

reforcem estereótipos de género e que, por isso, constituem obstáculos à mudança de mentalidades nesta área.

Na opinião de Silveirinha (2001), os média constituem um espaço de luta política decisivo para os movimentos sociais, nomeadamente, para os movimentos feministas. No entanto, a análise das desigualdades de género nos média não deverá, como tem acontecido, restringir-se à análise das mensagens mediáticas e dos valores que elas veiculam, mas também procurar incluir uma abordagem numa perspectiva da esfera pública e das questões políticas e sociais que estão por detrás dessas desigualdades, levando em conta os dois lados da relação, interdependente, entre o consumidor e as instituições e produtos mediáticos.

Também Gallagher (1995) defende uma abordagem das relações de género nos média que se relacione com o estudo da economia política da comunicação de modo a abranger questões como a concentração do poder económico num número reduzido de empresas mediáticas com actividades globais que tendem a uniformizar as grandes tendências da comunicação contribuindo para uma “mentalidade de resignação” propícia à perpetuação de estereótipos.

No que respeita à investigação desenvolvida nesta área, e na perspectiva de Silveirinha (2001), a acção feminista pode ser dividida em duas vertentes principais: os *estudos feministas dos média* e a *investigação sobre a esfera pública*.

De acordo com a autora, os estudos feministas dos média abordam habitualmente temáticas como o emprego e a feminização da profissão, práticas e narrativas mediáticas, análise de audiências, formas de propriedade e controlo, entre outras, com vista a questionar as relações de género, por um lado e a organização social e o sistema de valores em que estas relações assentam, por outro. Algumas das vertentes seguidas por esta linha de investigação incluem a sociologia da notícia, o estudo das *media frames* – esquemas organizadores do discurso que fazem parte do quotidiano dos profissionais dos media e que são vulgarmente considerados como de senso comum, ou a análise das audiências numa perspectiva das práticas sociais femininas de consumo dos conteúdos mediáticos (Silveirinha, 2001).

Por sua vez, os estudos feministas sobre a esfera pública, que constituem um corpo de investigação bastante considerável, têm-se debruçado sobre as questões da construção social da identidade feminina e da crítica da esfera pública habermasiana como conceito responsável pela exclusão das mulheres e das minorias. De acordo com esta linha de investigação, a proposta de Habermas, ao sugerir uma esfera pública constituída por uma massa de cidadãos homogénea, marginaliza as diferenças e uniformiza-as sob o modelo masculino dominador através das noções de «homem público» e «mulher privada» (Silveirinha, 2001: 5). Esta distinção tradicional tem sido analisada por várias feministas, como Lisa McLaughlin (1999), que considera que a associação das mulheres à esfera íntima e privada do lar e a associação dos homens à esfera pública da economia e da política – sendo que lhes é, igualmente, concedido o acesso ao poder na esfera doméstica – tem vindo a estruturar, do ponto de vista social, as relações de género com grande prejuízo para as mulheres.

No estudo que apresentamos tivemos em conta que as desigualdades de género verificadas nas práticas e conteúdos mediáticos devem ser sempre enquadradas no contexto mais vasto do longo processo de discriminação e exclusão das mulheres nas mais diversas áreas da sociedade, “uma discriminação não necessariamente sentida ou vivida na experiência de cada pessoa, individualmente, (...) uma discriminação enquanto fenómeno social” (Amâncio, 1998: 3).

Por outro lado, concordamos com Gallagher (1995) quando nos diz que se os meios de comunicação são, por vezes, acusados de retirar poder às mulheres, têm igualmente potencial para lhes proporcionar esse mesmo poder. Importa, por isso, referir que os movimentos de média de mulheres se têm caracterizado por um crescimento estável das redes e associações de média

femininos e têm vindo a desempenhar um papel importante na luta por “um sistema de informação e comunicação mais diverso e democrático” (Gallagher, 1995). Na opinião de Silveirinha (2001: 7) esta luta poderá passar pela criação de um contra-público, capaz de fazer uso público da razão: “Às feministas competirá repolitizar o que os média despolitizam”.

Neste contexto em que se torna fundamental “a exigência de prestação de contas por parte dos media, relativamente ao modo como assumem as suas responsabilidades e compromissos com os cidadãos” (Pinto, 2004: 13) já que “o exercício da cidadania encontra, hoje, no campo dos media um terreno de eleição” (Pinto, 2004: 13), acreditamos que a inclusão de uma perspectiva de género nas notícias deve ser um critério jornalístico como qualquer outro e que isso passará por pensar as notícias considerando, em cada assunto abordado, quais os sujeitos implicados, quem deve ser incluído, como deve ser caracterizado e com que propósito.

Por outro lado, ao pretendermos proporcionar uma visão crítica de género da cobertura noticiosa dos telejornais portugueses estaremos também, num sentido mais lato, a aceitar o desafio de Lisa McLaughlin (1993) contribuindo para o desenvolvimento de uma teoria feminista dos média numa perspectiva da esfera pública.

A investigação dos média numa perspectiva de género

Até à data foram desenvolvidos vários estudos que abordaram as questões de género na análise dos conteúdos mediáticos. Como já foi referido, as representações das mulheres nos meios de comunicação social estiveram sempre entre as preocupações dos movimentos feministas. A partir dos anos 50 foram levadas a cabo algumas análises críticas das imagens das mulheres e a sua associação ao papel de dona de casa ou “fada do lar” sobretudo na publicidade na época.

A representação das mulheres nos papéis de esposas, mães de família, domésticas ou cuidadoras foi objecto de estudos através da análise de conteúdo. Outras investigações de natureza mais sociológica e filosófica desenvolveram reflexões sobre “os poderosos efeitos que estas representações têm sobre a vida económica, política e social das mulheres” (Silveirinha, 2004: 13). O trabalho de Tuchman (1978) introduz o conceito de “aniquilação simbólica das mulheres” a propósito deste tipo de representações do sexo feminino tendencialmente associado à passividade, à dependência, ao romantismo e à esfera doméstica, o que leva, na opinião da autora, a uma trivialização do papel das mulheres.

Na década de 80, os estudos feministas dos média dão particular importância à relação entre textos e audiências, partindo do pressuposto que “para compreender os produtos culturais e o seu funcionamento ideológico, era preciso analisar como expressam e incorporam discursos de género que nascem e são simultaneamente construídos pelos contextos políticos, sociais e outros; era preciso compreender, enfim, como se dirigiam às audiências” (Silveirinha, 2004: 15). Neste sentido foram realizados alguns estudos sobre as atitudes das audiências face aos conteúdos e a forma como negociam ou descodificam as mensagens ou, ainda, sobre os hábitos de consumo mediáticos em família.

Outro tipo de abordagens optaram por estudar a feminização da profissão de jornalista ou a presença das profissionais dos média nos órgãos de comunicação social. Apesar do crescente número de mulheres nesta área, muitos desses trabalhos alertam para o facto de “quantidade” não ser, necessariamente, sinónimo de “qualidade” na medida em que os dados analisados mostraram que as mulheres continuam sub-representadas nos cargos de poder o que sugere a presença de formas de discriminação vertical nas empresas mediáticas. Por outro lado, verificou-se que o aumento da presença das mulheres nas redacções não implica um maior equilíbrio de género nos ângulos de análise adoptados nos conteúdos mediáticos.

“Na verdade, ao escreverem as notícias de uma determinada forma, os jornalistas estão a antecipar as respostas por parte dos seus editores e dos seus pares, num processo que actua como “tesouras mentais” que recortam a escrita dessa determinada forma. É um processo largamente inconsciente, comum a homens e mulheres, mas que, no caso destas, as absorve numa cultura que é essencialmente masculina.” (Silveirinha, 2004: 25)

Em Portugal foram realizados alguns estudos sobre os conteúdos de género nos média. Recentemente, os trabalhos de Pinto Coelho e Mota Ribeiro (2005) abordaram a questão do acesso das mulheres ao discurso da imprensa portuguesa, tendo analisado a centralidade do papel das mulheres nas peças jornalísticas e a sua distribuição por temas. Este estudo teve como base informação recolhida de edições jornais nacionais de um dia. De acordo com as autoras, as mulheres nas notícias analisadas desempenham um papel activo, nomeadamente como fontes de informação. Por outro lado, foram identificados temas em que as mulheres são referidas mais genericamente e identificadas através de relações de parentesco.

Num outro trabalho, e com base numa metodologia semelhante, as mesmas autoras analisaram imagens de mulheres na imprensa portuguesa. Os resultados mostraram que as mulheres aparecem raramente como protagonistas, frequentemente isoladas e em imagens que sugerem “inactividade e passividade”. De acordo com as autoras “fica a ideia de que as imagens fotográficas do feminino na imprensa diária portuguesa de referência são diminuidoras e irrealistas face às mulheres” (Mota Ribeiro e Pinto Coelho, 2005: 9).

No estudo de Lopes (2005) sobre os programas de informação semanal dos canais generalistas foi igualmente possível detectar algumas assimetrias de género que reportam, novamente, à questão da divisão homem público/mulher privada. A autora aponta para a sub-representação das mulheres nos cargos de poder nos canais televisivos como resultado de uma estrutura social caracterizada pelos conhecidos “tectos de vidro”. Por outro lado, foi verificado um padrão de diferenciação qualitativa em que a visibilidade mediática das mulheres parece depender da sua associação a temas sociais e ao discurso das emoções, enquanto que os homens aparecem mais no contexto do debate político:

“Para além de separarem espaço público da esfera privada, as entrevistas/debates e os talk shows operaram uma divisão de géneros. Assim, os homens apareciam habilitados para discutir ideias e as mulheres para falar de emoções.” (Lopes, 2005: 432)

Tomando como ponto de partida estes trabalhos, podemos concluir que a desigualdade de género nos meios de comunicação vai muito além da análise da presença numérica das mulheres: manifesta-se na agenda noticiosa, nos conteúdos e mesmo nos papéis desempenhados por cada indivíduo no contexto mediático. Mais do que olhar para os números, é necessário estudar o género nos processos de reprodução da informação.

Enquadramento metodológico e procedimentos

Actualmente, a forma como as pessoas são retratadas nos meios noticiosos e *quem* ou o *quê* constituem objecto de notícia reveste-se de uma grande importância em termos do acesso ao discurso e ao poder ou da organização das relações sociais, nomeadamente de género.

O último relatório do *Global Media Monitoring Project* (GMMP) concluiu que a visibilidade das mulheres nas notícias é muito reduzida e que estas parecem estar tendencialmente associadas a determinadas áreas e retratadas de acordo com algumas especificidades. Os pontos de vista femininos são raramente apresentados nos tópicos que dominam as agendas noticiosas e mesmo em temas que afectam profundamente as vidas das mulheres (como a violência de género) é a voz masculina que prevalece (Media Watch, 2005).

Este relatório foi elaborado com base num projecto que tem vindo fazer a monitorização da cobertura noticiosa nos média (rádio, imprensa e televisão), numa perspectiva de género, em diferentes países por todo o mundo. Portugal colaborou no projecto de monitorização mais recente, realizado em Fevereiro de 2005 e os resultados mostraram que, no caso português, a mulher é o foco da notícia em apenas 20% dos temas, apesar de a população portuguesa contar com um número cada vez maior de mulheres jornalistas (Media Watch, 2005).

Por outro lado, as conclusões deste estudo revelaram que a maioria das mulheres que surgem nas notícias são vítimas de algo, apresentadas no âmbito de uma relação de parentesco (mães, filhas, esposas) e raramente aparecem como peritas num determinado tema mas mais como testemunhas de um evento ou como personalidades do mundo do espectáculo ou da alta sociedade. A imagem da mulher é muitas vezes utilizada para provocar a emotividade nas audiências e as perspectivas femininas são praticamente invisíveis em áreas como a economia ou a política. A idade das mulheres jornalistas na televisão surge como um critério determinante: enquanto que os homens fazem notícias até depois dos 50 anos, as mulheres acima desta idade quase não aparecem. Além disso, o estudo em causa refere que a aparência das jornalistas parece ser mais valorizada do que a sua experiência profissional.

No que respeita ao seu papel dentro das peças, as mulheres são raramente centrais nos principais temas da agenda noticiosa e mesmo em temas naturalmente associados ao sexo feminino desempenham frequentemente um papel secundário.

Contudo, é conveniente salientar que este estudo resultou da monitorização de alguns órgãos da comunicação social de vários países em todo o mundo durante apenas um dia por ano, o que é apontado pelos próprios responsáveis como insuficiente para a realização de um diagnóstico fiável das desigualdades de género na cobertura noticiosa. Por exemplo, na monitorização mais recente, o dia escolhido foi em Fevereiro, na época das eleições presidenciais em Portugal, o que naturalmente terá influenciado os resultados obtidos.

No seguimento desta investigação propomos desenvolver uma análise continuada no tempo que nos permita a obtenção de um outro tipo de resultados, evitando alguns desvios que possam surgir das tendências mais ou menos circunstanciais da agenda noticiosa.

A metodologia que pretendemos desenvolver terá como base o princípio da triangulação metodológica, confrontando, na análise de resultados, dados quantitativos e dados qualitativos.

Para o efeito foi desenvolvida uma grelha de análise a aplicar a um conjunto de gravações dos telejornais das 20h00 dos três canais generalistas (RTP1, SIC e TVI), pelo período de dois anos, 2006 e 2007, com dias da semana por amostragem.

Posteriormente, serão constituídos grupos focais a partir de um universo considerado relevante no âmbito desta investigação, aos quais será solicitada a participação em debates sobre conteúdos noticiosos dos telejornais nacionais previamente visionados. Estes grupos focais serão orientados de acordo com um guião constituído por questões semidirectivas e terão como objectivo principal compreender a forma como a informação é interpretada, numa perspectiva das questões de género, pelos indivíduos de ambos os sexos.

Com base nesta metodologia serão estabelecidas comparações entre os conteúdos analisados no material gravado e as percepções dos entrevistados procurando compreender a forma como as audiências negoceiam e interiorizam as representações de género disponibilizadas pelos telejornais. A partir destes procedimentos esperamos analisar, por um lado, a produção noticiosa e, por outro lado, o processo de recepção dos conteúdos noticiosos de modo a obter uma compreensão mais abrangente do processo pelo qual as representações sociais de género presentes nos telejornais são construídas, veiculadas e, posteriormente, processadas pelas audiências.

Num sentido mais lato, a análise comparativa da totalidade do material reunido deverá facultar-nos uma perspectiva geral sobre a influência sócio-cultural dos telejornais nacionais na manutenção ou na reconstrução de estereótipos de género.

Finalmente, e com base nos resultados obtidos, procuraremos desenvolver propostas de práticas jornalísticas alternativas capazes de fomentar nas audiências uma visão crítica da actualidade, mais equilibrada e diversificada no que respeita ao género.

Neste contexto, e numa primeira fase desta investigação, foi desenvolvida uma grelha de análise exploratória que teve como ponto de partida a grelha utilizada no GMMP de 2005 (Media Watch, 2005), mais concretamente a grelha destinada à análise das notícias televisivas (uma vez que o relatório incluiu também a análise de notícias na imprensa e na rádio). Foram incluídas algumas das categorias que tinham sido testadas ao longo dos três estudos realizados mundialmente pela *World Association for Christian Communication (WACC)*, sendo que foram realizadas algumas modificações nas categorias existentes, assim como incluídas novas categorias com vista a uma melhor adequação da grelha aos objectivos desta primeira etapa da investigação que passamos a enumerar:

- Reunir um volume de material noticioso representativo dos telejornais nacionais difundidos pelos três canais generalistas para ser analisado de acordo com uma grelha de análise que permita uma avaliação crítica das representações de género nos conteúdos noticiosos;

- Estruturar a informação recolhida de forma a identificar representações sociais sobre as mulheres, os temas a que se encontram associadas, a forma como são caracterizadas e as perspectivas em que são apresentadas no que respeita aos seus papéis na sociedade e às suas relações com o poder. Com base nesta mesma informação, pretendemos medir a representatividade do sexo feminino e identificar e comparar a presença de estereótipos de género, evidentes ou dissimulados, nas notícias televisivas;

- Compreender a forma como as práticas, rotinas e opções jornalísticas se relacionam com padrões específicos que possam reflectir assimetrias de género e propor práticas alternativas que permitam produzir uma cobertura noticiosa mais representativa.

Os resultados decorrerão da aplicação da uma primeira grelha concebida a título experimental a uma amostra de gravações de uma semana de telejornais nacionais das 20h00 difundidos por três canais generalistas (RTP1, SIC e TVI).

Como já foi referido, a grelha de análise utilizada teve como base a metodologia do GMMP (Media Watch, 2005) na medida em que foram aproveitadas algumas das categorias já testadas em estudos anteriores e que tinham como objectivo aferir informação semelhante àquela que se procura obter neste estudo. Paralelamente, foram desenvolvidas outras categorias de análise mais específicas com o objectivo recolher dados mais subtis, susceptíveis de refinar a nossa análise e abrir outras possibilidades de investigação.

Assim, numa primeira parte, a grelha de análise desenvolvida inclui a identificação do telejornal, nomeadamente, o número de pivots existentes e também o número de pivots do sexo feminino.

Na segunda parte da grelha cada peça é codificada no que respeita à sua valência, âmbito e conteúdo temático. O âmbito da peça permite-nos analisar a distribuição de género nas notícias locais, nacionais e internacionais e a valência dá-nos o “tom” da peça que, em alguns casos, pode ser um factor condicionante para a interpretação dos resultados.

No que respeita à codificação dos conteúdos noticiosos foi desenvolvida uma lista pormenorizada de categorias temáticas que, uma vez mais, partiram da grelha do GMMP tendo sido adaptadas em termos da sua relevância ou abrangência à realidade nacional e à orientação específica deste projecto. Com esta dimensão pretendemos captar um primeiro cenário de distribuição de género pelos temas da agenda noticiosa nacional.

A terceira parte da grelha de análise diz respeito ao interveniente. É aqui que serão codificadas as informações relativas ao sexo, idade, ocupação profissional, estatuto social e papel desempenhado na peça. Estudos anteriores demonstraram que as mulheres se encontram mais representadas nas categorias ocupacionais de doméstica, estudante, profissional da saúde ou da educação e, ao contrário dos homens, é frequente que as mulheres não sejam identificadas em função da sua profissão mas de outras informações como as relações de parentesco (Media Watch, 2005). A ocupação profissional é uma categoria particularmente importante visto que é um dos factores mais comuns de avaliação do estatuto social.

O papel que os intervenientes desempenham nas notícias é relevante para uma análise que ultrapasse a questão da representatividade numérica e que leve em conta as diferenças no protagonismo dado a homens e mulheres nas peças jornalísticas. A título de exemplo, o facto de as mulheres aparecerem em maior número do que os homens em notícias na área da educação não significa necessariamente que elas apareçam em papéis de relevo ou de especialistas. É possível que as mulheres sejam maioritariamente convidadas a testemunhar acerca de uma alteração no sistema de ensino ou acerca do desempenho dos alunos num determinado exame mas é importante analisar a quem é dado o protagonismo na peça, já que foi verificado anteriormente que, mesmo em áreas tradicionalmente associadas ao sexo feminino (como a educação ou a violência doméstica), é frequente que os principais oradores ou autoridades chamadas a intervir no âmbito da notícia sejam, na sua maioria, do sexo masculino (Media Watch, 2005).

Ainda dentro desta parte da grelha acrescentamos uma secção que tem como propósito recolher informação sobre os elementos da imagem, mais concretamente o ângulo utilizado ou o ambiente de fundo em que é filmada a peça. A ideia é verificar se existe uma relação entre o sexo do interveniente e o formato da imagem ou o ambiente a que é associado.

No seguimento desta dimensão de análise e tendo em conta estudos que sugeriram que as mulheres são normalmente associadas à emotividade e à passividade e que, muitas vezes, a sua presença nos telejornais é utilizada para apelar à comoção das audiências, foi criada uma categoria chamada “expressividade e emoções” que tem como função registar, sempre que se considere relevante, o grau e a natureza das emoções transmitidas pelos intervenientes.

A quarta parte inclui informações relacionadas com os jornalistas na peça com vista a identificar padrões de distribuição de género entre os profissionais dos média no telejornal. Aqui será codificada informação sobre a função do jornalista na peça (pivot, repórter, entrevistador) e a faixa etária em que se enquadra. Uma das hipóteses lançadas no relatório do GMMP é que as mulheres jornalistas a partir dos 35 anos tendem a desaparecer do ecrã, contrariamente aos homens que continuam a fazer notícias até aos 50. Também é incluída uma outra categoria que diz respeito ao tema da peça em que o jornalista participa com vista a procurar identificar assimetrias na dispersão dos jornalistas pelas diferentes categorias temáticas.

Paralelamente a estes quatro grupos de análise foram introduzidas algumas categorias de carácter mais experimental direccionadas para a “captação” de outras hipóteses de investigação que possam complementar este trabalho. Neste sentido serão sinalizadas as peças que se debrucem sobre questões relacionados com as (des)igualdades de género ou que incluam vocabulário relevante sobre as mulheres na peça.

Por fim, foi criada uma categoria onde deverá ser indicado se a peça em questão tem interesse para, mais tarde, ser objecto de uma análise mais aprofundada. Apesar do carácter essencialmente quantitativo deste instrumento de análise, consideramos útil registar algumas peças mais representativas de situações-tipo ou particularmente relevantes pela sua visibilidade mediática para submeter a uma análise qualitativa capaz de nos fornecer dados menos perceptíveis acerca dos processos de construção e manutenção de estereótipos, sejam eles flagrantes ou subtis.

A partir destas diferentes dimensões de género e da análise dos eventuais enviesamentos nos conteúdos difundidos pelos telejornais nacionais, esperamos desenvolver uma perspectiva crítica sobre a produção noticiosa e, simultaneamente, estudar junto do público-alvo os efeitos deste tipo de informação e o seu impacto no âmbito mais vasto na esfera pública.

Bibliografia

- Amâncio, L. (1998) "A questão do género", entrevista ao jornal "A Página da Educação", Março/1998, Porto: Profedições, pp.16.
- Gallagher, M. (1995) "O imperialismo de baton e a nova ordem mundial: as mulheres e os media no fim do séc. XX" in M. J. Silveirinha (ed.) (2004), *As Mulheres e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte, pp.69-96.
- Lopes, F. (2005) *Uma década de TV em Portugal (1993-2003) - Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas*, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Braga, Universidade do Minho.
- McLaughlin, L. (1993) "Feminism, the public sphere media and democracy", *Media, Culture and Society*, Londres: Sage, 15: 599-620.
- McLaughlin, L. (1999) "Para além das «esferas separadas»: O Feminismo e o debate dos Estudos Culturais/Economia Política" in M.J. Silveirinha (ed.) (2004), *As Mulheres e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte, pp.97-122.
- Media Watch (2005) "Women's Participation in the News: Global Media Monitoring Project 2005", in <http://www.info.gov.za/otherdocs/2006/gmmp.pdf>.
- Pinto, M. (2004). "A televisão e a família: cruzamento de dois campos movediços", *Revista Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 24: pp. 59-67.
- Pinto Coelho, Z. & Mota Ribeiro, S. (2005) "O acesso das mulheres ao discurso da imprensa portuguesa", in *Actas do IV Congresso da SOPCOM, "Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e Informação"*, 20-21 de Outubro, Universidade de Aveiro.
- Mota Ribeiro, S. & Pinto Coelho, Z. (2005) "Imagens de mulheres na imprensa portuguesa", in *Actas do IV Congresso da SOPCOM, "Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e Informação"*, 20-21 de Outubro, Universidade de Aveiro.
- Silveirinha, M.J. (2001) "O Feminismo e o Estudo dos Media: em busca da ligação necessária", *Revista Faces de Eva*, 6: 65-84.
- Silveirinha, M.J. (2004) "Representadas e representantes: as mulheres e os media", *Media e Jornalismo*, Coimbra: Edições Minerva, 5: 9-30.
- Tuchman, G. (1978) "O aniquilamento simbólico das mulheres pelos meios de comunicação de massas" in M. J. Silveirinha (ed.) (2004), *As Mulheres e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte, pp.140-153.