram-se no total sete emissões diferentes por dia: a emissão da tarde e da noite da RTP1, SIC e TVI e a emissão da noite da RT2, sendo no total analisados 587 telejornais, em que 252 foram telejornais da tarde e 335 foram telejornais da noite.

Assim, foram elaboradas grelhas de análise, onde foram incluídas e identificadas várias informações, tais como o canal e horário dos telejornais, o nome, a idade, o sexo e número de filhos dos *pivots*, bem como a sua antiguidade na função de apresentador/a. Neste capítulo, apresentam-se os resultados da análise de dados realizada. Será examinada a frequência com que homens e mulheres apresentam telejornais através de uma análise geral, em que estarão presentes os 587 telejornais, e também através de uma análise por horários de noticiários, em que serão analisados em separado os programas da tarde e os programas da noite. Por fim, repetir-se-á esta análise, mas distinguindo os dias da semana e os fins-de-semana.

Num outro subcapítulo, serão vistos e comparados dados relativamente à idade dos *pivots*, sendo também mencionados pontos relacionados com a antiguidade destes na função. Ademais, abordar-se-á também de forma passageira a análise da variável “filhos”. Por fim, no último subcapítulo desta análise quantitativa, será feita uma análise minuciosa e comparativa entre canais e emissões, onde o objetivo será distinguir e comparar canais e emissões em termos de desigualdade de género.

No seguimento desta explicação e tendo em conta a literatura que sugeriu que as mulheres são geralmente sub-representadas e aniquiladas simbolicamente em todas as plataformas de *media*, tais como a televisão, vejamos a partir do carácter quantitativo deste instrumento de análise se tais suspeitas se aplicam aos telejornais nacionais e à realidade jornalística portuguesa.

Começamos então por analisar a distribuição dos *pivots* segundo o sexo. Durante os 84 dias e 587 programas analisados, registaram-se 26 *pivots* diferentes, dos quais 14 (53,8%) eram *pivots* masculinos e 12 (46,1%) femininos. No entanto, o facto deste total de 26 *pivots* estar distribuído por sexo de forma quase equiparada, não significa que ambos os sexos

tenham uma presença igualmente equilibrada na apresentação dos telejornais analisados. Tal pode comprovar-se na tabela abaixo.

**Tabela 3.1.1- Telejornais (total de emissões), segundo o horário e o sexo (%)**

	Todos os dias da semana		
	Nº Emissões	Sexo	%
<b>Tarde + Noite</b>	587	M	66,4
		F	33,6
<b>Tarde</b>	252	M	61,9
		F	38,1
<b>Noite</b>	335	M	69,9
		F	30,1

Analisando no total 587 telejornais, observa-se que 66% do total de emissões foi apresentado por homens e 34% por mulheres. Se considerarmos apenas as emissões da noite em horário nobre, a percentagem de homens *pivots* sobe para cerca de 70%.

Considerando ainda o período de 84 dias em análise, é possível calcular o número médio diário de programas apresentado por homens e mulheres (num total de sete emissões diárias analisadas, sendo três telejornais exibidos à tarde e quatro exibidos à noite). Constatou-se que o número de telejornais apresentado por homens por dia é, em média, mais elevado do que o apresentado por mulheres (M=4,64 no caso dos homens, vs M=2,35 no caso das mulheres). As diferenças vão no mesmo sentido quando se analisam separadamente os noticiários da “tarde” ou “noite”. Estas diferenças no número médio de telejornais analisado são todas estatisticamente significativas ( $p < 0,001$ ), sendo mais acentuadas nos noticiários da noite do que nos da tarde.

**Tabela 3.1.2- Número médio de emissões apresentado, por dia, por homens e mulheres**

	Média	n	Desvio-padrão	Dif. entre médias	t-teste ( <i>paired samples</i> )
M_(tarde+noite)	4,643	84	1,105	2,298	T(83)= 9,550, p<0,001
F_(tarde+noite)	2,345	84	1,103		
M_tarde	1,857	84	0,763	0,714	T(83)= 4,292, p<0,001
F_tarde	1,143	84	0,763		
M_noite	2,786	84	0,762	1,583	T(83)= 9,581, p<0,001
F_noite	1,202	84	0,757		



Em seguida, repete-se a mesma análise, mas considerando apenas os dias da semana, ou seja, excluindo os fins de semana.

**Tabela 3.1.3- Número médio de emissões diárias apresentado por homens e mulheres durante os dias da semana**

	Média	N	Desvio-padrão	Dif. entre médias	t-test ( <i>paired samples</i> )
M_(tarde+noite)	4,817	60	1,172	2,650	T(59)=8,791, p<0,001
F_(tarde+noite)	2,167	60	1,167		
M_tarde	1,967	60	0,736	0,933	T(59)=4,913, p<0,001
F_tarde	1,033	60	0,736		
M_noite	2,850	60	0,777	1,717	T(59)=8,627, p<0,001
F_noite	1,133	60	0,769		

Assim, atendendo ainda ao total de sete programas diários analisados (sendo três telejornais exibidos à tarde e quatro exibidos à noite) e tendo em conta que se está a avaliar apenas os dias da semana, excluindo os fins de semana, apurou-se que o número de telejornais apresentado por homens por dia é, em média, mais elevado do que o apresentado por mulheres (M=4,81 no caso dos homens vs. M=2,16 no caso das mulheres). Esta desigualdade mostra-se semelhante mais uma vez nos telejornais da “tarde” e da “noite”, em que os homens permanecem com valores mais elevados. Estas diferenças no número médio de emissões analisado são todas estatisticamente significativas (p<0,001), sendo mais uma vez acentuadas nos noticiários da noite do que nos da tarde.

Veja-se agora, comparativamente, os mesmos dados mas relativos apenas aos fins de semana:

**Tabela 3.1.4- Número médio de emissões diárias apresentadas por homens e mulheres durante os fins-de-semana**

	Média	n	Desvio-padrão	Dif. entre médias	t-test ( <i>paired samples</i> )
M_(tarde+noite)	4,208	24	0,779	1,417	T(23)= 4,454, p<0,001
F_(tarde+noite)	2,792	24	0,779		
M_tarde	1,583	24	0,776	0,167	T(23)= 0,526, p=0,604
F_tarde	1,417	24	0,776		
M_noite	2,625	24	0,711	1,250	T(23)= 4,307, p<0,001
F_noite	1,375	24	0,711		

De acordo com os valores da Tabela 3.1.4 e mantendo presente que se está a analisar sete telejornais diários (sendo três telejornais exibidos à tarde e quatro à noite), durante os fins de semana, observa-se, uma vez mais, que o número de emissões apresentado por homens por dia é, em média, superior ao número de vezes que as mulheres apresentam ( $M=4,20$  no caso dos homens, vs  $M=2,79$  no caso das mulheres).

Esta desproporção mostra-se também evidente no que concerne aos telejornais da “noite”, em que as mulheres continuam sub-representadas ( $M=2,62$  no caso dos homens vs.  $M=1,37$  no caso das mulheres). No entanto, contrariamente ao que acontece nas análises anteriores, nesta análise deparamo-nos com um resultado que não é estatisticamente significativo, o das emissões da tarde ( $p=0,604$ ), verificando-se que, neste caso, a diferença entre homens e mulheres é bastante mais reduzida, embora continue a ser um pouco superior no sexo masculino ( $M=1,58$  no caso dos homens vs.  $M=1,41$  no caso das mulheres). Isto deve-se, de acordo com a literatura analisada, ao facto da tarde de fim de semana ser um período de lazer e descanso, com mais probabilidade de serem apresentadas notícias leves, enquanto que durante a semana os homens tendem a apresentar “notícias autorizadas e contundentes” por serem dias de trabalho (North, 2016:89 apud Bainbridge & Bestwick 2010, p. 210). Tal como foi anteriormente observado no estudo de Lopes (2005) sobre os programas semanais portugueses de televisão, as mulheres têm maior probabilidade de se relacionar com temas sociais e serem mostradas a usar um discurso emocional, enquanto os homens são colocados como figuras centrais no debate político. Assim, ao fim de semana, tirando o jornal da tarde, continua a haver diferenças acentuadas, que continuam a ser estatisticamente significativas ( $p<0,001$ ).

Complementarmente ao que já foi apresentado, veja-se agora uma análise abrangente que mostra a percentagem de homens e mulheres que apresenta telejornais segundo os dias da semana e horários dos noticiários no período sob análise.

**Tabela 3.1.5- Percentagem de homens e mulheres segundo os dias da semana e o horário dos telejornais**

	Todos os dias semana			Apenas dias de semana			Apenas fins-de-semana		
	nº emiss.	sexo	%	nº emiss.	sexo	%	nº emiss.	sexo	%
<b>Tarde + noite</b>	587	M	66,4	419	M	69,0	168	M	60,1
		F	33,6		F	31,0		F	39,9
<b>Tarde</b>	252	M	61,9	180	M	65,6	72	M	52,8
		F	38,1		F	34,4		F	47,2
<b>Noite</b>	335	M	69,9	239	M	71,5	96	M	65,6
		F	30,1		F	28,5		F	34,4

Os resultados aqui apresentados mostram que, considerando o total de telejornais analisados, a percentagem de emissões apresentada por homens foi sempre maior do que a percentagem de emissões apresentada por mulheres. Como seria de esperar, face aos resultados atrás analisados, a distância maior acontece à noite, durante a semana (71,5% H vs. 28,5% M), e a menor ao fim de semana à tarde, em que a distribuição é praticamente idêntica, embora ainda ligeiramente a favor dos homens (52,8% H vs. 47,2% M).

Concluindo, através desta análise quantitativa foi possível responder e confirmar as questões de partida desta investigação. Apesar de o número de *pivots* se distribuir de forma quase igualitária segundo o sexo (14 homens e 12 mulheres), foi possível verificar que a presença de mulheres como *pivots* é muito mais escassa relativamente à dos homens. Contudo, devido às razões anteriormente enunciadas, durante as tardes de fim de semana, a presença da mulher como apresentadora aumenta, havendo um menor nível de desigualdade nessa altura. Fora isso, é possível confirmar que, no geral, existe uma desigualdade de género significativa entre os *pivots* que apresentam os telejornais nacionais e que as mulheres estão sub-representadas como apresentadoras dos telejornais nacionais. No que diz respeito aos estereótipos de género, assume-se através dos resultados desta análise que estes ainda se encontram presentes na sociedade portuguesa e nas práticas jornalísticas televisivas, pois se não fosse assim, homens e mulheres teriam uma presença igualitária no que toca à apresentação dos telejornais.

### 3.2 Análise quantitativa da variável “idade” e “filhos”

Retomando a análise dos *pivots*, importa conhecer, além da distribuição segundo o sexo (atrás já apresentada) também a idade. Tal como foi visto na revisão da literatura a idade e a juventude são fatores mais condicionantes para as mulheres do que para os homens na profissão de *pivot*, esperando-se assim que as mulheres *pivots* tenham, na sua maioria, idades inferiores aos homens. Recapitulando o que foi dito anteriormente, as mulheres “desaparecem” mais cedo do ecrã, antes de chegar aos 40, enquanto os homens permanecem até aos 50/60 anos. Vejamos então a partir da seguinte tabela se tal se aplica à realidade jornalística portuguesa.

**Tabela 3.2.1- Idade dos *pivots*, segundo o sexo**

Relação entre Sexo e Idade			
Sexo	N	Média	Desvio-padrão
M	13	50,69	4,191
F	10	45,60	9,800

Vimos no início deste capítulo que neste estudo foram recolhidos dados relativamente a 26 *pivots* (14 H e 12 M). Através da pesquisa online procurou-se recolher outras informações sobre os *pivots*, nomeadamente a sua idade, tendo sido possível obter essa informação em 23 casos. Sendo assim, num total de 14 *pivots* masculinos, só não se conseguiu apurar a idade de um. Relativamente às mulheres não se conseguiu encontrar a idade de duas *pivots*.

A partir da leitura da tabela 3.2.1, verifica-se que as mulheres são em média mais novas (M=45,6) do que os homens (M=50,7), o que vai ao encontro das suposições iniciais. Para além disto, a *pivot* mais nova do sexo feminino tem 28 anos e a mais velha 60, enquanto que o *pivot* homem mais novo tem 43 e o mais velho 57, o que comprova que as mulheres entram mais cedo na profissão devido a fatores como a sua beleza e juventude. No entanto, contrariamente ao que se pensava, as mulheres não saem do ecrã antes de chegar aos 40, visto as mulheres terem em média 45,6 anos. Para além disso, existe também a exceção da *pivot* Judite de Sousa (TVI) que tem agora 60 anos; porém, a sua continuidade no ecrã explica-se sobretudo devido à sua antiguidade na função de *pivot* (desde 1991), sendo uma das mais antigas na televisão portuguesa. Ademais, neste estudo a última vez que Judite de Sousa apresentou notícias foi no dia 18 de agosto de 2019, o que nos leva a questionar se a sua

permanência no ecrã não terá de facto terminado. À exceção desta *pivot*, apenas mais 2 homens se encontram na função desde 1991, como é o caso do *pivot* Carlos Daniel (RTP1) e de José Rodrigues dos Santos (RTP1).

Adicionalmente, analisou-se também a variável filhos, procurando-se saber se os 26 *pivots* têm ou não filhos. Foi possível obter dados a este respeito da parte de 22 *pivots*. Destes 22, observou-se que 16 têm filhos (9 homens são pais e 7 mulheres são mães). Por outro lado, viu-se que 6 *pivots* não têm filhos. Resumindo, constatou-se que a variável filhos encontra-se distribuída de maneira igualitária entre os sexos, existindo assim uma paridade (9 homens têm filhos e 7 mulheres têm filhos). Contudo, tal não implica que ter filhos não influencie o progresso na carreira e a quantidade de horas que as mulheres trabalhem, tal como vimos anteriormente e como veremos de seguida na análise qualitativa desta dissertação.

### 3.3 Análise quantitativa comparativa entre os canais e as emissões da tarde e da noite da RTP1, RTP2, SIC e TVI

Vejam agora, neste capítulo, o nível de desigualdade de género por canal, separando as emissões da tarde e as emissão da noite, para que seja possível fazer uma comparação. Começemos por ver o caso da RTP1.

**Tabela 3.3.1- Apresentação do jornal da tarde da RTP1 (total de emissões), segundo o sexo**

RTP1- Jornal da Tarde		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	40	47,6
M	44	52,4
Total	84	100,0

**Tabela 3.3.2- Apresentação do jornal da noite da RTP1 (total de emissões), segundo o sexo**

RTP1- Jornal da Noite		
Sexo	Frequência	Percentagem
M	47	56,0
M	37	44,0
Total	84	100,0

A partir da tabela 3.3.1 é possível constatar que existe alguma desigualdade de género, visto a percentagem de emissões da tarde apresentada por homens (52,4%) ser um pouco superior à das mulheres (47,6%). No que toca ao jornal da noite, esperava-se resultados ainda mais desiguais, o que se confirmou (como está evidente na tabela 3.3.2), pois em 84 dias analisados apenas os homens apresentaram o noticiário da noite, tendo as mulheres sido totalmente excluídas de apresentar durante este horário.

**Tabela 3.3.3- Apresentação do jornal da noite da RTP1 (total de emissões), segundo o sexo**

<b>RTP2- Jornal da Noite</b>		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	41	48,8
M	42	50,0
Total	83 <sup>3</sup>	100,0

Através da tabela acima, afere-se que neste canal, contrariamente ao que se viu no telejornal da noite RTP1, homens e mulheres distribuem-se de forma quase idêntica, embora exista uma diferença mínima a favor dos homens (50% H vs. 48,8 M).

**Tabela 3.3.4- Apresentação do jornal da tarde da SIC (total de emissões), segundo o sexo**

<b>SIC- Jornal da Tarde</b>		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	5	6,0
M	79	94,0
Total	84	100,0

**Tabela 3.3.5- Apresentação do jornal da noite da SIC (total de emissões), segundo o sexo**

<b>SIC- Jornal da Noite</b>		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	40	47,6
M	44	52,4
Total	84	100,0

Analisando o caso da SIC, constata-se que, no que diz respeito ao jornal da tarde, a percentagem de emissões apresentada por homens é muito maior do que a percentagem de

<sup>3</sup> São 83 dias e não 84, pois houve um dia sem telejornal (dia 3 de Julho de 2019).

emissões que foi apresentada por mulheres (94% H vs. 6% M). O esperado seria que tal acontecesse ao contrário, ou seja, que tal diferença acontecesse predominantemente no noticiário da noite. No entanto, tal como podemos ver na tabela 3.3.5, a percentagem de emissões apresentada por homens durante horário nobre é quase equivalente à percentagem de emissões apresentada por mulheres (52,4% vs. 47,6%). Os resultados apresentados na tabela 3.3.5 estão então, tais como os da RTP2 <sup>4</sup>e RTP1 (emissão da tarde), praticamente iguais; porém, a percentagem de presença dos homens, ainda que quase idêntica à das mulheres, continua sempre ligeiramente superior à das mulheres.

**Tabela 3.3.6- Apresentação do jornal da tarde da TVI (total de emissões), segundo o sexo**

<b>TVI- Jornal da Tarde</b>		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	51	60,7
M	33	39,3
Total	84	100,0

**Tabela 3.3.7- Apresentação do jornal da noite da TVI (total de emissões), segundo o sexo**

<b>TVI- Jornal da Noite</b>		
Sexo	Frequência	Percentagem
F	20	23,8
M	64	76,2
Total	84	100,0

Observando as tabelas relativamente às emissões da tarde da TVI, entende-se, que ao contrário do que acontece noutros canais, esta emissão da tarde encontra-se com uma maior percentagem de mulheres a apresentar do que homens (60,7% M vs. 39,3% H). Aqui, pela primeira e única vez durante a nossa análise, verificou-se que a presença das mulheres é superior à presença masculina. Quanto ao telejornal da noite, este mostrou-se mais uma vez favorável aos homens, uma vez que a percentagem de emissões apresentada por estes é muito superior à percentagem de emissões que foi apresentada por mulheres (76,2% H vs. 23,8 M).

Em suma, observou-se que no geral as emissões que apresentam mais desigualdade de género, tendo em conta o canal, são a emissão da noite da RTP1, em que durante 84 dias não

---

<sup>4</sup> Emissão da noite da RTP2, pois não existe uma emissão de telejornal durante a tarde neste canal.

apareceu nenhuma mulher a apresentar, e a emissão da tarde da SIC, em que em 84 dias de análise, 79 telejornais foram apresentados por homens e 5 por mulheres. De seguida, temos também a emissão da noite da TVI, que apesar de não demonstrar níveis tão divergentes como as emissões referidas anteriormente, demonstra uma desigualdade de género comprovada por valores relevantes (em 84 dias, os telejornais foram apresentados 64 vezes por homens e 20 vezes por mulheres). Por outro lado, foi visto que existem emissões que apresentam quase uma paridade entre os sexos, em que o número de homens a apresentar é apenas ligeiramente superior ao das mulheres. Temos como exemplo o caso animador da RTP2, em que em 84 dias, 42 foram apresentados por homens e 41 por mulheres, existindo assim quase uma igualdade absoluta. Depois, temos o caso da emissão da tarde da RTP1 e da emissão da noite da SIC que apresentam valores iguais, em que o número de dias apresentado por mulheres e homens não é muito diferente (os telejornais foram apresentados durante 44 dias por homens e 40 dias por mulheres). Ulteriormente, notou-se que a emissão da tarde da TVI tem valores mais favoráveis às mulheres do que aos homens, pois tendo em conta os 84 dias de análise, estranhou-se que 51 dias fossem apresentados por mulheres e 33 por homens. Estes valores, para além de serem inesperados, mostram que existe uma diferença mais acentuada a favor das mulheres, ao contrário do que acontece com os valores apresentados em todas as outras análises. Isto pode ser atribuído, em parte, ao facto do Media Capital Group (grupo ao qual a TVI pertence) possuir uma política e estratégias que impulsionam e promovem a igualdade de género e a não discriminação de género (cf. Álvares, 2019). Sem embargo, apesar dos resultados provenientes de algumas emissões serem otimistas (como é o caso da RTP 2; da emissão da tarde da TVI; da emissão da tarde da RTP1 e da emissão da noite da SIC), não retratam, no geral, a forma como as apresentações dos telejornais são divididas por sexo, pois, tal como já vimos nas análises anteriores, a presença das mulheres como *pivots* é muito mais escassa relativamente à dos homens, o que vem confirmar mais uma vez a hipótese de que tende a existir uma desigualdade de género entre os *pivots* que apresentam os telejornais nacionais e que a mulher está sub-representada como apresentadora dos telejornais nacionais. No que diz respeito à interrogação da existência de estereótipos de género nas práticas jornalísticas portuguesas, tentar-se-á responder melhor a esta questão através da análise qualitativa, que veremos de seguida no próximo capítulo.





## CAPÍTULO 4- ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS

### 4.1- Análise das entrevistas realizadas a *pivots*

No presente capítulo, apresentar-se-á a análise qualitativa das entrevistas realizadas. Tal como foi dito anteriormente, as entrevistas dirigiram-se a dois grupos diferentes, nomeadamente *pivots* e estudantes, com o propósito de analisar e confrontar eventuais opiniões e diferenças entre ambos. Foram então construídos dois guiões de entrevista cuja constituição e conteúdo foram elaborados de maneira a ir ao encontro do tema desta investigação, dando lugar a duas análises diferentes. Através da análise das respostas obtidas da parte de ambos os grupos, foi possível revelar várias atitudes face às questões de género nos telejornais e descobrir algumas razões que podem estar por detrás desta desigualdade de género nos mesmos. Começemos então por examinar as entrevistas realizadas a *pivots*.

A primeira perspetiva analisada diz respeito à opinião acerca da discrepância/desigualdade entre o número de homens e mulheres a apresentar o telejornal. A maioria das entrevistadas (5 participantes) revelou alguma relutância em relação a este tema, afirmando que as assimetrias de género já não existem, ou se existem, não são significativas nem tão marcantes como noutras décadas. Em contrapartida, no que toca às restantes participantes (3), cada uma demonstrou acreditar que existe desigualdade, mas de três formas diferentes: 1) Existe, sem dúvida; 2) Existe alguma; 3) Existe mas os *pivots* não são segregados em termos de género. Vejamos, com base nestes três tipos de opinião, como as três participantes se manifestaram relativamente à existência de assimetrias de género:

- 1) “Há, indubitavelmente, mais homens do que mulheres a apresentar o principal noticiário nas televisões generalistas. Historicamente em Portugal sempre assim foi. É uma questão de opção das direções de informação das várias estações”( *pivot A*, RTP1).
- 2) “Há alguma desigualdade no sentido em que as direções dos canais de televisão são na sua maioria constituídas por homens, e mais facilmente arriscam colocar no ar um homem com pouca experiência do que uma mulher” (*pivot B*, TVI).
- 3) “Considero que os homens ainda ocupam os lugares nos principais horários televisivos. A prova é que há apenas uma mulher a essa hora, nos 3 canais. Não considero que sejam segregados. É, até, uma palavra que considero forte e feia. Considero que há circunstâncias que ditam muitas decisões” (*pivot C*, TVI).

Viu-se então que a maioria das opiniões das *pivots* não está em sintonia com os resultados do nosso estudo quantitativo, onde se evidenciou uma diferença significativa no número de vezes que homens e mulheres apresentam os telejornais. Efectivamente, através das três respostas acima apresentadas, conseguimos perceber que as críticas tecidas por Gaye Tuchman relativamente à aniquilação simbólica da mulher nos *media* continuam a ser pertinentes.

Prontamente, optou-se por indagar das possíveis razões que pudessem explicar eventuais discrepâncias existentes entre a presença (i.e. frequência) e o retrato (i.e. imagem) de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses (RTP1, RTP2, SIC e TVI) . De um modo geral, tal como já foi visto na pergunta anterior, muitas *pivots* acham que não há desigualdade de género, pelo que consideram também não haver necessidade de explicar outras discrepâncias, dado não existirem diferenças a apontar. No entanto, apesar de considerarem não existir desigualdade de género na apresentação dos telejornais, a *pivot* D (TVI24) e a *pivot* E (TVI), apontam para algumas diferenças que vale a pena referir:

“A nível de imagem nao tem qualquer comparação. Há uma certa crueldade naquilo que é a apresentação televisiva. O homem pode ate aparecer até sem base na cara, mas a mulher tem mais pressão no que toca à imagem e por isso é lhe exigido muito mais. É fundamental que a mulher esteja bem apresentada, devidamente maquilhada e penteada.” (*pivot* D, TVI24)

“Portugal é um país que habitualmente coloca os homens no topo das carreiras. Até há pouco tempo, as questões de género nem sequer se colocavam e portanto ninguém questionava que fossem sempre os homens a ocupar os lugares mais cimeiros. Isso também levou a um certo auto-afastamento das mulheres, acrescido pelas tarefas domésticas que têm de fazer. No caso dos telejornais em horário nobre, por norma, eram os jornalistas com mais experiência em apresentação que conduziam o noticiário. E como se tornaram rostos que os telespectadores associam àquele horário, as direções de informação mantêm-nos.” (*pivot* E, TVI)

Por outro lado, a *pivot* A (RTP1) e a *pivot* C (TVI) acreditam que as discrepâncias existentes entre a presença e o retrato de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses têm que ver com fenómenos culturais:

“Nada terá a ver com a competência e/ou mérito das mulheres. É uma questão cultural inerente aos decisores. Não sei se inconscientemente serão influenciados pela hipótese da mulher faltar por gravidez ou assistência à família. Se assim for, em pleno século XXI, é um erro (*pivot A, RTP1*).

“Penso que tem que ver com questões culturais. Só há poucos anos as mulheres tomaram a dianteira das profissões e cargos com maior exposição. O mundo dos *media* era dos homens, porque faziam investigação, porque iam para a guerra, porque apresentavam notícias. Mas convém não esquecer que desde muito cedo, na RTP, a primeira televisão portuguesa, muitas mulheres também se fizeram notar. Penso que entre estes anos e os tempos actuais houve uma estagnação das mulheres na sociedade e, agora, finalmente, esses lugares foram ocupados” (*pivot C, TVI*).

Apesar da maioria das *pivots* considerar que não existe discrepância de género nos telejornais nacionais, foi pedido para ser presumido que esta existe e perguntado se as entrevistadas acreditam que a iminente desigualdade de género nos telejornais pode estar associada a estereótipos tradicionais de género. Mais uma vez, apesar de ser ter pedido para considerar este pressuposto, três das *pivots* continuaram a mostrar-se relutantes afirmando que já não existem estereótipos de género hoje em dia. As restantes (5) afirmaram que se realmente existisse uma desigualdade, esta ficar-se-ia a dever aos estereótipos tradicionais de género ou a questões de “confiança de género” e de credibilidade:

“Acho que isso está mais relacionado com a confiança de género, elos sociais de confiança que se geram entre os homens, o que leva a um estereótipo, o homem será mais capaz do que a mulher” (*pivot B, TVI*)

“Julgo que a existir, será pela ideia pré-concebida de que um homem tem sempre mais credibilidade” (*pivot C, TVI*)

De seguida, optou-se por questionar as *pivots* se consideram ou não que os espectadores são "cegos" em relação a questões de género, ou seja, se notam ou não assimetrias de género no caso delas existirem. Neste caso, deparamos-nos com várias perspetivas: Duas *pivots* afirmaram que 1) os espetadores não têm uma perceção consciente; Três afirmaram que 2) os espetadores notam assimetrias; A *pivot C* (TVI) afirmou que 3) os espetadores podem notar; A *pivot E* (TVI) disse que 4) os espetadores notavam mais antigamente e a *pivot F* (RTP3) disse que 5) não existem quaisquer assimetrias para os espectadores notarem.

1) Os telespetadores são “cegos” em relação a questões de género, pois o afecto que estes desenvolvem em relação aos *pivots*, não depende do facto do *pivot* ser homem ou mulher, é neutro ao sexo (*pivot B*, TVI).

2) “Os espectadores notam a ausência de mulheres nos principais noticiários. As inúmeras mensagens que recebi depois de em outubro de 2018 ter saído do Telejornal demonstram isso mesmo. As questões eram sempre as mesmas: “Porque é que o canal público não tem uma mulher a apresentar o principal noticiário?”, “Qual a justificação desta opção?”, “Há machismo? As mulheres não são competentes?”... a maioria das mensagens, curiosamente, foi enviada por homens. Quando regresssei, foi curioso assistir às reacções dos espetadores” (*pivot A*, RTP1).

3) “Penso que os espetadores até podem pensar nisso mas na hora de estarem informados não se lembram dessa questão” (*pivot C*, TVI).

4) “Terão notado mais quando não havia canais de informação por cabo. Na TVI24, na SIC Notícias, na RTP Informação e na CMTV há muitas mulheres a apresentar jornais. Mesmo nos canais generalistas os noticiários da manhã ou da hora de almoço são frequentemente apresentados por mulheres e esse aspeto acaba por normalizar em termos de género a percepção dos telespetadores” (*pivot E*, TVI).

Para além disso perguntou-se quais poderiam vir a ser as consequências sociais dessa diferença (diferença entre o número de homens e mulheres a apresentar o telejornal). A maioria das participantes (4) disse que não existem consequências, como foi o caso da *pivot E* que afirma que não há qualquer impacto, uma vez que “*o pivot à semelhança de qualquer outro jornalista deve ser isento e imparcial na sua forma de dar notícias*”. Outra parte das participantes (2) afirmou que essa diferença pode trazer consequências para as gerações futuras, que ambicionam uma carreira no jornalismo, no sentido em que elas se podem sentir mais inspiradas por verem uma mulher, ou menos inspiradas quando notam que existem poucas mulheres, comparando com o número de homens. Ademais, mais duas participantes afirmaram que uma das consequências sociais possíveis é perpetuar o domínio masculino como algo normal na sociedade:

“Acaba por não ser diferença porque será considerado normal. Ou seja, transmite o domínio do género masculino como algo socialmente adquirido e aceite” (*pivot A*, RTP1).

“A diferença reflete a sociedade, e replica, ou seja, em última instância perpetua” (*pivot B*, TVI).

Curiosamente, apesar da maioria das *pivots não ter referido questões de desigualdade* de forma explícita, houve algum reconhecimento de que uma das consequências da desigualdade de género e do concomitante domínio do género masculino corresponderia à aniquilação simbólica e trivialização das mulheres, tal como vimos na parte teórica desta dissertação.

Atendendo ao facto de termos também constatado a relevância do papel dos telejornais na transmissão não só de informação mas também de ideologias aos portugueses, nomeadamente a disseminação de estereótipos de género, decidimos questionar as *pivots* sobre este assunto. Assim, perguntámos-lhes se consideravam que o telejornal constituia um meio fulcral para transmitir assimetrias de género e representações sociais estereotipadas. Neste caso, a maioria das entrevistadas (5) afirmou que sim.

“Pela visibilidade que tem, pelo que representa para as famílias portuguesas e por que é, tantas vezes, a fonte de informação das pessoas, acredito que pode ser um meio fulcral, sim” (*pivot C*, TVI).

Sendo assim, a maioria das respostas afirmativas vai ao encontro do que foi dito anteriormente nesta dissertação acerca do poder impactante que os *media* e o telejornal possuem. Tal como Gallagher (1995) mencionou, da mesma maneira que os *media* podem retirar o poder às pessoas, podem também conferi-lo. Assim, é então possível afirmar que o telejornal, bem como os *media* têm um impacto suficientemente forte para transformar a forma como percebemos o mundo.

Por outro lado, três *pivots* responderam negativamente à pergunta acima colocada, como é o caso da *pivot F* da RTP3:

“Não, porque não acho que existam assimetrias. No caso do telejornal da noite da RTP1, este é só apresentado por homens, mas creio que isso não tem a ver com uma questão de género, simplesmente esse *pivots* tinham mais perfil para apresentar nesse horário do que outros” (*pivot F*, RTP3).

Curiosamente, esta afirmação parece um pouco contraditória, pois insinua-se que, embora não sejam escolhidos pelo seu género, os homens são os que têm um perfil mais adequado para apresentar durante o horário nobre.

De seguida, tínhamos também visto, durante a nossa anterior investigação, que a idade pode ser um fator mais condicionante para as mulheres *pivots*, sendo por isso também considerado um entrave à evolução na carreira. Assim, decidimos questionar as nossas participantes em relação a este tema perguntando-lhes se concordam ou não com esta afirmação. De um modo geral, cinco *pivots* afirmaram concordar. No entanto, apesar da concordância, apresentaram duas interpretações diferentes, estando uma mais relacionada com a juventude e outra com a velhice. Enquanto algumas defendem que a juventude pode constituir um entrave no sentido em que pode dificultar o ingresso na carreira, outras dizem que a velhice é um entrave no sentido em que as mulheres são prejudicadas devido à sua falta de juventude, terminando assim a carreira mais cedo do que os seus congéneres masculinos. Veremos então um exemplo de cada uma destas interpretações:

1)“Acredito que quem chega ao lugar de *pivot* deve ter um caminho percorrido noutros géneros jornalísticos e que para isso precise de tempo. Não pode ou não deve ser um jornalista em início de carreira. Nem sempre isso acontece, por razões várias. E nem sempre há situações ideais.” (*pivot C*, TVI)

2)“Sim. Em Portugal, é. Em muitos países, a idade é sinónimo de credibilidade, mais conhecimentos. Aqui, uma ruga pode ser sinónimo apenas de velhice, o que é triste. Também neste aspecto, os homens têm mais vantagens já que o envelhecimento tem um melhor aceitação.” (*pivot A*, RTP1)

Ao examinar a primeira resposta, notou-se esta que diverge dos resultados quantitativos apresentados no capítulo anterior, visto ter-se constatado na análise acerca da variável “idade” que a *pivot* mais nova da nossa análise tem 28 anos, o que não coincide com a afirmação acima, segundo a qual um *pivot* “não deve ser um jornalista em início de carreira” Já a segunda resposta está em consonância com o que vimos no estudo quantitativo, onde foi possível apurar que as mulheres *pivots* são em média mais novas do que os homens.

Em seguida, temos o caso da *pivot D* (TVI24) que afirma não saber, da *pivot E* (TVI) e da *pivot H* (SIC Notícias) que interpretaram a pergunta pensando no início da carreira e não no fim, afirmando que a idade já não é um fator condicionante para entrar na carreira, visto

existirem cada vez mais *pivots* mais novos. Para além disso, ambas acrescentam que os *pivots* mais novos podem ser vistos pelo público como menos credíveis e os mais velhos como mais experientes.

“No jornalismo, como na maioria dos trabalhos em geral, ainda há o entendimento de que idade é sinal de experiência. E, na maioria das vezes, não está errado.” (*pivot* H, SIC Notícias)

“Mas hoje em dia vemos apresentadores cada vez mais jovens em antena. Talvez até jovens demais e com pouco experiência de vida para gerir um noticiário. E essa juventude pode retirar alguma credibilidade na percepção dos telespectadores.” (*pivot* E, TVI)

De acordo com o último comentário apresentado acima podemos ver que realmente há uma concordância relativamente ao facto de haver cada vez mais *pivots* jovens, tal como vimos na nossa análise quantitativa, em que a *pivot* mais nova tem 28 anos e o *pivot* mais novo 43. Tal pode significar, em sintonia com o apontado na parte teórica da dissertação, que as mulheres são selecionadas mais cedo do que os homens, enquanto parte integrante de uma estratégia quer de “modernização” da imagem do programa” (Lobo, 2011:170), quer de venda de notícias através da promoção da sua imagem atraente e agradável.

Vimos ainda, ao longo da investigação, que a maternidade pode constituir um entrave à evolução na carreira de *pivot*, pelo que questionámos também as participantes sobre este tema. No geral, a maioria das participantes (5) confirmou que a maternidade pode ser um entrave à evolução da carreira, o que está em sintonia com o que vimos anteriormente no capítulo 1.7.

“A maternidade é um entrave na evolução da carreira. Mesmo que a mulher tudo faça para conciliar a vida profissional com a familiar, para os decisores isso tem peso no momento de optar por um profissional ou outro.” (*pivot* A, RTP1)

Noutra perspetiva, houve também quem dissesse que por vezes as mulheres prescindem de ter filhos para progredir na carreira, o que mostra, de facto, que a maternidade pode constituir num entrave ou num condicionamento.

“O que eu fui assistindo ao longo dos anos aqui na RTP é que de facto esse momento de assumir a maternidade é ponderado em função da carreira, ou seja, há uma autogestão da carreira, feita pelas mulheres nesse sentido. Por exemplo, se as mulheres veem que estão no bom caminho da



carreira, elas optam por não engravidar, fazem uma auto-gestão da carreira.” (*pivot G*, ex *pivot* da RTP África)

Por outro lado, houve *pivots* que afirmaram que não consideram que a maternidade seja um entrave, mas sim uma adaptação.

“Eu acho que depende da forma como as pessoas se organizam e gerem o tempo. Se te organizares bem acho que é possível conciliar o trabalho e a vida familiar. Não quero acreditar que a maternidade seja um entrave ao progresso de carreira e acho que as empresas também têm que facilitar nesse aspeto. Mas também há que ter consciência que esta profissão não é das 9 às 5 e não há horários fixos.” (*pivot D*, TVI24)

Ademais, procuramos saber se as participantes durante a sua carreira como *pivot* enfrentaram alguns obstáculos relacionados com o género. No geral, sete *pivots* responderam que não. Porém, houve uma resposta afirmativa:

“Sim, nem que fosse indirectamente. Tenta-se combater essa mentalidade, mostrando profissionalismo e disponibilidade.” (*pivot A*, RTP1)

Para além disso foi também mencionado obstáculos que vêm de fora, do público.

“Os únicos obstáculos que todos sofremos um pouco vêm de fora, do espectador. Recebemos sempre alguns comentários que dispensávamos porque não são de todo críticas construtivas. Mais uma vez, sobre a forma como nos vestimos, maquilhamos, penteamos....” (*pivot H*, SIC Notícias)

Já quando questionadas se consideram que exista “uma particularização”, ou seja, se as mulheres são seleccionadas para comunicar *soft news* e homens para falar de *hard news*, todas as inquiridas responderam que não.

Questionou-se depois o porquê de mais mulheres não ocuparem cargos de relevo como o de *pivot*. Das *pivots* que consideram que as mulheres não têm a mesma proeminência dos homens nesse cargo, vejamos algumas das respostas mais pertinentes:

“Acho que isso tem a ver com o papel da mulher e o lugar da mulher na sociedade portuguesa e provavelmente as mulheres não são candidatas aos postos de chefia na proporção em que os homens

são porque elas têm outros objetivos na vida e outras sobrecargas na vida. No caso dos *pivots*, também não vejo muitas mulheres a quererem ser *pivots*.” (*pivot F*, RTP3)

“Ainda vivemos numa sociedade preconceituosa. Uma mulher, para chegar a determinada posição, tem que mostrar, muitas vezes, que consegue ter mais conhecimentos do que outros. Tem que lutar o dobro ou o triplo. No entanto, inúmeras vezes, quando chega a posições ditas de topo, é vista, mesmo pelos pares, como uma pessoa frágil. Exemplificando, se um homem para se impor levantar e/ou colocar a voz, é visto normalmente como líder, como decisor, sem receios. A mulher é tida como histérica, insegura e com problemas pessoais... .” (*pivot A*, RTP1)

“Acho que isso acontece por cultura, falta de oportunidade e também de manifestação clara das mulheres nesse sentido. Nesta altura, há várias mulheres em cargos desses, nos media nacionais. As mulheres devem impor-se mais. Devem mostrar que também conseguem fazer e bem esse trabalho. Nos media, como nas empresas, onde muitas já se impõem” (*pivot C*, TVI).

A partir desta questão foi possível obter algumas respostas que ajudaram a explicar a existência de uma diferença significativa no que toca ao sexo dos apresentadores de telejornal. Viu-se então que fatores como preconceitos, questões culturais e a falta de manifesta vontade por parte das mulheres em ascender a tais cargo são alguns dos fatores mencionados pelas *pivots* que nos ajudam a melhor compreender a desigualdade de género nos telejornais.

Já quando questionadas em relação ao que pode ser feito para incentivar mudanças positivas em relação à baixa representação das mulheres nos papéis de tomada de decisão e de chefia nas empresas de *media* ou, neste caso, em posições como as de *pivot*, três *pivots* indicaram a necessidade de mudar mentalidades, enquanto que as restantes continuaram a afirmar não existir urgência para que algo seja feito visto não considerarem existir um desequilíbrio notório de género.

Por fim, perguntou-se-lhes se acreditavam que o equilíbrio de género nos *media* já teria sido ou não praticamente alcançado. Neste caso, para metade (4) das *pivots* o equilíbrio de género já foi praticamente alcançado, enquanto outra metade (4) não concordou:

“É um caminho que estamos todos a percorrer, mas a estrada é longa e ainda não se vê o fim.” (*pivot B*, TVI)

“Não foi totalmente alcançado porque é um caminho que tem de ser feito em toda a sociedade. O machismo continua a existir e vem de fora, da rua, das pessoas que entrevistamos e das pessoas com

quem convivemos. Há sempre algo que pode ser feito. Há mulheres que continuam a receber menos do que os homens. Já muito se conquistou, muito ainda está por conquistar.” (*pivot H*, SIC Notícias)

Assim, a partir das entrevistas realizadas, viu-se no geral que a maioria das *pivots* considera que não existe uma desigualdade de género no que toca à apresentação dos telejornais; porém, quando questionadas acerca da possibilidade desta eventual desigualdade de género se dever a estereótipos de género, a maioria concordou com a possibilidade de os estereótipos de género serem uma das razões que leva a possíveis assimetrias de género. Querendo explorar esta questão de modo a descobrirmos o porquê de existir uma diferença de género na apresentações dos principais telejornais portugueses, perguntou-se-lhes porque consideravam existir menos mulheres do que homens em cargos de relevo nos *media*, sendo que a maioria respondeu que tal se devia sobretudo a questões culturais, a preconceitos e à falta de manifestação de vontade, por parte das mulheres, de ascenderem a tais cargos. No que se refere à distinção entre *soft* e *hard news*, julgou-se pertinente inquirir da existência de uma particularização segundo a qual se associaria *soft news* às mulheres e *hard news* aos homens. A esta questão todas as *pivots* responderam não considerar existir qualquer particularização nesse contexto. No que toca à variável idade, a maioria afirmou que a idade pode afetar a carreira, quer seja no início, quer no fim. No que diz respeito à maternidade, notou-se que a maioria das entrevistadas concorda com a possibilidade desta ser um fator condicionante e um entrave nas carreiras das mulheres *pivots*. Já quando questionadas sobre o terem sofrido alguns obstáculos de género durante a carreira, todas o negaram, à exceção da *pivot A*. Por fim, quis saber-se a opinião das *pivots* acerca do equilíbrio de género nos *media*, perguntando-se-lhes se achavam que este, hoje em dia, já tivesse sido alcançado ou não. A esta questão obtivemos um número de respostas equivalente em sentido afirmativo e negativo, pois metade das *pivots* afirmou que o equilíbrio de género já teria sido alcançado nos *media*, enquanto outra metade discordou. Sendo assim, apesar de a maioria das participantes mostrar relutância em reconhecer a persistência de assimetrias de género na apresentação dos telejornais, revelou ser capaz de identificar cenários, causas, entraves, bem como mecanismos sociais que asseguram a sua existência.

#### **4.2- Análise das entrevistas realizadas a estudantes**

As estudantes entrevistadas frequentam ou frequentaram diferentes faculdades, tais como ECSC, ISCSP, ISCTE-IUL e NOVA-FCSH. Apesar de estudarem ou terem estudado

em universidades diferentes, todas frequentaram cursos que abrangeram o jornalismo e a comunicação.

Visto as entrevistadas afirmarem quererem ser *pivots*, considerou-se pertinente perguntar-lhes quais os principais obstáculos que julgariam ter de enfrentar até conseguirem ascender a essa posição. As respostas revelaram-se bastante distintas. A maioria das estudantes (4) afirmou que o facto de existir muita procura e pouca oferta fazia com que houvesse mais competitividade no setor, sendo esse um dos maiores obstáculos, na sua opinião. Por outro lado, houve uma parte das participantes (3) que afirmou que o maior obstáculo seriam as condições financeiras inerentes à profissão de jornalista, tais como os baixos salários e a precaridade. Obtiveram-se também respostas que apontaram os níveis de experiência e conhecimento requeridos pelas entidades empregadoras como o maior obstáculo.

Já num cenário de antecipação, perguntou-se às entrevistadas quais considerariam, uma vez inseridas na profissão de *pivot*, um dos maiores entraves para a duração da sua carreira. Tirando uma participante que afirmou não existirem entraves, todas as outras demonstraram ter opiniões diferentes em relação a esta questão: gestão da reputação, discriminação de género, idade, imagem, filhos e competitividade foram alguns dos entraves mencionados pelas entrevistadas.

De seguida, perguntou-se-lhes se consideravam que no futuro, a nível profissional, viriam a ser de alguma forma discriminadas devido ao género. Das dez entrevistas, oito responderam afirmativamente.

“A desigualdade de género é um problema que infelizmente se vai continuar a arrastar por alguns anos. No fundo acho que ainda mais no jornalismo televisivo que nos restantes, a imagem é um grande objeto de discriminação ainda que possa parecer indirecto. Mais mulheres apresentam telejornais por causa da aparência e para prender os telespectadores. Tem tudo a ver com a imagem que passam. No entanto parece que não são levadas tão a sério como os homens. Não são tão respeitadas. Também os comentários sexuais e assédio é um problema que as mulheres jornalistas enfrentam diariamente. Estagiei na Antena 1 e presenciei várias vezes este tipo de atitudes perante as jornalistas. Tanto nas entrevistas e reportagens ao exterior como dentro do próprio estabelecimento.” (estudante A, 23 anos, estudante de Mestrado em Jornalismo na ESCS)

As restantes jovens responderam que não acham que vão ser discriminadas, sendo que uma das que respondeu que não, assentou que tal discriminação dependerá da área jornalística

em que se trabalha, pois se for por exemplo “futebol ou política” os homens estarão em primeiro lugar: “Creio que a igualdade de género será alcançada brevemente, contudo não o será feito em todas as áreas de cultura (futebol, política, etc)” (estudante B, 25 anos, licenciada em Ciências da Comunicação pelo ISCSP).

Ademais, questionou-se também se as participantes pensavam que ter marido e filhos poderia constituir entrave à ascensão na carreira. Enquanto duas das entrevistadas afirmaram que essa situação representaria uma dificuldade acrescida, metade das oito restantes negou-o e outra metade respondeu afirmativamente.

“Ser mulher no mercado de trabalho é, de uma forma geral, mais complexo do que ser homem. As mulheres têm de provar constantemente que estão ao nível ou acima das expectativas das suas chefias, contrariamente aos homens. A constituição de família, inevitavelmente, interfere com o trabalho (gravidez, período de pós-natal, acompanhamento da criança, consultas, reuniões, etc.). Embora o pai também possa ter um papel relevante no acompanhamento familiar, esse não é tão “preocupante” para a entidade empregadora quanto o papel de uma mãe. Assim, a ascensão de carreira poderá ser mais difícil pois existem outros factores pessoais na vida de uma mulher que interferem na sua gestão de tempo, que num homem pode ser canalizado apenas para o campo profissional.” (estudante C, 25 anos, frequenta o Mestrado em Ciências da Comunicação na NOVA- FCSH)

Para além disto, perguntou-se a opinião das jovens acerca dos critérios de seleção das *pivots*, colocando-lhes a seguinte questão: Considera que as *pivots* mulheres são seleccionadas pelas suas aptidões profissionais ou acha que existem outros factores de seleção como, por exemplo, a idade e a beleza? Das dez estudantes entrevistadas, cinco indicaram a imagem e a juventude como correspondendo aos factores mais importantes na seleção das *pivots* femininas, quatro referiram tanto as aptidões profissionais como a imagem como factores igualmente importantes e duas responderam que a competência e as aptidões profissionais seriam o fator mais importante no momento de seleção, prevalecendo estas em detrimento da beleza e juventude.

Posto isto, procurou-se apurar o ponto de vista das jovens em relação ao equilíbrio de género nos *media*, perguntando se consideram que este já foi praticamente alcançado ou não. A maior parte das entrevistadas (4) disse que o equilíbrio de género ainda não foi alcançado, enquanto outras três afirmou o contrário. As restantes duas entrevistadas apontou para o equilíbrio de género como tendo sido quase atingido.

Logo de seguida, decidiu-se questionar as alunas sobre a ausência ou baixa presença de mulheres em posições de relevo, como a de *pivot*, pelo que se lhes perguntou porque é que

consideravam existir mais homens nesses cargos. Das dez entrevistadas, a maioria (6) afirmou que tal se deve ao facto de os homens estarem associados culturalmente a cargos de topo:

“A predominância do homem enquanto profissional na sociedade portuguesa (principalmente em cargos de topo) e, conseqüentemente, o cenário de desigualdades no jornalismo, que também se agrava ao nível das direcções, justifica-se com o facto de ainda vivermos numa sociedade que repercute alguns valores culturais e profissionais inculcados no regime ditatorial que Portugal viveu até ao 25 de Abril de 1974.” (estudante D, 23, licenciada em Ciências da Comunicação pelo ISCSP)

De resto, mencionaram também que a família e a escolha de ser mãe pode ser um fator que impede as mulheres de chegarem mais longe. Para além disso houve participantes que disseram que não consideram que a baixa presença ou ausência das mulheres em cargos de relevo se aplique mais aos dias de hoje.

Posteriormente, interrogou-se as jovens sobre se concordavam ou não com a existência de uma “particularização”, ou seja, a suposta seleção de mulheres para comunciar *soft news* e de homens para transmitir *hard news*. As respostas demonstraram ser quase equiparadas, sendo que seis entrevistadas responderam afirmativamente e quatro negativamente.

Posteriormente, visto o tema desta dissertação incidir sobre a desigualdade de género nos telejornais, foi fundamental questionar a opinião das participantes em relação a esta temática, perguntando-se-lhes se notavam alguma discrepância/desigualdade entre o número de homens e mulheres que apresentam o telejornal. A esmagadora maioria (7) afirmou não notar qualquer discrepância, sendo que apenas três entrevistadas observou existirem mais homens do que mulheres a apresentar os telejornais.

Por fim, questionou-se as entrevistadas acerca de eventuais discrepâncias existentes entre a presença (i.e. frequência) e o retrato (i.e. imagem) de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Apesar de três das entrevistadas terem afirmado não existir discrepâncias, conseguimos obter respostas variadas em relação a este assunto junto das outras jovens. A maneira como homens e mulheres se apresentam em termos de imagem e postura foi uma das discrepâncias notadas por uma das jovens:

“Os homens apresentam-se sempre de fato e as mulheres estão sempre com roupas coloridas e chamativas. Normalmente, as *pivots* femininas estão maquilhadas e com o cabelo sempre arranjado o que dá a entender que o jornalismo televisivo se foca primeiro na imagem da jornalista e só depois no conteúdo que se pretende transmitir. As mulheres sorriem mais e têm uma postura menos rígida. Os

homens apresentam-se com maior “autoridade”. (estudante A, 23 anos, frequenta o Mestrado em Jornalismo na ESCS)

Para além do facto do homem ter sido apontado como mais credível do que a mulher devido à sua postura de autoridade, também surgiram referências comparativas ao grau de frequência com que homens e mulheres apresentam o telejornal nos principais canais:

“Na minha opinião, a SIC e TVI são mais “elitistas” nas suas escolhas. Pelo que me parece são quase sempre os mesmos e existe muita pouca rotatividade. Na RTP1 e RTP2, por outro lado, acho que existe mais variedade de género”. (estudante E, 23 anos, Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação ISCTE-IUL).

Após se terem sido analisadas ambas as entrevistas, foi possível constatar algumas divergências e semelhanças entre as respostas dadas por *pivots* e estudantes. Primeiramente, notou-se que tanto a maioria das *pivots* como a maioria das estudantes entrevistadas consideram não existir desigualdade de género na apresentação dos telejornais nacionais. Para além disso, observou-se também que ambas as categorias de participantes consideram que a maior presença de homens em cargos de topo nos *media* se deve a fatores culturais. No tocante ao fator idade e juventude, também as estudantes afirmaram constituir estes fatores primordiais na escolha das *pivots*, o que vai ao encontro da maioria das respostas dadas pelas *pivots* que dizem que a idade pode constituir um entrave ou um condicionamento, quer seja no início, quer no fim da carreira. Relativamente às discrepâncias existentes entre a presença e o retrato de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses, tanto uma pequena parte das estudantes como das *pivots* mencionaram que a imagem com que os *pivots* de ambos os sexos se apresentam é um fator de diferenciação significativo. Por outro lado, em termos de convergências, constatou-se que uma esmagadora maioria das estudantes diz acreditar que, na carreira futura, irá sofrer discriminação de género, o que difere bastante das respostas dadas pelas *pivots*, visto estas terem todas afirmado, à exceção de uma, que nunca sofreram qualquer discriminação relacionada com o género ao longo da carreira. Em relação à maternidade, a maioria das estudantes afirmou que ter filhos não será um entrave à carreira, o que constitui opinião diferente da maioria das *pivots*, que disseram o contrário. Para além disso, quando questionadas em relação à existência de mais homens do que mulheres em cargos de relevo, como o de *pivot*, as estudantes responderam que tal pode dever-se a questões culturais e à maternidade, indo assim ao encontro das respostas de

algumas *pivots*. No que concerne a questão sobre a particularização de *soft news* para mulheres e *hard news* para homens, tornou-se evidente que a maioria das estudantes acredita que essa particularização existe, o que difere mais uma vez dos resultados das respostas dadas por *pivots*. Por fim, observou-se que a maioria das estudantes afirmou que o equilíbrio de gênero nos *media* não está alcançado, enquanto que apenas metade das *pivots* o afirma. Assim, mais uma vez, apesar de ambas as categorias de participantes mostrarem relutância em reconhecer a persistência de assimetrias de gênero na apresentação dos telejornais, as jovens estudantes, muitas das quais aspirantes a uma carreira de jornalista ou *pivot*, revelaram maior facilidade do que as *pivots* entrevistadas em reconhecer as assimetrias de gênero como fatores estruturantes da vida de muitas mulheres. Apenas podemos especular sobre as razões porque isto acontece, já que essa análise exigiria uma investigação mais aprofundada que não recai no âmbito da nossa investigação. Deixamos aqui, assim, futuras pistas de investigação, sem querer deixar de constatar, no entanto, que esta recusa em se reconhecer a discriminação de gênero é recorrente, tal como referido noutros trabalhos (cf. Álvares 2016: 168), em que se aponta a possibilidade de as mulheres recearem vir a ser acusadas de incompetência se fizerem qualquer referência à discriminação existente nos seus locais de trabalho.



## CONCLUSÕES

Finalizadas as análises, vejam-se agora as conclusões que advêm de toda a investigação. Esta dissertação teve como objetivo descobrir se existe desigualdade de género, traduzida por uma possível sub-representação das mulheres no que toca à apresentação dos telejornais. Para além disso, procurou-se descortinar se os estereótipos de género ainda estão presentes na sociedade portuguesa e nas suas práticas jornalísticas. Para trabalhar estas questões foi primeiramente feita uma análise quantitativa e depois uma análise qualitativa.

No que diz respeito à análise quantitativa, foram observados os telejornais da tarde (emissão da 13h00) e da noite (emissão das 20h00, tirando o caso da RTP2 que tem apenas uma emissão por dia às 21h30) com o intuito de registar o sexo dos *pivots* que apresentavam as respetivas emissões. Tal foi feito num intervalo temporal de um ano entre março de 2019 e março de 2020, em que foi analisada uma semana por cada mês, correspondendo a um período de 84 dias. Através dos dados recolhidos e das análises realizadas concluiu-se que no geral existe uma desigualdade de género significativa entre os *pivots* que apresentam os canais generalistas. Apesar de termos visto que o número de *pivots* está dividido de forma praticamente igualitária em termos de sexo (14 homens e 12 mulheres), confirmou-se que a presença das mulheres como *pivots* a apresentar o telejornal é muito mais escassa relativamente à dos homens, o que mostra que as mulheres estão sub-representadas na apresentação dos telejornais. Para além disso, notou-se também que a presença dos homens é mais recorrente à noite do que a presença das mulheres (69,9% em comparação com 30,1%). Esta subida explica-se, tal como foi mencionado anteriormente, pelo facto da emissão da noite ser em horário nobre (20h00), tendo assim mais impacto, visibilidade e audiência do que a emissão da tarde (13h00). Sendo assim, é mais expectável que durante o jornal das 20h00 a presença da mulher como *pivot* seja menor, pois, tal como se viu, as mulheres continuam a ser consideradas como menos aptas para tratar de assuntos da esfera pública, entre os quais se encontram a apresentação de notícias e a difusão de informação ao público durante o horário nobre.

Comparando os dados da análise quantitativa realizada com os dados retirados do último GMMP em 2015 acerca dos resultados nacionais da distribuição dos jornalistas por sexo na apresentação e reportagem das notícias, viu-se que não houve qualquer evolução no que toca à presença da mulher, pois as percentagens de ambos os estudos mostram assimetrias de género significativas. Tal como afirmou Sarah Macharia (“GMMP”, 2010), a este ritmo, serão necessários pelo menos 43 anos, um pouco menos de meio século, para atingir a

paridade de género nas principais notícias. Esta afirmação vem também contrariar algumas das respostas obtidas pelas *pivots* entrevistadas que afirmam que o equilíbrio de género nos *media* já foi alcançado ou que está quase a ser alcançado.

Ademais, vimos também ao longa desta dissertação que a idade é um fator mais condicionante para a mulher *pivot* do que para os seus colegas masculinos, pelo que se fez também uma análise quantitativa correlacionando as variáveis sexo e idade, tendo sido possível concluir que as mulheres *pivots* são em média mais novas do que os *pivots* homens, o que vem mostrar que os esterótipos de género estão presentes nas práticas jornalísticas televisivas, pois as mulheres recebem um tratamento diferente do dos seus congéneres masculinos no que se refere à idade e imagem, o que para além de ser injusto é também considerado discriminação de género. Analisou-se também a variável “filhos”, chegando à conclusão de que o número de *pivots* homens e mulheres com filhos é proporcional; no entanto, visto que a presença do homem *pivot* é maior, podemos assumir que provavelmente uma das razões por que as mulheres aparecem menos se deve ao facto de serem mães e da necessidade de conciliar a vida familiar com o trabalho. Deste modo subscrevemos a perspetiva da *pivot* A sobre a maternidade como um entrave à carreira: “Mesmo que a mulher tudo faça para conciliar a vida profissional com a familiar, para os decisores isso tem peso no momento de optar por um profissional ou outro.”

De seguida, fez-se também uma análise comparativa entre os canais e as emissões da tarde e da noite da RTP1, RTP2, SIC e TVI. Nesta análise notou-se que no geral as emissões que apresentam mais desigualdade de género, tendo em conta o canal, são a emissão da noite da RTP1 e a emissão da tarde da SIC. Por outro lado, foi visto que as emissões que apresentam menos desigualdade de género, ou seja, que apresentam quase uma paridade de género foram a RTP2, a emissão da tarde da RTP1 e a emissão da noite da SIC, com valores quase iguais. Nestes casos, apesar dos homens continuarem a sobressair, a diferença entre o número de dias apresentado por mulheres e homens não é tão significativa. Já no que toca a valores mais favoráveis para o lado das mulheres, viu-se que a emissão da tarde da TVI é uma exceção, sendo a única emissão onde as mulheres aparecem de uma forma mais pontual do que os homens. No entanto, apesar destes últimos resultados serem otimistas, não retratam, no geral, a forma como as apresentações dos telejornais são divididas por sexo, pois, tal como já vimos, a presença das mulheres como *pivots* é muito mais escassa relativamente à dos homens, o que vem confirmar mais uma vez as hipóteses desta pesquisa em torno do domínio masculino no telejornal.

Para explicar esta desigualdade e sub-representação podemos recorrer à teoria do *glass ceiling*, que nos mostra que o progresso das mulheres na carreira está condicionado por ideologias e hierarquias fortes e persistentes, marcadas por sistemas culturais e organizacionais em que os homens dominam. No que diz respeito aos estereótipos de género, estes podem também explicar o porquê desta diferença significativa. Assume-se assim, mais uma vez, através dos resultados de ambas as análises que aqueles ainda se encontram presentes na sociedade portuguesa e nas práticas jornalísticas televisivas, pois existem diferenças significativas não só no que toca ao número de vezes que homens e mulheres apresentam os telejornais, como também no que toca à forma como a idade e a juventude de ambos os sexos é ponderada.

Isto vem também comprovar o que vimos na parte teórica desta dissertação. Realmente, o termo “aniquilação simbólica” das mulheres ainda se aplica ao que acontece nos *media* nos dias de hoje, visto que as mulheres continuam a ser “trivializadas” como as menos capazes e as menos escolhidas para apresentar os noticiários, sendo, nos telejornais, as “personagens secundárias”.

No que toca ao estudo qualitativo realizado, conclui-se que tanto *pivots* como estudantes consideram que não existe uma desigualdade de género no que toca à apresentação dos telejornais. No entanto, quando questionadas acerca da possibilidade desta eventual desigualdade de género se dever a estereótipos de género, a maioria concordou que estes são uma das razões que levam a possíveis assimetrias de género. Para além disso, ambos os grupos de entrevistadas afirmaram que o facto de existirem mais mulheres do que homens em cargos mais importantes nos *media* se deve sobretudo a questões culturais, a preconceitos, à maternidade e à falta de manifesta vontade por parte das mulheres de ascender a tais cargos, o que nos ajuda a perceber o porquê de existir esta desigualdade de género significativa no que toca à apresentação dos telejornais. Contudo, esta falta de manifestação de vontade deve-se aos limites impostos pelas representações tradicionais de género que influenciam aquilo que as mulheres se julgam capazes de alcançar e os objetivos que estas estabelecem para si próprias.

No que concerne ao fenómeno da idade, a maioria das entrevistadas também afirmou que a idade pode afetar o progresso na carreira, quer seja no início, quer no fim da mesma. No que diz respeito à maternidade, notou-se que as *pivots* têm uma perspetiva diferente da das estudantes, pois as primeiras consideram que ter filhos pode ser um fator condicionante e um entrave nas suas carreiras, enquanto as últimas, na sua maioria, acham que ter filhos exige apenas uma adaptação. Verificou-se também que a maioria das jovens acredita que irá sofrer

obstáculos relacionados com questões de género durante a carreira, o que não vai ao encontro das respostas das *pivots*, que dizem, na pluralidade, nunca os terem sofrido. Observou-se que metade das *pivots* entrevistadas acredita que o equilíbrio de género nos *media* já foi alcançado, enquanto que a maioria das estudantes não concorda. Resumidamente, apesar da maioria das participantes mostrarem relutância em reconhecer a persistência de assimetrias de género na apresentação dos telejornais, quer as *pivots*, quer as estudantes mostraram ser capazes de identificar cenários, causas, entraves, bem como mecanismos sociais que asseguram a sua existência. Isto aconteceu com particular prevalência entre as estudantes.

Deste modo, conclui-se que apesar da mulher já não ser tão “invisível” como era antigamente nos anos 70 e 80, continua a não existir uma paridade de género, o que nos leva a ponderar que o problema da aniquilação simbólica, referido por Tuchman, bem como os esterótipos de género se mantêm até hoje. Efetivamente, após analisarmos os resultados das nossas análises quantitativa e qualitativa, podemos afirmar, tal como apontado no capítulo 1.2, que “Os *media* são estruturas de poder de género que representam – e reproduzem – a cultura masculina” (Montiel, 2015:184).

Sabemos também que a questão da visibilidade não se prende somente com a questão de aparecer no ecrã mas também com a forma como as mulheres são apresentadas e contextualizadas. Nesse contexto, notou-se através da revisão da literatura e das entrevistas realizadas que a maneira como homens e mulheres são observados e apresentados é distinta. O vestuário, a imagem, a juventude, a beleza e a sensualidade da mulher são fatores preponderantes para a seleção das mulheres *pivots*, o que nos leva a crer, conforme vimos na revisão da literatura, que a presença da mulher aumenta quando se quer chamar mais audiências.

Apesar do nosso estudo não poder abarcar todas as dimensões do problema da desigualdade de género, consideramos que a investigação aqui desenvolvida permitiu não só expor dados significativos acerca desta temática como também mostrar como os estereótipos de género ainda se encontram presentes na sociedade e nas práticas jornalísticas portuguesas.

No que toca aos telejornais, vimos que estes são programas de grande credibilidade e com elevadas taxas de audiência, pelo que se revelam o meio mediático com mais capacidade para perpetuar desigualdades e estereótipos ou o de tentar acabar com estes, aniquilando-os.



## BIBLIOGRAFIA

- Álvares, Claudia. (2019). 'Paying lip service to equality through the media: The Portuguese case' (Women and the Media Comments Paper-Portugal), in The EU Mutual Learning Programme in Gender Equality: Women and the Media.
- Álvares, Claudia., Veríssimo, Iolanda. (2016). "Practice What You Preach: Deconstructing Gender Equality in Portuguese Media".
- Babbie, Earl. (2008). The Basics of Social Research (4ª Edição). Estados Unidos: Thomson Wadsworth. Disponível em [http://nareswari.web.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/8668/2017/10/Earl\\_R.Earl\\_R.\\_Babbie\\_Babbie\\_The\\_Basics\\_of\\_SocBookZZ.org\\_.pdf](http://nareswari.web.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/8668/2017/10/Earl_R.Earl_R._Babbie_Babbie_The_Basics_of_SocBookZZ.org_.pdf)
- Bach, Marta et al. (2000). El sexo de la noticia: reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo. Disponível em [http://americalatinagenera.org/newsite/images/cdr-documents/publicaciones/el sexo de la noticia.pdf?fbclid=IwAR1Gri2Za5f8g5PtYfE\\_sL\\_9CWJqSV8fl\\_KnToQgpxCOfQIG82OV0QwY0vto](http://americalatinagenera.org/newsite/images/cdr-documents/publicaciones/el sexo de la noticia.pdf?fbclid=IwAR1Gri2Za5f8g5PtYfE_sL_9CWJqSV8fl_KnToQgpxCOfQIG82OV0QwY0vto)
- Baden, Sally., Goetz, Marie Anne. (1997). Who Needs [Sex] When You Can Have [Gender]? Conflicting Discourses on Gender at Beijing. *Feminist Review*, no. 56, 1997, pp. 3–25. *JSTOR*. Disponível em [www.jstor.org/stable/1395814](http://www.jstor.org/stable/1395814). Accessed 6 Apr. 2020.
- Connell, Raewyn. (1987). Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Corbett, Ken et al. (2014) Talking Sex, Talking Gender—A Roundtable, *Studies in Gender and Sexuality*, 15:4, 295-317.
- Cotter, David et al. (2001). The Glass Ceiling Effect. *Social Forces*. 80. 655-681.
- Crespi, Isabella. (2009) Gender differences and equality issues in Europe: critical aspects of gender mainstreaming policies, *International Review of Sociology—Revue Internationale de Sociologie*, 19:1, 171-188.
- Cullity, Jocelyn., Younger, Prakash. (2009). Gender imbalance in international internet news: A case study of the BBC. *Media, Culture & Society*. 31. 999-1009.
- Engstrom E., Ferri, AJ. (2000). Looking through a gendered lens: local U.S. television news anchors' perceived career Barriers. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44(4): 614–634.
- Foucault, Michel. (1984). *The History of Sexuality (Vol1)*. Harmondsworth: Penguin. In Moore, Henrietta. (1994). "DIVIDED WE STAND": Sex, Gender and Sexual Difference. *Feminist Review*, (Nr.47).
- Gallagher, Margaret. (1995). O imperialismo de batom e a nova ordem mundial: as mulheres e os media no fim do séx. XX, citado por Silveirinha, João Maria (2004), *As Mulheres e os Media*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Gallagher, Margaret. (2006). Perspectivas feministas sobre os media, citado por Lobo, Paula (2011), *Desigualdades de género no acesso à esfera pública- Uma análise crítica dos conteúdos noticiosos televisivos (Tese de Doutoramento)*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga.
- Gerbner, George (1978) 'The Dynamics of Cultural Resistance', pp.46–50, citado por Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels and James Benét (eds) *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press, citado por Swert, Knut., Hooghe, Marc. (2010). When Do Women Get a Voice? Explaining the Presence of Female News Sources in Belgian News Broadcasts (2003—5). *European Journal of Communication - EUR J COMMUN*. 25. 69-84.
- Kimmel, Michael. (2008). *The Gendered Society*, 3ª edição. New York: Oxford University Press.

- Knott, Matthew. (2013). On women in the media: and why we should ask Kerry O'Brien's age. Crikey. Journalism. Disponível em <https://www.crikey.com.au/2013/10/28/on-women-in-the-media-and-why-we-should-ask-kerry-obriens-age/>
- Lobo, Paula. (2011). Desigualdades de género no acesso à esfera pública- Uma análise crítica dos conteúdos noticiosos televisivos (Tese de doutoramento). Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga.
- Lobo, Paula., Cabecinhas, Rosa. (2010). The Negotiation of Meanings in the Evening News Towards an Understanding of Gender Disadvantages in the Access to the Public Debate. *International Communication Gazette*. 72. 339-358.
- Lobo, Paula., Cabecinhas, Rosa. (2018). Retratos de género nas notícias televisivas: uma análise das desigualdades por detrás da representação numérica. *Estudos em Comunicação*. 1. 81-99.
- Lopes, Felisbela. (1999). O telejornal e o serviço público. Coimbra: Minerva.
- Lopes, Felisbela. (2005). Uma década de TV em Portugal (1993-2003): estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (Tese de doutoramento). Universidade do Minho, Braga.
- Martin, Patricia. (2004). Gender As Social Institution. *Social Forces*. 82. 1249-1273.
- Martins, Carla. (2013). Mulheres, política e visibilidade mediática. As lideranças de Maria de Lourdes Pintasilgo e de Manuela Ferreira Leite (Tese de doutoramento). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa, Lisboa.
- Media Watch. (2005). Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2015. Disponível em [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2005/gmmp-report-en-2005.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2005/gmmp-report-en-2005.pdf)
- Media Watch. (2010a). Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010. Disponível em [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/global/gmmp\\_global\\_report\\_en.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf)
- Media Watch. (2010b). PORTUGAL, Global Media Monitoring Project 2010 – National Report. Disponível em [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/national/Portugal.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Portugal.pdf)
- Media Watch. (2015). Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2015. Disponível em [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/global/gmmp\\_global\\_report\\_en.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf)
- Media Watch. (2015b). PORTUGAL, Global Media Monitoring Project 2015 – National Report.
- Moore, Henrietta. (1994). "DIVIDED WE STAND": Sex, Gender and Sexual Difference. *Feminist Review*, (Nr.47).
- Morley, David. (1986). Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. Disponível em [https://monoskop.org/images/9/97/Morley\\_David\\_Family\\_Television\\_Cultural\\_Power\\_and\\_Domestic\\_Leisure\\_1988.pdf](https://monoskop.org/images/9/97/Morley_David_Family_Television_Cultural_Power_and_Domestic_Leisure_1988.pdf).
- North, Louise. (2016). Behind the mask: Women in television news. *Media International Australia*.
- O'Brien, Anne. (2014). 'Men own television': why women leave media work. *Media, Culture & Society*. 36. 1207-1218.
- Ridgeway, Cecilia. (2011). *Framed by gender*. Oxford: Oxford University Press.
- Shor, Eran et al. (2015). A Paper Ceiling: Explaining the Persistent Underrepresentation of Women in Printed News.
- Risman, Barbara. (2004). Gender as a social structure: Theory wrestling with activism. *Gender and Society* 18(4): 429–451.

- Risman, Barbara., Davis, Georgiann. (2013). From sex roles to gender structure. *Current Sociology*. 61. 733-755.
- Silveirinha, João Maria. (2004). *As Mulheres e os Media (04-2004)*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Silveirinha, João Maria., Subtil, Filipa. (2017). Planos de igualdade de género nos media: para uma (re)consideração do caso português. Disponível em <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/4715/3821>.
- Swert, Knut., Hooghe, Marc. (2010). When Do Women Get a Voice? Explaining the Presence of Female News Sources in Belgian News Broadcasts (2003—5). *European Journal of Communication - EUR J COMMUN*. 25. 69-84.
- Tuchman, Gaye. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology - AMER J SOCIOL*. 77. 10.1086/225193. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/246988634\\_Objectivity\\_as\\_Strategic\\_Ritual\\_An\\_Examination\\_of\\_Newsmen's\\_Notions\\_of\\_Objectivity](https://www.researchgate.net/publication/246988634_Objectivity_as_Strategic_Ritual_An_Examination_of_Newsmen's_Notions_of_Objectivity)
- Tuchman, Gaye. (1978). Introduction: The symbolic annihilation of women by the mass media.
- Unger, Rhoda. (2010). What We Look For is What We Find. *Quaderns de psicologia. International journal of psychology*; Vol.: 12 Núm.: 2 Desigualdades de género en "tiempos de igualdad". Aproximaciones desde dentro y fuera de la/s psicol. 12. 10.5565/rev/qpsicologia.773.
- Vega Montiel, Aimée. (2015). *News Media Coverage of Women*. Asia Pacific Media Educator.
- Weitzman, Lenore J. (1979). *Sex Role Socialization: A Focus on Women*. Palo Alto, CA: Mayfield.
- West, Candace., Zimmerman Don. (1987). Doing gender. *Gender and Society* 1(2): 125-151. In Westbrook, Laurel., Saperstein, Aliya. (2015). New Categories Are Not Enough. *Gender & Society*. 29. 534-560. 10.1177/0891243215584758.
- Westbrook, Laurel., Saperstein, Aliya. (2015). New Categories are Not eNough: rethinking the Measurement of sex and gender in social surveys.
- Who makes the news. "About us". Disponível em <http://whomakesthenews.org/about-us>





## **ANEXOS**

### **ANEXO A- Grelha de análise para o estudo quantitativo**

Data: Dia/mês/ano

Canal: RTP1; RTP2; SIC; TVI

Horário: Tarde (jornal da 13h), Noite (jornal das 20h, ou 21h30, no caso da RTP2)

Nome dos *pivots*

Número de *pivots*

Número de *pivots* do sexo feminino

Número de *pivots* do sexo masculino

Sexo dos *pivots*

Idade dos *pivots*

Filhos: Sim/não

Antiguidade na função

### **ANEXO B- Estudo qualitativo**

#### **a) Guião de entrevista para *pivots***

Nome:

Canal:

1-Considera que há uma discrepância/desigualdade entre o número de homens e mulheres a apresentar o telejornal? Se sim, até que ponto considera que os *pivots* estão segregados em termos de género?

2- No seu entender, como explica as discrepâncias existentes entre a presença (i.e frequência) e o retrato (i.e imagem) de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses (RTP1, RTP2, SIC e TVI)?

3- Julga que se no caso de existir alguma discrepância, esta pode estar associada a estereótipos tradicionais de género?

4- Considera que os espectadores são "cegos" em relação a questões de género, ou seja, que não notam assimetrias de género no caso delas existirem?

5- Quais acha que podem ser as consequências sociais dessa diferença (diferença entre o número de homens e mulheres a apresentar o telejornal)?

6- Acredita que o telejornal pode ser um meio fulcral para transmitir assimetrias de género e representações sociais?

7- Sente que a idade pode ser um entrave na evolução de carreira como *pivot*?

8-No que toca à maternidade, crê que ter filhos pode ser também um entrave à evolução na carreira?

9- Durante a sua carreira como *pivot* enfrentou alguns obstáculos relacionados com o género? Se sim, como os combateu/tentou combater?

10-Considera que existe “uma particularização”, ou seja, as mulheres são seleccionadas para comunciar *soft news* e homens para falar de *hard news*?

11-Apesar das melhorias, as mulheres ainda não ocupam muitos dos principais postos de decisão ou de chefia nas empresas de *media*, ou neste caso, em postos como os de *pivot*. Porque é que acha que ainda é assim?

12- O que pode ser feito para incentivar mudanças positivas em relação à baixa representação das mulheres nos papéis de tomada de decisão e de chefia nas empresas de *media*, ou neste caso, em posições como as de *pivot*?

13- Apesar das várias leis e diretivas realizadas pelos estados-membros da UE e por Portugal, no seu ponto de vista, o equilíbrio de género continua a ser algo irrelevante nos *media* ou considera que é algo importante que já foi praticamente alcançado?

## **b) Guião de entrevista para estudantes**

Nome:

Idade:

Instituição de ensino:

Curso que frequenta/frequentoou:

1-Quais julga que serão os principais obstáculos que irá enfrentar até conseguir ascender à posição de *pivot* (ou a outra posição dentro do jornalismo)?

2-Imagine que consegue chegar a ser *pivot*, qual considera que será um dos maiores entraves para a duração da sua carreira?

3- Acha que no futuro, a nível profissional, irá ser discriminada de alguma forma devido ao seu género, ou acha que nessa altura a igualdade de género já terá sido alcançada a cem por cento?

4-Sente que por ser mulher, ter marido e filhos poderá ser um entrave à ascensão na carreira?

5- Na sua opinião, as *pivots* mulheres são seleccionadas pelas suas optidões profissionais ou acha que existem outros fatores de seleção como por exemplo a idade e a beleza? Acha que o mesmo acontece com os homens? Se não, porquê?

6-No seu ponto de vista, o equilíbrio de género continua a ser algo irrelevante nos *media* ou é algo importante que já foi praticamente alcançado?

7-Apesar de existirem mais mulheres licenciadas em jornalismo porque é que considera que existem mais homens em cargos de chefia, ou neste caso, mais homens em cargos como os de *pivot*?

8-Considera que existe uma “particularização”, ou seja, as mulheres são seleccionadas para comunciar *soft news* e homens para falar de *hard news*?

9-Nota alguma discrepância/desigualdade entre o número de homens e mulheres a apresentar o telejornal?

10-No seu entender, como explica as discrepâncias existentes entre a presença (i.e frequência) e o retrato (i.e imagem) de homens e mulheres na apresentação dos principais telejornais portugueses (RTP1, RTP2, SIC e TVI)?