

Retratos de género nas notícias televisivas: uma análise das desigualdades por detrás da representação numérica

Paula Lobo & Rosa Cabecinhas

*Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu / Instituto de Ciências Sociais da
Universidade do Minho*

E-mail: paulaalobo@gmail.com / cabecinhas@ics.uminho.pt

Resumo

Este trabalho de investigação parte de uma reflexão sobre os diversos estudos que têm evidenciado as assimetrias de género nas representações mediáticas e a “aniquilação simbólica” do papel das mulheres na esfera pública. Considerando que o ideal de democracia participativa pressupõe, entre outras coisas, a inclusão equilibrada de vozes femininas e masculinas, e tendo em conta a importância e credibilidade dos media noticiosos enquanto arena do debate público, optámos por centrar a nossa análise nos jornais televisivos das três principais emissoras em canal aberto – RTP1, SIC e TVI. Para este efeito foi desenvolvida uma grelha de análise que foi aplicada

a um conjunto de 1764 notícias televisivas durante o período de um ano. A metodologia utilizada foi desenhada com vista a analisar as representações sociais de género no que se refere a papéis sociais e relações de poder na esfera pública. Na análise dos resultados obtidos verificámos que a atual retratação de mulheres e homens nas notícias televisivas tem contribuído para a reprodução e manutenção de estereótipos de género que tendem a associar o género masculino ao trabalho, à produtividade e ao poder; e as mulheres a papéis da vida privada, situando-as maioritariamente nas margens da esfera pública.

Palavras-chave: género; esfera pública; notícias televisivas; representações mediáticas.

Gender portraits in television news: analyzing inequalities behind the numerical representation

Abstract

This research is based on a reflection on the various studies that have highlighted gender asymmetries in media representations and the "symbolic annihilation" of women's roles in the public sphere. Considering that the ideal of a participatory democracy assumes, among other things, the balanced inclusion of female and masculine voices, and taking into account the importance and credibility of news media

as a public debate arena, we have chosen to focus our analysis in the television news programs of three main broadcasters – RTP1, SIC and TVI. For this purpose, we have developed a coding grid which was applied to a set of 1764 television news during a period of one year. The methodology used was designed to analyze gender social representations with regard to social roles and power relationships in the

Data de submissão: 08-09-2017. Data de aprovação: 26-04-2018.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



public sphere. In the analysis of the results obtained we have verified that the current portrayal of women and men in television news has been contributing to the reproduction and maintenance of gender stereotypes that tend to associate the men to work, productivity and power; and women to private life social roles, placing them mostly on the margins of the public sphere.

Keywords: gender; public sphere; television news; media representations.

Os media como lugares privilegiados de (des)construção do género

DESDE a segunda metade do século XX, a investigação em torno das representações de género nos media e da forma como os seus significados são negociados pelas audiências tem vindo a intensificar-se tanto no plano internacional como nacional (Álvares *et al*, 2011; Cerqueira & Cabecinhas, 2015; Ferin, 2006; Friedan, 1963; Gallagher, 2004; Gallego, 2013; Lobo *et al*, 2015; McRobbie, 2009; Mota-Ribeiro, 2011; Silverinha 2004; Tuchman, 1978; van Zoonen, 1994). Os estudos feministas dos media ganharam visibilidade no meio académico, desenvolvendo-se em diferentes ramos de investigação, um deles, particularmente importante para o estudo aqui apresentado, refere-se aos estudos feministas dos media em torno da esfera pública.

Este corpo de investigação tem-se debruçado sobre a crítica da esfera pública habermasiana e suas consequências na construção social da identidade feminina. De um modo geral, esta perspectiva crítica do modelo de Habermas considera que a esfera pública proposta pelo autor marginaliza as mulheres, uniformizando-as sob um paradigma masculino dominador que atribui ao sexo masculino a gerência dos assuntos da vida pública, ao mesmo tempo que relega as mulheres para as questões da vida privada, uma divisão de género que tem vindo a estruturar as perceções dos papéis sociais de homens e mulheres de uma forma profundamente prejudicial para as últimas (McLaughlin, 1999).

Na verdade, já nos anos 70, Tuchman refletia sobre as representações das mulheres na televisão constatando que estas são sistematicamente associadas à passividade, dependência e ao romantismo o que leva a uma trivialização do papel das mulheres na sociedade. Deste trabalho surge o conceito de “aniquilação simbólica das mulheres” amplamente utilizado pela literatura desde então e reafirmado pela própria em 2009:

(...) a aniquilação simbólica limita as possibilidades inerentes às vidas das mulheres, 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 e coletivo das mulheres. (Tuchman, 2009: 16)

Em 1995, o Global Media Monitoring Project – um projeto de monitorização dos principais media (imprensa, rádio e televisão) à escala mundial – dá início a uma sequência de monitorizações que ocorrem de 5 em 5 anos e que têm como propósito registar dados sobre a representação das mulheres nos conteúdos noticiosos. Os resultados destes trabalhos realizados ao longo dos últimos 20 anos revelaram assimetrias de género sistemáticas, tendo permitido documentar com bastante rigor “padrões persistentes de exclusão” (Gallagher, 2006: 18) que se refletem, precisamente, em representações de género que vão de encontro à visão estereotipada de “homem público” e

“mulher privada”. Deste modo, os diferentes relatórios do GMMP (1995, 2000, 2005, 2010 e 2015) constituíram-se como um importante *output* que tem servido como base para a crítica feminista dos media e para a reivindicação da promoção dos valores de pluralismo e da igualdade nos meios de comunicação social. Por outro lado, incentivaram à reflexão sobre as causas deste problema transversal a vários contextos políticos e sociais à escala mundial.

Como nos explica Gallagher (2001: 6), as representações mediáticas, e particularmente as representações das mulheres, estão profundamente enraizadas no contexto político e económico de estruturas de poder em que os homens são habitualmente centrais e dominantes, o que leva a que os valores-notícia sejam tendencialmente influenciados por esta perspetiva dominante da vida pública, em que as vozes femininas são sistematicamente ignoradas:

What is at stake is not just the number of women who appear in the media, but the weight of their voices. (Gallagher, 2001: 7)

No trabalho de investigação aqui apresentado optámos por centrar a nossa análise nas representações de género nos jornais televisivos pois concordamos com Lopes (2008) quando afirma que a televisão possui uma função estruturante do espaço público ao mesmo tempo que é, igualmente, estruturada por ele. Nesta perspetiva, a televisão não se limita a alimentar-se do espaço público mas também “constrói um ‘mundo comum’, através do qual classificamos e interpretamos a nossa experiência e a dos outros” (Lopes, 2008: 15).

Concordamos com Bourdieu quando equaciona os media e, particularmente, a televisão como “formidável instrumento de conservação simbólica” (1997: 8) na medida em que, ao mostrar determinadas coisas, em detrimento de outras, ao minimizar ou aumentar a relevância dos factos, a televisão opera uma seleção da realidade baseada em categorias de perceção normalmente enraizadas na ordem simbólica dominante:

Nomear, como se sabe, é fazer ver, é criar, é trazer à existência. E as palavras podem ser devastadoras. (Bourdieu, 1997: 12)

De acordo com o autor, a lógica de mercado do sistema de produção mediática favorece a competitividade pela procura da exclusividade, do momento único, o que, ao invés de incentivar a originalidade, resulta numa tendência para a homogeneização dos conteúdos, uniformização das perspetivas sobre a vida e sua trivialização. Isto é particularmente preocupante no que respeita à informação televisiva por causa do poder de “*fazer ver e fazer crer no que faz ver*” (Bourdieu, 1997: 14).

Por outro lado, na opinião de Brandão (2010), os jornais televisivos constituem um género jornalístico onde a imagem adquire um papel fundamental, que sobrepõe a forma ao conteúdo, e onde se observa um esforço constante pela enfatização de acontecimentos fortes (catástrofes, escândalos) por serem os que reúnem mais possibilidades de atrair a atenção das audiências. O autor alega que a informação televisiva tem sido pensada em função de um público de massas que “assenta numa visão da ‘informação-choque’ sobreposta à informação geradora de valores ‘cívicos’ para os seus cidadãos” (2010: 15).

Os media em geral e a televisão em particular são os principais agentes e fontes de construção da realidade social, bem como potenciais geradores de difusão da produção sentido e de conhecimento na sociedade. (Brandão, 2010: 13)

Também na perspetiva de Gallego (2000), os media noticiosos desempenham um papel fundamental junto das audiências pois apresentam, diariamente, propostas de leitura da realidade através da informação que escolhem transmitir em função daquilo que é considerado relevante do ponto de vista noticioso (temas, personagens, contextos).

A este propósito a autora alerta para o papel da “cultura jornalística” enquanto “substrato ideológico” (Gallego, 2004: 60) comum a todas/os as/os jornalistas e que envolve um conjunto de rotinas, convenções e métodos determinantes na produção dos conteúdos noticiosos. Neste sentido, podemos dizer que os estereótipos de género são assimilados e reproduzidos tanto pelos homens como pelas mulheres, uma vez que todas/os partilham a cultura profissional dominante.

Gallego conclui que, por estes motivos, prevalece uma inconsciência generalizada por parte da classe jornalística face às questões de género e aos problemas que elas representam.

Esta ideia de que a representação equilibrada de retratos de género nos conteúdos noticiosos não faz parte das preocupações de jornalistas de ambos os sexos é também reiterada por Silveirinha:

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 atua 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)

Partindo do pressuposto que a linguagem é um poderoso instrumento de representação da realidade, com poder para legitimar e perpetuar diferentes formas de discriminação de género (International Federation of Journalists, 2009) – já que os media funcionam como *opinion makers* ou repositórios comuns do imaginário coletivo – consideramos fundamental uma análise aprofundada das construções discursivas de género nos conteúdos que veiculam.

No caso dos jornais televisivos, pelo seu papel preponderante no quotidiano de grande parte dos cidadãos e pela sua capacidade de difusão reconhecidamente abrangente, consideramos particularmente importante uma análise que leve em conta a dimensão simbólica das representações de homens e mulheres enquanto agentes sociais nos diferentes papéis e no contexto de relações de poder.

A análise dos conteúdos mediáticos, e concretamente dos conteúdos noticiosos, tem sido considerada uma ferramenta importante de avaliação das desigualdades de género no acesso ao discurso e ao poder numa perspetiva da esfera pública:

The media are a powerful force in shaping how we see the world, what we think, and often how we act. They should be an example of gender equality, depicting women in diverse jobs and situations and representing women in all areas of coverage. And yet the media is still, in large part, doing opposite. (Media Watch, 2015: 2)

A investigação aqui apresentada teve como objetivo fazer um registo sistemático das representações de género nas notícias televisivas ao longo do período de um ano de modo a produzir um conjunto abrangente de dados capazes de contornar especificidades circunstanciais da agenda noticiosa.

Retratos de género nas notícias televisivas

Com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre a representação de homens e mulheres nos media e a forma como são caracterizados os seus papéis no debate público, optámos por centrar a nossa atenção nos principais programas televisivos de carácter noticioso, emitidos diariamente e em horário nobre pelas emissoras nacionais. Utilizando critérios de volume de audiências, foram selecionados três programas noticiosos televisivos emitidos diariamente e em simultâneo (às 20h00) pelas três principais emissoras em canal aberto – RTP1, SIC e TVI. Estes programas noticiosos, comumente designados por telejornais, constituem-se tradicionalmente como arenas da esfera pública por excelência, assumindo nos seus objetivos programáticos, a missão de apresentar narrativas da realidade nacional e internacional, consideradas de interesse público, o mais objetivamente possível (Lopes, 2008; Media Watch, 2015). Deste modo, consideramos que se trata de conteúdos mediáticos particularmente importantes para a compreensão das vozes do debate público e para a análise dos mecanismos do processo deliberativo que o suporta.

Construindo uma grelha de análise

No que respeita à metodologia utilizada, foi elaborada uma grelha de análise que teve por base as várias grelhas desenvolvidas pelo GMMP e utilizadas ao longo das monitorizações levadas a cabo desde 1995. Esta decisão foi baseada no facto de considerarmos proveitosa a utilização de categorias cuja validade já tinha sido testada em contextos internacionais e multiculturais e, ainda, pela possibilidade de comparação de dados *a posteriori*.

No entanto, foram incluídas na estrutura da grelha outras variáveis desenhadas por nós. Estas variáveis adicionais surgiram da reflexão sobre a análise da literatura em torno das representações de género nos media e tiveram como propósito fazer uma maior aproximação da grelha aos objetivos desta investigação. Estas alterações tornaram a grelha inovadora em relação às grelhas anteriores e, também, a outros estudos desenvolvidos posteriormente na medida em que foram desenvolvidas categorias mais específicas, capazes de recolher dados mais subtis e suscetíveis de refinar a nossa análise, abrindo novas possibilidades de investigação.

As alterações introduzidas trouxeram para análise outros dados de grande importância para a reflexão sobre os retratos de género nas notícias. Nomeadamente, e como será referido mais adiante, permitiu-nos explorar os dados em termos de uma perspetiva da interseccionalidade das variáveis género, idade e estatuto social inferido, tanto para intervenientes quanto para jornalistas.

De um modo geral, a grelha foi constituída em três partes: uma primeira parte destinada à codificação de elementos gerais da notícia; uma segunda parte de categorias destinadas a registar dados sobre as/os jornalistas na notícia; e uma última parte elaborada com vista a recolher informações acerca das/dos intervenientes na notícia.

Na codificação de intervenientes foram registadas informações relativas ao sexo, idade inferida, papel na peça e ocupação profissional. Aqui incluímos uma nova variável “estatuto social inferido” por considerarmos que esta categoria nos permitiria ir ainda mais além da mera representatividade numérica.

Ainda no contexto da secção da grelha respeitante às/aos intervenientes, incluímos a variável Ambiente da Imagem (ambiente profissional, ambiente doméstico, cuidados a terceiros, ambiente de lazer/cultura, multidão/grupo, ambiente de violência, exterior/rua, telejornal e não identificado) com o objetivo de recolher informação sobre a imagem em que a/o interveniente aparece enquadrada/o e observar eventuais diferenças que possam refinar a nossa análise dos retratos de género nas notícias.

Por fim, e considerando que estudos anteriores mostraram que as mulheres são habitualmente associadas à emotividade e que a sua presença nos jornais televisivos é muitas vezes usada para apelar à comoção das audiências, foi criada uma categoria chamada “Expressividade e emoções” que teve como objetivo registar o tom do discurso das/dos intervenientes de acordo com 6 subcategorias: expressão exacerbada de emoções negativas, expressão moderada de emoções negativas, sem expressão de emoções/neutralidade, expressão moderada de emoções positivas, expressão exacerbada de emoções positivas.

Em geral, na elaboração da grelha procurámos estruturar variáveis capazes de nos permitir uma avaliação crítica das representações de género nos conteúdos noticiosos televisivos através da identificação dessas representações no que respeita aos papéis sociais e às suas relações de poder, assim como medir a representatividade e identificar e comparar a presença de estereótipos de género (evidentes ou subtis).

Esta grelha foi aplicada a uma amostra de gravações dos três canais referidos, ao longo do ano de 2008, tendo sido constituída com dias de semana por amostragem. Desta amostra foram excluídos os meses de Agosto e Dezembro por se tratarem de meses atípicos no que respeita às temáticas habitualmente incluídas na agenda noticiosa. A aplicação da grelha de análise à amostra de gravações simultâneas dos telejornais nacionais das 20h (RTP1, SIC e TVI) incidiu sobre um total de 1764 notícias, 3672 intervenientes e 1183 jornalistas, correspondentes a 66 jornais televisivos nacionais. A construção da grelha de análise e a análise dos resultados foram efetuadas com recurso ao *software* de análise estatística PASW – SPSS (IBM).

Numa primeira fase da investigação, e com o objetivo de testar a operacionalidade da grelha, foi aplicada uma versão experimental da grelha de análise a uma amostra de 59 notícias. Este estudo piloto foi realizado de forma independente por duas pessoas e os resultados obtidos foram comparados, tendo sido verificado um nível elevado de concordância entre as codificadoras.

Corpus

Em termos gerais, como podemos ver na Tabela 1, as percentagens de intervenientes por sexo revelaram uma acentuada assimetria, na medida em que foram observadas apenas 986 mulheres face a 2686 homens. Já no que se refere à distribuição de jornalistas por sexo, as diferenças registadas são irrisórias e, de um modo geral, refletem o equilíbrio numérico que tem caracterizado a profissão nos últimos anos.

Esta diferença de proporção entre mulheres e homens na variável “intervenientes” tem como implicação o facto de que, sempre que falamos em percentagens das intervenientes femininas, estaremos a reportar-nos a valores absolutos muito mais escassos do que quando falamos em percentagens de intervenientes masculinos. Em contrapartida, na análise dos valores percentuais de jornalistas por sexo, estaremos a trabalhar com valores absolutos de homens e mulheres mais equilibrados.

Tabela 1. *Corpus*

	Notícias	Sexo das/dos intervenientes		Total de intervenientes por canal	Sexo das/dos jornalistas		Total de jornalistas
		fem.	masc.		fem.	masc.	
RTP1	571	366	933	1299	186	172	358
	32,4%	37,1%	34,7%	35,4%	30,9%	29,6%	30,3%
SIC	651	323	857	1180	154	198	352
	36,9%	32,8%	31,9%	32,1%	25,6%	34%	29,8%
TVI	542	297	896	1193	261	212	473
	30,7%	30,1%	33,4%	32,5%	43,4%	36,4%	40%
Totais	1764	986	2686	3672	601	582	1183
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Resultados

Jornalistas nas notícias televisivas

Como referimos anteriormente, a diferença entre o número de jornalistas por sexo não é estatisticamente significativa e ilustra uma situação de paridade (50,8% mulheres *versus* 49,2% homens), valores que, aliás, ultrapassam os resultados globais do GMMP de 2015 (38% de jornalistas do sexo feminino nas notícias televisivas). De entre os três canais analisados foi a TVI que contou com a maior percentagem de mulheres jornalistas (43,4%), seguida pela RTP1 (30,9%) e pela SIC (25,6%). Estes números aparentemente animadores escondiam, no entanto, assimetrias importantes no que respeita à distribuição de jornalistas pelas diferentes funções. Na Tabela 2 é possível verificar que, apesar de a paridade ser visível na função de repórter, depressa se dissipa nas funções de *enviada/o especial* e *voz off*, sendo que no primeiro caso a percentagem de homens jornalistas ultrapassa significativamente a percentagem feminina e, no segundo caso, acontece precisamente o contrário. Sabemos que a função de *enviada/o especial* é tradicionalmente mais prestigiante e reconhecida pelo público e pelos pares, ao passo que a função de *voz off* é obviamente invisível e de natureza secundária.

No que diz respeito ao número total de *pivots* observadas/os (79) registámos a presença de 30 *pivots* do sexo feminino (38%), sendo que quase metade (13) dessas *pivots* dividiram o ecrã com um *pivot* do sexo masculino. Perante estes dados apurámos a existência evidente de uma maioria de *pivots* masculinos associada ao facto de a presença das mulheres neste papel estar ainda muito associada à parceria com o *pivot* masculino numa estratégia de apresentação das notícias em função de um formato “Ken and Barbie” conforme foi descrito por van Zoonen (1998). A

inclusão de pivots do sexo feminino a apresentar *a solo* foi principalmente observada na SIC e, em menor número, na TVI e RTP1. Os dados desta variável, apesar de escassos (foram observados apenas um ou dois *pivots* por telejornal), são particularmente interessantes pois esta é uma função de grande protagonismo e visibilidade pública, normalmente atribuída a jornalistas de mérito profissional reconhecido e que reúne frequentemente as funções de apresentador/a, comentador/a e entrevistador/a.

Tabela 2. Função das/os jornalistas nas notícias por sexo

Função	Sexo	
	feminino	masculino
<i>Repórter</i>	91 15,1%	91 15,6%
<i>Entrevistadora</i>	1 0,2%	2 0,3%
<i>Voz off</i>	499 83%	426 73,2%
<i>Enviada/o especial</i>	10 1,7%	63 10,8%
<i>Totais</i>	601 100%	582 100%

Os mais recentes dados do GMMP (2015) registaram um aumento de apresentadoras na televisão (57%), contudo, quando foi feita a análise de apresentadores por faixa etária, os mesmos dados revelaram, em contrapartida, um aumento do fosso de género no que respeita à faixa etária: o número de mulheres entre os 50 e os 64 anos diminuiu drasticamente e há um desaparecimento das mulheres a partir dos 65 anos, o que sugere que, nesta categoria, a aparência das mulheres jornalistas é mais valorizada do que a sua experiência profissional, o que não acontece no caso dos jornalistas masculinos que permanecem na função de apresentadores até mais tarde.

Em termos gerais, na nossa análise, a observação da idade das/dos jornalistas veio adicionar dados importantes à caracterização de género na profissão, tendo-se verificado que a clara maioria das mulheres jornalistas (62,2%) se concentra na faixa etária inferida dos 19 aos 34 anos, em circunstâncias notoriamente diferentes dos colegas do sexo masculino que se encontram maioritariamente (65,8%) entre os 35 e os 49 anos. Para além disso, foi observado o total desaparecimento dos ecrãs das mulheres jornalistas a partir dos 50 anos, um fenómeno sem paralelo nos jornalistas homens já que 16,1% foram registados na faixa etária entre os 50 e os 64 anos. Estes resultados relacionados com a diminuição da presença das mulheres jornalistas em função do aumento da idade encontram-se abaixo dos valores apresentados nos relatórios dos GMMP's de 2010 e 2015. Contudo, o GMMP de 2015 salientou o facto de a presença de mulheres apresentadoras ter diminuído no geral e, mais concretamente no caso das apresentadoras com mais de 50 anos, a percentagem ter decrescido drasticamente: 51% em 2010 e 29% em 2015. No caso das mulheres com mais de 65 anos, a sua presença é inexistente. Estes dados que, para além de confirmarem a hipótese de que a idade é um fator determinante para a presença das mulheres jornalistas no ecrã, refletem

ainda uma tendência preocupante para um aumento da desigualdade de género que se esperava inverter.

No que respeita à observação da distribuição de jornalistas pelo âmbito (local, nacional, internacional) das notícias apresentadas, deparámo-nos com uma situação geral de equilíbrio entre mulheres e homens que se altera significativamente ($p=0,001$) na categoria das notícias internacionais. Estes valores coincidem com a inferioridade numérica feminina na função de “enviada especial” e reiteram a ideia de que as mulheres são menos destacadas para cobrir histórias no estrangeiro.

No cruzamento do sexo das/dos intervenientes nas notícias com o sexo das/dos jornalistas, os dados apontaram para uma maior tendência para dar centralidade às mulheres nas notícias de jornalistas do sexo feminino (14% das notícias) do que nas notícias apresentadas por homens (8,4%), uma diferença estatisticamente significativa ($p=0,003$). Esta ideia de que as mulheres jornalistas têm maior tendência para dar protagonismo a outras mulheres nas histórias é confirmada pelo GMMP de 2015 (14% das notícias elaboradas por jornalistas do sexo feminino centram-se em intervenientes femininos em oposição a apenas 9% das notícias da autoria de jornalistas do sexo masculino).

Intervenientes nas notícias televisivas

Tanto no desenho como na aplicação da grelha, o foco principal foram as/os intervenientes nas notícias. Neste contexto, codificámos tanto intervenientes que foram considerados fontes como intervenientes que desempenharam um papel ativo nas histórias (mesmo nos casos em que não falaram).

A análise dos resultados da aplicação da grelha às/aos intervenientes veio confirmar a evidente assimetria de género, sendo que apenas 26,9% das intervenientes foram mulheres (no GMMP de 2015 o valor global de mulheres intervenientes nas notícias foi de 24%). Adicionalmente, verificou-se que a centralidade de intervenientes femininos ocorreu em apenas 10,6% das peças observadas. As percentagens mais elevadas de centralidade de mulheres na notícia foram registadas nas categorias “Crime e Violência” (26,2%) e “Social e Legal” (25,1%) e a percentagem mais baixa (3,7%) na categoria “Ciência e Tecnologia”.

Em 2015, o GMMP revela que a desigualdade de género é mais evidente nas notícias sobre política (16% de intervenientes do sexo feminino) e menor na categoria de ciência e saúde (35% de intervenientes do sexo feminino). O mesmo relatório salienta o facto de esta última categoria de notícias ser também a que tem menos peso na agenda noticiosa (apenas 8% do espaço noticioso).

Quanto às notícias cujo conteúdo desafia ou contraria estereótipos de género, verificou-se um total de 3,9% de histórias, um valor muito semelhante ao apresentado pelo GMMP de 2015 (4%). No âmbito desta categoria, gostaríamos de salientar que, na codificação deste tipo de notícias, foram consideradas histórias que reuniam uma ou mais das seguintes condições: notícias que apresentavam mulheres em cargos de grande responsabilidade e poder; notícias em que aparecia um número substancial de mulheres na qualidade porta-vozes e/ou em cargos de poder; notícias com mulheres desempenhando papéis tradicionalmente associados ao sexo masculino; e notícias especificamente sobre grupos de mulheres ou mulheres em geral.

Contudo, em alguns casos, a classificação de uma peça enquanto capaz de desafiar ou contrariar estereótipos de género deixou-nos algumas dúvidas, conforme passaremos a exemplificar. Numa notícia da TVI sob o título “Tourada no feminino”, o jornalista anuncia entusiasticamente uma tourada realizada com toureiras profissionais. A peça parece claramente desafiar estereótipos de género tradicionais e foi classificada em conformidade. Apesar disso, esta atuação de figuras femininas num campo tradicionalmente masculino terá impelido o jornalista a adornar a descrição do desempenho das toureiras referindo a sua “graça e sensibilidade”, descrevendo-as como “senhoras e rainhas da quarta corrida” e afirmando que “trouxeram brilho e sensualidade à praça de touros” naquela que foi uma “noite de mulheres” “com um brilho especial”, tendo relegado para segundo plano a identificação das mesmas. Esta constatação vai de encontro ao vasto trabalho de análise de notícias de Gallego (2013) que alerta para o facto de os media representarem frequentemente as mulheres em territórios tradicionalmente masculinos recorrendo a adjetivos e figuras de estilo que acabam por não só relegar a sua identidade individual para segundo plano, como também por reforçar uma visão estereotipada das mulheres enquanto grupo, invés de a contrariar.

Assim, e apesar do carácter positivo de algumas destas peças cujo conteúdo parece desafiar a norma, as adjetivações e o tipo de atributos salientados não deixam de reforçar a ideia de que estamos perante uma situação excepcional que confirma a regra instituída (e constante), ao invés de promover uma perceção alternativa e mais diversificada dos papéis sociais de género.

Neste ponto da nossa análise, é também de salientar o facto de que, ao longo da nossa amostra, não foram encontradas quaisquer notícias que abordassem desigualdades de género ou que fizessem um enquadramento mais aprofundado de temas como a violência ou discriminação de género. A título ilustrativo deste problema de invisibilidade das questões relacionadas com as mulheres enquanto grupo social, referimos o facto de em Fevereiro do ano em análise ter sido notícia a publicação de um relatório que dava conta do aumento dos casos de violência doméstica em Portugal. Esta notícia foi, em todos os canais analisados, abordada de forma breve. A problematização da violência doméstica enquanto problema social e crime público foi totalmente inexistente. Na TVI, o tema foi um pouco mais desenvolvido do que nos restantes canais analisados e o relatório foi apresentado em estúdio, utilizando como única fonte um tenente-coronel da Guarda Nacional Republicana que é convidado para o programa, na qualidade de perito sobre a matéria. À medida que o tenente-coronel vai falando sobre os números da violência doméstica, são passadas imagens impressionantes de mulheres vítimas num enquadramento do tema que resultou numa oposição evidente entre o discurso do indivíduo do sexo masculino, racional e apto a produzir opiniões especializadas e uma imagem homogénea do grupo feminino enquanto seres frágeis e indefesos.

Estas constatações são particularmente preocupantes quando confrontadas com o resultado da nossa análise de intervenientes que surgem como vítimas de algo. Os resultados mostraram que 8,5% das mulheres nas notícias são apresentadas como “vítimas” em oposição a apenas 3% de homens que são retratados da mesma forma. No que respeita à distribuição pelas diferentes subcategorias da categoria “vítima”, as mulheres também ultrapassaram os homens em todos os tipos estipulados na grelha: vítima de acidente natural, desastre, pobreza, doença, emprego; vítima de violência doméstica, psicológica e física; vítima de violência sexual, assédio sexual e tráfico de pessoas; vítima de assalto, homicídio; vítima de guerra, terrorismo e violência de Estado;

vítima de algo indefinido. Estes valores encontram-se muito próximos dos dados globais do GMMP de 2015 que revelaram que 8% das mulheres nas notícias são representadas como “vítimas” de algo. Também o trabalho de Cerqueira e Cabecinhas sobre as representações das mulheres na imprensa revelou a persistência de um modelo de “Mulher-Mártir, sofredora, vítima da sua própria existência” (2015: 46).

Na variável “identificação do/a interveniente em termos de uma relação de parentesco” os resultados observados vieram confirmar a ideia sugerida pela literatura de que há uma maior tendência para enquadrar as mulheres nestes termos. Da análise da nossa amostra verificou-se que 7,2% das mulheres foram identificadas em função de uma relação de parentesco em comparação com 1,2% de homens o que se traduziu numa diferença estatisticamente significativa ($p < 0,001$).

A variável “Ocupação Profissional” é uma das variáveis mais expressivas das representações sociais de género nos media operacionalizada nesta análise. De um modo geral, verificou-se que os homens se encontram mais representados do que as mulheres em todas as categorias profissionais. Um dos resultados mais interessantes desta análise surgiu na categoria de intervenientes cuja profissão não foi identificada. Aqui é de realçar o facto de praticamente metade das mulheres que apareceram nas notícias analisadas (47,7%) não terem sido identificadas em termos da sua atividade profissional (quando apenas 21% dos homens coube nesta categoria).

A leitura destes dados levou-nos a constatar que muitas das mulheres que intervêm nas notícias são retratadas como membros de uma massa humana homogénea, desligada do mercado de trabalho e da esfera pública, cujos pontos de vista são apenas levados em conta em função de algumas perspetivas triviais, do senso comum, que possam partilhar de forma a ilustrar uma determinada história. Esta perspetiva torna-se ainda mais evidente quando confrontada com os resultados da variável “papel das/dos intervenientes na notícia”.

Tabela 3. Papel dos intervenientes na notícia por sexo

Papel das/dos intervenientes na notícia	Sexo	
	feminino	masculino
Interveniente principal, objeto da história	166 16,8%	664 24,7%
Porta-voz: representa ou fala em nome de outra pessoa ou organização	171 17,3%	1057 39,4%
Especialista, perita/o ou comentador/a: acrescenta informação com base em conhecimento especializado	53 5,4%	220 8,2%
Experiência pessoal: exprime uma opinião individual	169 17,1%	194 7,2%
Testemunha	26 2,6%	53 2%
Opinião popular: assume-se que a sua opinião é partilhada por um grupo mais vasto de indivíduos	396 40,2%	496 18,5%
A função na notícia não é clara	5 0,5%	2 0,1%
Totais	986 100%	2686 100%

Como podemos verificar na Tabela acima, 40,2% das mulheres surgiram na qualidade de “voz do povo”. Se adicionarmos a este valor as percentagens de mulheres que intervêm nas notícias para exprimir uma opinião de carácter pessoal ou na qualidade de testemunhas de um acontecimento, concluímos que 59,9% das fontes femininas observadas desempenharam um papel meramente circunstancial nas histórias em oposição a uma larga maioria de homens (72%) que apareceram nas notícias enquanto protagonistas, porta-vozes, oradores principais e detentores de conhecimento especializado.

Perante a leitura destes dados, podemos inferir que a voz do poder nos telejornais nacionais é, claramente, masculina.

Também na análise de intervenientes se verificaram diferenças de género no que respeita à faixa etária. A maior percentagem de mulheres esteve na faixa etária inferida dos 35-49 anos (29,5%), ao passo que a percentagem mais elevada de homens se concentrou no grupo etário dos 50-64 anos (38,4%). De um modo geral, a idade inferida das/dos intervenientes observados recai mais nos três últimos grupos etários (35-49 anos; 50-64 anos; mais de 65 anos). Isto poderá ser explicado pelo facto de as/os intervenientes nas notícias oscilarem grandemente entre protagonistas da esfera pública e vozes populares interpeladas ocasionalmente nas ruas, nas estações de metro, nas repartições públicas. Ou seja, no primeiro caso temos indivíduos de meia-idade em topo de carreira e, no segundo caso, pessoas de meia e terceira idade que se encontram livres para serem entrevistadas na rua, frequentemente durante o horário de trabalho habitual, muito provavelmente pelo facto de não exercerem uma atividade profissional. Apesar disso, a diferença de género estatisticamente significativa ($p < 0,001$) verificada nas faixas etárias 35-49 anos, 50-64 anos e mais de

65 anos, revela que o fator idade é mais condicionante para o sexo feminino do que para o sexo masculino.

A avaliação do estatuto social inferido das/dos intervenientes é, talvez, a variável da grelha de análise que contém uma maior carga de subjetividade. Com o objetivo de minimizar essa margem subjetiva e tendo em conta a importância que atribuímos a esta categoria na compreensão da caracterização do género nas notícias, passamos a clarificar os critérios de codificação aqui utilizados.

Considerámos intervenientes de estatuto social elevado odas/os as/os chefes de Estado, líderes de partidos, porta-vozes de grandes movimentos associativos, líderes ou porta-vozes de ONGs de reconhecida visibilidade, presidentes de grandes empresas, ministras/os, deputadas/os, celebridades e desportistas ou atletas célebres, indivíduos detentores de cargos de grande responsabilidade e poder na sociedade civil e especialistas ou peritas/os publicamente reconhecidas/os. Na categoria “estatuto social baixo”, incluímos todas/os as/os intervenientes em situações evidentes de pobreza, todas/os as/os os trabalhadores em profissões publicamente reconhecidas como sendo muito mal remuneradas e não qualificadas e pessoas com um nível de instrução evidentemente muito baixo. Por fim, na categoria “estatuto social médio” englobámos todas/os as/os intervenientes que não couberam nas duas categorias anteriores.

Esta categoria revestiu-se de uma importância particular pois permitiu-nos ver além da mera presença numérica de mulheres e homens nos temas e ocupações profissionais. Na verdade, consideramos que uma análise que dependa apenas da observação destes fatores falha ao não considerar a dimensão hierárquica atribuída a cada interveniente. A importância destes fatores de diferenciação foi especialmente visível durante o processo de codificação. Em Portugal temos o caso paradigmático da área da Educação em que, apesar de contarmos com uma maior percentagem de mulheres intervenientes (6,9% mulheres versus 3,2% homens) e nas categorias profissionais da mesma área (7,2% versus 3,4% homens), verificámos que os representantes máximos das organizações na área da Educação são masculinos e são também os que são preferencialmente requisitados pelos media para contribuir com comentários especializados sobre os temas desta área.

A Tabela 4 ilustra as grandes assimetrias de género encontradas nas categorias do estatuto social inferido, todas estatisticamente significativas.

Tabela 4. Estatuto social inferido intervenientes por sexo

Estatuto social inferido	Sexo	
	feminino	masculino
Elevado	148	1327
	14,9%	40,2%
Médio	651	1151
	66,1%	42,9%
Baixo	153	162
	15,5%	6%
Desconhecido	34	46
	3,5%	1,7%
Totais	986	2686
	100%	100%

Na terceira parte da grelha de análise, salientamos os resultados das categorias “Expressividade e emoções” – que teve como função registar o tom do discurso das/dos intervenientes de acordo com as seguintes subcategorias: expressão exacerbada de emoções negativas; expressão moderada de emoções negativas; sem expressão de emoções/neutralidade; discurso profissional ou solene; expressão moderada de emoções positivas; expressão exacerbada de emoções positivas, – e da categoria “Ambiente da imagem” – com as subcategorias: ambiente profissional, ambiente doméstico, cuidados a terceiros (na esfera pública ou privada), ambiente de lazer/cultura, multidão/grupo, ambiente de violência, exterior/rua, estúdio do programa e não identificado.

A partir da análise destas duas dimensões, constatámos que mais de metade dos homens nas notícias aparece no uso de um discurso profissional ou solene (58,4%) e num ambiente também profissional (55,8%), isto ocorre numa clara oposição às intervenientes femininas cuja associação ao ambiente profissional é também significativamente menor (27,7%) e cujo discurso está mais associado ao registo das emoções como se pode observar na tabela 6.

Esta retratação de género vai ao encontro do estereótipo de que os homens são “racionais” e as mulheres “emocionais” reforçando, por outro lado, a divisão entre “homem público” e “mulher privada”.

Tabela 5. Ambiente da imagem intervenientes por sexo

Ambiente da imagem	Sexo	
	feminino	masculino
Ambiente profissional	273 27,7%	1499 55,8%
Ambiente doméstico	49 5%	62 2,3%
Cuidados a terceiros (esfera pública e privada)	55 5,6%	15 0,6%
Ambiente de lazer/cultura	166 16,9%	242 9%
Multidão/grupo	74 7,5%	98 3,6%
Exterior/rua	290 29,4%	549 20,4%
Telejornal/estúdio	5 0,5%	55 2%
Não identificado	73 7,4%	165 6,1%
Totais	986 100%	2686 100%

Tabela 6. Expressividade e emoções intervenientes por sexo

Expressividade e emoções	Sexo	
	feminino	masculino
Expressão exacerbada de emoções negativas	23 2,3%	8 0,3%
Expressão moderada de emoções negativas	249 25,3%	314 11,7%
Sem expressão de emoções, neutralidade	139 14,1%	251 9,4%
Expressão exacerbada de emoções positivas	2 0,2%	4 0,1%
Expressão moderada de emoções positivas	215 21,8%	287 10,7%
Discurso profissional ou solene	280 28,4%	1565 58,4%
Não fala	77 7,8%	253 9,4%
Totais	986 100%	2686 100%

Da análise destas duas Tabelas depreende-se que a “elite” do debate público, tal como é representada nos telejornais nacionais, é, indubitavelmente masculina. Olhando mais concretamente para os resultados das categorias “Estatuto social inferido”, “Papel da/do interveniente na notícia” e “Faixa etária” inferimos que o agente central do telejornal é o homem de meia-idade, profissionalmente ativo, com um estatuto social elevado e detentor de conhecimento especializado.

Conclusões

O estudo apresentado teve como propósito examinar os retratos de género nos conteúdos noticiosos dos principais jornais televisivos nacionais, nomeadamente no que diz respeito às/aos jornalistas e intervenientes que participaram nas peças. A aplicação da grelha de análise ao conjunto de gravações que constituíram a nossa amostra, produziu resultados que evidenciaram importantes assimetrias na presença e retratação de mulheres e homens nas notícias. As categorias operacionalizadas permitiram-nos ir além da mera presença numérica de intervenientes nas notícias por sexo: os números globais (986 mulheres e 2686 homens), não só indicam desde logo um desequilíbrio numérico evidente mas também escondem outras desigualdades igualmente importantes e que se tornaram possíveis observar com a inclusão das novas categorias.

Consideramos que a visibilidade das mulheres nas notícias não se resume apenas à questão de ‘aparecer’ no ecrã televisivo mas depende principalmente da forma como elas são apresentadas e contextualizadas. Nesse contexto, quando procedemos à análise dos papéis em que as mulheres (intervenientes) surgem representadas, verificámos que elas detêm um papel secundário no universo noticioso. Foi particularmente inquietante verificar que o retrato das mulheres nos jornais nacionais incide principalmente nas mulheres de *profissão não identificada* (47,7% das mulheres intervenientes), dados que vieram revelar que as mulheres, ao contrário dos homens, surgem no ecrã frequentemente desligadas da produtividade e da agência pública. Por outro lado, as categorias relacionadas com o papel desempenhado na notícia mostraram-nos que as mulheres predominam enquanto *testemunhas* e *vozes do povo*. Se associarmos a estes dados o facto de se encontrarem concentradas nas subcategorias *estatuto social inferido médio e baixo*, concluímos que a mulher dos jornais nacionais televisivos é, essencialmente, a mulher transeunte, interpelada na rua ao acaso, desprovida de competências profissionais ou de conhecimento especializado, a mulher sem nome, de quem pouco ou nada se sabe.

Esta massa homogénea de ‘mulheres-sombra’ representa as margens do debate público e parece ser utilizada pelas/os jornalistas quase apenas para representar a voz indiferenciada da multidão, num discurso associado às emoções que tem como propósito complementar ou acrescentar algum sensacionalismo à história apresentada.

Os resultados apresentados vêm reforçar a ideia patente nos GMMP’s de 2010 e 2015 de que a representação das mulheres nos media noticiosos: “masks women’s other identities as independent, autonomous beings, active participants in the wider society beyond home” (Media Watch, 2010: p. vii).

Nas narrativas dos jornais televisivos as personagens principais são, sem dúvida, os homens e, devemos dizê-lo, quase sempre os mesmos homens. Isto sugere que as/os jornalistas utilizam

atualmente um sistema pouco flexível de seleção de fontes que, conforme verificámos ao longo deste estudo, inclui quase sempre os mesmos nomes e os mesmos cargos.

Neste contexto, constatámos que a tradicional divisão de género entre esfera pública e esfera privada se mantém, assim como o problema da invisibilidade feminina e dos pontos de vista das mulheres nos temas centrais da agenda noticiosa.

A referência a mulheres em situações de protagonismo nas notícias surge frequentemente enquadrada na ideia das mulheres enquanto exceção, ou seja, acabando por reforçar a ideia que estão num papel que não é habitualmente feminino (Amâncio, 2005; Santos, Cerqueira & Cabecinhas, 2015). Por outro lado, por vezes a representação destas mulheres nos media desempenha também uma função tranquilizadora que contribui para a manutenção do mito da igualdade de género (Lobo & Cabecinhas, 2010), esta questão encontra-se bem representada pela literatura através da ideia de “totem”, metáfora que explica como a visibilidade dada a umas poucas mulheres cria uma ilusão de igualdade na sociedade (Dabbous & Ladley, 2010).

Consideramos que seria desejável que o leque de ‘vozes do poder’ dos jornais nacionais fosse mais diversificado. A necessidade de uma maior variedade nas fontes consultadas no que respeita aos órgãos de poder e a representação de uma paisagem humana mais abrangente de cidadã e cidadãos e respetivos pontos de vista, deveria ser tomada em conta pelas/os profissionais da comunicação em consonância com os princípios do equilíbrio e pluralismo que devem estar sempre presentes no jornalismo de qualidade.

Sem esta reestruturação de critérios dificilmente será possível contrariar o discurso hegemónico dos jornais nacionais, espaços que se limitam a reproduzir a “narrativa mestra” (Álvares, 2005) do discurso dominante que define o masculino como referente universal, ao mesmo tempo que remete o feminino para o plano da alteridade (Gallego, 2002).

Neste contexto de representações de género, as mulheres que visionam estes conteúdos são confrontadas com perceções de si mesmas como estando do lado de fora do referente universal masculino e, conseqüentemente, do debate público (Lobo & Cabecinhas, 2010; Gallego, 2013).

Referências Bibliográficas

- Álvares, C.; Krijnen, T. & Van Bauwel, S. (eds.) (2011), *Gendered transformations: theory and practices on gender and media*. Intellect.
- Álvares, C. (2005). Introdução à mesa temática “Estudos culturais e de género”. In A. Fidalgo, F. Ramos, J. P. Oliveira & Ó. Mealha (eds), *Livro de Actas do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, (pp. 917-921). Aveiro: Comissão Editorial da Universidade de Aveiro.
- Amâncio, L. (2005). Reflections on science as a gendered endeavour: changes and continuities. *Social Science Information*, 44(1), 65-83.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta Editora.
- Brandão, N. G. (2010). *As notícias nos telejornais. Que serviço público para o século XXI?*. Lisboa: Guerra e Paz.

- Cerqueira, C. & Cabecinhas, C. (2015). A cobertura jornalística do dia internacional das mulheres na imprensa portuguesa: mudanças, persistências e reconfigurações. *Revista Novos Olhares*, 4(1), 37-51.
- Dabbous, Y., & Ladley, A. (2010). A spine of steel and a heart of gold: newspaper coverage of the first female speaker of the house. *Journal of Gender Studies*, 19(2), 181-194.
- Ferin, I. (2006). *A televisão das mulheres: ensaios sobre a receção*. Lisboa: Quimera/Bond.
- Friedan, B. (1963). *The feminine mystique*. London: Penguin Books.
- Gallagher, M. (2006). Perspetivas feministas sobre os media. *Ex Aequo, Representações Mediáticas de Mulheres*, 14, 11-34.
- Gallagher, M. (2004 [1995]). O imperialismo do baton e a nova ordem mundial: as mulheres e os media no fim do século XX. In M. J. Silveirinha (ed.), *As mulheres e os media*, (pp. 69-96). Lisboa: Livros Horizonte.
- Gallagher, M. (2001). *Gender setting: news agenda for media monitoring and democracy*. London: Zed Press.
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?*. Editorial UOC.
- Gallego, J. (2004). Produção informativa e transmissão de estereótipos de género. In M. J. Silveirinha (ed.), *As mulheres e os media* (pp. 55-67). Lisboa: Livros Horizonte.
- Gallego, J. (2000). *El sexo de la noticia: reflexiones sobre el género de la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria.
- International Federation of Journalists (2009). *Getting the balance right: gender equality in journalism*. Brussels: IFJ.
- Lobo, P.; Silveirinha, M. J.; Torres da Silva, M. & Subtil, F. (2015). In Journalism we are all men. Material voices in the production of gender meanings. *Journalism Studies*, 1-19.
- Lopes, F. (2008). *A TV do real. A televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva.
- McLaughlin, L. (1999). Beyond "Separate Spheres": Feminism and the cultural studies political/economy debate. *Journal of Communication Inquiry*, 23(4), 327-354.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. London: Sage.
- Media Watch (2015). Global Media Monitoring Project. Who makes the news?. Disponível em <http://whomakesthenews.org/gmmp> (consultado a 26/06/2017).
- Mota-Ribeiro, S. (2011). *Do outro lado do espelho: Imagens e discursos de género nos anúncios das revistas femininas – uma abordagem socio-semiótica visual feminista*. Tese de Doutoramento. Braga: Universidade do Minho.
- Santos, A.; Cerqueira, C. & Cabecinhas, R. (2015). Entre a norma e a exceção: Assimetrias de género nas newsmagazines portuguesas. *Comunicação e Sociedade*, 27, 437-455.
- Silveirinha, M. J. (2004). Representadas e representantes: as mulheres e os media. *Media e Jornalismo*, 5, 9-30.

- Tuchman, G. (2009). Media, género, nichos. *Revista Media & Jornalismo 'Género, Media e Espaço Público'*, 15(8), 15-24.
- Tuchman, G. (1978). The symbolic annihilation of women by the mass media. In G. Tuchman, A. Daniels & J. Benet (eds), *Hearth and home: images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press.
- van Zoonen, L. (1998). One of the girls? Or the changing gender of journalism. In C. Carter, G. Branston & S. Allen (eds.), *News, gender and power* (pp. 33-56). Routledge, London.
- van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London: Sage.