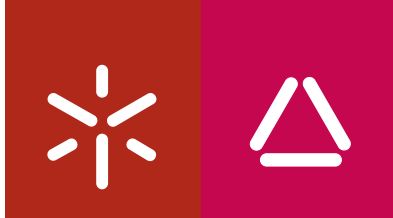




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Ana Paula de Matos Pereira Vieira

Mulheres (in)visíveis
Que "género" de comentadores no horário
nobre da televisão?



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Ana Paula de Matos Pereira Vieira

Mulheres (in)visíveis
Que "género" de comentadores no horário
nobre da televisão?

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Informação e Jornalismo
No âmbito do projecto
“Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera
público digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Trabalho efectuado sob a orientação da
Professora Doutora Felisbela Lopes

DECLARAÇÃO

Nome : Ana Paula Vieira

Endereço electrónico: paulavieira@sic.pt

Número do Bilhete de Identidade: 11322606

Título do relatório de estágio em projecto de investigação:

Mulheres (in)visíveis
Que "género" de comentadores no horário nobre da televisão?

Orientadora: Professora Doutora Felisbela Lopes

Ano de conclusão: 2011

Designação do Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação – Especialização em
Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, Setembro de 2011

Assinatura: _____

“Ensinam-se os homens a pedir desculpas por suas fraquezas e as mulheres a pedir desculpas por suas forças.”

Lois Wise

Índice

| | |
|-----------------|----|
| Agradecimentos | 7 |
| Resumo | 9 |
| <i>Abstract</i> | 11 |
| Nota prévia | 13 |

Parte I

Capítulo I – Televisão: uma arena mediática

| | |
|---|----|
| 1. Omipresente... onnipotente?! | 15 |
| 2. O quarto poder | 17 |
| 3. Transposição do espaço público para o espaço privado | 19 |
| 4. Da teoria... aos efeitos | 25 |
| 5. Quem fala na tv? A escolha que faz toda a diferença | 28 |
| 6. O comentário no feminino: breve abordagem | 32 |
| 7. Do bem parecer ao bem dizer | 34 |

Capítulo II – Mulheres em perspectiva: um olhar

| | |
|--|----|
| 1. De “O sexo e a cidade” aos mitos religiosos | 41 |
| 2. História do feminismo: do passado... | 45 |
| 2.1 ...ao presente. Que feminismo temos hoje?! | 49 |
| 3. A mulher em transformação | 51 |
| 4. A mulher no século XXI | 55 |
| 5. O género como problema cultural | 59 |
| 6. Os números que sublinham as diferenças | 62 |

Parte II

Capítulo III - Da teoria à observação empírica

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1. Abordagem à análise quantitativa | 71 |
| 2. Caminhos metodológicos | 72 |
| 3. Os dados que apontam tendências | 75 |

| | |
|---|-----|
| 3.1 Quem fala do quê na tv?! Dos canais generalistas... | 78 |
| 3.1.2 ...aos canais temáticos | 81 |
| 3.2 A questão de género no estúdio televisivo | 84 |
| | |
| Capítulo IV - Por detrás da escolha dos comentadores | |
| Razões e motivos invocados: análise dos questionários | 89 |
| | |
| Capítulo V- Caminhos a seguir | |
| O género e o poder - uma relação a aprofundar | 101 |
| | |
| Bibliografia | 107 |
| | |
| Anexos | 111 |

À professora Felisbela Lopes que redescobri tantos anos depois, com uma muito agradável surpresa

Aos meus. Às minhas. Tantos!

À minha Inês. Gerada e criada em mim, enquanto esta tese sobre mulheres se fez. Um projecto de mulher ainda. Prestes a nascer. E sabes filha?! Dizem que o mundo é das mulheres. Será?! No presente não o é seguramente. Talvez o seja no futuro. Não sei! Mas sei que o mundo é teu. Pode ser teu. Se o quiseres. Porque em ti mulher, em ti criança, está a força genesiaca que faz girar o universo. Corre-te já nas veias. Não o sentes?! É próprio da tua condição, filha. Anda! Nasce! Cresce! Conquista-O.

Resumo

O pequeno ecrã é quase como uma espécie de montra de loja dos chineses. Aqui, encontra-se de tudo para todos os gostos, mas os artigos nem sempre primam pela boa qualidade e, sobretudo, os interlocutores são, demasiadas vezes, os mesmos. Há um discurso dominante, pelo que são deixadas na sombra realidades que mereciam ser iluminadas, como outras o são até à exaustão, provocando, por sua vez, a saturação entre a audiência. É um “não-dito” que existe, mas quase deixa de existir porque não é dito. Entra-se no “*círculo vicioso*” de Dominique Wolton. Nesta pré-*hiper-televisão* em que vivemos, interessa-nos estudar os comentadores que marcam presença nos *plateaux* televisivos, porque a televisão é hoje uma espécie de fórum dos tempos modernos.

Os comentários não são notícia. Assim, é fundamental perceber os mecanismos por detrás da escolha de um comentador. Só assim se poderá descodificar um discurso e ler nas entrelinhas as ideias que nos pretendem “vender”. Para isso, é também necessário perceber onde são recrutados. Quem são, como são escolhidas estas pessoas que definem o que é objecto de discussão? Porque são escolhidas estas e não outras? Há grupos privilegiados? Dentro destes, podemos falar de classes profissionais preferidas a outras? Porque é que são seleccionados sempre os mesmos analistas/críticos? É uma classe pré-definida, fechada ou em constante mutação? Que características subjazem à escolha? Mas, sobretudo, porque é que, quando olhamos para o actual panorama audiovisual português, parece-nos ver uma prevalência de homens? São as mulheres discriminadas? Porquê? Ou são elas próprias que se auto-excluem? Mais: tentamos perceber se o talento, o mérito, o conhecimento, a capacidade de argumentação têm sexo?

Para tal, alicerçámos esta investigação em duas traves mestras. A parte teórica faz o imprescindível levantamento dos poucos estudos que ainda existem, no panorama português, sobre a questão de género no jornalismo. A parte empírica estuda a realidade portuguesa, no que concerne aos *plateaux* televisivos. Neste âmbito, analisámos ao longo de seis meses (Setembro a Fevereiro de 2011) 1054 emissões em horário nobre, correspondentes a 1297 convidados. Cruzámos as variáveis proveniência geográfica, sexo, profissão, ligação ao tema do programa com o género, de forma a percebermos qual é o papel da mulher em estúdio. Tentámos ainda ir um pouco mais longe e

escrutinamos as razões que explicam o afastamento da mulher destes espaços que funcionam como ágoras modernas.

Esta investigação insere-se no projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008). Os investigadores da Universidade do Minho envolvidos nesta equipa pretendem, ao longo dos três anos em estudo, perceber a integração do telespectador nos conteúdos televisivos e traçar também o perfil dos convidados televisivos.

Este trabalho estuda ainda que indirectamente o papel da mulher no mundo do trabalho e no jornalismo. Tal opção decorre da própria condição de quem realiza esta dissertação. Ortega Y Gasset dizia “eu sou eu e a minha própria circunstância”. Pois bem: este é um trabalho científico de uma jornalista que após dez anos a exercer a profissão sentiu a necessidade de reflectir um pouco sobre a mulher, o jornalismo e os *plateaux* televisivos.

Palavras-chave: mulheres, sexo, poder, comentadores, *plateaux* televisivos

Abstract

The small screen is almost like a window of a Chinese store. There you can find everything for everyone's taste, but goods not always excel in quality and above all the interlocutors are too often the same. There is a dominant discourse, which means that some realities worth seeing the light are left in the dark, while others are broadcasted to exhaustion, causing saturation between audiences.

It is an "unsaid" that exists, but it almost ceases to exist because it is not said. One enters the "vicious circle" of Dominique Wolton. In this pre-hyper-television in which we live, we are interested in studying the commentators present on the television set, because television is now a sort of forum of the modern times.

Comments are not news. Thus, it is crucial to understand the mechanisms behind the choice of a commentator. Only then can we decode a speech and read between the lines the ideas that they try to "sell" us. Therefore, it is also necessary to understand where they are being recruited. Who are these people, how are these people, that define what is discussed, chosen? Why are these chosen and not others? Are there privileged groups? Within these, can we speak of preferred professional classes? Why are always the same analysts/critics selected? Is it a predefined class, closed or in constant change? What characteristics underlie the choice? But above all, why is it that when we look at the current Portuguese audiovisual panorama we tend to see a prevalence of men? Are women discriminated against? Why? Or are women self-excluding themselves? More: we tried to see if talent, merit, knowledge, ability to discuss is gender specific.

To support this research we divided it in two large blocks. The theoretical part highlights the few studies that still exist in Portugal on the gender issue in journalism. The empirical part studies the Portuguese reality regarding the television plateaux. In this context, we studied 1054 prime time emissions over six months (September to February 2011), corresponding to 1297 guests. We crossed variables such as geographical origin, gender, profession, liaison with the theme of the programme with gender, in order to realize what is the role of women in the studio.

We tried to go even one step further and scrutinize the reasons for the absence of women in such places which work nowadays as modern "Agoras".

This research is part of the project "Television journalism and citizenship: the challenges of the digital public sphere" (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

Researchers at the University of Minho aim to understand the role of viewers on the television content and also to determine the profile of television guests, over a three years period study. This paper studies the role of women both at work and in journalism. Such option arises from the very condition of the researcher performing this work. Ortega y Gasset once said, "I am myself and my own circumstances." Well, this is a scientific work of a woman journalist who felt that after ten years of work needed to reflect about the woman, journalism and television plateaux.

Key Words: women, gender, power, commentators, television *plateaux*

Nota prévia

Antes de mais, devo fazer uma “declaração de interesses”. Sou mulher e jornalista há mais de dez anos. Esta dissertação será feita neste pressuposto, nesta dupla condição. Por mais que nos rejamos por conceitos académicos e que tentemos guiar-nos sempre pelo rigor científico, que deve estar subjacente a qualquer trabalho académico, aqui e ali uma e outra condição poder-se-ão fazer sentir. Não tenho, por isso, a arrogância de tentar ser completamente neutra, dado que acredito que, por mais que o tentemos evitar, vemos sempre o mundo segundo o nosso próprio olhar, as nossas vivências e preferências. Aliás, a escolha desta dissertação resulta do facto de ser jornalista e da convicção de que as mulheres ainda andam arredadas dos cargos de chefia e das posições que conferem destaque e poder, mesmo que, a maior parte das vezes, esta realidade permaneça “dissimulada”.

Este é um tema que me apaixona desde os tempos da universidade. A (não) relação das mulheres com o poder. Efectivamente, no dia-a-dia a mulher depara-se permanentemente com uma teia complexa de estruturas em organizações maioritariamente masculinas, que estabelecem um limite implícito à sua ascensão profissional. No mundo do trabalho, com bastante frequência, o politicamente correcto, os direitos consagrados, a igualdade de direitos, são ignorados, prevalecendo preconceitos ancestrais, traduzidos em estereótipos grosseiros, mesmo que absorvidos e aplicados de forma “inconsciente”.

A expressão *glass ceiling* é especialmente feliz, para retratar esta realidade, não só porque *glass*, o vidro, é bem real, mas transparente e nem sempre fácil de observar, permanecendo invisível, como *ceiling* implica um limite na escalada profissional, a que cada mulher pode ascender. As mentalidades são muito resistentes e não mudam por decreto. Assim, apesar de todas as alterações que os países mais desenvolvidos têm introduzido na lei, creio que é preciso uma pedrada no charco, é necessário partir este tecto de vidro com um martelo, com toda a força, sob pena das mulheres continuarem a ser uma espécie de cidadãs de segunda classe. Esta dissertação é, de certa forma, pretensiosa, porque pretende alertar para o problema, dado que só quando este tecto estiver completamente estilhaçado é que poderemos (todos!) respirar de alívio.

Um último apontamento para aparentes notas soltas que vão aparecer ao longo da dissertação e que antecedem a mudança de cada capítulo. São excertos de *e-mails* enviados para o serviço de atendimento ao telespectador da SIC. Mantivemos as

mensagens originais, preservando até eventuais erros ou omissões que constam no texto. Limitámo-nos apenas a fazer alguns cortes no texto, por estes serem, por vezes, muito extensos e a omitir o nome destes telespectadores e o dos comentadores visados, de forma a preservar a identidade de uns e outros. Optámos por os semear ao longo da dissertação, na tentativa de criar uma segunda leitura e de mostrar aos espíritos mais críticos o que é que efectivamente pensa e sente aqueles que interessam: os telespectadores. São contributos válidos (e raros) que acreditamos poderem constituir-se como uma mais-valia para esta dissertação.

Feito este reparo e esta espécie de “declaração de interesses”, vamos ao que interessa.

Parte I

Capítulo I – Televisão: uma arena mediática

1 - Omnipresente... onnipotente?!

“O reino da vida está cheio ainda do rasto dos deuses, como num país velho perdura a memória dos senhores antigos e expulsos. Mas o homem nasceu – nasceu agora da sua própria miséria e eu sonho com o dia em que a vida fique cheia do seu rasto de homem, tão certo e evidente e tranquilo como a luz da tarde de um dia quente de Junho...”

Vergílio Ferreira

Ainda agora começou a dar os primeiros passos e a balbuciar as primeiras palavras. Agarrada ao sofá, espanta a família quando levanta o pequeno braço, aponta para a televisão e para a jornalista que, nesse momento, faz o relato do assalto. Pronuncia um “ma-mã” claramente audível e estende os braços a pedir colo. São as primeiras palavras que profere. A jornalista não responde e a criança começa de imediato a chorar. É o primeiro embate que tem com a televisão. Ainda não sabe sequer que, durante o resto da vida, grande parte do seu tempo há-de ser passado a ver televisão e que esta transfigura a própria vida. Para esta criança, a televisão é um dado adquirido. Já nasceu com ela e, muito provavelmente, a televisão sobreviver-lhe-á. Em pleno século XXI, a caixinha mágica é uma realidade omnipresente. Todos os dias, a televisão entra sem pedir licença nas nossas casas, invade-nos o espaço e a mente, dita tendências, retrata e, ao mesmo tempo, redefine a realidade.

Quando a televisão apareceu em Portugal, poucos adivinhariam que, dezenas de anos volvidos, lhe chamariam um “*media tradicional*”. Em comparação com o admirável mundo novo da internet¹, a televisão não pode ter outro entendimento. A investigadora Sónia Livingstone debruça-se precisamente sobre a sociabilidade que a televisão cria, em contraponto com os outros media. Com efeito, a televisão gera uma interação única. As famílias portuguesas ainda hoje se fazem acompanhar do noticiário à hora de jantar, se reúnem noite dentro para ver séries como “Conta-me Como Foi”, ou então “partilham” no seio familiar concursos televisivos ou telenovelas. Outras séries, como Morangos com Açúcar, também são comentadas na escola. O(a)s adolescentes glosam sobre os desenvolvimentos da novela juvenil e seguem as tendências de moda

¹ Expressão celebrizada por Aldous Huxley.

que a série dita. O facto de gostarem da novela, ou de uma personagem em detrimento de outra, cria grupos, definindo o jovem a sua própria identidade e a posição dentro do grupo. De facto, *“cada comunidade tem as suas regras, os seus códigos, os seus modos de envolvimento, as suas encenações da distância”* (Livingstone, *apud* em Abrantes, 2006: 41). Os jovens seguem os conselhos e as dicas dos actores-ídeos e cria-se uma interacção única. Neste sentido, Sónia Livingstone conclui: *“a televisão é, deste ponto de vista, um meio de comunicação que ocupa um lugar à parte dos outros meios de comunicação social”* (Abrantes, 2006: 40). Mais, a televisão funciona como *“uma máquina de produção colectiva”* (Abrantes, 2006: 40), que une gerações inteiras, em volta de uma espécie de “projecto” comum.

Há alguns anos, a televisão era quase um objecto sacralizado, colocado em lugar de destaque na sala. Com a vulgarização desta tecnologia e com a inerente baixa de preço, muitas casas têm agora, por vezes, um aparelho por divisão, o que torna, de facto, este hábito um acto mais individualizado.

A omnipresença faz com que a TV se torne, também, de certo modo, onnipotente. A caracterização talvez seja um pouco exagerada, dado que este adjectivo está associado àquilo que é divino, que não tem existência terrena, que diz respeito a Deus, mas representa bem o alcance que a televisão tem na sociedade contemporânea. Para uma certa franja da população, o que passa na televisão é inquestionável. As notícias ou as opiniões aí veiculadas são encaradas quase como um dogma e assimiladas por osmose, de forma mais ou menos consciente. Aguaded Gómez, citado por Felisbela Lopes (2008: 141), afirma: *“as mensagens televisivas estão presentes no que dizemos ou deixamos de dizer, no que pensamos, no que fazemos, na forma como nos entretemos e na maneira como nos relacionamos com os outros, e, inclusive, naquilo que sonhamos”* (2000). Há que dizer também que, com a multiplicação de canais e de espaços de “debate público”, os telespectadores têm cada vez mais à sua disposição formas de interpretar e descodificar uma emissão televisiva (e o mundo que aí perpassa). É esse olhar crítico que se deve fomentar e estamos, parece-nos-, a fazê-lo, mas ainda há muito caminho para trilhar.

Na senda do que acabamos de dizer, devemos introduzir aqui uma outra reflexão. Na televisão, o “eu” transforma-se num “eu” que tem a percepção de ser um ser mais acabado, mais informado, mais completo. O espaço público que a televisão cria é de cada um, mas é também de todos, porque aqui o “eu” transforma-se também num

“nós”, que ganha dimensão no seio da comunidade. A televisão é assim -pensamos que o podemos dizer, sem incorrer em nenhum erro- omnipresente e omnipotente.

2 - O quarto poder

“Há um pequeno número de homens e mulheres que pensam por todos os outros, e para o qual todos os outros falam e agem”

Jean-Jacques Rosseau

Aos poderes tradicionais, legislativo, executivo e judiciário, sobrepõe-se, de alguns anos a esta parte, o quarto poder, o dos *mass media*. Quotidianamente chegam às redacções casos de polícia, em primeira mão. Não raramente, as fontes estão convencidas de que a denúncia pública do caso pode fazer mais do que a comunicação às instituições de direito, pelo que telefonam para a estação e só depois para a polícia. Tal erro só ocorre porque é dada demasiada importância aos órgãos de comunicação social. O poder da televisão – ou a percepção que as pessoas têm desse poder, seja ou não real- deve-se ao facto de o mediatismo implicar, muitas vezes, como consequência directa, uma repercussão que leva à resolução do problema. Da mesma forma, constitui também factor de sucesso para várias camadas sociais o facto de aparecer na televisão ou ser “actor” televisivo, de forma repetida e consistente. E isto leva-nos a outro tópico: a notoriedade pública.

Neste sentido, e é aqui que chegamos ao cerne da questão, com as suas opiniões e defendendo esta ou aquela tese, denunciando uma e outra situação, dando visibilidade a esta ou aquela problemática, caso, instituição ou até pessoas, os comentadores são eles próprios “construtores” de uma certa realidade. No centro dos palcos informativos, os comentadores residentes têm um capital que lhes confere um grande poder: nos círculos sociais, profissionais e até familiares. De facto, como refere Rita Figueiras (2005: 16) *“os opinion makers surgem como vedetas (possuidoras de um capital simbólico socialmente reconhecido) que ajudam na promoção dos meios de comunicação social onde colaboram. Por seu turno, esses mesmos meios de comunicação promovem essas individualidades, contribuindo para a permanência da sua imagem no circuito mediático”*. António José Teixeira, actual director da SIC Notícias e antigo comentador do mesmo canal, reconhece, no prefácio da obra *Os comentadores e os Media*, que a televisão é o *“fórum supremo”*. O jornalista considera também que *“qualquer que seja o seu estatuto, funcionam como barómetros de recepção de outros campos, elos de*

clarificação, de reforço ou contestação, numa rede de informação que integra os vários campos sociais.” (2005: 10)

Num tom muito mais crítico, Paquete de Oliveira, no prefácio do livro *O comentário político e a política do comentário* (Figueiras, 2008: 10), vai mais longe. Aquele que foi o primeiro provedor da RTP entende que *“o espaço público português é, actualmente, uma babilónia de fabricantes de opinião, que de tanto falarem entre si, anulam-se uns aos outros”*.

A isto, soma-se a percepção de que os actores sociais não mudam. Interessa, por isso, perguntar porque são constantemente os mesmos protagonistas? Dominique Wolton diz que é preciso *“alargar o cerco dos que falam”* (1997: 158), ou seja, *“procurar um pouco mais longe indivíduos capazes de intervir”* (1997: 159). Já na perspectiva de Isabel Ferin (2002: 124) o problema é mais profundo, porque *“os media, e sobretudo a televisão, constituíram-se como uma alternativa ao espaço tradicional da vida pública, instituindo um foro de mediação criador de novas formas fora da alçada das instituições e do Estado, onde a luta pela «visibilidade» exerce a função de politizar o quotidiano, na medida em que incide sobre pessoas, factos, fenómenos, situações e formas simbólicas incontroláveis”*.

Actualmente, a televisão e os seus intervenientes marcam a agenda da actualidade. Tal como aponta Lopes (2008: 86) citando Beaud *“a todos os que não participam nas estruturas de poder restam fracas hipóteses de alterar os termos dos debates, mesmo quando estes lhes dizem directamente respeito.”*

Por todas estas razões, (e outras que não cabem no espaço limitado desta dissertação) facilmente se infere que o peso da televisão não é mensurável e a responsabilidade social que detém é grande.

Abrigando no seu seio programas de debate e comentário, a TV fomenta a transmissão de ideias, suscita discussão e leva à adopção ou rejeição de causas e opiniões.² De alguma forma é uma *“ instituição geradora de discursos sociais”* (Requena: 1995). Por isso mesmo, talvez seja interessante introduzir, neste ponto,

² A este propósito, não deixa de ser singular que os canais de notícias em Portugal tenham já alguns espaços que dão voz ao cidadão comum. Por exemplo, o Opinião Pública da SIC Notícias (o primeiro espaço do género na televisão portuguesa) desempenha o papel da ágora nos tempos antigos. Então, como agora, o objectivo é que o “povo”, de todos os estratos sociais, dê a sua opinião. Na antiguidade clássica, a ágora era a praça principal da *polis*, funcionava como uma espécie de fórum. Aqui os cidadãos faziam as suas compras, debatiam política e julgavam os crimes, dado que era neste local que decorriam os tribunais populares. Era, então, o espaço da cidadania por excelência. Estes programas, de um género diferente do que vamos tratar nesta tese, são também uma espécie de praça pública, onde se tenta que cada um exerça o seu direito à livre expressão, fazendo de nós cidadãos mais conscientes.

alguns conceitos sobre os efeitos que os *media* podem ter na construção social do realidade e, conseqüentemente, na opinião pública.

3 - Transposição do espaço público para o espaço privado

“Incontestavelmente foi a imprensa, com a sua maneira superficial e leviana de tudo julgar e decidir, que mais concorreu para dar ao nosso tempo o funesto e já irradicável hábito dos juízos ligeiros. Em todos os séculos se improvisaram estouvadamente opiniões: em nenhum, porém, como no nosso, essa improvisação impudente se tornou a operação corrente e natural do entendimento.”

Eça de Queirós

Um dos autores que mais profundamente reflectiram sobre o espaço público foi Habermas. O filósofo e sociólogo alemão entende que este é o local, por excelência, onde se faz a ponte entre a sociedade civil, o Estado e o poder político. Esta junção funda-se no pressuposto de que todos os cidadãos participam numa prática comunicacional, que facilita os debates públicos. Como refere Lopes (2008: 79), *“a imprensa era um mediador e um estimulante das discussões públicas”*. Contudo, numa época em que a burguesia³ tinha um papel preponderante (século XVIII), Habermas parte do princípio de que todo o conhecimento é incitado, orientado ou conduzido por interesses. Porém, ao contrário de Karl Marx, não reduz o conhecimento à produção, nem reduz os conflitos de interesses à luta de classes. Habermas junta “razão” e “publicidade”, numa síntese que traduz uma visão pessimista do espaço público. À medida que a imprensa se massificou e industrializou, Habermas passou a encará-la como estando subjugada a uma lógica economicista, que visava apenas o lucro. Esta visão crítica retira ao carácter político da esfera pública toda e qualquer discussão racional. Ao longo das décadas que construíram a sua longa carreira, Habermas foi evoluindo. Nos anos 90, o discípulo de Adorno, uma das referências da escola de Frankfurt, começou a encarar a televisão como uma forma de formar a opinião pública, de forma democrática.

Assim, a sua noção de interesse passa a ser muito ampla. Os interesses surgem de problemas que a humanidade enfrenta e a que têm de dar resposta; os interesses são estruturados por processos de aprendizagem e compreensão mútua. Com efeito,

³ Não deixa de ser interessante, a este propósito, ver como Habermas já atribuía importância a uma classe social e ao seu modo de vida no redimensionamento do espaço público. O que nos leva, de certa forma, a extravasar o seu raciocínio e a concluir que, actualmente, o espaço público também poderia ousar contar “a sério” com a participação dos cidadãos, de todas as classes sociais, reconfigurando a actual opinião pública!

Habermas entende que os *media* poderão contribuir para uma “*cidadania democrática*”, que pode ajudar a “*manter a coesão entre sociedades que se afastam umas das outras*”. Felisbela Lopes (2008: 83) sintetiza “*porque têm a possibilidade de promover uma comunicação simultânea de um número infinito de pessoas que não se conhecem e que estão afastadas umas das outras, os media em geral, e a TV em particular, passariam a ser vistos como instâncias importantes na formação democrática da opinião pública com a condição de integrarem ‘as vozes marginais’ que, de dia para dia, aumentam na sociedade actual*”. De forma sintética, podemos dizer que o pensamento habermasiano põe a ênfase na importância do espaço público e na necessidade de auto-reflexão. Se numa primeira aceção, o espaço público era encarado como uma espécie de “parlamento”; num segundo momento, este conceito evoluiu e passou a estar relacionado com a crítica e a publicidade.

A teoria habermasiana é contrariada por autores como Richard Sennett, que entende que, pelo contrário, o espaço público vive uma crise, que está prestes a levá-lo à sua morte. O autor de *O declínio do Homem Público* entende que o espaço público da sociedade oitocentista era constituído por um clube estrito de burgueses, que, contudo, ao longo do tempo, se foi transformando num grupo heterogéneo, diversificado e até obedecendo a uma certa hierarquia do poder, tendo uns mais “voz” do que outros. Há uma aparente “*privatização do homem público*”, isto é, o autor diz que a sociedade passou a ser dirigida do interior, numa espécie de contínuo “desnudar” psicológico.

Para compreendermos todas as dimensões do espaço público e entender o desenvolvimento, que foi tendo ao longo de várias escolas e correntes, não podemos deixar de lado Niklas Luhmann. Entende o sociólogo alemão que as sociedades modernas têm uma diversidade tal, que cada vez é mais difícil articular os interesses de todos, o que, por sua vez, dificulta a comunicação. Assim sendo, Luhmann avança com a tese da simplificação, reformulando o conceito de opinião pública. Tal como Figueiras expõe no seu livro *Os comentadores e os Media* (2005: 28) “*transformando-o (à opinião pública) num meio de comunicação simbolicamente generalizável para o sistema político, consentâneo com uma nova sociedade definida pela sua complexidade*”, Luhmann encara o espaço público como o local ideal para reflectir o poder político, mas também a sua oposição. Assim, continua, “*a opinião pública já não é fruto da livre discussão de opiniões sobre temas, mas da actividade selectiva exercida pelos meios de comunicação*” (2005: 28).

No dealbar de um novo século, salta à vista a diluição entre o espaço público e privado. Vários autores têm reflectido profundamente sobre esta temática.

Foucault, por exemplo, entende que a ênfase deve ser posta na intimidade, caracterizando-se a sociedade contemporânea por um certo esvaziamento político.

Anthony Giddens, por seu lado, entende que o espaço privado tem “disposições” próprias, mas inter-relaciona-se permanentemente com o espaço público. O conhecimento de cada um de nós desenrolar-se-ia, também, sobretudo em espaços “comuns”.

Passando para Dominique Mehl vemos que a professora acredita que a consciência colectiva tem cada vez mais vitalidade. Existe uma relação próxima de ambos os espaços, até porque o discurso profano invade o espaço público. Com efeito, Mehl crê que há uma remodelação do espaço público, que se relaciona com a “*cena pública*” através da visibilidade/invisibilidade, como refere Lopes (2008: 99)

Também o sociólogo francês Dominique Wolton reforça a importância deste espaço público, no sentido em que a actual sociedade permite que quase todas as realidades sejam expostas na praça pública, contribuindo desta forma para uma certa multiplicidade e diversidade de discursos, que, por sua vez, contribuem para o enriquecimento da sociedade de massas. A televisão, pela sua capacidade de chegar “ao fim da rua, ao fim do mundo”⁴, permite redesenhar o actual espaço público, dando-lhe outra dimensão. Wolton põe a televisão no centro de um novo espaço público. O director do *Centre National de la Recherche Scientifique* entende que a televisão assume um papel preponderante na sociedade contemporânea. Como resume Rita Figueiras (2005: 33): “*a Televisão, enquanto espaço Público mediatizado, altera a lógica tradicional do espaço público, tornando-o num ‘espaço síntese’. A televisão revoga a relevância dos parlamentos no sistema democrático, uma vez que a sua função de lugar de debate público, cada vez mais, decai e transita para os estúdios de televisão.*”

A importância extrema dada aos órgãos de comunicação social é defendida por numerosíssimos autores. Cornu, citado por Felisbela Lopes (2008: 106), pergunta mesmo “*porque não recuperar os media como lugar de discussão da sociedade civil?*” (1999: 222)

⁴ Tomamos aqui a liberdade de “roubar” o slogan da TSF, por o considerarmos especialmente feliz para traduzir o “espírito” do jornalismo.

Partindo de Habermas e contando com os contributos críticos de teóricos como Daniel Cornu, Giddens, Queré e, no panorama português, Felisbela Lopes⁵, entendemos também que a comunicação social, e em particular a televisão, gera um confronto de ideias. Tal é conseguido, em concreto, através dos debates televisivos que ajudam a formar opiniões. Ainda assim, não se pode esquecer que cada telespectador tem, cada vez mais, espírito crítico e que vai adoptar um ou outro pensamento/opinião e rejeitar outros.

Na sociedade em que vivemos, em que as fontes de informação são muitas e diversificadas, só podemos encarar a televisão como uma forma de ajudar a “criar” pessoas mais informadas e, como tal, mais conscientes e capazes de exercerem o seu papel de cidadãos. A televisão pode ser um elemento fundamental para interpretarmos o mundo, no sentido em que nos dá instrumentos para descodificá-lo e, ao mesmo tempo, ajuda-nos a sentirmo-nos parte integrante da sociedade. De facto, *“sendo uma espécie de caleidoscópio, o pequeno ecrã fornece elementos que nos dão segurança para ir andando no nosso quotidiano, proporciona momentos de celebração e fixa um lugar que, mesmo à distância, é partilhado por uma comunidade invisível de grande dimensão”* (Lopes, 2008: 73).

A propósito do espaço público, há aqui uma pequena reflexão que devemos introduzir. O espaço público, ou melhor, a opinião pública, pode ser fomentada de diversas formas. Dar voz activa ao cidadão é uma tendência cada vez mais premente da nossa sociedade e, por vezes, o melhor espaço para o fazer podem ser plataformas paralelas como o *online* ou os blogues alojados nas páginas das *tv*s. Com efeito, com o advento da internet, as “cartas dos leitores” (até aqui quase o único instrumento disponível para os cidadãos participarem) começaram a ser um recurso utilizado apenas por alguns idosos e pessoas afastadas das novas tecnologias. Assim, os cidadãos começaram, de certa forma, a ser uma espécie de “jornalistas”. De meros receptores, passaram também a emissores, baralhando a até aqui lógica unidireccional deste tipo de comunicação. Neste momento, a informação pertence a todos, precisando o cidadão apenas de uma ligação à internet para a difundir. Além do mais, é fácil e barato emitir informação. A transmissão de notícias deixou de ser monopólio do jornalista, mas a utilização de blogues, onde muitas vezes uma notícia surge em primeira mão, não faz,

⁵ Talvez aqui seja bom acrescentar que José Tengarrinha faz uma exaustiva análise sobre as raízes históricas deste assunto, a nível nacional, no livro *Imprensa e Opinião Pública em Portugal*, mas que, dado o carácter limitado desta dissertação deixaremos para futuros estudos.

ainda assim, destes cidadãos repórteres na verdadeira acepção da palavra. Todos aqueles que sentenciam o fim do jornalismo que se desenganem!

Martínez Albertos é um dos autores que se destacam na nossa praça com uma visão verdadeiramente apocalítica. Na sua obra *El ocaso del periodismo* está bem presente a sua crença de que os jornalistas deixarão de desempenhar rapidamente qualquer papel relevante, que ainda hoje eventualmente executem na sociedade em que vivemos. Diz o professor espanhol que “*os jornalistas perderam o rumo do seu ofício e cada vez sabem menos qual o papel que lhes cabe no grande teatro do mundo*” (1997: 18). O aparecimento de novas tecnologias como a internet e, conseqüentemente, o aparecimento do jornalismo digital, na sua mais ampla acepção, está a fazer com que o jornalismo entre “*em vias de extinção*” (1997: 42), pois “*a mentalidade pós-moderna está a minar seriamente os fundamentos ideológicos que tornaram possível tanto o nascimento, como o desenvolvimento e impulso posterior desta forma de trabalho social a que chamamos jornalismo*” (1997: 42). Martínez Albertos acredita que as sociedades já não precisam do jornalismo para sobreviverem e que os jornalistas vão deixar de existir, enquanto tal, para se tornarem apenas “*fornecedores de conteúdos*”.

Neil Postman também prenuncia um “*desastre*”, ao defender o *overload* de informação em que vivemos que, muitas vezes, é utilizada como entretenimento ou está à mercê daqueles que querem aumentar o seu *status quo*. Numa autêntica roda-viva, parece que não a conseguimos controlar e estamos um pouco perdidos sem saber o que lhe fazer, diz o professor norte-americano. Ignacio Ramonet, por seu lado, expõe na sua obra *A Tirania da Comunicação* uma visão também muito crítica. Diz o autor que os jornalistas “*estão em vias de extinção*”, uma vez que “*o sistema já não os quer*”, podendo “*funcionar sem eles*” (1999: 51). O director do *Le Monde Diplomatique* acredita que as fronteiras entre o jornalismo, a publicidade e as relações públicas se foram diluindo e que os jornalistas são hoje apenas trabalhadores em órgãos de comunicação social. A internet tem alterado a ordem natural da sociedade, admite Ramonet, pelo que cada um pode agora “*não apenas ser, à sua maneira, um jornalista, mas até colocar-se à cabeça de um medium de dimensão planetária*” (1999: 56).

Estes são apenas alguns dos muitos importantes teóricos que acreditam que o jornalismo está à beira do abismo. Enquanto cidadãos de pleno direito num novo século, enquanto profissionais do sector, não podíamos estar mais em desacordo!

Efectivamente, acreditamos que o rigor e a isenção, subjacentes às notícias produzidas por um jornalista de profissão, vão continuar a ser preferidos pelo público. O

jornalista goza de um capital fundamental na sociedade que não desaparecerá tão cedo: a credibilidade e a fiabilidade. Esta importância de que ainda hoje se reveste a função do jornalista é conferida, não só, mas também, pelos mecanismos previstos na lei, que asseguram que a profissão é exercida com rigor.

Ao contrário do que acontece nos Estados Unidos da América, onde os jornalistas obedecem apenas às leis gerais, em Portugal, além da Lei de Imprensa e da Carteira Profissional, título obrigatório para o exercício da profissão, existe um outro diploma legal que regula a profissão. O Estatuto do Jornalista define quem pode ser jornalista e estipula ainda as incompatibilidades como, por exemplo, exercer outras profissões relacionadas com assessoria de imprensa, ou ainda receber “prendas” das entidades sobre as quais o jornalista escreve. O mesmo regulamento prevê ainda sanções em caso de incumprimento das normas dispostas, de forma a evitar toda e qualquer promiscuidade. Por sua vez, o Código Deontológico do Jornalista determina um conjunto de regras de natureza ética, que também servem para balizar a actuação do jornalista. Numa espécie de dez mandamentos, o código determina, entre outros, a necessidade de “*relatar os factos com rigor e exactidão*”, “*combater a censura e o sensacionalismo*”, “*lutar contra as restrições no acesso às fontes*”, “*salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado*” e “*rejeitar o tratamento discriminatório*”,⁶ entre outros.

Estas disposições ao estabelecerem um conjunto de deveres e direitos dão, de alguma forma, mais segurança ao cidadão comum. Por norma, o jornalista é uma pessoa íntegra e que age de boa-fé, que actua de acordo com uma lei específica e que tem sanções previstas na lei quando transgredir. De maneira que o público pode ter – e efectivamente tem – segurança naquilo que lê, ouve e vê. O mesmo não acontece, como é fácil de perceber, quando um cidadão escreve um texto e tira uma foto sobre um qualquer acontecimento que quer dar a conhecer. Não há simbiose de papéis. Assim, cremos que o jornalismo não está moribundo, mas apenas a transformar-se, a evoluir, a adaptar-se a uma maior participação activa da sociedade, o que até contribui para um enriquecimento do espaço mediático em que vivemos.

Recentemente a SIC teve uma rubrica chamada “eu repórter” para onde as pessoas mandavam, em ocasiões especiais, as suas fotos. Os *sites* das três televisões têm igualmente espaços reservados aos pareceres do telespectador. Há cada vez mais

⁶ Respectivamente ponto um, dois, três, sete e oito do referido código.

programas diários e semanais, como o caso do Dia Seguinte e o Opinião Pública, na SIC Notícias, que possuem um espaço dedicado à opinião daqueles que estão em casa. Essa pode ser também uma forma de fazer serviço público: dando voz aqueles que, por norma, não são mais do que uma massa anónima. É bom não esquecer que só dando voz ao cidadão comum é que as televisões se podem assumir como espaços potenciadores da democracia.

O espaço público que aqui vamos estudar é aquele onde cada *opinion maker*, cada comentador, faz ouvir a sua voz, criando um espaço que é deles, mas é também dos outros, e sobretudo da/e para a sociedade. Como diz Schudson (1995: 150), citado por Figueiras (2008: 475), “*a esfera pública constitui não um espaço propriamente dito, mas sim um conjunto de actividades que constituem a auto-reflexão e o autogoverno numa sociedade democrática*”. Este é o campo de análise, é aqui que faremos a nossa investigação.

4 - Da teoria... aos efeitos

*“O mundo parece diferente a pessoas diferentes,
dependendo do mapa que lhes é desenhado”*

Bernard Cohen

As fronteiras entre o espaço público e privado são cada vez mais confusas. Onde começa um e onde acaba o outro? Eles, com efeito, interpenetram-se, sendo cada vez mais difícil distingui-los. Felisbela Lopes, na sua obra *A Tv do Real* pergunta “*a televisão será tempo roubado ao pensamento, como tantos temem, ou motivará o crescimento cognitivo e integração social?*” (1998: 45). Como que antecipando a pergunta da professora universitária, Giddens deixa claro “*os media não espelham a realidade, mas em certa medida formam-na, o que não quer dizer que devemos concluir que tenham criado um reino autónomo de ‘hiper-realidade’ na qual o signo ou a imagem são tudo*” (1997: 24).

Este enfoque parece-nos ser o adequado, porque a televisão retrata o real, mas, ao mesmo tempo, devolve à realidade uma nova realidade, que ela própria criou. O virtual, por vezes, parece até mais autêntico do que o que tem, de facto, existência física. O primeiro, aliás, assume tarefas que tradicionalmente são do segundo, como alertar e denunciar para situações graves, como a violência doméstica. Nalgumas situações, ajuda até a algumas investigações, como será talvez o melhor exemplo, em

Portugal, o caso Casa Pia, denunciado em primeira instância pela SIC, numa investigação SIC-Expresso.

A teoria da *Agenda-Setting* entende que são os *media* que fazem a selecção e hierarquizam as notícias que são dadas a conhecer ao público. Nesse sentido, a influência dos *media* sobre a agenda pública é directa e consistente. Assim, são os próprios *media* que definem os temas a debater pela opinião pública, dado que a escassez de tempo/espço leva a que muitos assuntos, que também podiam ser alvo de notícia, fiquem esquecidos. Além disto, hierarquizam informação, ao darem mais ou menos importância a uns assuntos em detrimento de outros, o que vai ter implicações imediatas no público. O grande problema desta tese é que não se sabe exactamente quais são os critérios de selecção e também quem agenda este ou aquele assunto. Parece, no entanto, consensual que, para uma notícia ver a luz do dia, tem que haver a confluência de três agendas: a dos *media*, mas também a pública e a da política, da economia, do desporto, da justiça, isto é, dos vários campos sociais que constituem a realidade retratada.

A espiral do silêncio de Noelle-Neumann aprofunda um outro aspecto. Segundo a investigadora, o público vê aquilo que é transmitido pelos *media* como sendo a opinião da maior parte da sociedade. Nesse sentido, quem discorda da opinião dominante tende a ter uma de duas atitudes: ou muda a opinião de forma a sentir-se plenamente integrado na sociedade; ou, não concordando de todo, opta por calar-se para não entrar em confronto, com os demais elementos da comunidade. Como tal, entra na já citada espiral de silêncio, que vai fazer com que a opinião veiculada pelos *media* seja, de facto, uma opinião hegemónica.

Finalmente, a hipótese do distanciamento centra-se nas desigualdades sociais que os *media* acabam por provocar, ao dar a conhecer as diferenças que existem entre, por exemplo, o primeiro e o terceiro mundo.

O fluxo informativo dominante, do centro para a periferia, do Norte para o Sul existe desde sempre, com a agravante de que nos países pobres subsiste, muitas vezes, um défice de democracia e o controlo dos meios de comunicação social e difusão das notícias é uma realidade inexorável. Informação é poder, pelo que todas as ditaduras do mundo têm uma avidez inextinguível pelo domínio da informação, acabando por criar uma cidadania de primeira (a das elites, que conseguem aceder, em segredo, a canais de informação estrangeiros) e uma cidadania de segunda (a do povo).

Indo um pouco mais além, Gay Tuchman aborda outro problema. “*O mundo da vida quotidiana, fonte das notícias, é constituído por uma ‘superabundância de acontecimentos’*” (Tuchman *apud* Pereira, 2000: 79), ou seja, o volume de informação é maior do que os meios, o que implica uma organização do que é divulgado e onde. A investigadora estudou a rede noticiosa no mundo, referindo-se a uma *territorialidade geográfica*, a uma *ordem no espaço* e no tempo, para descrever a cobertura noticiosa, com propensão a considerar ocorrências em certos locais. É uma espécie de ordenamento espacial, que visa a ocorrência de acontecimentos noticiáveis, apenas em certos locais geográficos, quase como que havendo determinadas áreas de responsabilidade territorial.

Numa tentativa de contornar o fluxo informativo desigualitário, os países não-alinhados criaram, com o apoio da UNESCO, em 1970, a nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação, que propunha mudanças estratégicas para equilibrar a transmissão de informação, entre países ricos e pobres. Não obstante as boas intenções, o projecto acabou por cair, ao longo dos anos, no esquecimento.

Ainda assim, acreditamos que há um esforço que aumenta, a cada dia que passa, para tentar diminuir as diferenças no acesso à informação. Até porque, se numa primeira fase, os novos meios de informação, como a internet, podem ter atemorizado alguns com o receio de agravarem o fosso, numa segunda fase, provou-se que podem aproximar povos ricos e pobres, a nível do acesso às notícias. E importa aqui sublinhar que este factor é também um dos critérios que definem a liberdade de informação, numa determinada sociedade.

Porém, ainda que este esforço, para que uns e outros tenham o mesmo acesso aos órgãos de comunicação social, tenha sucesso, a interpretação e a apreensão dos conteúdos serão, num futuro próximo, muito diferentes. Neste sentido, os *media* fazem a distinção entre os “info-ricos” e os “info-pobres”, criando um novo tipo de pobres: os pobres do século XXI. A este propósito, não deixa de ser curioso analisar os dados da UNESCO que mostram que nos países pobres, de que o continente África é o supremo exemplo, as taxas de analfabetismo são 17 vezes superiores às dos países desenvolvidos. Ora, disto deriva também o facto de a apreensão dos conteúdos transmitidos não ser exactamente a mesma num e noutro mundo. De certa forma, podemos admitir que a pobreza pode ter diminuído fruto da globalização, mas falamos neste caso da pobreza absoluta, porque a pobreza relativa – isto é, a comparação destes pobres com os ricos – mantém-se, até porque os conteúdos que são produzidos nos

países desenvolvidos são bem diferentes daqueles que são transmitidos no terceiro mundo. Malgrado todos os esforços, o fosso continua a existir, com milhares de cidadãos que permanecem pobres “mediáticos”!

5 - Quem fala na tv?

A escolha que faz toda a diferença

“O jornal é com efeito o fole incansável que assopra a vaidade humana, lhe irrita e lhe espalha a chama.”

Eça de Queiroz

Citado por Felisbela Lopes (2008: 103), José Luís Dader apresenta os jornalistas (e nós acrescentaríamos a esta classe também -sobretudo- os comentadores) como o “*novo rei Midas, capaz de converter, não em ouro, mas em ‘público’ tudo aquilo em que toca*” (1992: 152).

A pequena estória com que decidimos começar esta dissertação serve de mote para mostrar, antes de mais, que os que lá estão, dentro da televisão, são pais e mães, homens e mulheres, seres humanos como todos os outros, mas que, por uma ou outra circunstância, aparecem na televisão. Pertencem a uma espécie de elite, alguns foram mesmo promovidos a estrelas⁷. Como diz Ignacio Ramonet (1998: 97) “*a lógica do show-business, da dramatização e da transformação do telejornal num verdadeiro espectáculo, estimulou a aparição de vedetas.*”

Os jornalistas, os comentadores e até essa nova espécie de jornalistas-comentadores, pela visibilidade e destaque que têm, transformam-se numa espécie de “celebridades informativas”. A este respeito, John Hartley diz que “*a celebridade é a semiótica da identidade*” (2004: 39) e que este conceito se tem desenvolvido no espaço fecundo das televisões-entretenimento. Entende o professor australiano que este conceito difere do de estrela, no sentido em que “*a celebridade é entendida como tendo surgido sob condições da pós-modernidade, em que a hiperprodução de imagens leva ao facto de alguns rostos e corpos serem mais reconhecíveis do que outros*” (2004: 39). Apesar de este autor não se estar a referir, em concreto, ao campo da nossa análise, pensamos que esta definição pode ser extrapolada para a realidade portuguesa e para os comentadores. Esta interpretação encontrará terreno fértil sobretudo entre aqueles críticos que advogam que, actualmente, predomina em Portugal uma informação-

⁷ Substantivo entendido aqui em sentido lato.

espectáculo. Dando mais ou menos credibilidade a esta teoria, será inegável para todos a importância que o espaço mediático tem ganho no dia-a-dia dos portugueses.

A televisão é hoje uma espécie de fórum dos tempos modernos. Tal acontece (também), como consequência da pulverização de comentadores que o aparecimento das televisões privadas criou⁸. O fenómeno é-lhes até um pouco anterior. Nos últimos 20 anos, o panorama audiovisual português foi alvo de uma profunda reestruturação. À hegemónica RTP, juntaram-se no início da década de 90, a SIC⁹ e a TVI¹⁰. Anos mais tarde, há nova mudança da paisagem mediática com o aparecimento dos canais de notícias. A SIC Notícias comemorou em Janeiro dez anos, o que quer dizer que, em apenas uma década, foram criados três novos espaços no cabo, com a marca das estações generalistas. Estes canais têm um público-alvo diferente dos da casa-mãe, pelo que naturalmente dão mais destaque a áreas como a economia, o desporto e a política. Ora, estas são áreas que naturalmente exigem um olhar mais atento e uma certa reflexão, pelo que é preciso criar novos comentadores que falem sobre a actualidade, até porque as estações televisivas têm de preencher diariamente 24 horas de informação¹¹. Aqui, naturalmente, o comentário tem toda a margem para se desenvolver, dado que o tempo não é um meio tão escasso (e tão caro!) quanto o é nas televisões generalistas. Acresce a isto a existência de compromissos comerciais, leia-se publicidade¹², a que as televisões têm de obedecer. Ou seja, os jornais como os de economia, desporto e política têm publicidade associada, pelo que, mesmo que naquele dia, ou naquela semana em concreto, não haja nenhuma notícia de especial relevo, há que debater algum assunto, de forma a ocupar o espaço do programa, escamoteando este ou aquele aspecto, que ainda não foi explorado. Além disto, é preciso não esquecer que cada produto tem telespectadores fiéis que não se podem decepcionar, sob pena de penalizar as audiências¹³!

A escolha dos comentadores é, neste sentido, fundamental. A opção por um ou outro *opinion maker*, nas privadas como nas generalistas, fideliza, e até atrai audiência,

⁸ Diga-se em, abono da verdade, que os comentadores políticos têm ganho mais visibilidade, destaque e protagonismo com os canais de notícias, mas também com a vulgarização da blogosfera.

⁹ A SIC emitiu pela primeira vez a seis de Outubro de 1992.

¹⁰ A TVI começou as suas emissões em Fevereiro de 1993.

¹¹ A este propósito, não deixa de ser curioso o facto de, inicialmente, poucos acreditarem que Portugal tinha mercado para um canal de notícias, quanto mais para três!

¹² É preciso sublinhar aqui que as estações televisivas (à excepção da RTP) são empresas que vivem única e exclusivamente das receitas publicitárias.

¹³ Todas as televisões têm bem definida a estratificação do público, nos diferentes períodos do dia. É com base nesta análise, que incluiu sexo, idade, classe social, distribuição geográfica, entre outros parâmetros, que é estabelecido o preço da publicidade e consequentemente vendido determinado espaço a marcas e empresas.

dado que há telespectadores que fazem *zapping* assim que vêem o seu comentador preferido a falar. Os comentadores são transformados numa espécie de negócio. Cada um tem um determinado valor de mercado, transformando-se aqueles que têm mais audiência numa “espécie” de senadores. Tal como os jogadores de futebol, são considerados como bens, como activos, que interessa ou não adquirir. Muitas vezes, a concorrência faz com que alguns sejam pagos a peso de ouro, porque também aqui são as audiências que ditam quem é o melhor, quem vale mais, são elas que aferem o valor de cada um.

Neste contexto, os comentadores passam a ser literalmente da casa, estão no seu *habitat* natural. Como enuncia Rita Figueiras (2005: 16) *”os opinion makers surgem como vedetas (possuidoras de um capital simbólico socialmente reconhecido) que ajudam na promoção dos meios de comunicação social onde colaboram. Por seu turno, esses mesmos meios de comunicação promovem essas individualidades, contribuindo para a permanência da sua imagem no circuito mediático”* .

O resultado disto é um reforço da imagem social do comentador. Seja ele jornalista, professor, investigador, economista, é quase certo que, no futuro, tal exposição lhe vai trazer benefícios, como o prestígio social e profissional. Para lá desta questão, há ainda a considerar que os comentadores, ao seleccionarem uns temas em detrimento de outros, trazem luz a questões que, de outra forma, poderiam cair no esquecimento. Por outro lado, ao mesmo tempo, deixam na escuridão muitos temas da actualidade que nunca vêem a luz do dia. É neste jogo de luz-sombra que se desenrola a actividade dos comentadores.

Deste modo, debruçarmo-nos, reflectirmos e aprofundarmos este assunto é fundamental. Porque estes devem *”responder pelas suas palavras, quando exercem um tão grande poder sobre o mundo social e sobre o próprio mundo do poder?”* (Halimi, 1998: ix). Tal necessidade deriva do facto de estes “novos” actores sociais terem tanto peso que, por vezes, são capazes de “transfigurar” a ordem pública¹⁴. Aliás, foi o mediatismo desta “classe” de profissionais – e o inerente poder que têm- que nos levou precisamente a optar por este tema de dissertação. Esta “importância” é consequência da realidade que já abordamos, ao de leve, nestas páginas: a televisão é quase sempre a

¹⁴ Isso acontece de forma directa ou indirecta. O caso Marcelo Rebelo de Sousa, e o seu afastamento da TVI, é um fenómeno bastante curioso, até porque de comentador de notícias passou ele próprio a notícia! Não deixa de ser também interessante que este líder de opinião tenha voltado mais tarde à mesma estação.

primeira fonte da informação dos portugueses. Por isso mesmo, é importante sublinhar as características que diferenciam qualquer comentário de outros géneros jornalísticos.

Nos comentários, são valorizados a defesa de pontos de vista, a análise e interpretação de uma ou outra questão e as consequências políticas, sociais, económicas, que esta ou aquela situação pode provocar. Os comentários não são notícia. Têm outra finalidade que não a de transmitir informação, de forma rigorosa e isenta. Por vezes, os comentadores parecem revestir a sua opinião com a análise rigorosa de um facto, mas a audiência deve estar atenta e perceber que o comentário tem um carácter bem distinto da notícia! Além do mais, “*os jornalistas têm os seus «óculos» particulares através dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de uma certa maneira as coisas que vêem.*” (Bourdieu, 1998: 13). Por este motivo, é fundamental perceber que mecanismos estão por detrás da escolha de um comentador em detrimento de outro. Só assim se poderá descodificar plenamente um discurso e ler nas entrelinhas a ideia que um e outro comentador pretendem “vender”. Para isso, é também necessário perceber onde são recrutados estes comentadores. De que áreas é que vêm (antes de mais, de dentro ou de fora do jornalismo?!) e tentar perceber porque é que há cada vez mais uma espécie de comentadores, que são os comentadores-jornalistas¹⁵.

É curioso que, quer no panorama internacional, quer no panorama nacional, haja relativamente pouca bibliografia sobre este fenómeno. Apesar da importância que assumem, os comentadores ainda são um fenómeno relativamente pouco estudado, a nível académico. Uma das autoras que em Portugal mais se têm debruçado sobre o assunto tem sido a investigadora Rita Figueiras. No livro já aqui citado, traça um perfil dos comentadores, mas centra-se, sobretudo, nos *opinion makers* da imprensa, não abordando os que, nos últimos anos, têm ganho mais visibilidade: aqueles que, todas as noites, nos entram casa dentro, através das televisões. Num outro livro, a autora debruça-se sobre os comentadores políticos. Por seu lado, Felisbela Lopes, no seu livro *A Tv das Elites*, aborda a escassez de mulheres nos debates televisivos semanais dos canais generalistas entre 1993 e 2005, mas não aprofunda o tema, dado que a sua análise incide sobretudo sobre outros vectores. Por último, Maria João Silveirinha coordena um livro que aborda a relação das mulheres e da comunicação social. O livro as *Mulheres e*

¹⁵ Num outro tipo de estudo mais aprofundado, seria interessante também explorar como é que se coadunam dois dos valores chave do jornalismo que são a isenção e a imparcialidade com a função do comentador que é, por definição, aquele que comenta, que toma partido, dá opinião e emite juízos de valor.

os Media reúne o contributo de várias teóricas estrangeiras, mas em nenhum lado é estudado, com efeito, os comentários televisivos no feminino.

Temos, assim, alguma -ainda que escassa- bibliografia sobre quem são os comentadores, mas não há, em estante de nenhuma biblioteca, um livro que aborde as mulheres e o comentário¹⁶, ou seja, a sua (não?!) relação com o comentário televisivo.

É isto que nos leva ao ponto fulcral desta dissertação. Quem são, como são escolhidas estas pessoas que definem o que é objecto de discussão? Porque são escolhidas estas e não outras? Há grupos que são privilegiados? E, dentro destes, podemos falar de classes profissionais que são preferidas a outras? E, neste caso, falam por si só ou simbolicamente em nome da classe? Porque é que são privilegiados sempre os mesmos analistas/críticos? Que legitimidade têm para tentar “vender”¹⁷ as suas ideias? É uma classe pré-definida, fechada ou em constante mutação? Que características subjazem à escolha de um comentador? O mesmo é dizer, o que faz um bom comentador? Mas, sobretudo, porque é que quando olhamos para o actual panorama audiovisual português parece-nos ver uma prevalência de homens? São as mulheres discriminadas? Porquê? Ou são elas próprias que se auto-excluem?

6 - O comentário no feminino: breve abordagem

“Sempre pensei que o poder e a luta para o obter é algo completamente masculino e não paro de me assombrar, na minha idade, do pouco apreço que por ele têm as mulheres. Se pusessem na sua perseguição todo o empenho que mostram na hora de defender o território amoroso não há dúvida de que governariam o mundo.”

Juan Luis Cebrián

Num pequeno mas muito interessante livro, chamado *O Século das Mulheres*, Victoria Camps expõe como nenhum outro autor a problemática do sexo feminino e a revolução que acredita que está a ter lugar. Não aprofundando esse tema- deixemos para mais tarde esta reflexão- devemos reconhecer, desde já, que o papel das mulheres na sociedade está a sofrer profundas alterações, nomeadamente nos *mass media*. Efectivamente, a face do jornalismo está a mudar. Tal facto é inegável e salta à vista,

¹⁶ Apesar de não ser o objecto de estudo primordial, Rita Figueiras faz um levantamento da relação homem/mulher no universo dos *opinion maker* na imprensa. A investigação da autora mostra que, na década de 80, há uma participação muito reduzida de mulheres e que a tendência é um aumento da participação feminina. Ainda assim, a autora reconhece que uns e outros têm um peso muito diferente no espaço público que é o jornal. No universo que a autora estuda, em 1980, havia apenas três mulheres, contra 16 que encontra no fim dessa década. Este é capaz de ser um dos poucos contributos que existem na questão do género no comentário.

¹⁷ Vender, aqui, é utilizado na gíria jornalista, no sentido de tentar “impor”, fazer passar as suas opiniões.

quando olhamos para o mundo académico e vemos que a maior parte dos cursos de Ciências da Comunicação é frequentada por jovens do sexo feminino¹⁸. Os homens começam agora a ser uma minoria nas estações televisivas. As redacções caracterizaram-se, nas últimas décadas, por uma crescente juvenelização, feminização e por profissionais mais bem qualificados. As mulheres são a maioria, mas não são as “maiores”! Antes, pelo contrário, *“a precaridade que se vive na profissão é sentida fundamentalmente pelas mulheres jornalistas”* (Saínz, 2003: 83). O sexo feminino continua longe dos lugares de destaque e dos centros de decisão. Como sintetiza o decano dos jornalistas espanhóis, Juan Luis Cebrián *“(são) poucas as mulheres que chegam às máximas responsabilidades de direcção nos jornais, apesar de ser tão numerosa a sua presença nas redacções.”* (2004: 7). Filipa Subtil vai ao ponto fulcral da questão: *“a análise da composição sexual dos cargos de topo comprova que as jornalistas se encontram, na sua esmagadora maioria, completamente arredadas dos lugares cimeiros conotados com o exercício da autoridade e do poder”* (Garcia, 2009: 99). Estes lugares cimeiros são constituídos também pelas arenas mediáticas que são os telejornais e noticiários televisivos. Também aqui, nos espaços de comentário destes produtos televisivos, as mulheres parecem estar “menos presentes”. Com efeito, o poder anda ainda arredado das mulheres, ou será antes que são as mulheres que andam afastadas do poder? Porque é que isto acontece?! Será apenas reflexo de uma sociedade que ainda permanece com alguns laivos de machismo?! Ou será apenas a consequência directa do atraso da entrada da mulher no mercado de trabalho? Continuam as mulheres mais ligadas a assuntos tradicionalmente encarados como femininos, como o casamento, os filhos e o amor, deixando para segundo plano o sucesso, o poder e uma boa performance profissional? Efectivamente, que papel tem hoje a mulher no mundo do trabalho, que papel tem a mulher no jornalismo? Mais: o talento, o mérito, o conhecimento, a capacidade de argumentação têm sexo?

É então esta problemática – a questão de género nos comentadores televisivos – sobre a qual nos debruçaremos nas próximas páginas. De alguma forma, tentaremos encontrar estas e outras respostas, abordando a relação das mulheres-comentadores¹⁹

¹⁸ Tendência que, de resto, foi generalizada no Ensino Superior. Em 1960, a percentagem de mulheres a frequentarem cursos universitários era inferior a 30 por cento, tendo atingido na última década do século XX, quase os 60 por cento (Garcia, 2009: 94).

¹⁹ Não deixa de ser interessante, a este propósito, que até a palavra no feminino “comentadora” soe um pouco estranha.

com as câmaras de televisão... nunca perdendo de vista o ponto de partida: hoje como ontem são as mulheres (in)visíveis?!

7 - Do bem parecer ao bem dizer

“Aquilo que se vê jamais reside naquilo que se diz”
Michel Foucault

A imagem é tudo em televisão. A máxima que se ouve à exaustão não é uma hipérbole. Como em muitas outras situações da vida quotidiana, a forma é mais importante do que o conteúdo. Ou pelo menos, a forma condiciona a apreensão do conteúdo. De pouco serve que um comentador (pivô ou jornalista) seja loquaz e a pessoa mais habilitada para falar de um determinado assunto, se tiver um pequeno defeito na face ou um problema na voz. Em televisão, todos os pormenores contam. O telespectador não conseguirá abstrair-se de uma imperfeição, como uma verruga, por exemplo²⁰. A atenção pode assim dispersar-se e a mensagem perder-se.

Esta observação poderá parecer um pouco exagerada a quem não conhece os meandros da televisão, mas, se for feito um estudo, por exemplo, à hora do telejornal num qualquer café, será fácil perceber que muitos homens prestam mais atenção ao decote da jornalista, aos ombros desnudos ou ao facto de ser bonita/feia do que ao discurso. Da mesma forma, as mulheres observam o pivô/comentador/jornalista e comentam a sua roupa, as últimas tendências e, genericamente, são bastantes críticas no que diz respeito à imagem, principalmente se o objecto de estudo for uma mulher. Frequentemente, quando está “dissecado” este ou aquele pormenor da imagem, a reportagem ou o comentário já chegou ao fim.

Neste sentido, para fugir à possibilidade de qualquer interferência e desviar a atenção do público, há que tentar ser o mais básico, o mais “limpo”, o mais asséptico possível! A imagem deve ser pensada ao ínfimo pormenor, nunca deve ser descurada! Essa é a primeira regra da televisão e que deve ser tida em conta por todos os profissionais.

Com efeito, a imagem com que nos apresentamos é fundamental em tudo na vida, mas mais ainda na televisão, porque o pequeno ecrã funciona como uma espécie

²⁰ Se atentarmos um pouco neste exemplo, vemos que são muito raros, se não de todo inexistentes, os comentadores/pivôs/jornalistas que têm verrugas. Alguns optam mesmo por retirar cirurgicamente alguns sinais mais salientes, de forma a não desviar a atenção do telespectador.

de caixa de ressonância em que este ou aquele pormenor ganham eco e podem chegar a “ensurdecer” ou a cegar os “telespectadores. Nesta óptica, deixa de fazer sentido convidar o comentador porque a função primordial, de explicar/comentar, não é executada eficazmente. De tudo isto se conclui que, na preocupação dos directores de informação dos canais e dos responsáveis máximos de cada estação, está sempre presente a sua apresentação, podendo servir de factor de exclusão.

Dada a inexistência de qualquer manual de “bem vestir ou bem falar para a televisão”, e porque consideramos este aspecto fundamental na escolha de um comentador, em detrimento de outro, decidimos introduzir aqui algumas regras básicas, que podem ajudar a passar uma imagem neutra e, como tal, aumentar a apreensão do discurso do comentador, que é afinal o que se pretende. Não resistimos ainda a deixar um pequeno apontamento. Também aqui curiosamente as mulheres têm a vida muito mais “dificultada”. Como veremos, pela sua própria natureza, elas têm de ter muito mais cuidado na apresentação do que os homens.

A imagem do comentador é também a imagem da estação. A regra de ouro, por isso, é ter bom gosto e vestir com bom senso, nunca esquecendo que nunca se deve chamar a atenção sobre si próprio, quer no que diz respeito à postura, quer à roupa, à maquilhagem ou ao cabelo. Deste modo, deve ser evitado o ruído de imagem, ou seja, todo e qualquer elemento que na imagem chame a atenção do espectador ou do interlocutor desviando-o da mensagem que está a ser transmitida, como brincos muito compridos, cabelo mal arranjado, óculos extravagantes, anéis, colares ou pulseiras demasiado grandes e “barulhentos”, flores, pregadeiras e lenços na lapela, decotes muito profundos, maquilhagem excessiva, modelos de vestuário complicados ou tecidos de cores berrantes e ainda golas muito altas, devem ser postos de lado, na altura de decidir o que usar.

Um dos aspectos fundamentais a ter em conta deve ser a cor do vestuário, dado que este é um elemento facilmente alterado pelas condições do estúdio. A iluminação e o controlo de imagem, ou a ausência dele, fazem com que uma cor raramente seja em televisão o que é ao vivo, pelo que há cores mais recomendadas do que outras.

Nas mulheres, as cores muito fortes como rosa, amarelos, laranjas, verde-limão e turquesa devem ser usadas como apontamento num conjunto e não como cor principal. A mesma regra se aplica aos homens, mas pede-se ainda mais parcimónia no uso destas notas de cor, porque o uso de roupa mais viva está, por norma, associada às mulheres, pelo que a audiência poderá estranhar tal uso e a apresentação causar ruído de imagem.

A utilização de branco requer também um cuidado especial. O branco puro absorve de tal modo a luz que, a não ser que a iluminação seja muito cuidada, pode tornar o tom de pele muito escuro e criar um efeito estranho na imagem. Assim, apesar de esta cor ser recomendada, sobretudo no Verão, quando a tez está mais morena, é preferível a utilização de um branco-sujo.

Os vermelhos e os azuis caem bem a quase todo o tipo de pessoas, mas o vermelho, sobretudo quando é muito garrido, não deve ser usado em fatos, mas em gravatas ou blusas/tops. Quando se está muito moreno, deve evitar-se cores muito escuras e privilegiar o uso de cores pastel.

É preciso ainda não esquecer que as cores tendem a transformar-se noutras cores. Com efeito, os azuis, castanhos, roxos e verdes de tom escuro descaem para o preto no ar. O bege pode tornar-se mais esbranquiçado na televisão e o roxo pode transformar-se em azul.

É preciso cuidado acrescido se o cenário do estúdio for croma. Neste caso, se o croma for verde, é proibido usar todas as tonalidades de verde e amarelo. O azul também é pouco recomendável, porque o croma pode não “romper” bem. Se o croma for azul, os azuis e o roxo não devem ser opção.

Resumindo, a cor preta, azul, vermelho, rosa, verde e cinzento claro são recomendáveis, enquanto o branco, o castanho, o bege, os cinzentos acastanhados e as cores demasiado luminosas devem ser usadas com muito cuidado ou evitadas.

Na escolha da roupa deve constar também a preocupação de saber se determinado casaco, camisa ou gravata faz batimento. Este nome técnico designa o efeito que um tecido faz quando os seus motivos não estabilizam, ou seja, em casa parece que aquele padrão “salta à vista”, perturbando o olhar sobre a televisão. Uma roupa faz batimento quando conjuga riscas finas e juntas com grande contraste cromático, utiliza motivos muito pequenos como bolinhas, florezinhas, ou “espinha”. Malhas caneladas, utilização de pespontos brancos num fundo preto ou azul-escuro ou certos tecidos como príncipe de gales, sedas *changeant*, xadrez escocês ou olho-de-perdiz em duas cores muito diferentes também causam batimento.

Os acessórios são aquele pequeno detalhe que pode fazer toda a diferença, mas é preciso uma atenção extrema na sua utilização, porque tanto podem transformar um fato normal numa peça com um toque diferente, como podem assassinar um coordenado. As mulheres devem ter uma precaução particular, sob pena de se transformarem facilmente numa “árvore de Natal”. Os brincos compridos ou grandes devem ser evitados porque

são desajustados à presença em estúdio. Devem ser pequenos, sobretudo se se optar por cabelo apanhado. As pulseiras têm de ser discretas e não podem fazer barulho. Neste sentido, as escravas aos pares em madeira e metal ou pulseiras que tenham berloques que também tilintam devem ser banidas dos *plateaux*. Ganchos com flores ou outros motivos e pregadeiras ficam igualmente mal. Anéis com pedras muito grandes, ou anéis-relógio ficam também de fora das opções. Se a comentadora em estúdio optar por um fio demasiado “chamativo”, isto é, se for grande e dificilmente escapar à atenção, deve abster-se de usar mais acessórios. O olhar deve ser “centralizado” apenas num acessório e estes não devem ser utilizados para “competir” entre si, a ver qual atrai mais atenção. É preciso ter prudência na utilização de roupas ou acessórios que tenham a marca bem saliente. Um comentador não pode fazer publicidade, pelo que não deve usar logótipos demasiado visíveis.

Quando o comentador utilizar óculos deve optar por um modelo discreto. A armação nunca deve ter riscas ou efeitos *degradés*, hastes com formas extravagantes ou simplesmente muito grossas.

Piercings no sobrolho, queixo, nariz ou língua são completamente desaconselhados, mesmo que estejam na moda. O mesmo se recomenda em relação aos cabelos. Madeixas azuis, cor-de-rosa, penteados muito radicais, estão completamente vedados ao uso em estúdio. A cara deve estar totalmente destapada e o cabelo penteado de forma a que não chame atenção

Finalmente, uma nota para a maquilhagem, até porque esta é fundamental para disfarçar imperfeições, uniformizar a pele, corrigir formas do rosto menos agradáveis (por exemplo, olhos descaídos) e “tirar brilhos”²¹. A maquilhagem é quase sempre realizada por profissionais, mas, ainda assim, ficam algumas dicas para um eventual contratempo em que o convidado tenha de maquilhar-se. O uso de base, pó compacto e, por vezes, corrector de olheiras, é imprescindível, quer para homens, quer para mulheres. Estas devem depois apostar numa maquilhagem “forte”, porque a câmara “come” a maquilhagem, mas nunca exagerada. Assim, devem ser evitados os pós soltos e compactos brilhantes, as sombras cremosas ou com brilhos, batom vermelho vivo e ainda sombras de cor branca, cinza-claro, azul-claro, verde-claro e amarelo.

²¹ Todas as peles têm uma oleosidade normal que a câmara capta. Mesmo que a pele seja relativamente seca e ao vivo não se note nada, no ar vai parecer que a pele “brilha”. Este brilho no queixo, na testa, no nariz, que varia consoante a incidência da luz, provoca ruído. Desta forma, todas as peles devem ser maquilhadas de forma a ficarem “mates”, de maneira a reproduzir um ar natural.

Os homens devem ainda tratar da barba e das sobrancelhas. As sobrancelhas não devem ser demasiado espessas, nem estar unidas no centro (que dá um efeito “lobisomem”) e devem estar barbeados, ou caso tenham barba tê-la bem cuidada e aparada.

Como em tudo na vida, há que ter “sensibilidade e bom senso”. Mais, há que ter bom gosto. Por regra, um coordenado que integre um fato sóbrio, com uma camisa discreta e uma gravata mais viva fica sempre bem a um homem, tal como o clássico fato de saia e casaco, com um top vermelho a cortar a sobriedade, é sempre intemporal e beneficia a mulher²². Assim é recomendado para o sexo feminino o uso de saias pelo joelho, as calças a direito, com gancho normal e comprimento regular e as *toilettes* clássicas. Pelo contrário, calças muito justas ou muito largas, de cintura descaída, a mostrar a barriga, ou de gancho muito largo, tipo “Aladino”, são desaconselhadas, tal como mini-saias, ou saias muito compridas, vestidos com lantejoulas ou outros motivos de festa, *leggings*, corsários ou calções. Uma chamada de atenção ainda para as golas altas que devem ser afastadas, porque “cortam” o pescoço e dão aspecto pouco elegante à mulher. A clássica camisa de colarinho de homem ou um top caem sempre bem. Neste último caso, nunca devem ter um decote pronunciado ou serem cavados e deixarem os ombros à mostra. Se assim for deve ser utilizado um casaco por cima. Uma mulher nunca deve aparecer no ar com menos do que “manga curta”.²³

Os homens devem utilizar fatos de formas clássicas, mas dentro dos padrões actuais. As calças devem ser a direito com o comprimento a bater em cima do tacão do sapato. O casaco deve ser ligeiramente cintado e os ombros devem estar ajustados. As camisas de fato não podem ter botões nos colarinhos e as mangas devem ser um pouco mais compridas que o casaco. Os botões de punho são quase sempre de bom-tom e ficam elegantes. As gravatas devem pautar-se pela descrição e obedecer aos critérios já

²² A maior parte das vezes o comentador está sentado, pelo que não se precisa de preocupar com as calças ou a saia. De qualquer forma, há ocasiões em que o comentador precisa de se levantar, por exemplo, numa noite eleitoral, para explicar determinado aspecto num quadro. Assim, tendo em conta emissões mais movimentadas optamos por falar de todo o conjunto de roupa e não apenas na parte superior.

²³ Reconhecemos, no entanto, que estas regras não são cumpridas actualmente na televisão portuguesa. Com o advento dos canais de informação surgiu um novo leque de pivôs e comentadores que não obedecem a estas normas por as considerarem demasiado puritanas e próprias da velha guarda. Estamos em completo desacordo com esta nova vaga. A mensagem será mais bem apreendida se não forem usados grandes decotes ou ombros nus. Quanta mais pele estiver à mostra, mais facilmente se perde a mensagem, sobretudo se o receptor for um homem. Este facto só não é científico porque ainda ninguém se deu ao trabalho de estudar este fenómeno. Quando se diz que homens e mulheres são de planetas diferentes é porque, de facto, são completamente distintos. Por mais retrógrada que possa parecer esta visão é preciso ter sempre presente que, quando o transmissor apresenta uma imagem neutra, há uma maior probabilidade da mensagem ser absorvida na íntegra.

anteriormente descritos da cor. Deve ainda ser tida em conta a possibilidade de batimento.

Uma nota final para os linhos que ficam com aspecto enrodilhado e para outras roupas com efeito “desfiado”, rasgado, ou “gasto”, que traduzem um certo desmazelo na imagem que passam para casa. É preciso ter sempre presente que o objectivo é apresentar uma imagem cuidada, mas discreta. Desta forma, a moda deve ser tida em conta, mas nunca seguida de forma cega. As formas clássicas intemporais agradam a um maior leque de pessoas e não se corre o risco de ferir susceptibilidades.

Estar em estúdio implica também uma postura a que é preciso obedecer. O comentador não deve esquecer-se de que um *plateaux* informativo envolve uma certa reserva e cuidado. Não é o mesmo que estar numa conversa com amigos, ou em casa sentado confortavelmente na cadeira do escritório. Devem, por isso, ser afastadas as posturas demasiado relaxadas, em que o comentador aparece apoiado com um braço na cadeira, ou na mesa, e fica com um ombro acima, ombro abaixo. Por vezes, esta é uma técnica utilizada por alguns interlocutores da nossa praça, na tentativa de simular um certo “à vontade” que efectivamente não sentem e até traduzirem uma certa proximidade, mas é preciso não esquecer que a televisão implica um certo formalismo. O meio-termo, isto é, nem muito rígido, nem demasiado descontraído é a postura correcta.

Este bem vestir, bem-estar, bem parecer não fazem de um comentador automaticamente uma pessoa telegénica, mas ajuda!

Para além do cuidado com a apresentação, é preciso atentar no que se diz. Saber dizer bem é uma arte. Não se trata aqui de falar horas a fio como o faziam tradicionalmente Fidel Castro e Hugo Chávez (que ainda o faz!). Tempo em televisão é dinheiro, pelo que é fundamental ser conciso e claro. O comentador deve tentar ser simples, sem ser simplista. Aquilo que na gíria se chama um bom *soundbyte* ou uma boa “boca”, isto é, uma expressão sonante de fácil apreensão, que fica no ouvido e que as pessoas poderão mais tarde recordar-se e até reproduzir com facilidade, é privilegiado. O discurso deverá estar também bem estruturado, de forma a que as pessoas o possam seguir facilmente e tem de ter “substância”.

É importante o que se diz, o conteúdo, mas também como se diz. Não se trata aqui de utilizar a retórica dos antigos, mas é preciso ter especial cuidado com a dicção, ritmo e com o timbre da voz.

É crucial pronunciar muito bem as palavras. Um comentador que fale muito rápido, vai “comer” letras e tornar mais imperceptíveis as ideias que quer transmitir, até porque o telespectador não tem paciência para estar muito atento e faz *zapping*²⁴. Um tom de voz grave, pausado e calmo é mais agradável ao ouvido do que um agudo e agitado. Para além das regras básicas que é preciso respeitar, a linguagem utilizada deve evitar expressões típicas de determinadas regiões, que sejam incompreensíveis a toda a população.

Só do cruzamento deste bem falar e bem vestir com um discurso interessante, bem articulado, original e crítico é que o comentador adquirirá um capital mediático, alicerçado numa audiência fiel, que perpetuará a sua continuidade na estação televisiva.

²⁴ Por este motivo, um orador que tiver problemas de voz, nomeadamente se estiver semi-afónico ou demasiado rouco, deve abster-se de aparecer na televisão, porque o seu discurso será pouco inteligível.

Capítulo II – Mulheres em perspectiva: um olhar

1 - De “O sexo e a cidade” aos mitos religiosos

“As mulheres mudarão o mundo, sempre o fizeram. Mas muitas vezes, vezes de mais, ficaram nos bastidores. As nossas qualidades femininas devem revelar-se em todos os cantos da Terra. É este o tempo de pôr mãos à obra.”

Janne Haaland Matlány

Carrie, elegante como sempre, pisa firme o passeio da 5ª Avenida. Traz nos pés uns *Louboutin* de dez centímetros e ao ombro uma carteira *Louis Vuitton*, que lhe custou cinco mil dólares. Logo a seguir, seguem as suas amigas: Samantha, Miranda e Charlotte. Caminham com ar de quem é “muito mulher” e está satisfeito com isso; de quem gosta da sua condição; mais, de quem se orgulha do seu sexo, e não raras vezes, “serve-se” do outro sexo, o chamado sexo forte, apenas para... sexo!

A série *O sexo e a cidade*²⁵ ultrapassou as fronteiras da televisão e chegou ao cinema, tal o sucesso que alcançou. O enredo é simples, sem grandes artifícios. *O sexo e a cidade* é a história de um grupo de quatro amigas, nova-iorquinas, que vão discorrendo sobre os problemas que as afectam e a forma como se relacionam com o sexo oposto, sendo que cada uma encarna um estereótipo. Carrie Bradshaw, a personagem principal, escreve sobre sexo e relações, para um jornal. Tem uma complicada relação com o homem da sua vida, Mr. Big, com quem acaba por casar. Samantha Jones é uma publicitária de sucesso, interessada em gozar a vida e aproveitar o momento, deixando para segundo plano uma relação estável. Miranda Hobbs é uma advogada cínica, que se recusa a ficar solteira e, como tal, luta contra os preconceitos sociais para manter viva a chama de uma relação. Mais tarde, deparar-se-á com a difícil tarefa de conciliar o trabalho com o papel de mãe e mulher. Charlotte McDougal, numa primeira fase, é encarregada de uma galeria de arte. É pudica e até um pouco conservadora, no que diz respeito ao sexo e à paixão, mas nunca perdeu a esperança de encontrar o verdadeiro amor. Encontrá-lo-á mais tarde e deparar-se-á com outros problemas, como a dificuldade de engravidar e a adopção de filhos. Frequentemente, Charlotte, mais “antiquada”, fica chocada com Samantha, dado que esta é uma autêntica predadora de homens, assumindo aqui um papel tradicionalmente masculino. Cada uma, com as suas próprias vicissitudes, aproveita a vida que tem, nunca descurando a

²⁵ Há outras séries como *Donas de Casa Desesperadas*, que também têm muita audiência. São programas vistos sobretudo por mulheres de meia-idade, cidadinas e com algumas posses económicas.

amizade, que assume aqui um papel fundamental. São mulheres modernas, independentes, livres, bonitas, socialmente bem vistas, que não dependem de ninguém, a não ser de si e do seu trabalho. São mulheres bem resolvidas e satisfeitas consigo próprias.

Terá sido este aspecto, provavelmente, que fez desta série um caso de sucesso, com milhares de fãs, mulheres que, com muita probabilidade, se “transportam” para os papéis das heroínas, encontrando, desta forma, uma espécie de libertação, que está muito longe das suas vidas reais. Aliás, numa espécie de extrapolação poderemos dizer que este enredo ilustrará, porventura, o futuro de apenas uma certa classe de mulheres. As diferenças relativamente ao presente de milhares de mulheres são, efectivamente, abissais, mas antes de reflectirmos sobre a realidade, façamos um *flashback* cronológico, até tempos imemoriais. Tal exercício será útil para vermos, não só a evolução que a imagem da mulher tem sofrido ao longo dos séculos, mas também para perceber que muitos “males” (entenda-se, defeitos) com que, ainda hoje, as mulheres são conotadas estão presentes desde sempre.

As guerras de sexo, poder e supremacia do homem sobre a mulher, as imagens e os estereótipos que perduram sobre o “sexo fraco” ou o “belo sexo”, recuam à religião e às mais remotas tradições mitológicas. Com efeito, quando retrocedemos até à criação do mundo, encontramos reproduções de clichés -construídos *a posteriori* por homens- que identificam alguns males da humanidade com o sexo feminino. Tal reconhecimento implica, como consequência directa, a necessidade de submissão de um ser “inferior” a outro historicamente “superior”. É assim desde sempre. Vejamos com mais detalhe os primórdios da criação do mundo, na acepção religiosa.

A estória fez-se história na Bíblia, mas ainda antes de aí recorrermos é bom não esquecer a existência de Lilith. Numa versão da bíblia anterior à Vulgata, Lilith é apresentada como a primeira mulher de Adão. Foi moldada a partir do barro como o marido, mas cedo se insurgiu contra a autoridade de um ser que pensava semelhante. Lucía Etxebarria, em *A Eva do Futuro*, transcreve a passagem da “cisão”: “*Depois de o Senhor ter criado o primeiro ser humano, Adão, criou uma mulher que também foi moldada com argila e chamou-lhe Lilith. Adão disse: ‘Foste feita para estar abaixo de mim, e eu para ser teu superior’. E Lilith respondeu: ‘somos iguais os dois porque ambos nascemos da terra.’*” (Alphabeth of Ben Sira, 23 a-b, *apud* Etxebarria, 2001: 111). Lilith acabou por fugir do Jardim do Éden e abandonou o marido, naquela que terá sido a primeira disputa sobre a igualdade dos sexos. Lilith representa a liberdade de

escolha e o direito de cada mulher se rebelar contra o seu destino e procurar uma vida diferente, uma vida melhor. Neste sentido, Lilith terá sido também a primeira mulher a revoltar-se contra o sistema patriarcal. Reza a história que Adão ficou sozinho no Paraíso, o que terá levado Deus a ter piedade da sua “obra”. Adão caiu num “profundo sono” e Deus terá criado, então, uma segunda mulher, Eva, a partir de uma costela daquele.

No relato bíblico do livro do Génesis estes seriam os pais da humanidade. Todavia, o paraíso não terá sido suficiente e desobedecendo às ordens expressas de Deus, Eva cedeu à tentação da serpente e comeu uma maçã, dando-a depois a provar a Adão. O pecado original teve pois origem numa mulher, porque, a partir daqui, o casal foi expulso do Jardim do Éden. De acordo com a tradição cristã, Adão, mas sobretudo Eva, é responsável por todos os males da humanidade, dado que, com a sua desobediência, rejeitou a perfeição e votou a humanidade aos erros, ao sofrimento e à morte. Eva representa, assim, uma mulher volátil, caprichosa, desobediente, pecadora, causadora de muito mal.

Nos antípodas de Eva e de Lilith, aparece a figura de Maria, mãe de Jesus. Maria casou com José, mas fez da virgindade uma virtude. Nos compêndios históricos é relatada a vida de uma mulher verdadeiramente devota e corajosa, que teve a graça de conceber Jesus sem nunca ter caído no pecado da carne. Acerca da sua virgindade há, no entanto, diferentes versões. Os cristãos católicos, protestantes e ortodoxos acreditam que Maria era virgem quando deu à luz, mas apenas a Igreja Católica e os ortodoxos crêem que Maria ficou perpetuamente virgem. De uma forma ou de outra, Maria encarna como valores a pureza, a beleza, a graça de um ser superior, e características como boa mãe, protectora, etc. O que mostra que a mulher é desde sempre objecto de vários retratos sendo estes, no entanto, genericamente falando, prejudiciais à sua imagem.

De facto, poderíamos continuar a discorrer sobre outras figuras bíblicas e personagens da mitologia grega e romana, como Maria Madalena, Cleópatra, Medeia ou Jocasta e facilmente perceberíamos aquilo que aqui apenas se entrevê: ao longo da história da humanidade houve sempre uma forte identificação da mulher com aquilo que é mau, demoníaco e quase sempre inferior.

A este propósito, não deixa de ser interessante analisarmos os valores que tradicionalmente são associados às mulheres. Uma pessoa do sexo feminino costuma ser idealizada (para tal, não será alheio o papel dos poetas que, durante séculos, assim as

cantaram!) como sendo passiva, dócil, obediente, solidária, cuidadora, carinhosa, bela, queixosa, pouco inteligente, emocional. Como resume Pierre Bourdieu, “*espera-se delas que sejam “femininas”, quer dizer sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, reservadas, senão apagadas. E a pretensa “feminidade” não é muitas vezes mais que uma forma de complacência perante as expectativas masculinas, reais ou supostas, nomeadamente em matéria de crescimento do ego*” (1999: 57).

Durante séculos estes estereótipos funcionaram como uma espécie de camisa-de-força para as mulheres, obrigadas que estavam a corresponder às expectativas existentes. Como afirma Valérie Toranian, “*a virtude pesa toneladas nos nossos ombros, mas coisa pouca na balança*” (2005: 11).

Actualmente, olhamos para este retrato com um olhar distante, mas é bom não esquecer que estas imagens das mulheres (construídas por homens!) ainda perduram em algumas mentalidades.

Além do mais, é preciso sublinhar uma aparente duplicidade, dado que esta construção implica sempre um duplo olhar sobre a mulher “*o feminino implica, ao mesmo tempo, criação e destruição. Não existe bem sem mal, yin sem yang, princípio sem fim.*” (Etxebarria, 2001: 113).

Entre as figuras de que agora falamos e as do século XXI, com que começamos este capítulo, não haverá dúvidas de que as feministas preferem as últimas. Mas quem são estas feministas? O que é no dealbar deste novo século, o feminismo? Será esta uma temática em vias de extinção? Estarão estas mulheres, hoje, com o advento das novas classes profissionais, e de uma nova vida para as mulheres, a esquecer uma luta que dura há vários séculos?

Efectivamente, no imaginário de todo o Homem, as feministas hoje são vistas como mulheres duras, que repudiam os seus semelhantes do sexo masculino e que os encaram como os “inimigos”. A importância das várias correntes de feminismo ao longo dos séculos é inegável, mas também temos de admitir que podem ter sido cometidos erros, que estão hoje na origem de muitos problemas.

Nas próximas páginas vamos discorrer sobre a histórica dominação masculina e a luta de milhares de mulheres contra uma ordem tida como natural.

2 - História do feminismo: do passado....

“É tacanhez mental o facto de os seus companheiros privilegiados afirmarem que elas deveriam dedicar-se exclusivamente a fazer bolos e tricotar meias, a tocar piano e a bordar. É insensato condená-las ou rirem-se delas se procuram fazer mais coisas ou aprender mais do que aquilo que o costume determinou que é necessário para o seu sexo.”

Charlotte Brontë

A mulher desde sempre foi dominada pelo homem, permanentemente assumiu o papel de vítima. Com efeito, *“há vários séculos, de facto, que nos interrogamos por que motivo as sociedades distinguem hierarquicamente homens e mulheres (...) consensual é apenas a ideia (...) de que não há uma sociedade onde as mulheres tenham mais poder efectivo do que os homens”* (Simões, 2007: 19).

Cedo, por isso, apareceu o feminismo, encarado aqui em sentido lato. Ana de Miguel Álvarez (2002) divide em três períodos históricos o movimento feminista: o feminismo pré-moderno; o moderno; e o neofeminismo.

É nos grandes períodos de ruptura e mudança que se quebra a ordem pré-estabelecida e se abre espaço a novas discussões. Assim, *“pode afirmar-se que foi nos períodos do Iluminismo e nos momentos de transição para formas sociais mais justas e libertadoras que surgiu com mais força a polémica feminista.”* (Álvarez, 2002: 10). O renascimento italiano trouxe à luz a importância da educação e levantou a questão da natureza dos sexos e dos deveres e direitos de cada um. Ainda assim, parece consensual que a Itália de Boccaccio, Dante e Petrarca, não abriu espaço às mulheres, continuando o sexo feminino a ser visto como um sexo subalterno. Na Idade Média, aliás, a educação e a cultura eram um bem escasso e privilégio apenas de uma pequena minoria de homens. As mulheres de alta casta eram quase sempre analfabetas, mas eram-lhe reservados papéis como o de ficar em casa a dar ordens aos servos, a bordar, ou simplesmente a pôr em dia, com as amigas, as coscuvilhices da corte. As mulheres do povo também eram analfabetas, mas tinham uma vida bem mais difícil, dado que deveriam ocupar-se das profissões consideradas menores. O sociólogo francês, Pierre Bourdieu, traça o retrato: *“as regularidades da ordem física e da ordem social impõem e inculcam as disposições excluindo as mulheres das tarefas mais nobres (conduzir o arado por exemplo), atribuindo-lhes lugares inferiores (a berma baixa da estrada ou do talude), ensinando-lhes o modo de manterem o seu corpo (quer dizer por exemplo*

curvadas, os braços apertados diante do peito, diante dos homens respeitáveis), fixando-lhes as tarefas penosas, baixas e mesquinhas” (1999: 21). Durante vários séculos, esta era a ordem pré-definida e inconscientemente assimilada, quer por homens, quer pelas próprias mulheres. Não raras vezes, as mulheres eram consideradas como seres desprezíveis, ignoradas e votadas ao esquecimento. Quando eram recordadas, muitas vezes, eram-no por maus motivos.

Precisamente na altura em que nascia a reforma protestante, muitas mulheres curandeiras ou parteiras, foram perseguidas na chamada «caça às bruxas». Entre 1550 e 1650, cerca de 100 mil mulheres terão sido queimadas, apenas porque tentavam ajudar os doentes e as grávidas! Dito de outra forma, a reforma protestante e a idade da Razão, que deveriam reforçar o papel da mulher, enquanto esposa e mãe, acabaram por fortalecer o papel do homem e fortificar uma sociedade patriarcal.

Volvidos alguns anos, em pleno século XVIII, os salões franceses organizaram-se como um tipo de “anfiteatro”, que dava voz à opinião pública. Aqui, as mulheres ganharam visibilidade e criaram o Preciosismo, um movimento literário. O problema das mulheres e do feminismo começa a ser discutido num fórum mais alargado, deixando de ser apenas objecto de discussão de teólogos e moralistas.

Em plena Revolução Francesa, e no auge do movimento ainda agora citado -o das preciosas-, começaram a aparecer obras de autores, como Poulain de la Barre, que defendiam a igualdade sexual. As premissas iluministas plasmadas, em 1789, na Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, no seu artigo 1º, consideram que “*os homens nascem e são livres e iguais em direitos*”. Cedo acontece, porém, que as mulheres percebem que não têm os mesmos direitos dos seus pais, irmãos e maridos. Começam, por isso mesmo, a revoltar-se e a impor-se numa sociedade profundamente machista. Ganham força, após a tomada da Bastilha, e iniciam um movimento armado, de forma a fazerem parte da vida política. São criados clubes de mulheres, que defendem, inclusive, o direito destas de fazerem parte do exército. No entanto, a sociedade francesa ainda estava “atrasada”. Faltou-lhe coragem (e coerência!) para assinar a petição de Condorcet, que defendia a mesma educação para mulheres e homens. “*Depressa se comprovou que uma coisa era a República agradecer e condecorar as mulheres pelos serviços prestados e outra estar disposta a reconhecer-lhes qualquer função além da de mães e esposas (dos cidadãos)*” (Álvarez, 2002: 21).

Ao contrário do que se esperava, a Revolução Francesa acabou por ser uma desilusão para o feminismo. Os clubes de mulheres foram fechados e a sua presença

proibida na política. Se algum “espécime” feminino fosse apanhado a subverter a “lei natural” (o de mãe e esposa), imposta pelo código civil napoleónico, o destino era a forca.

No século XIX, o feminismo ganha uma identidade própria. É a primeira vez que aparece como um movimento social de carácter internacional. Ao mesmo tempo, desempenha um papel importante no seio de outros movimentos, como o socialismo e o anarquismo. O Capitalismo levou a que milhares de mulheres do proletariado comessem a trabalhar nas fábricas. Eram mão-de-obra barata e submissa. O facto de começarem a trabalhar não significava, no entanto, uma melhoria da vida, dado que estas viviam em condições miseráveis e deploráveis, e continuavam sem acesso a quaisquer direitos civis e políticos. Pelo contrário, as mulheres da burguesia viviam desafogadamente, mas também tinham problemas. Moravam em casa dos maridos como se fossem prisioneiras, até porque elas próprias eram encaradas também como propriedade dos homens. Descontentes, estas mulheres começaram a reivindicar a igualdade entre os sexos e a universalização de valores democráticos e liberais para todos. Passaram a ser chamadas de sufragistas, porque o direito ao voto foi o primeiro passo desta revolução social.

Nos Estados Unidos da América, as mulheres começaram a votar em 1920. Na Europa, regra geral, um pouco mais tarde. A primeira inglesa votou em 1928. Em Portugal, o voto só se estendeu às mulheres três anos mais tarde e ainda assim com muitos condicionalismos. Só era permitido o voto às chefes de família, ou seja, às viúvas, divorciadas e separadas de pessoas e bens, com família própria e ainda àquelas que estivessem casadas, mas cujos maridos se encontrassem no estrangeiro ou nas colónias. Não obstante, só o podiam fazer as mulheres que tivessem completado o ensino secundário ou fossem titulares de um curso superior, com certificado.

Enquanto corrente que defende o bem-estar da humanidade, o Socialismo utópico não podia ignorar metade da população e a situação miserável (e miserabilista) em que vivia. Assim, a situação da mulher passou a ser considerada um factor de análise do desenvolvimento da sociedade. O celibato e o casamento indissolúvel passaram a ser considerados *“como instituições repressoras e causa de injustiça e infelicidade”* (Álvarez, 2002: 29).

O Socialismo marxista estudou a origem de séculos de discriminação e considerou que o problema estava, não nas diferenças biológicas entre um e outro sexo, mas na sociedade. A emancipação das mulheres estaria, assim, intimamente ligada ao

trabalho nas fábricas e à independência económica. O feminismo, em pleno capitalismo, era, no entanto, uma questão menor para os socialistas. Com efeito, os “camaradas” defendiam a tese da emancipação das mulheres, mas não a consideravam uma questão prioritária.

O movimento anarquista abordou também o incontornável tema das mulheres e a luta pela igualdade. As anarquistas estavam convencidas de que as mulheres “*se libertariam graças à sua própria força e esforço individual*” (Álvarez, 2002: 34). Passaram a auto-designarem-se de “mulheres livres” e a contestar as hierarquias e o estado.

Simone de Beauvoir e Betty Friedan foram fundamentais no ressurgimento do feminismo, nos anos 60 e 70. A norte-americana Friedan estudou o descontentamento das suas concidadãs e a tradução deste em problemas pessoais, como a depressão e o alcoolismo. O feminismo liberal pôs a ênfase na exclusão de mulheres da esfera pública, defendendo a necessidade de reformas liberais, que incluíssem as mulheres no mercado de trabalho, em situação de igualdade. Desde logo, porém, começou a aparecer um grupo de radicais que deu origem ao feminismo radical, criando uma cisão entre as “feministas políticas” e as “feministas”. “*As contradições de um sistema que tem a sua legitimação na universalidade dos seus princípios, mas que na realidade é sexista, racista, classista e imperialista, motivaram a formação da chamada Nova Esquerda e diversos movimentos sociais radicais*” (Álvarez, 2002: 39). As mulheres tomaram consciência da sua opressão e avançaram para a primeira decisão política do feminismo: criaram o Movimento de Libertação da Mulher. Numa primeira fase, eram todas radicais, por oposição às feministas liberais, defendendo uma posição “anti-sistema”. Desenvolveram uma organização independente dos homens, mas cedo este grupo se dividiu, entre as “políticas” e as “feministas”. Assim, “*enquanto as mais feministas pugnavam por fazer entender às políticas que a opressão das mulheres não é somente uma simples consequência do Sistema, mas um sistema específico de dominação em que a mulher é definida nos termos dos homens, as políticas não podiam deixar de ver os homens como vítimas do sistema e de enfatizar o não confronto com eles*” (Álvarez, 2002: 41-42). Esta cisão marcou a história do neofeminismo não só nos Estados Unidos, mas também na Europa.

As radicais começaram a analisar as relações de poder, no seio familiar, e identificaram-nas como “*centros de dominação patriarcal*” (Álvarez, 2002: 43). A opressão era, sobretudo, psicológica e os homens recebiam do sistema dominante,

patriarcal, favores económicos e sexuais. Esta corrente do feminismo evidenciou-se também pela criação de grupos de auto-consciência, onde cada mulher discorria sobre as discriminações de que era alvo. Deste modo, a teoria era construída a partir das próprias vivências e não de ideologias pré-estabelecidas. Foram também desenvolvidos centros alternativos de ajuda e auto-ajuda, fundadas creches e abrigos para mulheres maltratadas. Ao mesmo tempo, as feministas apostavam também nas mediáticas manifestações activistas. A queima de *soutiens* e espartilhos em público e a sabotagem de uma comissão sobre o aborto, formada quase exclusivamente por homens, ficou para a posteridade. Mas as feministas radicais sucumbiram a um dos seus próprios princípios. A falta de uma estrutura hierárquica e a igualdade entre mulheres fizeram com que o permanente debate interno e a consequente divisão que criava levassem à extinção das feministas radicais, a partir de meados dos anos 70. Na barra cronológica dos movimentos feministas, há tempo ainda para destacarmos uma nova aliança entre o feminismo e o socialismo, que busca uma fusão entre o estudo da classe, género e raça. Todos estes avanços e recuos provocaram, necessariamente, algumas feridas na sociedade que ainda hoje não cicatrizaram.

2.1 - ...ao presente.

Que feminismo temos hoje?!

“There is no single feminist perspective, and feminist theories and programs for social change sometimes differ quite substantially from one another. Still, there are certain common assumptions within feminism”

Margaret L. Andersen

O velho feminismo, tal qual é apresentado, na resenha histórica da professora universitária Ana de Miguel Álvarez, morreu, ou pelo menos, foi suplantado por outras preocupações, bem mais prementes, dado o desenvolvimento do mundo moderno. Na sociedade em que vivemos, este feminismo é visto, de certa forma, como uma ideologia repressiva. Como aponta Lucía Etxebarria, *“impera um conceito monocromático, unidimensional, do feminismo que se identifica com o feminismo separatista, a corrente mais radical do feminismo dos anos 70”* (2001: 13-14). Por sua vez, Janne Matlary reforça o papel que teve o feminismo dos anos 70, mas aponta-lhe algumas críticas: *“o principal problema do velho feminismo foi, de facto, a falta de uma visão antropológica baseada no reconhecimento das diferenças entre os sexos. Enquanto o feminismo «igualitário» pretendia uniformizar os sexos, levando as mulheres a imitar os homens,*

o feminismo «de género» dos nossos dias assenta na preposição ontológica de que a masculinidade e a feminilidade são construídas socialmente” (2002: 17). No mesmo sentido continua Pierre Bourdieu, sendo, no entanto, mais incisivo: *“o princípio da perpetuação das relações de força materiais e simbólicas que aí se exercem situa-se no essencial fora dessa unidade, em instâncias como a Igreja, a Escola ou o Estado e nas suas acções propriamente políticas, declaradas ou ocultas, oficiais ou oficiosas”* (1999: 99).

Disto concluímos que a tese então defendida, que advogava que as mulheres tentassem “ser como os homens”, não é a mais adequada. Cada um tem as suas especificidades e há que respeitar o espaço de todos. É, por isso, urgente redefinir os objectivos do feminismo, até porque este *“engloba-se numa ideologia progressista em que se integrariam também a luta contra o racismo, a xenofobia ou a homofobia”* (Etxebarria, 2001: 14).

Num livro escrito na primeira pessoa, Lucía Etxebarria aborda, de forma original, a questão do feminismo nos nossos dias. Diz a autora que *“ser feminista não quer dizer odiar os homens nem, é claro, ser lésbica. Também não implica renunciar ao soutien, ao batôn, aos saltos altos finos e aos brincos. Trata-se de reivindicar o poder das mulheres e o direito de cada uma de nós utilizar esse poder segundo os nossos próprios termos.”*²⁶ (2000: 13).

É inegável que o feminismo e as feministas assumem hoje uma nova roupagem e encaram o problema de forma muito menos fundamentalista. Há várias autoras que usámos, neste estudo, que falam da necessidade de uma reformulação deste conceito. Aliás, não deixa de ser singular que, hoje em dia, já seja raro encontrar uma mulher que se defina como feminista, dada a carga pejorativa que o substantivo adquiriu. Com a sua escrita peculiar, Valérie Toranian aborda este problema: *“ser feminista, que raio de ideia! O feminismo é um doente que se arrasta. Ele perdeu-se pelos trilhos escarpados e fastidiosos da sua teoria”* (2005: 79).

O problema da mulher é, então, um problema global, da humanidade. É preciso, por isso, fazer, desde já, com que as mulheres deixem de falar nesse plural feminino

²⁶ O problema é que o poder parece ser, desde tempos imemoriais, mais apelativo para os homens do que para as mulheres. Genericamente falando, o poder está relacionado com a exclusividade, ou melhor com a escassez. O monarca, por exemplo, exercia a sua autoridade de forma vitalícia e depois esta era passada para o seu primogénito. Digamos que o poder era (é) um bem escasso e se alguém o quisesse teria de o tomar à força. Ora essa guerra, essa luta, que ainda hoje está associada à palavra poder, não parece despertar muito interesse nas mulheres que, apesar de guerreiras, não pretendem guerrear por aquilo que consideram “menor”. E estamos, como é óbvio, a fazer aqui uma generalização, porque é claro que há mulheres que ainda assim gostariam/gostam de ter (o) poder!

“nós as mulheres” e escapar ao corporativismo, que foi necessário noutros tempos, mas que agora é contraproducente. As militantes feministas já tiveram o seu tempo. Agora, quando muito, é preciso uma militância da sociedade para que, de facto, as mulheres atinjam a igualdade em todos os campos, e não apenas perante os olhos da lei.

Se insistirmos em utilizar o termo feministas, poderemos dizer que a feminista de hoje será aquela que quer ser tratada apenas como uma pessoa, como todas as outras, e quer ter uma palavra nos assuntos que lhe dizem respeito, como a contraceção, o aborto, as licenças de parto, a eutanásia. É que ser mulher é também estar consciente das suas diferenças e saber tirar partido delas, aproveitando da melhor forma possível a existência quotidiana. Por isso, a redefinição da imagem que a mulher tem de si própria está em curso e faz com que ela se veja *“não como o meio para realizar os objectivos de outros: os seus feitos, os seus filhos, a sua família, os seus chefes ou os seus parceiros amorosos”* (Etxebarria, 2001: 15).

3 - A mulher em transformação

“Por detrás de uma grande mulher há sempre uma grande mulher: ela própria!”
Lucía Etxebarria

Victoria Camps estuda o feminismo com um novo olhar e, para além de identificar aqueles, que na sua opinião, são os maiores problemas, aponta soluções. A autora catalã diz que é preciso adaptar as reivindicações do discurso feminista e encontrar novas ideias, até porque *“a igualdade até hoje alcançada é bastante satisfatória, mas não o é completamente”* (2001: 11). Os números não enganam: *“entre 1970 e 1990, a quota de participação (feminina) na força de trabalho aumentou globalmente. No mundo ocidental atinge cerca de 40 por cento.”* (Matlary, 2002: 105). Mas a este crescimento brutal não corresponde o reconhecimento da competência e do mérito da mulher. Na origem do problema estão duas dificuldades: *“1) a mulher continua a ser discriminada na vida privada e mantém-se uma divisão do trabalho muito tradicional, com poucas mudanças; 2) o acesso da mulher a cargos e postos de maior responsabilidade avança com excessiva lentidão”* (Camps, 2001: 11).

Actualmente, a mulher tem juridicamente os mesmos direitos (e deveres) do homem. Porém, apesar de a lei equiparar os dois sexos, no dia-a-dia a mulher continua a ser confrontada com estereótipos e costumes que a sobrecarregam e, ao mesmo tempo, continuam a justificar a utilização do epíteto “sexo fraco”, pelo chamado “sexo forte”.

Após uma longa jornada de trabalho, a mulher quase sempre entra em casa e começa uma segunda jornada tão ou mais exigente que a primeira. É preciso fazer o jantar, pôr a mesa, brincar com os filhos, ajudá-los a fazer os trabalhos de casa, dar-lhes banho, deitá-los, preparar o lanche para o dia seguinte, passar a ferro, lavar a loiça, pôr a máquina a lavar e a lista interminável de afazeres continua. Em grande parte dos lares, subsiste ainda uma visão machista, de que estas são “tarefas da mulher”, pelo que esta se não consegue realizá-las, auto-recrimina-se e sente-se culpada. O dia-a-dia é difícil e duro, mas ela tenta conciliar os três papéis (o da maternidade, carreira profissional e o de esposa) de forma quase estóica.

Com efeito, em pleno século XXI, as mulheres continuam longe dos centros de decisão e dos cargos de chefia e as que optam por ficar em casa a tomar conta dos filhos (como acontece frequentemente nas sociedades nórdicas, nos primeiros anos de vida das crianças) são frequentemente ignoradas e até desprezadas. Por vezes, são até olhadas com uma certa condescendência, não só pelos homens, como pelas suas semelhantes. Conciliar o papel de mãe com o de profissional é uma tarefa hercúlea, porque sem divisão de tarefas, o trabalho doméstico é um segundo trabalho, muitas vezes mais exigente que o próprio emprego. Frequentemente num beco sem saída, a própria mulher tem de escolher entre a maternidade e a carreira profissional, porque lhe são impostos muitos entraves. Mas é bom não esquecer que, poucas mulheres se podem dar ao luxo de deixar de trabalhar, para ficar em casa a tratar dos filhos. A somar a isto, é preciso ainda acrescentar que o facto de uma mulher ser mãe dota-a de várias competências, que podem ser valorizadas no trabalho, como a capacidade de organização.

A igualdade de oportunidades não existe frequentemente, mas é sobretudo no trabalho que esta manifesta, de forma mais violenta, a sua não existência. Efectivamente, em teoria, uma mulher pode ter como profissão qualquer uma que deseje, mas na prática há profissões tradicionalmente masculinas, de muito difícil acesso. É o que acontece nas profissões de topo, tal como veremos mais à frente. As mulheres quase nunca ascendem aos mais altos lugares hierárquicos de uma empresa, de uma instituição pública ou até de um governo. Isto deriva de vários factores. Um dos quais prende-se com o facto de serem homens as pessoas que estão nas posições cimeiras e nomeiam os novos membros. Ora, estes tendem a perpetuar os da sua espécie, mesmo que inconscientemente, até porque “*as próprias posições sociais são sexuadas, e sexuantes*” (Bourdieu, 1999: 83). O homem não quer perder protagonismo e, portanto, não se guia apenas pelo mérito dos candidatos. Resumindo, querem reinar,

sem partilhar. O sexo do concorrente está sempre presente e são, por vezes, encontradas “desculpas” para não escolher uma mulher, como “as mulheres são mais difíceis, mais conflituosas, vão criar mau ambiente!”.

Victoria Camps aponta uma segunda razão para o afastamento das mulheres do poder, com a qual estamos plenamente de acordo. Muitas vezes, são as próprias mulheres a pôr entraves à sua ascensão na carreira profissional. Ter um cargo de chefia pode exigir demais da mulher. Dito de outra forma, pode exigir que ela descure a família, os filhos, a casa. A mulher é, por natureza, um ser insatisfeito, que tenta chegar a todo o lado e satisfazer todos, pelo que se a factura a pagar pela sua “emancipação profissional” for deitar fora uma cultura feminina secular ela poderá recusar as oportunidades, que eventualmente se lhe apresentem, e “contentar-se” em ser, apenas, uma assalariada indiferenciada, com poucos “direitos”, mas também com poucas “obrigações”. Além de que, por vezes, quase parece que a mulher sofre de um mal genético, em que as dúvidas e as incertezas que a perseguem levam, em certas ocasiões, a uma total falta de ambição profissional. A questão é tanto mais complicada quanto “o acesso ao poder (...) coloca as mulheres numa situação de *double bind*: se agem como homens, expõe-se a perder os atributos obrigatórios da “feminidade” e põe em questão o direito natural dos homens às posições de poder; se agem como mulheres, parecem incapazes e inadaptadas à situação” (Bourdieu, 1999: 58).

Toranian sintetiza a questão: “*que queremos nós verdadeiramente? Continuar onde estamos ou batermo-nos pelo nosso lugar? Coloquemos a questão honestamente. Estaremos prontas a defrontar os desafios, a tomar o poder? (...) trabalhar menos, ocupar-se de si mesma, privilegiar a sua qualidade de vida, não será isso um objectivo mais nobre?*”(2005: 15).

Além do mais, há ainda a ter em conta as dificuldades da economia global em que vivemos. Com as taxas de desemprego a níveis bastante altos e a atingir em Portugal uns históricos 12,3 por cento²⁷ o desemprego penaliza a franja da população que, por norma, tem mais dificuldades em afirmar-se no mercado de trabalho: as mulheres²⁸

²⁷ Dados do *Eurostat*, referentes a Julho de 2011. Portugal, com níveis de desemprego historicamente baixos, alcançou agora o “top 5” dos países europeus com mais desempregados.

²⁸ Em Portugal, as mulheres, apesar de possuírem um nível médio de escolaridade superior ao dos homens, continuam a ser as mais atingidas pelo desemprego, nomeadamente em períodos de crise. No quarto trimestre de 2010, em cada 100 desempregados, 52 eram mulheres. Contudo, se a análise for feita por níveis de escolaridade conclui-se que em cada 100 desempregados com o ensino básico 48 eram mulheres, mas já em cada 100 desempregados com o ensino secundário 59 eram mulheres, e em cada 100 desempregados com o ensino superior 66 eram mulheres (a análise do nível de escolaridade nos homens e nas mulheres será feito mais à frente nesta dissertação). De tudo isto se conclui,

Como consequência temos uma realidade no mínimo preocupante, “*quando o desemprego (...) atinge taxas muito elevadas e a precariedade afecta uma parte muito importante da população (...) o trabalho torna-se uma coisa rara, desejável a qualquer preço, que põe os trabalhadores à mercê dos empregadores e estes, como podemos verificar todos os dias, usam e abusam do poder que lhes é dado*” (Bourdieu: 1998, 116). O belo sexo é ainda conotado, com demasiada frequência, com o “sexo fraco” e, portanto, é facilmente alvo de assédio e violência sexual. Muitas vezes, as mulheres são vistas como objectos sexuais, sobretudo pela população mais velha e resistente aos ventos de mudança, que continua a pensar (mesmo que não o diga em voz alta, porque já não é socialmente aceitável afirmá-lo!) que o lugar da mulher é em casa.

Simone de Beauvoir²⁹ entendia que as mulheres deveriam “masculinizar-se”, de forma a serem encaradas como seres iguais. Assim, as mulheres renunciariam à família e aos filhos para dirigirem os seus esforços para a luta feminista ou para a carreira profissional. Vários anos volvidos, a sugestão de Victoria Camps parece-nos bem mais razoável. Defende a investigadora que há que “feminizar” os homens, e como tal, a sociedade. Tal seria feito transformando em domínio público aquilo que até agora tem sido do foro privado, como cuidar dos filhos e dos idosos. A transferência de valores tradicionalmente femininos para a sociedade valorizaria qualidades e tarefas tipicamente das mulheres, mudando as concepções que uns e outros têm sobre estes domínios. Dever-se-ia também mudar a forma de fazer política, de forma a que a vida pública se conjugasse mais facilmente com a privada, fazendo com que jovens casais não abdicuem, no presente e no futuro, de ter filhos, para singrarem no mercado de trabalho.

que um maior nível de escolaridade para as mulheres é, infelizmente, sinónimo de maior desemprego. A mulher ocupa um lugar fundamental a nível de criação de riqueza e de contributo para o desenvolvimento do País, mas continua a ser discriminada.

²⁹ É curioso aqui reparar que, apesar da sua importância, quase sempre quando se fala de Beauvoir é dito «a companheira de Jean-Paul Sartre». É quase como se ela não existisse por si só, apenas enquanto mulher, feminista e autora de uma vasta e importante bibliografia, mas também –e sobretudo– enquanto lendária companheira do famoso filósofo e prémio Nobel da Literatura!

4 - A mulher no século XXI

“O século XXI será o século das mulheres”
Victoria Camps

Casos como o da mulher soldado Lynndie England são a excepção que confirma a regra. A mulher soldado³⁰ norte-americana foi notícia em jornais televisivos, por ter sido filmada, tal como os seus colegas homens, a humilhar e maltratar prisioneiros iraquianos. Nas imagens que correram o mundo, ela apareceu a segurar um homem por uma trela e a rir da vexação a que foram submetidos vários prisioneiros, nus e encapuzados. A forma desumana como parece desfrutar da situação destrói um pouco o mito da bondade e da inocência, que é hábito atribuírem às mulheres. Bem mais graves, que este acontecimento isolado, são os actos kamikazes das mulheres palestinianas. A partir de 2002, as mulheres foram “incentivadas” pelo Hamas e pela Jihad Islâmica a tornarem-se mártires, sacrificando a própria vida por uma causa comum. À utilização de Kamikazes femininas neste tipo de acto, não terá sido alheia o forte simbolismo que a mulher tem. O facto de ser mãe, filha, de historicamente estar conotada com a generosidade, e até com uma certa humanidade, confere-lhe um peso maior. Ao mundo ocidental dificilmente passará despercebida uma mulher que se faz explodir, para chamar a atenção para uma causa que considera justa.

Destes casos não devem ser retiradas conclusões precipitadas. Eles não são consequência de nenhuma tentativa de imitação dos homens, nem são resultado da emancipação da mulher. Trouxemo-los apenas a lume, para mostrar quão complexa é esta questão e para tentar “mudar” um pouco a imagem, que ainda hoje a mulher carrega. Estes episódios servirão, também, para alertar para aquilo que pode ser considerado uma verdade de *la Palice*, mas é por vezes olvidada. O mundo está, de facto, em mudança, só que esta é tão lenta, que quase não se dá por ela. O dia-a-dia é feito, com efeito, de episódios bem mais “corriqueiros”, como temos visto.

Valérie Toranian formaliza a questão que vai na cabeça de milhares de mulheres, mas que poucas ousam proferir: “*A sociedade, tão orgulhosa por nos ter concedido os nossos direitos, afiança-nos que está disposta a virar costas aos séculos de domínio masculino e estende-nos os braços. Porque não deixá-la andar?*” (2005: 11). Logo a seguir dá a resposta para a própria pergunta “*Porque é um jogo de enganar*” (2005: 11). Assim é.

³⁰ A propósito desta palavra, não deixa de ser ilustrativo o facto do substantivo soldado existir apenas no género masculino.

Na época de transição em que vivemos, nunca a pressão e as expectativas em relação às mulheres foram tão fortes. Todavia, seja porque são boicotadas pelos “vilões” do enredo, seja porque as próprias se demitem (ou afastam), elas não estão a desempenhar o papel de protagonistas, que parece ter sido traçado a régua e esquadro para as mulheres. O poder continua arredado das mulheres. Esta é, pensamos, uma realidade reconhecida por todos. Tanto mais que se repetem até à exaustão, no interior, como no litoral, nas grandes, como nas pequenas empresas, no mundo empresarial, como no governo, os sinais de uma “desigual igualdade”, traduzida nas palavras de dezenas de académicas, “*as mulheres continuam a ser mal remuneradas, discriminadas no local de trabalho, empurradas para fora da vida política*” (Matlárý, 2002: 19).

São quase sempre mulheres as investigadoras que estudam este fenómeno, mas reconheçamos-lhes credibilidade, até porque se apoiam em estatísticas. “*As mulheres costumam realizar os trabalhos feminilizados, os que têm salários mais baixos e menores possibilidades de promoção: secretárias (99 por cento de mulheres), educadoras de infância (97 por cento M), caixeiras (94 por cento M) e serviços relacionados com a alimentação (75 por cento M)*” (Etxebarria, 2001: 35).

No panorama português, se olharmos para os dados mais recentes do Ministério do Trabalho, percebemos esta discriminação. Em Abril de 2010, a remuneração média dos homens era de 1273 euros, enquanto a da mulher não ultrapassava os 958 euros. A somar a isto, 13 por cento das mulheres recebiam o salário mínimo nacional, enquanto os homens eram apenas seis por cento. A balança pende sempre para os homens, como podemos ver na tabela abaixo, seja qual for o nível de qualificação.

Quadro 1: Remunerações de Homens e de Mulheres por níveis de qualificação – 2009

| GRUPOS PROFISSIONAIS | GANHOS MÉDIOS- Euros -2009 | | |
|--|----------------------------|--------|--------------|
| | HOMEM | MULHER | % M/H |
| Quadros Superiores | 2838 | 1999 | 70,5% |
| Quadros Médios | 1930 | 1547 | 80,2% |
| Encarregados, contramestres, mestres e chefes de equipa | 1392 | 1176 | 84,5% |
| Profissionais Altamente Qualificados | 1526 | 1298 | 85,1% |
| Profissionais Qualificados | 895 | 766 | 85,6% |
| Profissionais Semi-qualificados | 763 | 633 | 83,0% |
| Profissionais não Qualificados | 665 | 560 | 84,2% |
| Praticantes e Aprendizizes | 614 | 568 | 92,5% |

FONTE: Eugénio Rosa, com recurso a dados do Quadro do Pessoal -GEP- Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social

Pierre Bourdieu aponta as diferentes significações que as profissões podem atingir, sendo realizadas por um homem, ou por uma mulher: *“há tarefas que podem ser nobres e difíceis, quando são efectuadas por homens, mas que se tornam insignificantes e imperceptíveis, fáceis e fúteis, quando são feitas por mulheres; como nos ensina a diferença que separa o cozinheiro da cozinheira, o costureiro da costureira, basta que os homens se apoderem de tarefas tidas por femininas e as efectuem fora da esfera privada para que essas tarefas se encontrem enobrecidas e transfiguradas”* (1999: 52).

Ainda assim, o mundo está a metamorfosear-se. A dominação masculina já não é vista como a “ordem natural” do mundo. A condição da mulher tem mudado, sobretudo nas classes com mais posses económicas... e com elas a forma de organização da sociedade também. O estudo massivo das mulheres até à universidade faz com que elas entrem mais tarde para o mundo do trabalho e, como tal, adiem as decisões de ter filhos e casarem. Há também, cada vez mais mulheres a optarem por uniões de facto, e os divórcios estão a crescer tanto que os casamentos (sobretudo os católicos) parecem estar em vias de extinção, pelo que, estão a aparecer novos modelos de família, que têm suplantado os tradicionais.

Para alicerçar estas mudanças em pilares bem sólidos, Camps identifica como vértices fundamentais de um novo feminismo: a educação, o emprego, a política e a moral.

Ainda persistem alguns ecos desse passado, não tão longínquo, que é a existência de escolas para raparigas e para rapazes. O alargamento do ensino à população e a criação de turmas mistas não eliminaram completamente alguns vestígios sexistas e, tal facto, até é estranho dado que a educação esteve, quase sempre, na mão de mulheres³¹. É preciso, por isso, limpar as mentalidades de alguns laivos machistas que ainda hoje perduram, até porque as crianças do sexo feminino já ultrapassaram as do sexo masculino, quer em quantidade, quer em qualidade, dado que, frequentemente, são melhores alunas.

Outro vector que é preciso desenvolver é o trabalho. O estado-providência ajudou, no passado, todas as mulheres, que começaram a trabalhar fora de casa, dando-lhe logo em primeira instância, emprego dentro da função pública, mas o apoio actual não é suficiente. Os códigos laborais têm de ser revistos, de forma a ajudar a mãe-trabalhadora. Aliás, na Europa Ocidental, as mulheres gastam cerca de 30 horas

³¹ Quem não se lembra das antigas regentes, de que falavam as nossas mães, que nas aldeias de um Portugal empobrecido ensinavam à reguada (e com mão bem pesada, ao que parece!) as crianças?!

semanais, apenas em tarefas domésticas. Por sua vez, os homens dedicam-lhes 10 a 15 horas³². Só assim se poderá, eventualmente, estancar a sangria que existe nas sociedades modernas. Nunca como agora, as taxas de natalidade foram tão baixas. Portugal tem a terceira menor taxa de natalidade entre os 27. Os dados do Eurostat dizem que em território nacional nascem 9,4 crianças por cada 1000 habitantes, ou seja, por cada mulher em idade fértil há 1,32 crianças.

Janne Matlárý, no livro *Para Um Novo Feminismo*, põe a ênfase na maternidade: “*parece-me absurdo que as mulheres sejam obrigadas a escolher entre a maternidade e o trabalho, o que ainda acontece na maior parte da Europa*” (2002: 19). A autora considera mesmo que “*elas correm o perigo real de suprimirem aquilo que lhes é específico e as suas qualidades enquanto mães e mulheres*” (Matlárý, 2002: 17).

O facto de, neste momento, o mercado laboral estar a passar por sérias dificuldades pode também trazer dificuldades acrescidas às mulheres, mas é preciso que estas se agarrem de forma ainda mais acérrima às oportunidades que, entretanto, apareçam.

A nível político, nos órgãos autárquicos e nos outros poderes económicos e sociais que pululam na sociedade, as mulheres têm de deixar de ser uma opção original, escassa e até, por vezes, considerada estranha. As mulheres têm de se equiparar em número aos homens. O caminho não será o do estabelecimento de quotas, mas provavelmente uma batalha mais feroz das mulheres na luta por estes cargos.

A nível dos valores éticos há, também, que reorganizar a sociedade, de forma a que as mulheres não deixem de prestar um serviço que prestam há séculos (cuidar dos filhos, dos maridos, dos doentes, dos pais), mas o estado-providência não pode deixar tudo sobre os seus ombros, dado que as exigências da vida moderna lhes deixam menos espaço, como já vimos, para cuidar dos seus. É preciso atenção para não descurar estes valores, porque eles são fundamentais para a vida em comunidade.

Estes são apenas alguns dos aspectos que precisam de ser limados, ou por outra, completamente reformulados, para que haja uma distribuição equitativa do trabalho e, como tal, uma equiparação dos dois sexos. Não aspiramos a que o mundo seja alterado de tal forma que se transforme num local andrógino! Não! As diferenças, entre o homem e a mulher, são fundamentais para cada um dos dois dar o melhor de si, numa

³² Dados estatísticos anotados por Janne Matlárý. Outros levantamentos dão valores ligeiramente distintos. Lucía Etxebarria diz, por exemplo, que os espanhóis gastam 28 minutos por dia em tarefas, enquanto elas dedicam 5 horas à lide de casa. O pai dispensa 13 minutos por dia para brincar com os filhos, enquanto a mãe dedica 1h42m à mesma tarefa.

sociedade que se espera apenas que seja mais justa. E nesse caso, atingir-se-á o objectivo último: acabar com a necessidade de falar em feminismo ou feministas.

5 - O género como problema cultural

“ A questão do poder feminino assombra o imaginário masculino ”
Gilles Lipovetsky

Ainda hoje é frequente ver as mulheres a adoptarem o sobrenome do marido, o que dá um claro sinal à sociedade e aos próprios filhos da relação de poder no seio familiar. Mais, o Estado português – ao contrário de outros – define como último nome a atribuir aos filhos o do pai, o que quer dizer que, em futuras gerações, o nome da mãe pode acabar por desaparecer. Mais grave ainda, alguns actos burocráticos exigem o consentimento do marido. Por exemplo, num casamento com comunhão de bens adquiridos, a esposa precisa literalmente de “autorização” do marido para vender uma casa comprada, antes do próprio casamento, pela mulher.

Além destas diferenças, que derivam de uma socialização feita pelo estado, pela igreja e pela sociedade ao longo de décadas, há outras literalmente bem mais precoces, porque a socialização é feita desde o nascimento. Às meninas diz-se que o cor-de-rosa é bonito; aos meninos que o azul é melhor; às meninas é dito que não faz mal chorar; aos meninos que “os homens não choram”; às meninas é exigido um comportamento, aos meninos, outro.³³ É quase como se a rapariga nascesse já com uma espécie de carimbo ou sinal de nascença, que dificilmente poderá ser removido (se bem, que com o advento da ciência e o desenvolvimento das cirurgias, tudo é passível de ser retirado e acrescentado!). O papel do rapaz e da rapariga, o mesmo é dizer, as expectativas de género, são definidas desde bem cedo pelos próprios pais e família, de tal forma que se torna difícil distinguir as diferenças “originais” e as “criadas” ou “inculcadas” por séculos de costumes. Com efeito, como veremos mais à frente, *“a feminilidade e masculinidade são conceitos culturais e, como tal, têm significados diferentes”* (Mota-Ribeiro, 2005: 15).

Antes ainda, e para extirparmos quaisquer confusões que possam ser criadas, devemos abordar as diferenças biológicas que existem. Está cientificamente provado

³³ A este propósito diz Etxebarria: *“os nossos papás, as nossas mães e as nossas professoras inculcaram-nos desde pequeninas a ideia de que, para nos fazermos valer, teríamos de encontrar um homem que tomasse conta de nós e da nossa prole; e, a eles, a de que para crescerem como homens de verdade deveriam arranjar uma mulherzinha que cozinhasse, limpasse a ferro e passasse a ferro para eles”* (2005: 24).

que as mulheres têm cérebros mais pequenos, mas mais neurónios. Os homens dão mais importância à dor que sentem, enquanto as mulheres são, por natureza, mais pessimistas. Os homens são mais fortes e altos, as mulheres mais fracas fisicamente, mas mais resistentes ao cansaço. As mulheres vêem mais cores e a probabilidade de serem daltónicas é muito menor do que nos homens. São também mais destros e menos disléxicas. As mulheres, regra geral, ouvem melhor e têm também melhor tacto, gosto e olfacto. As crianças, de tenra idade, do sexo feminino começam a falar mais cedo do que os rapazes.

É preciso, porém, não esquecer que estes dados são “médias” e que *“acontece que não existem características próprias de um sexo que sejam totalmente ignoradas pelo outro. A identidade sexual assemelha-se a um jogo de elementos complementares (...) desta forma, rebate-se o argumento de que os nossos comportamentos devem estar relacionados com o nosso aspecto físico, com o nosso sexo biológico masculino ou feminino* (Etxebarria, 2001: 31). Em resumo, o que *“une os dois sexos é muito mais importante do que o que os diferencia, e esta constitui a razão principal para reclamar uma igualdade de direitos”* (Etxebarria, 2001: 32).

A questão do género é, na verdade, uma questão muito complexa. Em jogo estão não só as óbvias diferenças biológicas, mas também a socialização que é feita, e, como tal, as expectativas que cada um de nós tem individualmente, e também as expectativas que a sociedade possui, enquanto um todo. O género deve, assim, ser entendido como *“comportamentos e expectativas socialmente aprendidos que são associados a cada um dos dois sexos”* (Andersen, *apud* Mota-Ribeiro, 2005: 15) ou como *“um critério de diferença entre homens e mulheres e de pertença ou adequação aos modos de sentimentos e comportamentos que numa sociedade concreta se definiram como femininos ou masculinos”* (Maquieira, *apud* Simões, 2007: 17).

Neste sentido, compreende-se que, na Escócia, um homem de saia (o chamado *Kilt*) se sinta muito “macho”, enquanto o uso da mesma saia, num qualquer país da Europa Ocidental, “cairia”, com muita probabilidade, mal a um homem, que se sentiria efeminado e até provavelmente constrangido. Da mesma forma, as mulheres ocidentais que se deslocam a muitos países muçulmanos são obrigadas a, pelo menos, taparem os cabelos, porque é “normal” nessas sociedades, que uma mulher se esconda, para não atrair os olhares masculinos. Em sentido inverso, se uma afegã vier a Portugal e sair à rua vestida com a tradicional *burka*, com rede nos olhos, ela será olhada com um certo

sentimento de “piedade”, pela maior parte dos cidadãos portugueses³⁴. Um mesmo objecto também pode sofrer alterações, ao longo do tempo, na mesma sociedade, mas estes, por norma, são processos muito morosos. Veja-se, por exemplo, o caso da maquilhagem. Há apenas uma dezena de anos a utilização de pinturas por homens não era encarada, com bons olhos pela sociedade. Actualmente, já são abertas excepções para algumas classes, como os manequins e os jornalistas. Ainda assim, algumas personagens extravagantes como, por exemplo, José Castelo Branco, são, por vezes, encaradas, como “aberrações”, por parte significativa da população. Os exemplos multiplicam-se, não só na mesma sociedade, como até de época para época. Actualmente, a utilização de saltos altos pelos homens não é socialmente bem vista, mas na França do século XIV, só o rei e os homens de casta mais elevada usavam salto alto, lenços, perucas, meias de seda, sinais postiços, etc.

Em síntese, um mesmo acessório pode adquirir significados completamente diferentes, dependendo de sociedade para sociedade, ou de época para época, sendo utilizado por um homem ou uma mulher. O seu uso por um elemento contrário, ao que a sociedade estabelece como o correcto, pode trazer alguns constrangimentos. Ou seja, *“nenhum estilo de indumentária é intrinsecamente masculino ou feminino: transforma-se em tal no momento em que uma determinada sociedade o define assim”* (Etxebarria, 2001: 17)

O género é, portanto, de índole cultural e não biológico e determina as relações no seio da sociedade³⁵.

Pode parecer contraditório, face a tudo aquilo que temos vindo a dizer, mas a mulher tem uma espécie de hiper-identidade. Porquê? Porque sempre se ouviu falar da mulher, seja porque era um ser inferior, seja porque era um ser igual e portanto uma “vítima vitimizada” desde sempre! Nunca, em época alguma, houve dúvidas sobre as características que definiam uma mulher, sobre as expectativas que esta ou aquela sociedade tinham sobre a mulher. Repare-se que a mulher até tem direito a um dia! A 8 de Março assinala-se o Dia Internacional da Mulher. Haverá melhor prova de que a mulher é discriminada há séculos? De que a mulher é (sobretudo) aquilo que a sociedade quer que ela seja? De que a mulher tem a tal hiper-identidade? Este conceito

³⁴ Aliás, neste ponto seria interessante reflectir aprofundadamente sobre a utilização do véu na sociedade francesa, que está a provocar profundas fracturas, numa sociedade que é já um mosaico de culturas.

³⁵ Não estivesse esta reflexão sobre o feminismo e as questões de género já um pouco alongada e seria interessante reflectir sobre os transexuais. Tanto mais que o Presidente da República promulgou há pouco a lei que prevê a mudança de sexo. A problemática dos transexuais combina como nenhuma outra a questão sexual, o género e a identidade que o próprio indivíduo tem de si próprio.

talvez possa parecer um pouco abstracto, mas “a identidade feminina terá tendência para ser uma incorporação de crenças face ao feminino, de representações e de estereótipos, uma vez que é criada numa sociedade que produz ideias e valores acerca do que significa ser mulher, logo, que cria expectativas e prescreve comportamentos socialmente aceites para o feminino” (Mota-Ribeiro, 2005: 24). A identidade resulta de um processo de socialização e como tal vai mudando, lentamente, ao ritmo a que mudam as sociedades. Ou como diz Gilles Lipovetsky: “as funções e os papéis antigos perpetuam-se, combinando-se de forma inédita com os papéis modernos” (2000: 11). É neste ponto que estamos actualmente, vivemos uma época de transição. A mulher está a mudar a sua identidade, a questão do género está a sofrer profundas alterações, e nunca, como agora, o papel da mulher se transformou tanto em tão pouco tempo.

6 - Os números que sublinham as diferenças

“Só quando estivermos em maior número no meio profissional ou na política teremos condições para actuar de acordo com a nossa maneira de ser. Só então as qualidades femininas poderão revelar-se.”

Janne Haaland Matlárý

O tempo que agora vivemos é crucial para definir o futuro, e arriscamo-nos a dizer que o futuro das mulheres está exclusivamente nas suas mãos, porque ao que parece já ninguém as consegue parar. Senão vejamos.

Em 1978 havia apenas 34 mil mulheres a estudar no ensino superior³⁶. Em 2010 eram perto de 205 mil. A análise dos dados estatísticos sobre os alunos matriculados no ensino superior, por sexo, mostra que, até 1984, as mulheres estiveram sempre em minoria. Em 1985, as jovens do sexo feminino alcançaram os jovens do sexo masculino. A partir daí, as mulheres tomaram a dianteira. Em 2002 atingiram o pico. Nesse ano, havia nas universidades mais 56 mil mulheres do que homens. O número entretanto decresceu um pouco, mas os últimos dados disponíveis mostram que, neste momento, há mais 25 325 mulheres a estudar no ensino superior, ou seja, há precisamente 204 476 alunas para 179 151 alunos. Dito de outra forma, 53,4 por cento dos estudantes no ensino privado e público são mulheres.

Destes dados retira-se também a conclusão de que o ensino superior se massificou. Entre 1978 e 2010, período em que há dados disponíveis para análise, o

³⁶ Estes dados podem ser consultados em detalhe no Quadro 1, que foi transposto, para facilitar a leitura, para os “Anexos”. São dados retirados da base de dados Pordata.

número de estudantes mais do que quadruplicou. A base de dados Pordata, da fundação Francisco Manuel dos Santos, permite também dissecar a preferência de cada sexo, por área de formação³⁷. Em 2009, as mulheres escolheram prioritariamente as áreas de artes e humanidades (56,6 por cento), educação (84 por cento), protecção social (77 por cento), agricultura (54,6 por cento), ciências sociais, comércio e direito (58 por cento).

Se olharmos para o país como um todo, os dados do Instituto Nacional de Estatística, interpretados por Eugénio Rosa, economista da CGTP, mostram que, na população total, 11,7 por cento das mulheres têm o nível de escolaridade completo. A percentagem cai para 8,2 por cento, quando falamos de homens. No período 2003/2010, as mulheres com o ensino superior, em relação ao total de mulheres, representam uma percentagem muito mais elevada do que os homens com frequência universitária, em relação ao total de homens do país. A percentagem de mulheres com o ensino superior está a crescer a um ritmo bem superior à dos homens. A este crescimento, não corresponde, no entanto, um melhor ordenado. As mulheres ganham sempre menos do que os seus comparsas. Para aquelas que não sabem ler nem escrever, o ordenado é, em média, inferior a 200 euros, mas a diferença remuneratória vai aumentando com as qualificações. De tal forma, uma doutorada ganha em média 1826 euros, enquanto um doutorado ganha 2574 euros. São 750 euros a menos, apenas porque “um” é mulher... e outro homem!³⁸

Olhando em concreto para as licenciaturas em Informação e Jornalismo, também verificamos que há uma preponderância do sexo feminino. Estes cursos têm entre duas a três vezes mais mulheres do que homens. A propósito do dia da mulher, Eugénio Rosa elaborou também um estudo sobre a situação da mulher. Nestes dados (que para mais fácil interpretação decidimos aqui reproduzir) pode ver-se que para 429 rapazes há 1094 raparigas. E este número até registou um decréscimo face a outros anos lectivos, como 2006/2007 em que 1404 raparigas frequentavam estes cursos, contra apenas 531.

Este maior número de alunas reflecte-se diariamente nas redacções de todo o país³⁹. Genericamente falando, para cada dez estagiárias há um estagiário e o número de jornalistas mulheres *versus* homens também se começa a inverter.

³⁷ Dados que podem ser consultados no Quadro 2, em “Anexos”.

³⁸ Dados compilados por Eugénio Rosa. O quadro 3, em “Anexos”, detém todas as remunerações médias por nível de qualificação.

³⁹ Apesar de ser não ser necessária a licenciatura para o exercício do jornalismo.

Quadro 2: Distribuição por sexo nas licenciaturas em Informação e Jornalismo

| Sexo | 2000/01 | 2001/02 | 2002/03 | 2003/04 | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| HM | 1 292 | 1 331 | 1 410 | 1 535 | 1 675 | 1 741 | 1 935 | 1 829 | 1 523 |
| H | 330 | 334 | 397 | 415 | 423 | 422 | 531 | 516 | 429 |
| M | 962 | 997 | 1 013 | 1 120 | 1 252 | 1 319 | 1 404 | 1 313 | 1 094 |

Fonte: Eugénio Rosa, in <http://www.eugeniorosa.com/Sites/eugeniorosa.com/Documentos/2011/15-2011-A-MULHER-COM-ENSINO-SUPERIOR.pdf>

Historicamente, o jornalismo, tal como outras profissões, foi sempre dominado por homens e ainda hoje se nota esta segregação, quer a nível horizontal, quer a nível vertical. “*Segregação horizontal refere-se à forma como a indústria dos media e os diferentes papéis dentro dela estão segmentados (...) com mulheres concentradas no fundo da indústria (...) segregação vertical é uma forma de capturar o facto de que mesmo no mesmo campo genérico (...) elas tendem a estar concentrados nos pontos mais baixos da hierarquia, enquanto os homens dominam a gestão*” (Gill, 2007: 121). Fernando Correia e Carla Baptista analisam, no livro *Jornalistas do Ofício à Profissão*, as mudanças desde meados da década de 50 do século passado, até 1968. Dizem os autores: “*até meados dos anos 60, a admissão de novos jornalistas baseou-se quase exclusivamente em conhecimentos pessoais*” (2007: 309). Muitas vezes, eram escolhidos dentro do próprio seio familiar. Quando a escolha se alargava a *outsiders*, a habilidade para escrever bem era condição *sine qua non*. Nestes casos, dominava “*o mero arbítrio*” ou o “*simples porreirismo*” (Correia, 2007: 310). A profissão não era bem vista pelas famílias de muitos jovens, dado que quem sabia ler e escrever pertencia a famílias abastadas e já, nessa altura, o jornalismo não era uma profissão que pagasse bem. Num Portugal sob a égide da ditadura, a profissão aprendia-se na prática, na tarimba, na redacção, com os mais velhos e também com o lápis azul da censura.

O jornalismo no feminino começou a ser desbravado ainda na década de 50, por aquela que é muitas vezes considerada a primeira jornalista portuguesa⁴⁰: Manuela de Azevedo. Mas é a partir da década de 60 que a profissão se começa, de facto, a abrir às mulheres. Francisco Pinto Balsemão, actualmente dono de um dos maiores grupos de

⁴⁰ A primeira jornalista com Carteira Profissional de Jornalista terá sido Virgínia Quaresma.

comunicação social do país, foi dos primeiros a dar as mãos às mulheres. Estava então à frente do Diário Popular e pretendia *“ir buscar gente nova e baixar a média etária da redacção”* (Correia, 2007: 385). A modernização dos jornais de então passava pela mesma lógica de recrutamento. Os conhecimentos e as recomendações faziam, por exemplo, com que muitas das mulheres fossem da família de jornalistas, muitos deles, presos políticos. A título exemplificativo, veja-se o caso de Antónia de Sousa, viúva de um jornalista, que entra para o Diário de Lisboa, com 26 anos, em 1967. Como Diana Andringa sublinha, os jornais *“funcionavam como uma espécie de segurança social”* (Correia, 2007: 383). De qualquer forma, nos primeiros tempos, as mulheres eram mantidas numa sala ao lado da redacção, separadas dos colegas, porque podiam *“perturbar”* os homens. Maria Antónia Palla entra em 1968 para o Diário Popular. A jornalista refere, em entrevista aos autores acima descritos, que *“praticamente não havia mulheres nas redacções portuguesas até ao final dos anos 60, pelo menos com actividades idênticas às dos homens. Geralmente, davam-lhes as coisas consideradas mais próprias de uma senhora, como a página feminina. Os jornalistas associavam à sua actividade um modo de vida boémio e com uma certa liberdade de linguagem e achavam que a presença das mulheres ia cercear isso”* (Correia, 2007: 393).

Rapidamente, porém, a situação se alterou: *“quando as mulheres finalmente conquistaram um lugar ou um quarto que seja seu na redacção, estes receios rapidamente se esbateram. Com excepção de pequenos incidentes, alguma má vontade por parte dos jornalistas mais velhos e misóginos, a maioria das mulheres foi geralmente bem acolhida e viu serem-lhe reconhecidas qualidades de investigação e de escrita que as qualificavam para serviços iguais àqueles que eram distribuídos aos homens”* (Correia, 2007: 382). José Rebelo concretiza *“até ao advento da democracia, a existência de mulheres nas redacções, como jornalistas profissionais, era raro e o número de novos ingressos, em cada ano residual (...) no último quinquénio considerado – o de 2002-2006, as contratações de mulheres superam as dos homens, situação inédita desde que há dados disponíveis sobre a profissão (1952)”* (2011: 76).

A crescente chegada de mulheres ao jornalismo está inserida num contexto mais vasto: *“acontece em simultâneo com a chegada feminina em massa a certas profissões liberais como a advocacia, a magistratura ou a medicina”* (Garcia, 2009: 93).

O 25 de Abril levou a alterações profundas também no panorama mediático português. A partir da década de 80, há a privatização da imprensa “oficial”, o lançamento de novas publicações, aparecem muitas rádios locais (onde se iniciam

aqueles que são considerados hoje os grandes vultos do jornalismo) e, mais tarde, aparecem até duas televisões privadas. Estas transformações, a par da crescente especialização dos jornalistas, são um virar de folha.

A análise destes anos é muito interessante e escusamo-nos aqui de a fazer por falta de tempo, mas podemos afiançar que, na altura, o desempenho da mulher era promissor. Tantos anos volvidos, constatámos que ainda assim não é. A história muda inelutavelmente o mundo, mas a mudança é mais lenta do que muitas vezes se espera!

Dando um salto no tempo, aterramos em pleno século XXI e verificámos que hoje as mulheres não são postas em salas ao lado, mas ainda são postas de lado em muitas tarefas.

Os dados que a Comissão de Carteira Profissional de Jornalista nos disponibilizou confirmam o que temos até agora vindo a falar. Ao contrário do que acontece com a entrada de homens na profissão, que desde o biénio 2004/2005 não pára de cair, há cada vez mais mulheres na profissão. De cada dois em dois anos, há cerca de 300 a 400 novas mulheres que começam a exercer o jornalismo. Só entre o biénio 1998/1999 e 2000/2001 houve um aumento de 671 mulheres, para apenas 78 homens. Há apenas uma excepção, entre 2006 e 2009, em que, por motivos a que somos alheios, há uma quebra no número de jornalistas no feminino. No período a que tivemos acesso, as mulheres mais do que duplicaram. Os homens cresceram a um ritmo bem mais lento, ainda que por força da história continue actualmente a existir 3741 homens, para apenas 2615 mulheres a exercerem a profissão.

Quadro 3: Jornalistas distribuídos por sexo

| Biénio | Homens | Mulheres | Total |
|------------------|---------------|-----------------|--------------|
| 1996/1997 | 2603 | 1283 | 3886 |
| 1998/1999 | 2681 | 1444 | 4125 |
| 2000/2001 | 3760 | 2114 | 5875 |
| 2002/2003 | 4194 | 2570 | 6764 |
| 2004/2005 | 4299 | 2866 | 7165 |
| 2006/2007 | 4204 | 2803 | 7007 |
| 2008/2009 | 3391 | 2261 | 5652 |
| 2010/2011 | 3741 | 2615 | 6356 |

Fonte: Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, dados estatísticos actualizados a 5/4/2011

No recente livro agora lançado *Ser Jornalista em Portugal*, vai-se um pouco mais longe, ao cruzar a variável género com a idade. José Rebelo afirma: “até ao grupo dos 30-40 anos as mulheres são maioritárias. A partir daí a taxa de feminização começa a descer para atingir valores mínimos entre os 60 e os 69 anos de idade” e mais à frente concretiza a ideia: “nos próximos anos, e considerando apenas os efeitos do envelhecimento e da aposentação das gerações mais idosas, é de esperar uma intensificação da feminização” (2011: 46-47)

O jornalismo está a feminizar-se, mas esta abertura da profissão de pouco tem servido para a afirmação das mulheres na sociedade. Aliás, tal como acontece em muitas profissões, a entrada das mulheres coincide com uma certa “decadência” da profissão, até porque começa a ser marcada pela precariedade. “As posições dominantes, que ocupam em número cada vez maior, situam-se no essencial nas regiões dominadas do campo do poder, quer dizer no domínio da produção e da circulação dos bens simbólicos (como a edição, o jornalismo, os meios de comunicação, o ensino, etc)” (Bourdieu, 1999: 80).

Um estudo feito por Filipa Subtil, em 1995, mostra que no *Expresso*, *O Independente*, *Semanário* e *Visão* em 55 lugares de chefias, apenas 12,7 por cento eram ocupados por mulheres. Nos diários, o cenário é semelhante: no *Público*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Correio da Manhã* apenas 13,6 das mulheres estavam em lugares cimeiros da cadeia hierárquica, quando no total dos jornais representavam mais de 30 por cento da força de trabalho. A tendência apenas era invertida nas revistas “cor-de-rosa”. A esta escassez de mulheres, soma-se uma outra forma de exercer poder: “não há apenas mais homens... também se vêem mais” (Silveirinha, 2004: 59). As mulheres, quando exercem estes cargos, costumam ser mais discretas “estão menos integradas na pirâmide hierárquica (...) o seu sistema de funcionamento parece ser o de aparecer quando há que tomar decisões técnicas... e desaparecer depois” (Silveirinha, 2004: 59).

No mesmo sentido, as mulheres ainda têm pouca representatividade nos *plateaux* televisivos, “num debate público, têm de lutar a todo o momento pelo acesso à palavra e por prender a atenção, e a menorização que sofrem é ainda mais implacável pelo facto de não se inspirar de qualquer malevolência explícita e de se exercer com a inocência perfeita da inconsciência: cortam-lhes a palavra, a resposta à questão inteligente que acabam de levantar é, com toda a boa-fé, endereçada a um homem.” (Bourdieu, 1999: 51).

Nas colunas de opinião, como também são considerados espaços "privilegiados", acontece exactamente o mesmo problema. *"Percebe-se que a opinião jornalística é muito masculina, como a representação política, que há um centrismo lisboeta, e que os critérios de selecção são muitas vezes estreitos"* (Figueiras, 2005: 11). A investigadora faz uma análise dos *opinion makers* na imprensa televisiva na década de 80 e na década de 90⁴¹. Percebemos, através da análise dos dados, que a presença da mulher, apesar de tender a crescer durante os anos 80, fica ainda assim muito longe da participação masculina. Se olharmos para os números da década de 90, a realidade ainda é mais decepcionante. Entendemos assim que, ao contrário do que seria de esperar, o crescimento é mais lento do que na década predecessora. Em 1993, há um investimento na opinião feminina, mas sem se atingir os valores dos finais dos anos 80. Em concreto, no início da década de 90, seis por cento dos comentadores são mulheres, no final a fatia de mulheres *opinion makers* atinge os 18 por cento. Por outro lado, em 1990 a percentagem cai para os oito por cento, vai depois crescendo, até atingir, em 1999, os 12 por cento, bem abaixo dos valores registados uma década antes. Assim, *"as diferenças entre Homens e Mulheres, enquanto representações estereotipadas de papéis, persistem na nossa sociedade e a Opinião, à imagem da grande maioria dos poderes de visibilidade pública, mantêm-se um universo masculinizado"* (Figueiras, 2005: 110). Bourdieu vai mais longe: *"nos cenários de televisão, as mulheres são quase sempre relegadas para papéis menores, que são outras tantas variantes da função de "anfitriã" (...) têm dificuldade em impor-se, e em impor a sua palavra, e são reduzidas a um papel convencional de "animadora" e de "apresentadora"* (1999: 50). Há até quem acredite que as audiências justificam tudo, e por isso, *"as poucas mulheres profissionais representadas em televisão são simbolicamente denegridas pelo facto de serem retratadas como incompetentes ou inferiores aos profissionais masculinos. Os conteúdos televisivos vitimizam ou trivializam as mulheres"* (Silveirinha, 2004: 7). Estando ou não de acordo com esta opinião -e nós definitivamente não estamos!- ninguém tem dúvidas, de que há ainda muito a fazer. As perguntas sucedem-se e muitas continuam sem resposta, como as de José Luís Garcia: *"até que ponto é que a crescente antiguidade na profissão que as jornalistas vão tendo no sistema dos media permitirá reduzir a distância do poder nas redacções? E na estrutura das diferentes espécies de*

⁴¹ Transferimos os quadros de análise para anexo. São respectivamente o quadro 4 e 5 desse capítulo. A análise aí detalhada apresenta o número de homens e mulheres no *Diário de Notícias*, *Expresso*, *Semanário*, *O Independente*, *A Capital*. Na segunda década em estudo, este jornal é substituído pelo *Público*.

capacidades (sociais, simbólicas e estéticas), quais se revelarão mais importantes para as mulheres acederem a lugares de visibilidade e poder no jornalismo?” (2009: 106). Contudo, não há como negar, não há como tentar ignorar o que nos salta à vista e espapaça a retina.

A realidade aí está. Esventrada. Uns olham directamente para ela. Outros, de facto, preferem desviar o olhar. Hoje a mulher ainda não é igual ao homem. Nestas poucas linhas, temos tentado explicar porquê, mas a questão é muito mais profunda. Certo é que o futuro é dele. Mas é também dela. É muito dela. Num caminho que só pode trilhar a dois. Lado a lado. Sem seres superiores nem inferiores. Sem bons, nem maus. Como iguais.

Capítulo III - Da teoria à observação empírica

1 - Abordagem à análise quantitativa

*“Paul continuou: “Ouvir as notícias é como fumar um cigarro que no fim se deita fora.
--- É isso que me custa admitir.
--- Mas tu és um fumador inveterado! Por que é que te queixas de as notícias serem como os cigarros?! Disse Paul a rir. Além disso, se os cigarros são nocivos, as notícias não são perigosas e constituem uma distracção agradável antes de um dia de trabalho”*

Milan Kundera

A era da televisão digital está quase a chegar, a *hiper-televisão* está também ao espreitar da esquina mas, por vezes, quase parece que não nos conseguimos libertar da *neotelevisão*, tal é a atracção que a televisão tem por si própria, tal é o enleio com que olha para o seu umbigo. E é, de certa forma, bizarro porque, no início desta segunda década do século XXI, a televisão apresenta, ainda, com uma frequência inesperada, laivos da *paleotelevisão*, de que falava Umberto Eco. É quase como se a TV estivesse numa crise de meia-idade, com os olhos postos no futuro e ansiosa pelo que aí vem, mas ao mesmo tempo com receio do desconhecido, pelo que retrocede, aqui e ali, no tempo... ao tempo dos anos dourados, ao tempo em que a televisão era outra. O pequeno ecrã é quase como uma espécie de montra de loja dos chineses. Aqui, encontra-se de tudo para todos os gostos, mas os artigos nem sempre primam pela boa qualidade. Na informação, cremos querer, até enquanto jornalistas que somos, que tal não acontece. Regra geral, os “artigos” apresentados na televisão são bons. Mas sofrem de um pecado capital. Na análise que agora encetaremos, veremos que os interlocutores são, demasiadas vezes, os mesmos, o que tem inúmeras consequências. Há um discurso dominante e a opinião partilhada é semelhante, pelo que são deixadas na sombra, por vezes, realidades que mereciam ser iluminadas, como outras o são até à exaustão, provocando, por sua vez, a saturação entre a audiência. É um “não-dito” que existe, mas quase deixa de existir porque não é dito. Entra-se no “*círculo vicioso*” de que falava Wolton, pelo que é preciso “*alargar o cerco dos que falam*” (1997: 158) e “*procurar um pouco mais longe os indivíduos capazes de intervir*” (1997: 159).

Mas vamos, sem mais demora, lançar um olhar analítico sobre os protagonistas, que também fazem esta *pré-hiper-televisão* em que vivemos.

2 - Caminhos metodológicos

“Todos os investigadores em ciências sociais são, em certa medida, uma espécie de pedintes que procuram uma dádiva desinteressada de tempo e informações dos indivíduos que constituem o objecto do seu estudo.”

Daphne Johnson

Na estrutura desta dissertação, impõe-se agora uma explicação sobre os trilhos metodológicos a tomar em busca de uma resposta à nossa investigação. Nos alicerces deste estudo, está o projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CI-JOR/099994/2008), em curso desde 2010, no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Os investigadores ligados a este projecto, no qual nos inserimos, têm dedicado atenção à participação e integração do telespectador na informação televisiva. Partindo daqui, e atentos ao actual panorama audiovisual português, decidimos estudar um fenómeno que não é novo, mas carece, ainda assim, de uma justificação cabal. Nos espaços nobres do comentário televisivo, assistimos a uma prevalência de homens. Nesse sentido, pretendemos perceber porque é que, apesar de as mulheres estarem em maior número nas universidades, nas licenciaturas da área e na profissão (de facto, os números da carteira profissional mostram que as redacções são cada vez mais femininas), ainda assim as mulheres permanecem arredadas destas arenas mediáticas. Há poucas que efectivamente são *habitués* dos *plateaux* televisivos e, recorrentemente, são as mesmas caras que são escolhidas. Quem são, como são seleccionadas estas pessoas? Há grupos e classes profissionais e/ou sociais preferidas? Ou por outro, há um sexo melhor quando se trata de escolher alguém para falar na televisão? Porquê? Que motivos o justificam?

Com o objectivo de perscrutarmos as razões que explicam esta realidade, encetamos esta investigação, recorrendo, em primeiro lugar, a uma extensa bibliografia, em suporte tradicional (obras e teses). Mais tarde, recorreremos à internet e, finalmente, decidimos agora debruçarmo-nos sobre a realidade propriamente dita, entendendo que, a partir da análise empírica, poderemos retirar algumas ilações mais fundamentadas.

Na ânsia de chegarmos a resultados válidos, o mais rápida e eficazmente possível, decidimos dividir esta investigação em duas fases: primeiro optámos por fazer uma análise quantitativa e depois enveredámos por uma observação “qualitativa”.

Na primeira etapa do nosso estudo estudámos então a oferta televisiva em horário nobre ao longo de seis meses – de Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011-, tirando partido dos dados recolhidos no âmbito do projecto “Jornalismo televisivo e

cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CI-JOR/099994/2008), já citado. Esta investigação pretende examinar quem são os convidados televisivos e, conseqüentemente, o tipo de espaço público aí construído, além de também almejar estudar as formas de integração do telespectador nas emissões. Cada convidado foi caracterizado em virtude da profissão, proveniência geográfica, sexo, mote do convite, ligação ao tema do programa e ligação ao programa. Foi neste contexto que também olhámos para os canais generalistas (RTP, SIC e TVI) e para os do cabo (SICN, RTPN e TVI 24), no sentido de tentar procurar “Quem fala do quê” na televisão e, sobretudo, dissecar as razões que levam aos *plateaux* televisivos mais homens do que mulheres. Neste propósito, observámos 1054 emissões, ao longo de seis semanas informativas (uma por cada mês). Por sua vez, cada convidado foi estudado em função das seis variáveis já apontadas. Numa fase posterior, particularizámos o estudo, cruzando a variável sexo com as demais variáveis, de forma a tentar perceber até que ponto é que as mulheres andam afastadas dos *plateaux* televisivos, que funcionam como um círculo restrito de poder, avesso à mudança e quase sempre fechado.

Desta forma, foram identificados todos os convidados, de segunda a sexta-feira, das 18h à 1h00, que contribuíram para o esclarecimento e formação da opinião pública.

Feito o enquadramento e analisados os programas de informação, partimos para as redacções dos canais televisivos, aplicando 12 questionários a coordenadores e editores. Interessou-nos aqui, não entrevistar os decisores máximos de cada canal, os directores de informação, mas aquelas pessoas que efectivamente têm nas mãos, todos os dias, o poder de decidir quem convidam para comentar determinado tema. O objectivo é perceber se eles têm a percepção da realidade, reconhecendo que as mulheres são preteridas face aos homens. Neste caso, é preciso perceber que motivos encontram para a prevalência de comentadores do sexo masculino. Para lá desta primeira abordagem, importa indagar quais os critérios de escolha, saber se preferem homens a comentar, mesmo que a escolha seja inconsciente.

Em busca deste desígnio, e focando-nos no *prime-time*, que é o período em análise, direccionámos o questionário a dois coordenadores do Telejornal da RTP1 (Rosário Salgueiro e Fernando Barata) e a dois coordenadores dos espaços informativos nocturnos da RTPN (Cecília Carmo e Florbela Godinho). Por indisponibilidade do Fernando Barata, acabámos por optar por aplicar o questionário a outro coordenador da RTP, nomeadamente Joana Ramalhão, que tem, neste momento, funções de coordenação nos principais noticiários do fim-de-semana.

Na SIC optámos por entrevistar Marta Reis, coordenadora do Jornal da Noite, e José Gomes Ferreira, que é Sub-Director da SIC, mas que aqui foi entrevistado enquanto editor- executivo, já que diariamente colabora no planeamento dos principais espaços informativos da SIC. Na SIC Notícias, entrevistámos Mário Crespo, o responsável pelo Jornal das 9, e Joana Garcia, coordenadora-geral da estação e uma espécie de “faz-tudo” no canal, que conhece como ninguém o funcionamento da SIC Notícias, até porque ainda hoje coordena, muitas vezes, os principais espaços noticiosos. Na TVI escolhemos os dois coordenadores do principal espaço de notícias: o Jornal das 8 (Mário Jorge e João Morais). Na TVI24, interrogámos os habituais coordenadores do Jornal do Dia e Edição das Dez: Luís Calvo e Margarida Pires. Na escolha destes coordenadores tentámos manter a paridade, de forma a ter equilíbrio, o que acabamos por conseguir quase na totalidade.

Há uma ideia que será talvez oportuno sublinhar, neste momento, sob pena de eventualmente se questionar as nossas opções “editoriais”. Interrogamos os coordenadores e editores, que são os responsáveis directos pelo alinhamento das notícias e pela escolha dos temas para debate. Repare-se que estes homens e mulheres não são o topo da cadeia, mas aqueles que efectivamente decidem sobre quem fala do quê. São elos decisivos na cadeia de informação, que têm muitas vezes mais conhecimento desta área do que próprios directores de informação, mais que não seja porque este é o seu dia-a-dia. Sentados em cadeiras, durante horas a fio, numa régie, a olhar para vários ecrãs, precisam de decidir, muitas vezes sem tempo para pensar, quem devem convidar para comentar um assunto de última hora. Nesses casos, não há reunião de planeamento que lhes valha e têm, naquele instante, o poder soberano de decidir (quase) tudo. Assim, achamos que estes entrevistados servem melhor os intentos desta investigação e que conseguiremos saber mais cabalmente os critérios privilegiados na escolha de um comentador? Têm noção de que convidam menos mulheres do que homens? Porquê?! Têm dificuldade em chamar mulheres a estúdio? Que motivos é que elas invocam para declinar um convite? No fundo, porque é que nos são apresentados *plateaux* maioritária e excessivamente masculinos? Ao longo de 12 questionários, percebemos que, independentemente do sexo do entrevistado e do canal em que exerce funções de coordenação, há muitas respostas que coincidem, sobretudo no que se refere às justificações encontradas para a nossa televisão ser ainda hoje predominantemente masculina.

Antes de vermos o que dizem as mulheres e os homens que decidem, vamos espreitar os seis meses de informação televisiva que escolhemos analisar.

3 - Os dados que apontam tendências

“O método que ensina a seguir a verdadeira ordem e a enumerar, com exactidão, todas as circunstâncias do que se procura contém tudo o que dá certeza às regras da aritmética”

René Descartes

Estudando uma semana por cada mês (por norma, a terceira) ao longo de um semestre, julgamos ter obtido uma amostra abrangente e representativa da actualidade informativa.

Com efeito, os temas em destaque foram bastante diversificados. Em Setembro (dias 20 a 24), o país estava com as atenções viradas para o novo seleccionador de futebol, Paulo Bento, para a instabilidade dos mercados e para o aumento dos juros da dívida portuguesa. A crise política que se gerou acerca da aprovação do Orçamento de Estado para 2011 gerou, também, o debate de ideias. Em Outubro (dias 18 a 22), a televisão ainda discutia a proposta do Orçamento de Estado e a posição do PSD em relação ao documento que aprova as contas públicas, para o ano seguinte. Em foco, esteve também o desporto, numa semana em que o futebol nacional mostrou à Europa os trunfos das equipas portuguesas. Em Novembro (dias 15 a 19), a turbulência económica e política, não só na zona euro (em concreto, na Irlanda) mas, também, em Portugal fizeram as aberturas dos noticiários. As eleições na Ordem dos Advogados, o futebol e a Cimeira da Nato, em Lisboa, tiveram igualmente notoriedade nestes cinco dias. No último mês do ano (dias 13 a 17), as fugas da Wikileaks e os telegramas norte-americanos divulgados fizeram a actualidade informativa. As 50 novas medidas para estimular a economia e os debates entre os candidatos para as eleições presidenciais estiveram igualmente sob as luzes das televisões. Em Janeiro (17 a 21), destacou-se a subida contínua do preço dos combustíveis, a crise na direcção do Sporting, o corte dos ordenados na função pública e a entrada na recta final da campanha presidencial. Finalmente, em Fevereiro (14 a 18), a informação abordada pelos canais televisivos foi também bastante variada. Em cima da mesa, estiveram a moção de censura apresentada pelo Bloco de Esquerda ao governo, a crise económica, a discussão acerca das vantagens e desvantagens da então eventual entrada do FMI no país, a execução

orçamental do mês de Janeiro e o número anormal de idosos que apareceram mortos em casa, reabrindo o tema da solidão nas grandes cidades. Sob o olhar atento dos telespectadores, estiveram ainda assuntos relacionados com o futebol, em particular, o Sporting e as competições europeias. Em jeito de recapitulação, entendemos que com a abordagem a tal multiplicidade de temas, ao longo destas semanas, conseguimos abranger um largo campo informativo que nos permitirá retirar algumas conclusões.

Feita esta contextualização debruçemo-nos sobre os resultados. Nas televisões de sinal aberto, analisámos 94 emissões da RTP1, 32 da SIC e 35 da TVI⁴². Logo à partida, pode concluir-se que entre as três generalistas o canal público é o que mais privilegia a informação e como consequência a opinião e o comentário, pelo que será este o que soma também mais convidados.

Fazendo as contas, apercebemo-nos de que os três canais de sinal aberto representam apenas 15,3 por cento das emissões totais, contra 84,7 por cento dos do cabo, sendo estes o campo fértil do nosso estudo.

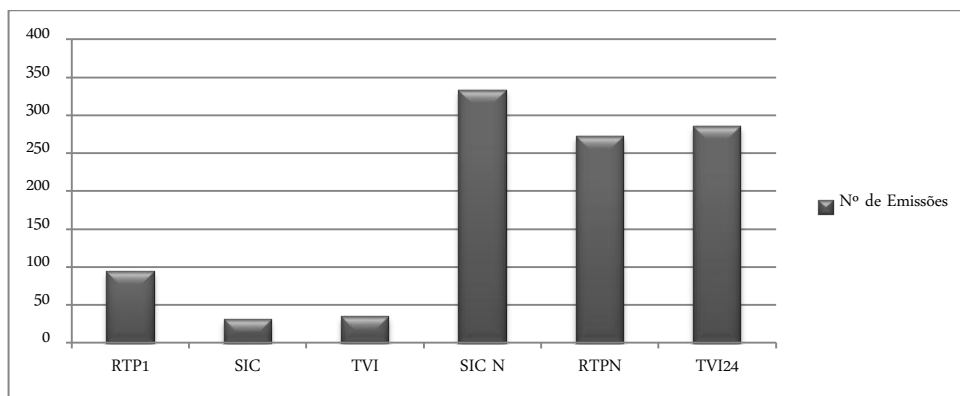
Tal decorre do ADN de cada estação e da natureza específica dos canais televisivos. Um dos primeiros constrangimentos com que o jornalista de televisão se defronta é o tempo. Os jornais televisivos, por norma, têm a duração de uma hora. Nesse período, é preciso dizer o “país e o mundo”⁴³, pelo que há que ser rigoroso com a duração das peças, dos directos, das entrevistas. Isto acontece porque há uma grelha quase sempre rígida, que é preciso cumprir e há compromissos publicitários, que têm necessariamente de ser respeitados, porque são quase única e exclusivamente a fonte de rendimento dos canais (em concreto dos privados). Assim se compreende que os canais temáticos que emitem “24 horas de informação, em directo e em português”⁴⁴ tenham, necessariamente, mais tempo do que os generalistas para dissecar todos os ângulos de abordagem de uma notícia e, como consequência, possam dedicar mais tempo ao comentário.

⁴² Quadro 6 dos “Anexos”.

⁴³ Expressão utilizada diariamente pelo pivô da SIC, Rodrigo Guedes de Carvalho, no fecho do “Jornal da Noite”.

⁴⁴ Expressão utilizada pelo pivô Pedro Mourinho, a 8 de Janeiro de 2001, no noticiário que assinalou a primeira emissão da SIC Notícias. O pivô abriu o noticiário com esta frase “Bom dia são sete horas. Está no ar a SIC Notícias - 24 horas de informação em directo e em português.”

Gráfico 1: Número de emissões entre Setembro de 2010 e Fevereiro de 2011 por canal



Neste sentido, 893 dos programas analisados corresponderam a emissões da SIC Notícias, RTPN e TVI 24. Entre estes, a SIC Notícias foi a que dedicou mais espaço à análise dos temas do dia (334 emissões)⁴⁵. Tal acontecerá, acreditamos, como consequência de vários factores. Antes de mais, a SIC Notícias foi a estação pioneira de informação em Portugal. Como líder do cabo e sendo um caso de sucesso a nível internacional, a SIC Notícias habituou o seu público a uma informação permanente e a debates feitos, muitas vezes, em cima do acontecimento. A capacidade de reacção é, com efeito, bastante rápida. Além disto, o canal tem outras características, que se podem considerar vantagens e que contribuem para a sua liderança. Há dez anos, a SIC Notícias criou um “*star system*” que até aí não existia. Desta forma, além de ter uma boa bolsa de comentadores (que muito raramente recusa um convite), tem bem oleada a técnica de rodar comentadores e convidar rapidamente velhos e novos interlocutores. Assim, põe no ar, o mais rapidamente possível, actores e/ou observadores que falam, com propriedade, sobre os temas, apresentados muitas vezes como “última hora”. Além do mais, tradicionalmente, quem tem acesso à TV por cabo é a classe média-alta e alta, que quer estar bem informada e a par das opiniões vigentes, para depois formar a sua própria opinião. Estes três aspectos, a experiência, a rapidez e uma audiência exigente, que poderá depois servir para influenciar outro público, explicam em parte o comando das audiências, por parte da estação que deriva da SIC. Isto tem uma outra consequência sobre os *plateaux* televisivos que, neste momento, já se estende a todos os canais de informação. Os principais actores políticos (e outros) têm quase sempre interesse em participar nestes fóruns, fazendo, muitas vezes, com que o estúdio da SIC Notícias, da RTPN e da TVI24 se transforme numa espécie de extensão/prolongamento do

⁴⁵ No período em análise, encontramos 273 programas na RTPN e 286 na TVI24.

Parlamento. As três televisões servem, assim, de arena para acenar argumentos políticos, desmontar discursos, trocar recados e piscar o olho ao eleitorado. O jogo político passa-se também aqui (aliás, joga-se cada vez mais aqui), o que contribui para a disparidade entre estes canais e os generalistas, no que concerne ao número de emissões e debates.

Uma última nota que serve também para sublinhar diferenças e apontar desde já tendências. A SIC Notícias tem alguns dos comentadores mais conhecidos do nosso país, a quem é reconhecida alguma notoriedade pública. Este facto faz com que, muitas vezes, os intervenientes sejam repetentes, levando a que as opiniões expressas coincidam, o que, por sua vez, cria um afunilamento que, em último caso, em espíritos acríticos, poderá conduzir à espiral de silêncio de que falava Elizabeth Noelle-Neumann.

Mais à frente, dissecaremos o público-alvo de cada um dos canais. Por agora, falemos daqueles que efectivamente têm milhões de telespectadores no horário nobre e permitem a sobrevivência dos canais temáticos.

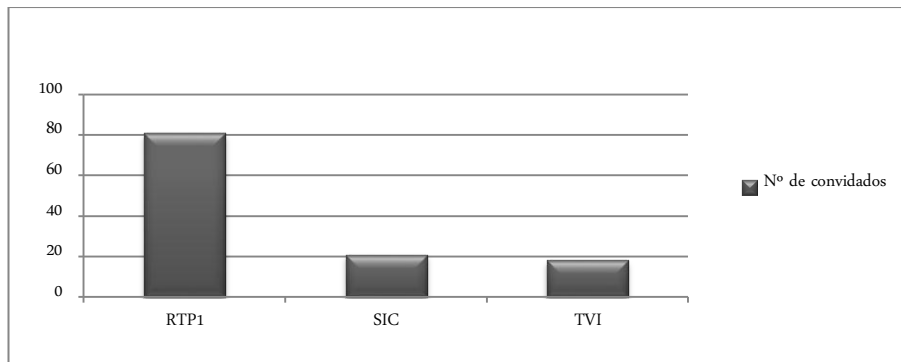
3.1 - Quem fala do quê na tv?! **Dos canais generalistas...**

“Então gritei: Aconteceu! (...) Os segredos revelados e as imagens coloridas são realidades nossas, são vitórias conseguidas”
Hino da SIC, o primeiro canal generalista privado

No período analisado, as televisões generalistas recorreram a 120 convidados para esclarecer a opinião pública⁴⁶. A televisão pública foi a que, de longe, mais privilegiou a utilização de comentadores. Com efeito, programas como o “Prós e Contras”, de Fátima Campos Ferreira, contribuíram para que, no total, 81 pessoas fossem chamadas a esclarecer os temas em discussão. No reverso da medalha, as televisões privadas recorreram quatro vezes menos à intervenção de comentadores. A estação de Carnaxide, em particular, utilizou 21 pessoas e a TVI apenas 18 para explicar e debater a actualidade.

⁴⁶ Todos os dados estão compilados no quadro sete, no capítulo “Anexos”.

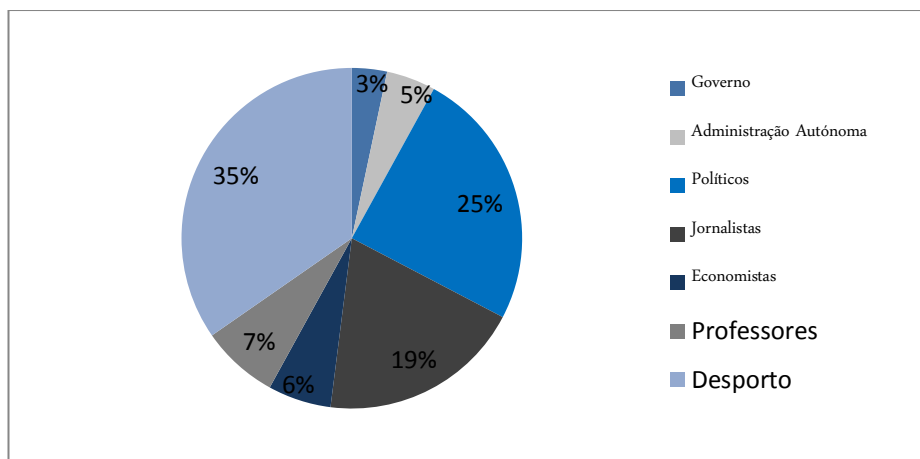
Gráfico 2: Distribuição dos convidados pelos três canais generalistas (Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011)



Em relação à profissão, vemos que as classes preferidas são os políticos e os jornalistas⁴⁷. É fácil perceber tal opção. Uns e outros conhecem bem a linguagem e o jargão televisivo, são eficientes na palavra, chegando a quase todos os telespectadores e percebem a dinâmica própria do meio. No que concerne, em concreto, aos políticos, no período em análise, foram chamados à antena 37. É peculiar reparar que, deste total, apenas um surgiu na estação de Queluz, todos os restantes (36) apareceram nos ecrãs da RTP1, o que revela a primazia que os coordenadores do canal público dão aos convidados habilitados pelo seu percurso profissional para debater os temas. Estes dados indiciam, similarmente, de certa forma, a preferência deste canal pelo debate político em sinal aberto. É curioso também fazer o levantamento dos membros do governo (cinco) e da administração autónoma (sete) que marcaram presença nas TVs. Durante estes seis meses, apareceu apenas um membro do Executivo na SIC (em Dezembro) e um da Administração Autónoma, em Setembro. A TVI registou unicamente um representante desta última classe em Janeiro. Todos os restantes foram chamados à antena do canal público, o que, de alguma forma, pode reforçar as críticas que são, de vez em quando, apontadas à RTP, de que é um canal sensível às questões de poder e aos governos em gestão. Em sentido inverso, as televisões privadas, quando recorreram a comentadores, privilegiaram o recurso a jornalistas. A SIC chamou 14 a estúdio, a TVI dez e a RTP apenas cinco.

⁴⁷ Dados detalhados no quadro oito, em “Anexos”.

Gráfico 3: Profissão dos convidados da RTP, SIC e TVI (Setembro 2010 a Fevereiro de 2011)



Os editores e/ou coordenadores privilegiaram neste período a utilização de convidados sempre ligados ao tema, com apenas uma excepção em Janeiro, na RTP1.

Quanto ao mote do convite, nas generalistas⁴⁸, estudámos os observadores, por oposição aos actores. Os actores são aqueles que, como o próprio nome indica, intervêm na questão em causa, são partes activas e interessadas; os observadores, por seu lado, contemplam da plateia os acontecimentos, sem ter poder para decidir. São pessoas cujo passado, ou presente, não os habilita a falar do tema de forma tão conhecedora, como outras que trabalham na área, mas, ao mesmo tempo, são homens e mulheres descomprometidos e potencialmente mais isentos e neutros na sua opinião, dado que não têm interesse directo no tema em questão. Aqui os observadores foram quase sempre preteridos em relação aos actores. Para isto, muito contribuiu, mais uma vez, a RTP, dado que as privadas preferem os observadores, a saber os jornalistas. Mais à frente observaremos com detalhe a preferência por uns e por outros, que diverge entre os canais temáticos e os generalistas.

Em relação à ligação ao programa, sobressai nos três canais a preferência por convidados exteriores. São poucos os programas que têm comentadores residentes, como, por exemplo, o “Corredor do Poder”, da RTP1, onde Sandra Sousa e cinco comentadores discutem os temas quentes do espaço público nacional. Esta é a excepção que confirma a regra que, de resto, prevalece também nos canais temáticos. Há meses em que a TVI só fez mesmo convites esporádicos, pontuais.

⁴⁸ Quadro nove, em anexo.

Um olhar mais analítico permite deduzir que o convidado-tipo do canal 1 é do sexo masculino, residente na capital, político, com conhecimento de causa sobre os temas que discute e detentor de um certo poder de argumentação e projecção mediática. Nas privadas, a definição do perfil dos convidados televisivos passa também pelo género e pela proveniência geográfica. À semelhança do que acontece no primeiro canal, os convidados na SIC e na TVI são homens, residentes em Lisboa, mas exercem quase sempre o jornalismo como profissão (são quase sempre da casa ou, pelo menos, do mesmo grupo empresarial). São escolhidos pelos decisores de cada canal porque observam a realidade e, como já foi referenciado, tem potencialmente um olhar mais afastado e, como tal, mais rigoroso sobre os temas em debate. São, também, por norma, repetentes na cadeira do poder e, além de um ar sério e competente, são eloquentes, o que lhes confere credibilidade junto da opinião pública.

3.1.2 - ... aos canais temáticos

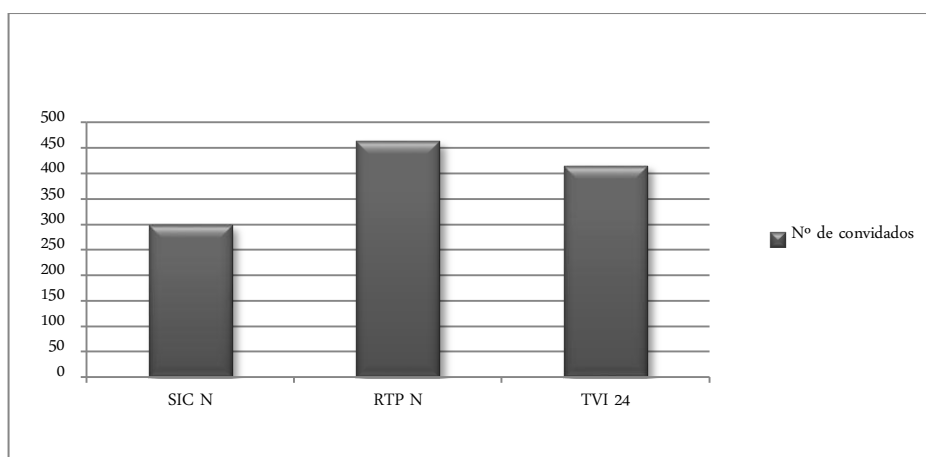
*“O quarto poder é pergunta
E resposta e mais pergunta
E tese, e antítese, e síntese
E os dias que hão-de vir
A nobreza do dever
A missão de não esconder
De mostrar, de saber, de fazer saber
De saber fazer, olhar e explicar”*

Poema do jornalista Reinaldo Serrano, retirado de uma “promo” da SIC Notícias, o primeiro canal temático de informação em português

Para aparecer nos *plateaux* televisivos, as televisões procuram convidados com um discurso coerente, claro, conciso e pertinente. O convidado tem ainda de ser expressivo, ter o dom da oratória e ter um aspecto “*clean*”, porque, afinal são estes que agradam aos telespectadores e é a audiência que também dita o alinhamento da televisão. Se o convidado tiver ainda algum grau de notoriedade, este é um factor de preferência. Tantas exigências resultam na constituição de uma espécie de elite, onde estão os melhores dos melhores, que já deram provas e têm reputação entre os telespectadores. Esta parece ser uma máxima seguida de perto pela SIC Notícias, o que pode explicar o facto de a televisão ocupar o terceiro lugar no *ranking* do número de convidados. No semestre em observação, passaram pelos estúdios de Lisboa e do Monte da Virgem 463 convidados, contra 415 da TVI24 e apenas 299 da SIC Notícias⁴⁹.

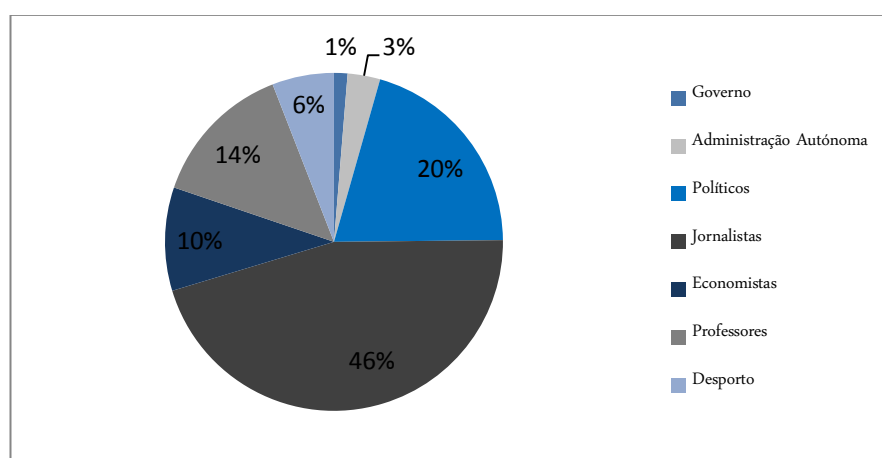
⁴⁹ Tabela com dados pormenorizados em “Anexos”, quadro dez.

Gráfico 4: Distribuição dos convidados pelos três canais temáticos (Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011)



Para ajudar à categorização dos convidados dos canais temáticos começámos por espreitar a origem dos convidados⁵⁰. Dos 1177 convidados, 91 por cento são de Lisboa (917). Em segundo lugar do pódio, aparece o Norte do país, mas a uma enorme distância. As categorias Nacional, Alentejo, Centro, Algarve e outros países não são representativas. Nesta disparidade geográfica, que se sente em todos os canais, a TVI24 é que leva a dianteira, com um total de 366 convidados de Lisboa, para apenas 21 do Norte. Entre as três privadas, a RTPN é que dá mais destaque à zona Norte, dado que tem emissões feitas a partir de Vila Nova de Gaia. Todavia, ainda assim, os convidados desta região representam apenas 14 do total dos convidados do canal.

Gráfico 5: Profissão dos convidados da SIC N, RTPN e TVI 24 (Setembro 2010 a Fevereiro de 2011)



⁵⁰ Quadro 11, que consta em “Anexos”.

Em relação à profissão do convidado, evidenciam-se os jornalistas com 423 aparições. Seguem-se os políticos, com 190 participações, os professores com 129 presenças e, por último, os economistas, com 92 intervenções⁵¹.

Examinando os dados, de forma mais minuciosa, vemos que a SIC Notícias dá prevalência aos jornalistas, com 92 participações e só depois aos políticos (63 aparições). Ulteriormente, vêm os professores e os economistas. Em resumo, na televisão dirigida por José António Teixeira, os jornalistas são o grupo mais representativo, assegurando 30 por cento das participações. Enquanto as figuras relacionadas com desporto são as menos chamadas a estúdio (apenas oito vezes).

Em comum, os convidados da estação têm um considerável grau de projecção mediática. Esta preferência dos coordenadores por comentadores com bastante experiência está, como já explicámos anteriormente, alicerçada na antiguidade do canal e nas directrizes da própria linha editorial.

Quanto à RTPN, esta continua a dar mais destaque do que as outras televisões aos políticos. Em concreto, marcaram presença neste *plateau* 86 políticos, contra 174 jornalistas, 50 professores e 25 economistas. Os políticos representam 18,5 por cento do total dos convidados da estação, contra 37,5 por cento dos jornalistas. No período em observação, esta televisão quase não chamou convidados da Administração Autónoma, por oposição ao que aconteceu com as privadas, que deram voz a alguns (ainda que poucos) representantes destas regiões.

O canal mais recente do cabo, a TVI24, dá mais espaço aos jornalistas, com os políticos a representarem apenas nove das participações totais. Em estúdio, os jornalistas entrevistam jornalistas, numa espécie de círculo informativo. No total, 157 jornalistas (38 por cento) participaram nas emissões televisivas do canal, o que mostra uma menor diversidade de convidados televisivos.

Nos três canais, o contributo de membros do governo é, diversamente do que acontecia na RTP1, muito escassa e equilibrada entre os vários *plateaux*.

Menor relevância tiveram os actores ligados ao desporto, os sindicalistas e os juristas. Disto se conclui, sem mais demora, que o leque de convidados da SIC Notícias e da RTPN é mais vasto. De facto, além de apresentar uma distribuição mais equitativa,

⁵¹ Quadro 12, em “Anexos”.

parece também abranger um maior número de categorias profissionais. A TVI24, pelo contrário, apresenta-se muito centrada no comentário dos jornalistas.

A definição do perfil dos convidados televisivos passa também pela ligação ao programa e ao tema e o mote do convite⁵². No que toca à relação observador *versus* actor, observa-se, feito o balanço geral, que também aqui as televisões continuam a privilegiar os observadores.

As televisões parecem preferir comentadores vistos pelo público como competentes para falar sobre determinado assunto, entendendo que o facto de não serem partes envolvidas, tal como já foi aludido, lhes confere uma autonomia e isenção que necessariamente outros convidados, como parte afectada no tema, poderão não ter. Como tal, em relação à ligação ao tema, os canais temáticos chamam sobretudo convidados com conhecimento de causa. Quase todos estão ligados ao tema, sendo rara a situação inversa. Dos três, a SIC Notícias é aquela que menos convida pessoas não relacionadas com o tema. Há meses em que não há mesmo nenhum convidado exterior ao campo em discussão.

No que respeita à ligação ao programa, é muito maior o número de intervenientes que não têm qualquer vínculo. Tal tendência estende-se aos três canais. Isto deriva da maior parte dos programas não ter convidados fixos, mas sim, apenas cadeiras que são ocupadas, dia-a-dia, por quem os coordenadores acham mais conveniente.

3.2 - A questão de género no estúdio televisivo

“Viemos do inferno, de um horror muito próximo que parecemos ter esquecido; e estou a falar apenas do mundo ocidental, que é o que evoluiu; em dois terços do planeta, a mulher continua a ser um ente carente de direitos”

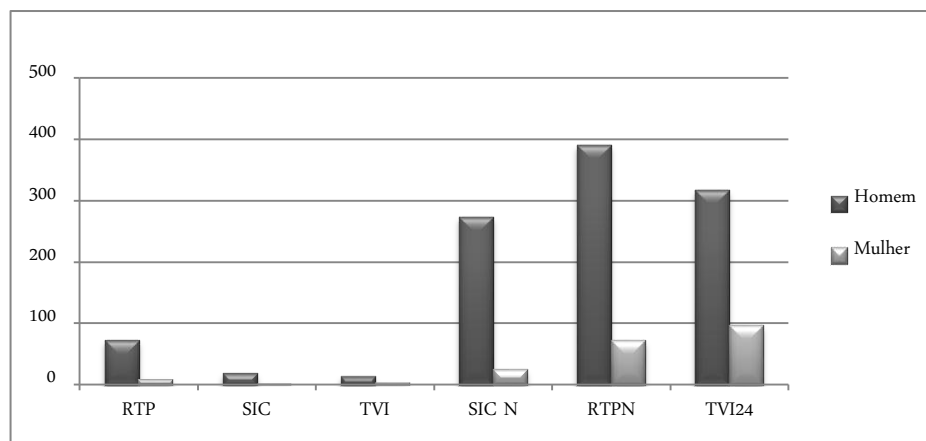
Rosa Montero

As maiores disparidades acontecem quando olhamos para a questão do género. Em seis meses de emissões, apenas 209 mulheres apareceram enquanto comentadoras⁵³. 83 por cento dos convidados foram do sexo masculino.

⁵² Quadro 13 dos “Anexos”.

⁵³ Quadro 14 em anexo.

Gráfico 6: Distribuição por género (Setembro a Fevereiro de 2011)



Das três televisões que compõem o panorama audiovisual português, a RTP foi a que falou mais no feminino, mas ainda assim, no total, apenas 12,5 por cento de mulheres contribuíram para o debate nas generalistas⁵⁴. Nos temáticos, há maior inclusão de mulheres nos painéis de comentadores e a participação feminina sobe um pouco, para os 16,4 por cento. O esforço maior é feito pela RTPN e pela TVI24. A primeira incluiu 72 mulheres, a segunda 97. No fim da tabela, vem o canal que ocupa o quinto lugar na programação televisiva, que convidou apenas 25 mulheres⁵⁵. Em termos percentuais, as mulheres representam 8,3 por cento dos convidados na SIC Notícias, 15,5 por cento na RTPN e 23,3 por cento na televisão agora dirigida por José Alberto Carvalho. Os dados, assim expostos, mostram que a SIC Notícias é uma televisão que fala mais no masculino. A este facto não será alheia a preferência dos principais actores pelo canal líder de audiências (e, como sabemos, os lugares cimeiros do poder são ocupados pelos homens), pelo que a televisão poderá reflectir e (perpetuar) as relações de poder que existem na sociedade.

Além do mais, esta disparidade pode assentar no facto de a SIC Notícias já ter dez anos de existência. Há uma década, não havia tantas mulheres “disponíveis” como hoje. A própria sociedade tende a dar-lhes maior credibilidade e, com o tempo, há uma certa “propensão” para que a televisão se abra mais à participação de mulheres nos *plateaux* televisivos. Os dados já aqui referidos anteriormente mostram que o caminho está traçado. As licenciaturas em jornalismo têm entre duas a três vezes mais mulheres do que homens, o que se reflecte na feminização das redacções. A informação disponibilizada pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista mostra que há cada

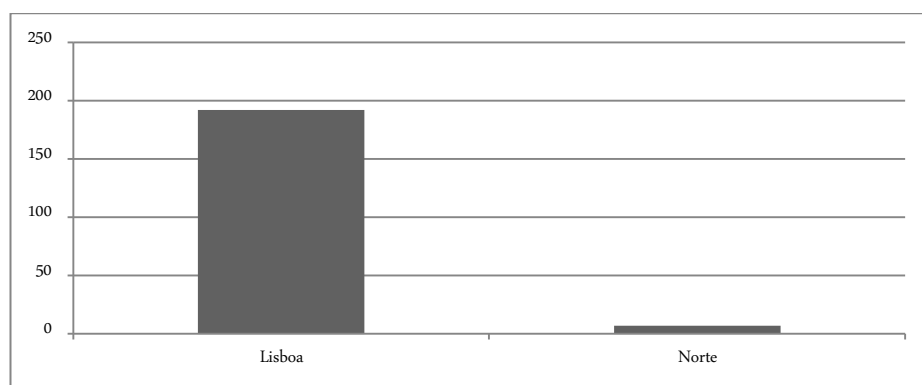
⁵⁴ Informação detalhada no quadro 15, nos “Anexos”.

⁵⁵ Quadro 16 que consta na parte final deste trabalho.

vez mais mulheres a exercerem a profissão. Desde o biénio 2004/2005, o número de jornalistas-homens a pedir o título não pára de descer. A cada dois anos, há cerca de 300 a 400 novas mulheres que começam a exercer o jornalismo. Uma tendência que não se reflecte, no entanto, no estúdio da SIC Notícias. O canal cinco tem, de alguma forma, renitência a adaptar-se a esta mudança, não só porque parece ter permanecido fiel aos comentadores mais antigos, com quem estabeleceu desde o início laços, como pode não querer mexer numa “equipa vencedora”. As outras televisões, sobretudo a TVI24, como é mais recente, terá tido necessidade de procurar outros intervenientes, dado que o mercado é pequeno e, num país com dez milhões, os comentadores não abundam. Sobretudo, se houver três canais televisivos de informação, como acontece em Portugal, o que, de resto, é ocorrência única na Europa. O caso de Constança Cunha e Sá é um bom exemplo. A jornalista passou a ter muita mais projecção mediática desde a abertura da TVI24, o que é compreensível, visto que o canal sentiu necessidade de criar novas “estrelas”, valorizando, como é lógico, algumas das caras da estação. Disto resulta este retrato final: a SIC Notícias parece uma televisão mais masculina, mais conservadora, mais avessa à mudança e que espelha as relações de poder, que perduram ainda no dia-a-dia. Em direcção oposta, RTPN e a TVI24 apostam mais no comentário feminino, contribuindo também para uma mudança de mentalidades da sociedade, dado que a televisão reflecte a sociedade, mas também contribui para a sua transformação.

Quanto à proveniência geográfica, Lisboa é preponderante. 192 mulheres moram nesta zona, contra 7 que residem no Norte⁵⁶. Há meses em que não há uma única representante do sexo feminino com sotaque nortenho nos canais televisivos. Pior ainda é o resto do país que, muitas vezes, não foi representado por ninguém do sexo feminino.

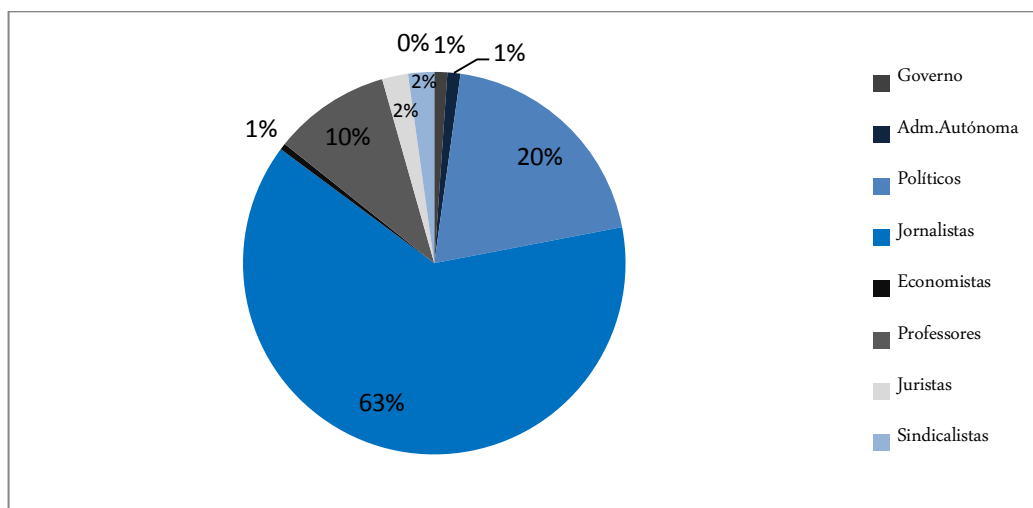
Gráfico 7: Distribuição do sexo feminino por região (Setembro a Fevereiro de 2011)



⁵⁶ Quadro 17, constante em “Anexos”.

No que toca às profissões, aparecem à cabeça, de forma bem destacada, as jornalistas (115). Depois, seguem-se as políticas (36) e só depois as professoras (18). No fim da lista, estão as juristas, as sindicalistas e os membros do governo. Nos meses contemplados, nunca apareceu nenhuma mulher ligada ao desporto⁵⁷. No global, 55 por cento das mulheres que intervêm nos *plateaux* televisivos são jornalistas.

Gráfico 8: Distribuição do sexo feminino por profissão (Setembro a Fevereiro de 2011)



Esta predominância poder-se-á prender com a feminização da profissão. Para isto, pode ainda contribuir o facto de tradicionalmente, uma jornalista não ter horário, o que leva a que tenha maior disponibilidade para aparecer no ar a horas tardias, descurando tarefas que ainda hoje, por vezes, lhe poderão ser imputadas, como a lida da casa. Importante será, também, o facto da televisão se “alimentar” a si própria, isto é, a jornalista sabe que, para se impor, num mundo onde o poder é predominantemente masculino, precisa de ter visibilidade, pelo que pode aceitar mais facilmente todos os convites para aparecer na própria televisão, para ser vista pelos seus pares e pelos seus superiores. Poderá fazê-lo até com algum sacrifício pessoal, para tentar “subir” na carreira.

Analisadas as outras vertentes, mantém-se a tendência já sentida. Quase sempre, as mulheres têm ligação ao tema (apenas um por cento não tem)⁵⁸. Desta forma, despistámos a teoria de que ainda hoje as mulheres são chamadas apenas para “embelezar” um painel. Muitas vezes, elas entram até na categoria “actor”, se bem que

⁵⁷ Quadro 18 dos “Anexos”.

⁵⁸ Quadro 19 incluído nos “Anexos”.

prevaleça também aqui a categoria de “observador”. Em 77 por cento dos casos analisados, elas dissecaram a realidade, vendo-a de fora⁵⁹. Quanto à ligação ao programa, por 187 vezes não tinham qualquer vínculo, o que mostra que estes dados traçam um retrato fiel da realidade⁶⁰. Dado que as mulheres ainda estão em minoria nos lugares de visibilidade, é natural que, nos poucos casos em que há comentador-fixo, estas não sejam as escolhidas.

Em giza de conclusão, o perfil-tipo do convidado de todas as televisões é homem, residente na área metropolitana de Lisboa, jornalista ou político e com algum mediatismo. Efectivamente, todas as televisões preferem não correr riscos e quando podem apostam em rostos já conhecidos do público. São homens com alguma notoriedade nos círculos em que se movem, celebridades da opinião pública criadas pela televisão, para consumo da própria televisão e que deixam de ser “estrelas” assim que as televisões deixam de os convidar, confirmando a efemeridade do estatuto de *VIP*, que adquirem enquanto comentadores.

No ar não vemos estudantes, reformados, engenheiros, biólogos, agricultores ou taxistas. Os decisores dos vários canais elegem, assim, pessoas no activo, que trabalham no campo das relações sociais e humanas. Os jornalistas e políticos que pululam na televisão são os “*engenheiros do social*”, de que falava Sébastien Rouquette. Na perspectiva do investigador, estes apropriam-se dos problemas da sociedade, saindo muitas vezes da sua área de conforto, dos problemas que afectam a sua classe, para reflectir sobre as questões que afectam o espaço público.

Neste novo século que ainda agora começou, os novos donos dos *plateaux* televisivos são os jornalistas, quase todos com cargos de direcção, invertendo a tendência que se verificava nos anos 90, que dava primazia aos políticos.

Com a massificação das mulheres nas universidades e no mundo (nascem mais mulheres, formam-se mais mulheres em cursos tradicionalmente de homens, como ciências políticas, economia, engenharias), haverá desculpa para uma plateia de comentadores maioritariamente masculina?

⁵⁹ Quadro 20 presente na última parte.

⁶⁰ Quadro 21 nos “Anexos”.

Capítulo IV - Por detrás da escolha dos comentadores

Razões e motivos invocados: análise dos questionários

"A arte de interrogar é bem mais a arte dos mestres do que as dos discípulos; é preciso ter já aprendido muitas coisas para saber perguntar aquilo que se não sabe."

Jean-Jacques Rosseau

O comentador *"não trabalha directamente sobre factos, não têm uma finalidade rigorosamente informativa de transmitir dados. Trabalha sobre ideias, deduz consequências políticas, ideológicas, culturais, filosóficas, entre outras, de acontecimentos mais ou menos actuais"* (2008: 15). A citação de Rita Figueiras serve de intróito a este capítulo, porque diferencia bem o jornalista do comentador e, como tal, a importância que este último pode assumir numa estação de televisão.

Todas as televisões têm uma bolsa de convidados. São relações estabelecidas *a priori*, que permitem a uma televisão, a qualquer momento, chamar os melhores especialistas para comentar qualquer assunto, de última hora, com o maior conhecimento. São mulheres, mas sobretudo homens, sempre preparados para entrar em antena e que estão permanentemente de sobreaviso. É claro que tal disponibilidade paga-se, até porque *"o comentador tem de possuir conhecimento social, de saber o que o público em geral não sabe"* (Nimmo & Combs, *apud* em Figueiras, 2008: 15).

Muitos telespectadores provavelmente não terão a noção de que a maior parte dos comentadores recebe por cada intervenção que realiza. Há ainda uma minoria que são os "residentes" e têm uma avença com o órgão de comunicação social. São considerados os melhores dos melhores, estrelas do *star system*, que vale a pena remunerar para ter o exclusivo e não os deixar fugir para um canal concorrente.

A existência destes comentadores é imprescindível para manter bem lubrificada a máquina que é a televisão. Não obstante, muitos dos convidados não recebem dinheiro. São especialistas chamados esporadicamente, para comentar temas da sua área de investigação ou trabalho.

É da rotação destes convidados que as televisões ganham maior heterogeneidade, porque, de outra forma, seriam sempre as mesmas caras a comentar os mesmos temas e o público também gosta de sentir que a estação, apesar de manter a mesma coerência, aposta na mudança e diversidade.

É neste campo de trabalho, com vantagens, mas também com constrangimentos, sobretudo numa altura de crise económica, em que o mercado publicitário atingiu valores extremamente baixos, que se movimentam diariamente os coordenadores e editores.

Entramos aqui na segunda fase da nossa investigação: a análise dos questionários. Como já explicitámos anteriormente, aplicámos 12 questionários aos homens e mulheres que diariamente decidem, muitas vezes, no fio da navalha, quem é convidado para os *plateaux* televisivos. Desta forma, percebendo o que está “*Por detrás da escolha dos comentadores*”, poderemos entender, de forma mais cabal, a hegemonia numérica dos homens sobre as mulheres em estúdio.

O questionário dividiu-se em dez perguntas⁶¹. Na primeira, pretendemos interrogar os coordenadores sobre os critérios que subjazem à escolha. O inquirido foi convidado a classificar de um (menos importante) a cinco (mais importante) as seguintes opções: “*a) ter bom conhecimento do tema em análise; b) ser parte interessada no tema em análise; c) ser eloquente; d) ter boa apresentação; e) localização geográfica do convidado; f) idade; g) profissão; h) filiação partidária ou clubística; i) outros*”. Na questão número dois perguntámos: “*Na escolha de um comentador preocupa-se com o facto de este ser homem ou mulher? Se sim porquê?*”. Seguidamente, no ponto número três, tentámos apurar se os coordenadores sentiam dificuldades em convidar uma mulher e em caso de resposta afirmativa pedimos-lhes para classificar novamente de um a cinco os itens: “*a) as mulheres têm menos disponibilidade; b) as mulheres estão menos “preparadas” para responder a mais temas; c) há menos mulheres do que homens disponíveis em sociedade para ir à televisão; d) as mulheres exercem menos cargos com “poder”; e) as mulheres têm menos habilitações académicas; f) outros*”. Na pergunta número quatro foi utilizada a mesma metodologia. Assim, indagámos “*Quando convida uma mulher esta evidencia alguma dificuldade em aceitar o convite?*”. Nas respostas afirmativas pedimos para pontuar uma vez mais as hipóteses: “*a) falta de tempo; b) indisponibilidade familiar; c) Indisponibilidade profissional; d) timidez em falar em público; e) outros*”. A pergunta número cinco foi sobre a eventual vantagem de convidar “*especificamente um homem ou uma mulher*”. Depois, pretendemos perceber se, em igualdade de circunstâncias, os editores preferiam convidar as mulheres, com o intuito de conseguir uma maior

⁶¹ O questionário aplicado consta também em “Anexos”. É o documento número 22.

igualdade na questão de género. Na sétima pergunta tentámos saber se a preferência por comentadores masculinos era consciente. A seguir questionámos “*Na sua opinião as mulheres estão mais habilitadas para falar de que tema. Porquê?*”. Finalmente encerramos o estudo com duas perguntas abertas: “*os dados do nosso estudo mostram que há muitos mais homens do que mulheres nos plateaux televisivos. Como justifica esta disparidade de números?*”; e “*o facto de a maior parte dos cargos de chefia serem exercidos por homens explica, de alguma forma, a preferência por um comentador do sexo masculino? Justifique*”. Estas correspondem respectivamente à pergunta número nove e dez.

Começamos por espreitar o que é valorizado na escolha de um comentador. Nesta questão, como já vimos, foram sugeridas algumas respostas a cada inquirido, sendo-lhes pedido para as classificarem. O resultado é tão expressivo que decidimos incluir aqui um quadro síntese com as respostas obtidas.

Quadro 4: Critérios fundamentais a ter em conta na escolha de um comentador

| | ENTREV. | GÉNERO | a) | b) | c) | d) | e) | f) | g) | h) | i) |
|-------|---------|--------|----|---------|----|----|-----|-----|-----|---------|----|
| RTP | 1 | M | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | |
| | 2 | M | 5 | depende | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | depende | |
| RTPN | 3 | M | 5 | 3 | 4 | | 2 | 1 | | | |
| | 4 | M | 5 | | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| SIC | 5 | M | 5 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | |
| | 6 | H | 5 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | |
| SICN | 7 | H | 5 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | |
| | 8 | M | 5 | | 4 | 3 | 2 | | 1 | | |
| TVI | 9 | H | 5 | 4 | 3 | 2 | | | 1 | | |
| | 10 | H | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | |
| TVI24 | 11 | H | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | |
| | 12 | M | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | |
| MÉDIA | | | 5 | 3,44 | 4 | 3 | 2,2 | 1,2 | 2,4 | 1 | |

Fonte: Questionários aplicados aos coordenadores dos seis canais em análise.

Com efeito, salta à vista que a opção “*ter bom conhecimento do tema em análise*” é o factor mais importante. Todos os entrevistados atribuíram a este item a classificação de cinco.⁶² Numa espécie de escala hierárquica, segue-se a opção “*ser eloquente*”, com uma média de quatro valores. No terceiro lugar do pódio, está a opção

⁶² De forma a hierarquizar a importância atribuída aos vários itens fizemos a média de cada opção. No entanto, estes valores carecem de completo rigor porque, nalguns casos, os coordenadores optaram por deixar a opção em branco, o que, de alguma forma, confere menos fiabilidade aos dados.

“*ser parte interessada no tema em análise*” o que, de alguma forma, se prende com a primeira opção. Seguem-se depois “*boa apresentação*”, apenas com média de três, e, posteriormente “*profissão*” e a “*localização geográfica do convidado*”. No final da tabela, aparecem a “*idade*” e, por fim, “*a filiação partidária ou clubística*”.

Desta valoração feita pelos nossos entrevistados podemos tirar algumas conclusões. A primeira é a de que o mais importante para os coordenadores é o bom domínio do assunto que se discute. Esta opção aparece destacada em primeiro lugar, mas também o item “*ser parte interessada no tema em análise*” está bem colocado, em terceiro lugar. Por norma, uma pessoa que é parte interessada tem um bom conhecimento. Não é condição *sine qua non*, mas ajuda. Apesar da situação inversa não invalidar que determinada pessoa também domine o tema em debate.

Falar bem é fundamental em televisão, tal como também o é ter uma imagem agradável. Na escala de valores, o critério “ser eloquente” e “ter boa apresentação” estão bem classificados. No entanto, a maior parte dos coordenadores “subalternizaram” a imagem à “eloquência”⁶³, o que nos levanta algumas reservas. Na nossa óptica, não interessa que um convidado perceba muito do assunto e fale muito bem do tema, se a sua imagem for tão desagradável, que cause ruído na transmissão da mensagem. Estes dois factores são fundamentais e deviam ter uma valoração equiparada, na nossa opinião. Mas há uma justificação plausível para esta hierarquização. Quem é chamado para aparecer na televisão, por norma, pertence a uma classe alta ou média alta, com um certo *status quo*. Este estatuto deriva, entre muitos outros factores, também da imagem “agradável” que passa em sociedade, que funciona como uma espécie de cartão-de-visita. Genericamente falando, tendo algum cuidado, bom gosto e também algum dinheiro, na maior parte dos casos, é relativamente fácil ter uma boa imagem⁶⁴. Por conseguinte, cremos que, quando a pergunta é feita aos coordenadores, automática e inconscientemente, eles nem sequer põe a hipótese de convidar alguém, por exemplo, com uma verruga muito grande ou uma atrofia muscular no rosto. Da mesma forma, também não se convida ninguém com um determinado tique nervoso, como piscar permanentemente um olho, ou alguém com problemas de gaguez, o que interfere na comunicação de igual modo. Essas pessoas estão fora de hipótese, até porque elas

⁶³ Excepção feita apenas por Rosário Salgueiro, coordenadora do Telejornal, da RTP, e de Luís Calvo editor da TVI24, que deram exactamente a mesma pontuação aos dois itens em análise.

⁶⁴ Quando falamos de boa imagem, falamos de uma imagem *clean*, neutra, sem causar ruído na comunicação. Recordamos que dada a importância que atribuímos a esta questão de “ter boa apresentação” já reflectimos aprofundadamente sobre este tema no primeiro capítulo.

próprias também não se disponibilizam para ir à televisão, onde os seus defeitos seriam multiplicados pelo “efeito eco” que a pequena caixinha reproduz, com muita frequência.

No fundo da lista, aparece a preocupação com a localização geográfica do convidado. Actualmente, todas as televisões têm delegações espalhadas pelo país⁶⁵, pelo que entrar no ar desde o interior Norte, Alentejo ou Algarve é praticamente igual. Quando muito, será mais constrangedor para o convidado, que pode ter alguns problemas de escuta e ouvir com *delay* (atraso) a emissão, sobretudo se no estúdio central estiverem mais comentadores. Finalmente, uma última nota para o penúltimo lugar. Se um convidado já tiver demasiada idade e possuir problemas de dicção e/ou audição, por mais claro que seja o seu raciocínio, não é uma escolha viável.

A montante do nosso estudo, tivemos também atenção à questão de género. Assim, o questionário foi aplicado a sete mulheres e cinco homens⁶⁶. Feitas as contas, não se nota diferença entre as escolhas de uma coordenadora e de um coordenador. Em relação à apresentação, por exemplo, pensámos *a priori* que as mulheres, porque são naturalmente mais “estetas”, pudessem valorizar este critério. Na prática, as nossas expectativas foram goradas, uma vez que as diferenças entre um sexo e o outro são irrelevantes, confirmando que os critérios escolhidos são os mesmos. A determinada altura do questionário, Luís Calvo, editor do espaço nobre da TVI24, recapitula o que verdadeiramente interessa: “*Qual é então o melhor convidado? Claramente aquele que domina o assunto, aquele que não tem condicionalismos - interesses pessoais na questão, ou que consiga transmitir de forma simples, directa e acessível ao conhecimento e, se possível, aquele cuja imagem seja facilmente reconhecível e de confiança*”⁶⁷. O colega de estação João Morais acrescenta que “*as minhas opções editoriais (...) fazem-se em função do interesse e actualidade*”⁶⁸, pelo que, como afirma Florbela Godinho, da RTP, “*o barómetro não deve ser o género, mas sim as qualificações e a situação face ao tema*”⁶⁹, até porque “*o que interessa é que a mensagem seja coerente e que passe para os telespectadores*”, como diz a colega de estação Cecília Carmo.

⁶⁵ A título de exemplo veja-se o caso da SIC. O canal de Carnaxide tem delegações em Faro, Évora, Portalegre, Covilhã, Guarda, Coimbra, Aveiro, Vila Real, Bragança, Madeira e Açores. No Porto tem também uma delegação, que dada a sua dimensão funciona como uma espécie de segunda redacção do canal.

⁶⁶ Inicialmente estavam previstos seis homens e seis mulheres, mas dada a ausência de resposta de um coordenador este teve de ser substituído, por uma coordenadora.

⁶⁷ Resposta à pergunta número nove “*Os dados do nosso estudo mostram que há muitos mais homens do que mulheres nos plateaux televisivos. Como justifica esta disparidade de números?*”

⁶⁸ Excerto da resposta número dez.

⁶⁹ Resposta à pergunta oito, tal como, de resto, o excerto seguinte.

Deixemo-nos guiar por estas palavras e entremos na questão do género. Na segunda pergunta do questionário aplicado: *“Na escolha de um comentador preocupe-se com o facto de este ser homem ou mulher?”*, sem excepção, todos responderam que não⁷⁰. O sexo do convidado não é critério de escolha para nenhum dos coordenadores. Como resume Joana Ramalhão, coordenadora da RTP, *“a escolha de um entrevistado nunca tem em conta o sexo do mesmo, mas antes a mais-valia que ele pode dar em termos informativos.”*

Da mesma forma, podemos afastar a hipótese apresentada na pergunta número dez: *“o facto de a maior parte dos cargos de chefia serem exercidos por homens explica, de alguma forma, a preferência por um comentador do sexo masculino? Justifique”*.⁷¹ A maior parte dos editores recusaram a afirmação, dizendo, como Mário Moreira, da TVI, que *“não há preferência por ter um comentador do sexo masculino. O facto de ser mais recorrente ter homens em antena resulta da maior disponibilidade que estes demonstram”* ou, como José Gomes Ferreira⁷², atesta, *“não há preferência. Apenas os cargos de decisão são ocupados maioritariamente por homens e por isso é que há mais homens a serem convidados do que mulheres. Porém, quando há homens e mulheres a ocuparem cargos similares são igualmente competentes”*. O problema parece ser a *“falta de mulheres comentadoras”*⁷³, como veremos mais à frente. Apenas dois editores responderam directamente à pergunta colocada. Marta Reis, responsável pelo alinhamento do Jornal da Noite, da SIC, afiança *“não creio, ou não quero acreditar, que um chefe pelo simples facto de ser homem prefira convidar um comentador do sexo masculino. Em 11 anos de televisão, nunca verifiquei tal situação com qualquer uma das minhas chefias. Já constatei a procura de equilíbrio, em termos de género, em painéis com mais de três elementos. Nesses casos, procura-se sempre que não exista uma hegemonia, quer masculina, quer feminina.”* Margarida Pires, da TVI 24, por seu turno, desvia-se um pouco desta opinião e conclui o seu raciocínio dizendo que *“o preconceito perpetua o sistema!”*

Na pergunta número três⁷⁴, o objectivo é perceber até que ponto é que os coordenadores têm consciência da dificuldade que existe em convidar uma mulher. As

⁷⁰ O quadro síntese está em anexo. É o quadro número 23.

⁷¹ Resumo nos “Anexos”, quadro 33.

⁷² José Gomes Ferreira é director da SIC, mas aqui foi entrevistado enquanto editor-executivo.

⁷³ Expressão retirada da resposta número dez de Rosário Salgueiro.

⁷⁴ Quadro 24 em “Anexos”.

respostas equilibram-se: seis coordenadores responderam que sim; seis afirmam que não têm qualquer dificuldade em convidar mulheres para ir a estúdio.

Entramos assim no busfílis da questão. Questionámos os que admitem que têm dificuldades em chamar mulheres, convidando-os a pontuar várias opções, que vão desde “*as mulheres têm menos disponibilidade*” a “*exercem cargos com menos poder*”.⁷⁵ Chegámos assim a uma escala hierárquica que nos poderá ajudar a compreender os motivos que justificam o afastamento do sexo feminino dos *plateaux* televisivos.

Dos seis editores que responderam a esta pergunta (três mulheres e três homens), a maior parte aponta como factor de exclusão o facto de haver menos mulheres a exercerem «cargos com “poder”». Esta opção atinge uma média de 4,3 (sendo que cinco é a nota máxima). Logo a seguir, é apontado um item estreitamente relacionado com o primeiro. “*Há menos mulheres do que homens disponíveis em sociedade para ir à televisão*” atinge uma média de 4. Estas duas opções são, de longe, as que reúnem maior consenso entre os entrevistados e dependem de certa forma uma da outra, ou têm, pelo menos, uma relação de causa-efeito. Em terceiro, no *ranking*, aparece a opção “*as mulheres têm menos disponibilidade*”, mostrando assim que são, em certas ocasiões, as próprias mulheres que se auto-excluem. Bem no fundo da relação, surge a opção “*as mulheres estão menos ‘preparadas’ para responder a mais temas*” e “*as mulheres têm menos habilitações académicas*”, com uma média claramente negativa. Poderemos, como tal, concluir que o factor decisivo para os editores é o facto de haver menos mulheres disponíveis para convidar. É isto que, nas suas opiniões, causa o desequilíbrio entre os dois géneros no comentário televisivo. Além do mais, todos reconhecem que, academicamente, elas não ficam atrás dos seus congéneres do sexo masculino e, ao mesmo tempo, estão tão preparadas quanto eles para discutir os temas em análise.

Deve ser destacada aqui a posição de um coordenador que sustenta uma convicção diferente. Luís Calvo foi coerente durante todo o inquérito, considerando que não há preponderância do homem sobre a mulher em qualquer domínio. O editor entende que, “*neste momento, em seis posições hierárquicas de maior relevo na empresa em que trabalho existem três mulheres e três homens. Poderá ser coincidência, ou poderá até indicar algo que, no sector dos media, é, diria, notório: há mais mulheres do que homens nas redacções e há também muito mais mulheres do que homens nos*

⁷⁵ Quadro 25, constante na parte final do trabalho em “Anexos”.

cursos de comunicação social. Como exemplo (menor ou não): numa recente acção no CENJOR de iniciação à reportagem televisiva, existiam 15 formandos: 15 mulheres e zero homens”

Os dados já apresentados ao longo desta dissertação vêm confirmar parte do que Luís Calvo enuncia. Há, de facto, uma supremacia das mulheres no meio académico. No entanto, o levantamento apresentado no capítulo anterior sublinha que, em estúdio, há muitos mais homens do que mulheres.⁷⁶

Aprofundando o problema da mulher, ou melhor, a ausência delas, na questão seguinte, pretendia-se saber se *“quando convida uma mulher esta evidencia alguma dificuldade em aceitar o convite?”*.⁷⁷ Apenas dois entrevistados disseram que “sim” e um “às vezes”, o que entra, de certa forma, em ligeira contradição com os dados apurados na pergunta anterior, onde foi dado algum destaque à indisponibilidade mostrada, por vezes, pelas mulheres (alínea a da pergunta 3.1).

Na continuação deste assunto, pedimos aos coordenadores que reconheceram encontrar dificuldades para pontuar gradativamente os motivos invocados.⁷⁸ À cabeça, aparecem *ex aequo* a *“falta de tempo”* e a *“indisponibilidade profissional”*. Rosário Salgueiro confirma esta escolha: *“é verdade que as mulheres convidadas mostram menos disponibilidade temporal, sem nunca fazerem referência aos afazeres familiares, mostram-se mais relutantes a ir à antena a determinadas horas da noite”*.⁷⁹ É claro que a falta de tempo pode advir, de facto, do excesso de trabalho. Porém, também é plausível a hipótese de que a acumulação do trabalho, com as tarefas tipicamente femininas, como os afazeres domésticos e/ou tomar conta dos filhos, roubem muitas horas a um dia que, por mais que se tente, só tem 24 horas. Ora, a *“indisponibilidade familiar”* aparece apenas em terceiro lugar. Será uma ilação talvez um pouco ousada, mas dá a entender que as convidadas têm vergonha em admitir a acumulação das suas funções com estas tarefas, consideradas quase como menores, numa certa camada da sociedade.

Além do mais, não deixa de ser inquietante que a *“indisponibilidade profissional”* apareça em primeiro lugar, tendo em conta que os homens dificilmente invocariam este motivo. Aliás, muitos profissionais *“dão-se ao trabalho”* de ir aos

⁷⁶ Recorde-se que ainda assim a TVI 24 dá mais destaque às mulheres, do que, por exemplo, a SIC Notícias.

⁷⁷ Quadro número 26.

⁷⁸ Informação mais pormenorizada no quadro 27, na parte final desta dissertação.

⁷⁹ Excerto retirado da resposta à pergunta número nove: *“os dados do nosso estudo mostram que há muitos mais homens do que mulheres nos plateaux televisivos. Como justifica esta disparidade de números?”*

estúdios televisivos gastar tempo e dinheiro, porque, em contrapartida, ganham um capital mediático, que lhes é muito proveitoso a nível profissional. Terá razão Ignacio Ramonet quando escreve que *“a recompensa simbólica não é apenas a satisfação pessoal, o narcisismo de ter aparecido na televisão, de ter conseguido fazer uma única e efémera passagem”*. Por conseguinte, intervir na televisão a comentar um determinado tema poderá ser considerado parte integrante do emprego, pelo que nunca é encarado como um desperdício de tempo. Mesmo que o volume de trabalho seja grande, a maior parte dos homens parece arranjar sempre disponibilidade, relegando o trabalho “puro e duro” para segundo plano, durante algum tempo.

Em último lugar, encontra-se a *“timidez em falar em público”*. Aliás, só um dos entrevistados é que valora esta opção. Os outros dois desvalorizam-na por completo, atribuindo-lhe o valor inferior da escala (um).

Quando a questão é fazer um convite “especificamente” a uma mulher ou a um homem será que vale a pena? Há vantagens?⁸⁰ Não, a resposta é quase unânime. Apenas dois editores admitem poder haver algum benefício em olhar ao sexo. Em concreto, Mário Crespo, o responsável pelo jornal das 9 da SIC Notícias, responde que pode haver vantagem em convidar uma mulher *“se o tema for propício a uma convidada específica”*. Margarida Pires, coordenadora da TVI 24, diz também que pode ser bom, *“dependendo dos temas”* em análise.

Mau grado estas respostas, não deixa de ser interessante observar que, quando confrontados com a pergunta: *“Na sua opinião as mulheres estão mais habilitadas para falar de que temas?”*, alguns comentadores, como Joana Ramalhão, entendem que o chamado sexo fraco está preparado para debater *“todos, desde que tenham conhecimento aprofundado sobre o assunto”*, enquanto outros “cedem” e admitem que afinal há temas em que as mulheres poderão ter mais *know-how*. Havendo uma relação próxima entre as duas perguntas, parece estranho que as respostas não coincidam. Para o efeito, pode não ser inocente o facto de a pergunta partir já de um pressuposto: o de que as mulheres tem mais capacidade de falar de determinados temas.

Rosário Salgueiro, coordenadora da RTP, reconhece que as mulheres dedicam-se mais a temas *“sociais do que, por exemplo, políticos ou económicos”*. Na mesma lógica, Joana Garcia considera que as mulheres têm mais conhecimento de causa de *“questões sociais: violência, protecção de menores, apoio a idosos, solidariedade”*.

⁸⁰ Pergunta número cinco do questionário, sintetizada no quadro 28, em “Anexos”.

Acrescenta a directora-adjunta da SIC Notícias que “o motivo prende-se com o facto de serem temas pelas quais as mulheres têm mais interesse e onde o género masculino é inferior no número.” José Gomes Ferreira acredita também que, nas áreas sociais, “há mulheres decisoras, ao contrário do que acontece na maior parte das outras áreas”. Marta Reis não acredita que uma mulher, só por o ser, esteja mais habilitada a falar de qualquer tema, admitindo que o único que lhe ocorreria seria: “ ‘o que é para si ser mulher?’ “. Um pouco na mesma direcção, Mário Crespo diz que as mulheres poderão estar mais habilitadas para falar “só de questões inerentes ao parto ou menopausa, porque a biologia é uma realidade irrefutável”.

João Morais, coordenador do Jornal das 8 da TVI, põe a ênfase em “assuntos ligados à maternidade e à gestão da vida doméstica”. Margarida Pires também entende que “as mulheres, desde que tenham a preparação certa, estão habilitadas a falar de todos os temas. Se calhar é mais fácil encontrar mulheres para falar dos temas tradicionalmente femininos, como actividades domésticas, puericultura, cozinha tradicional, doenças femininas, etc”. A coordenadora da TVI 24 não se demite da sua condição de mulher e parece acabar por reflectir um pouco sobre o teor da sua resposta rematando de forma irónica: “se bem que esta resposta acabe por ser em si sexista!”

Na pergunta “em igualdade de circunstâncias tem o cuidado de preferir uma mulher a um homem, no sentido de ter uma maior igualdade na questão de género?”⁸¹ quase se atinge unanimidade. Todos responderam que não, à excepção de Joana Garcia, da SIC Notícias, e Florbela Godinho, da RTPN, que confessou que, por vezes, têm esse cuidado. Todos os outros –homens e mulheres– consideram que não têm de se preocupar com a desigualdade de sexos, deixando porventura para o círculo legislativo e executivo uma atitude mais interventiva. Entende-se, com as respostas apresentadas, que a maior parte dos coordenadores, enquanto jornalistas, pensa que estão afastados das suas funções este problema. Se tempo houvesse, seria interessante discutir até que ponto é que um jornalista, um editor e coordenador é também cidadão e as obrigações de um e de outro se sobrepõem? Onde está a fronteira? Onde pára um e começa outro? Homem e jornalista devem coexistir? Sempre?

A última pergunta vai na senda das anteriores e, tal como nas precedentes, os coordenadores falam quase todos a uma só voz⁸². À excepção novamente da Joana Garcia, nenhum coordenador reconhece que “inconscientemente prefere convidar um

⁸¹ Pergunta número 6, com informação sintetizada no quadro número 29 em “Anexos”.

⁸² Quadro 30 em “Anexos”.

homem a uma mulher”. A coordenadora da SIC Notícias é a excepção que confirma a regra. Efectivamente, não tínhamos grande expectativa de que algum coordenador reconhecesse isso. Tal como Pierre Bourdier afirma, *“dada a nossa inclusão, sejamos homem ou mulher, no objecto que nos esforçamos por apreender, incorporámos, sob a forma de esquemas inconscientes de percepção e de avaliação, as estruturas históricas da ordem masculina”* (1999: 5). Está tão enraizada uma certa visão “masculina” do mundo, que independentemente do nosso sexo, a maior parte das vezes não nos interrogamos sobre ela. Joana Garcia fê-lo e justifica a sua resposta com o facto dos homens que aceitam ir à televisão serem “mais simples” do que as mulheres e, portanto, “resultarem” melhor no ar.

A pergunta mais importante para retirarmos conclusões será talvez a número nove que parte de uma afirmação: *“os dados do nosso estudo mostram que há muitos mais homens do que mulheres nos plateaux televisivos. Como justifica esta disparidade de números?”*. Sem diferenças entre o serviço público e o privado, entre as televisões generalistas ou do cabo, que poderiam indiciar políticas editoriais diferentes; sem distinção em relação ao género e à idade dos entrevistados, as respostas vão todas no mesmo sentido. Rosário Salgueiro faz, de certa forma, a síntese: *“desde sempre os homens mostram-se mais disponíveis para participar em antena. No princípio do comentário em Portugal, a sociedade era comandada por homens e às mulheres era dado um lugar mais doméstico. Ainda estamos a herdar restos dessa história recente da sociedade portuguesa. Há mais homens como comentadores ou a darem a cara pelo comentário. A nossa televisão não é mais do que um reflexo, se quiser, do nosso parlamento.”*

Disto decorre, no entender dos nossos editores, a razão essencial das mulheres andarem arredadas dos estúdios televisivos: *“há menos mulheres em cargos de chefia ou em lugares de topo da hierarquia empresarial, política e partidária. Esta ausência de elementos femininos faz com que as mulheres acabem por ter menos destaque e visibilidade pública. Esta lógica acaba por afastá-las de muitos painéis de convidados”* afirma Marta Reis, ou, como diz Cecília Carmo, *“Há mais homens, porque também eles estão em mais cargos de destaque nas diversas áreas da sociedade. Só por isso!”*. Florbela Godinho alinha na ideia, afirmando que *“infelizmente ainda é assim no posicionamento hierárquico social/empresarial”*, tal como José Gomes Ferreira que está convencido de que *“os decisores são mais homens do que mulheres, ou seja, há mais homens a ocupar os cargos de chefia do que mulheres. Não há preferência*

editorial”. Joana Ramalhão condensa a ideia “*Os homens continuam a ocupar a maioria dos cargos de poder e por consequência de decisão, em várias áreas da sociedade*”.

No mesmo tom, há quem destaque ainda “*a maior disponibilidade manifestada pelos homens com o facto de estes serem em maior número a preferir as questões políticas e económicas*”⁸³ e quem encontre como explicação a “*força do hábito, mais homens comentadores em agenda e até disponibilidade nocturna, uma vez que muitos debates, sobretudo no cabo fazem-se depois das 21h00*”⁸⁴.

Concomitantemente pode haver um problema editorial. Marta Reis chama por isso a atenção: “*em Portugal, também há uma certa “preguiça” em descobrir novos rostos para falar nos mais variados temas. É sempre mais fácil recorrer à carteira de especialistas instantâneos sempre disponíveis para “aparecerem” na televisão.*” De igual forma, Mário Moreira aponta a “*falta de procura dos próprios meios de comunicação, particularmente nas áreas fora do poder convencional e/ou político. Na área académica e de investigação, por exemplo, não faltam mulheres para entrevistas e comentários, sobre qualquer assunto.*” Apenas dois coordenadores chamaram a atenção para este problema, mantendo-se o foco na tese que Mário Crespo resume desta forma: hoje ainda há poucas comentadoras devido à “*subalternização da mulher em todos os campos até metade do século XX. Depois disso, a participação feminina tem aumentado progressivamente. No futuro, os homens serão uma minoria, como de resto em praticamente todas as profissões qualificadas*”.

⁸³ Citação de Joana Garcia, retirada da resposta em análise.

⁸⁴ Citação de Margarida Pires, retirada da resposta em análise.

Capítulo V- Caminhos a seguir

O gênero e o poder - uma relação a aprofundar

“Tive um primeiro vislumbre da desvantagem do meu sexo quando era uma ranhosa de cinco anos e a minha mãe (...) disse senta-te com as pernas juntas como uma senhorinha. Atirei com o tricô para longe e nesse momento decidi que ia ser homem (...) teriam de passar quarenta anos para aceitar a minha condição e compreender que, com o dobro do esforço e metade do reconhecimento, tinha conseguido o mesmo que por vezes conseguem alguns homens”

Isabel Allende

Ao longo destas páginas, percorremos os caminhos da mulher, do jornalismo e do comentário. Abordamos temas tão dispersos como a Bíblia, séries de televisão, a guerra, a sociedade e as relações de poder, o feminismo, a importância da imagem, o quarto poder, os homens e mulheres que fazem o jornalismo, a feminização da profissão e os líderes de opinião, que fazem o espaço mediático. Só num primeiro olhar estas podem parecer realidades desconectadas, porque, na verdade, estes temas estão intimamente ligados. Há como que uma teia de aranha que, ao longo dos séculos, se foi laboriosa e lentamente construindo. A metáfora é fácil de perceber: as aranhas produzem teias cinco vezes mais fortes do que o aço; uma teia é “elástica” e pode aumentar até quatro vezes o seu tamanho natural; as teias resistem quase até aos 50 graus negativos; uma aranha “bebé” é capaz de fabricar a própria teia; e as aranhas são “inteligentes” porque têm mecanismos que lhe permitem sobreviver à própria teia e escapar da morte. A humanidade foi e é urdida como muitas teias. Há relações de poder, que estão, desde sempre, camufladas no seio da sociedade. São mecanismos de “opressão”, que têm tramas tal e qual como as aranhas: resistentes, flexíveis, precoces, perspicazes e adaptáveis às sociedades. Sobrevivem ao longo dos séculos e chegam aos nossos dias, ainda que de forma mais ténue.

A “*geografia do mundo*”, de que fala Charo Lacalle, assume outra “geografia” “*na cartografia virtual do espaço de representação*” (2001: 21-23). A televisão re-cria o mundo à sua semelhança e reprodu-lo infinitamente. O seu peso é, por isso, incomensurável e os homens e mulheres que a fazem têm uma responsabilidade herculeana. Rita Figueiras diz, em relação aos comentadores, que estes são “*Super-Intelectuais que acedem e têm sucesso em qualquer campo do poder*” (2005: 119).

Neste sentido, *“este é um espaço que se tem apresentado, ao longo destes vinte anos, altamente selectivo e criterioso no recrutamento dos seus membros. Este fechamento não pode deixar de pôr em causa o discurso dos próprios Media no que diz respeito à democraticidade das esperanças do acesso ao espaço ‘opinião pública’”* (2005: 124). Se dúvidas houvesse, parece claro, neste ponto da investigação, que, pelo menos, a representatividade da sociedade não está assegurada.

A mulher no jornalismo, a mulher na sociedade deste século XXI, a mulher nos *plateaux* televisivos continua a ser hoje, como ontem, um tema de difícil percepção. Há uma rede muito complexa por detrás da realidade. As raízes históricas estão lá e vão tão longe que a memória já não as abarca. Mas não é sobre o passado que queremos falar, mas sim sobre o presente e o futuro. A actualidade está vista! Por mais que o tentemos ignorar, por mais que não o reconheçamos, não há como o negar. A reflexão é longa, mas vale a pena bebermos as palavras de Pierre Bourdieu: *“nos cenários de televisão, as mulheres são quase sempre relegadas para papéis menores, que são outras tantas variantes da função de “anfitriã”, tradicionalmente atribuída ao “sexo fraco”, quando não têm ao lado um homem (...) as mulheres têm dificuldade em impor-se, e em impor a sua palavra, e são reduzidas a um papel convencional de “animadora” e de “apresentadora”. Quando participam num debate público, têm de lutar a todo o momento pelo acesso à palavra e por prender a atenção, e a menorização que sofrem é ainda mais implacável pelo facto de não se inspirar de qualquer malevolência explícita e se exercer com a inocência perfeita da inconsciência: cortam-lhes a palavra, a resposta à questão inteligente que acabam de levantar é, com toda a boa-fé, endereçada a um homem”* (1999: 50-51). Estas palavras têm 12 anos, passou mais de uma década, mudou o século, evoluiu um pouco a mentalidade, mas as mulheres continuam a ser preteridas face aos homens. Bourdieu é duro nas críticas, pode até ser encarado por alguns como uma espécie de “Velho do Restelo” e até admitimos que, por vezes, foi longe demais, como quando comparou a masculinidade a uma nobreza, mas muitas das suas opiniões são comprovadas todos os dias nesta sociedade desenvolvida, neste dito primeiro mundo, que nos serve de lar.

Serge Halimi acredita que o jornalismo *“encerrou-se numa classe e numa casta”* e dá o exemplo *“falando dos jornalistas no seu país, um sindicalista americano observou: ‘Há 20 anos, almoçavam connosco nos cafés. Hoje, jantam com os industriais’ ”* (1998: 108). O problema é muito mais complexo e gostaríamos de

acrescentar outro item. O jornalismo, ou melhor, o comentário televisivo “encerrou-se” também num género: o masculino.

Ao longo desta investigação, pensamos ter consubstanciado o problema de fundo: as mulheres permanecem longe das arenas mediáticas, os *plateaux* televisivos, e apontámos algumas das razões que o podem justificar. Os coordenadores entrevistados falaram quase todos a uma só voz. O comentário televisivo padece de um mal da sociedade: os protagonistas dos estúdios televisivos são homens, porque as mulheres ainda hoje põem algumas reservas à respectiva participação no ecrã, mas, sobretudo, porque na escala hierárquica, no topo do topo, os chefes são homens. Quer no mundo das finanças, quer na política, nas forças militares, nas empresas, quer até... na igreja! Ao mesmo tempo, sendo esta uma verdade insofismável, também temos de admitir uma lenta mudança na face da sociedade. Já aqui falámos longamente sobre a subida a pulso das mulheres nalguns sectores. Nas universidades são cada vez mais e cada vez melhores. No jornalismo estão a mudar o sexo das redacções. Na investigação são cada vez mais reconhecidas nacional e internacionalmente. Gareth Morgan (*apud* Littlejohn & Foss, 2005: 241) defende que as organizações são como uma máquina, como organismos ou cérebros, que se adaptam às diferentes circunstâncias. Se assim é, seria razoável pedir às televisões que, como qualquer outra máquina bem lubrificada, se adaptasse a esta realidade e a reflectisse, o que não acontece na sua totalidade.

A professora universitária Isabel Ferin escreve num dos seus livros: “*a televisão, como grande máquina de construir imagens, reorganizar linguagens e definir realidades, tem assumido, simultânea e alternadamente, o papel da inovação, ruptura ou reforço de determinados dispositivos culturais cognitivos ameaçando (...) o modelo democrático existente nas sociedades ocidentais*” (2002: 124). No campo que estamos a estudar, as conclusões da nossa dissertação mostram que, de inovação e ruptura, a televisão tem tido muito pouco. O pequeno ecrã tem reflectido e perpetuado as relações de poder. Já aqui reconhecemos, no entanto, que enquanto espelho da sociedade, a televisão tem registado algumas pequenas mudanças. Mas é muito ténue e principalmente demasiado lenta a metamorfose da televisão (provavelmente porque também o é o da sociedade)!

Felisbela Lopes deixa uma interrogação e algumas pistas: “*porquê a TV insiste sempre nos mesmos interlocutores, sobretudo em determinados políticos?*”⁸⁵ *Porque nem*

⁸⁵ Hoje há uma predominância de jornalistas nos *plateaux* televisivos, mas na altura em que o estudo foi realizado 1993-2005, os políticos eram a classe preferida das televisões.

todos sabem falar na televisão, nem têm um capital mediático que garanta audiências. Mas não seria uma boa estratégia apostar em espaços que promovessem a diversidade... e a pluralidade de opiniões, juntando outras pessoas a nomes de reconhecida competência?” (2007: 197). Estamos completamente de acordo e temos a ousadia de acrescentar, já agora, que essas novas pessoas poderiam muito facilmente ser mulheres.

Ao longo dos últimos parágrafos, tentámos descrever sinteticamente a matéria de que é feito o presente, mas interessa-nos agora olhar efectivamente para o futuro.

Diz Valérie Toranian, ex-jornalista e actual presidente da ELLE Foundation, que *“as mulheres são boas candidatas à lógica da vitimização (...) Em primeiro lugar, pela excelente razão de elas terem sido e ainda continuarem a ser muitas vezes vítimas reais (...) depois, porque prolongar esta posição traz vantagens. Sou vítima, logo existo. Inspiro compaixão, denuncio”* critica esta mulher que escreve sobre outras mulheres. Logo a seguir, pergunta: *“não será perigoso definir-se em nome de um estatuto discriminatório interiorizado? Não valerá mais a pena lutar por se subtrair ao estatuto de vítima e também ao discurso de vítima? E preferir fazer-se respeitar, em vez de se lastimar?”* (2004: 23-24). Estamos completamente de acordo com Toranian. Nós, e com muita probabilidade, a maior parte das mulheres. Não faz sentido na actual sociedade continuar a lamentarmo-nos. É preciso definitivamente lutar por quebrar este *glass ceiling*. É necessária a tal pedrada no charco de que falávamos no início desta investigação, para acabarmos com cidadãos de primeira e de segunda classe. Para tal, é preciso fazer como os médicos fazem numa autópsia: abrir o cadáver e estudar ao pormenor as causas de morte. É científico: observando aquele corpo, ficam a saber toda a história da pessoa. Vistamos então a bata branca das perguntas, da reflexão e tentemos dissecar ao mais ínfimo pormenor o “corpo” do problema.

Esta dissertação tenta ser o princípio dessa estrada interminável. É uma longa viagem, em que é preciso desbravar o mato. Mas é preciso começar por algum lado. E já se sabe que o caminho faz-se caminhando, o caminho é a viagem ela própria, sem nunca chegar ao fim, na ânsia permanente de descobrirmos cada vez mais, saber cada vez melhor.

Na recta final desta investigação, surgem-nos muitas outras questões. Se as mulheres já provaram as suas capacidades, porque é que continuam a ter barreiras na ascensão aos cargos de poder? Porque é que, como escreve Figueiras, *“o exercício do poder mantém-se como um circuito fechado às Mulheres”* (2005: 111)? Porque é que,

como afirma Allende citada, no início deste capítulo, as mulheres precisam do dobro do esforço para chegarem onde chegam os homens e quase sempre com menos reconhecimento? Porquê se são tão ou mais capazes do que os homens, se têm subido com energia vários degraus no mundo do trabalho? Porque é os *plateaux* televisivos não reflectem ainda esta mudança? E, sobretudo, como é que as relações de poder, ao longo dos séculos, conseguiram manter as mulheres arredadas da vida em sociedade, do trabalho? Como é que começou esta dominação de um sexo sobre o outro? Quem definiu o sexo forte e o sexo fraco? Como conseguiram tamanha “façanha”? Como é que se prolongaram os resquícios desta história de dominação até aos dias de hoje? Como? Porquê?

A estas perguntas, não conseguimos responder. É certo que o intento desta investigação não era este, mas reside em nós uma certa angústia. Roubando e adaptando a expressão de outro “inquieto”, digamos que esta é uma espécie de “tese do desassossego”⁸⁶. No investigador, como no jornalista, reside sempre a ânsia de saber mais. Esta tese despertou em nós milhares de outras perguntas, porventura bem mais prementes e interessantes do que a que originou esta tese “*Mulheres (in)visíveis - Que “género” de comentadores no horário nobre da televisão?*”, mas não há tempo para mais. Se este amontoado de palavras, frases e páginas servirem para despertar a curiosidade e alguém decidir aprofundar esta investigação, se este trabalho servir de “mola impulsadora”, então está cumprido o nosso mais íntimo desejo. Quem sabe, talvez na ausência de outros, nós próprios um dia nos decidamos perder nas/pelas profundezas dessa palavra tão complexa chamada poder. O poder e as relações de poder que ditam as posições de homens e mulheres em sociedades, que funcionam como tabuleiros de xadrez, onde rei, dama, bispo, torre, cavalo e peão vão avançando e recuando, sem que nunca se consiga fazer xeque-mate.

Lembram-se da criança com que decidimos começar esta dissertação? Sabemos que já passaram cem páginas, mas vale a pena puxar pela memória! Quando começámos a escrever esta tese, esta criança não existia. Era uma criança imaginária, que tentava apenas fazer vincar as nossas ideias e, ao mesmo tempo, criar um elo de ligação com o leitor. Pois bem, esta criança agora existe. Chama-se Inês, ou melhor, vai chamar-se Inês, quando nascer.

⁸⁶ Referência ao *Livro do Desassossego*, de Fernando Pessoa.

A mãe dela disse, durante grande parte da sua vida, que estava grávida. Grávida de ideias, de pessoas, de projectos, que carregou em si, dentro de si, no mais profundo do seu âmago e que protegeu, alimentou e cuidou durante meses e anos a fio, até dar à luz. Esta investigação acabou por ser, sem mesmo o saber na altura, um projecto de que esta mãe esteve grávida durante muito tempo e agora que a filha, a primeira filha, está para nascer, é altura também de o pôr cá fora. É quase como que de uma outra espécie de filho se tratasse, porque esta mãe, como muitas mulheres, é também uma mulher de causas. E esta causa é uma causa maior para que as “Inês” deste mundo possam agarrar-se ao tal sofá, levantar o braço, apontar para a televisão e pronunciar um “claramente audível” ma-mã. Para que as “Inês” deste mundo possam olhar para essas jornalistas e no futuro aspirar a serem tudo aquilo que quiserem ser, a chegarem onde quer que as suas capacidades -não de mulher, mas de ser humano- o permitam. É para as “Inês” deste mundo, é para a minha Inês (permitam-me aqui que deixe cair o plural majestático) que esta tese foi escrita. Os primeiros passos do tal caminho foram dados, o repto está lançado.

Urge uma profunda reflexão. Depois, é meter mãos à obra. As quotas de pouco servem. Um governo com um Ministério para a Igualdade, como o de Guterres, de pouco serve⁸⁷. A vitimização de pouco serve. A cegueira igualmente de pouco serve. A culpabilização deste ou daquele também de pouco serve. É preciso pensar e depois agir. Porque só assim conseguiremos fazer da mulher o que ela é. Um ser igual. E só assim o mundo pode “pular e avançar”⁸⁸.

⁸⁷ Curiosamente a então Ministra da Igualdade era Maria de Belém Roseira que assumiu, por estes dias, um importante cargo político: o de Presidente do PS. Esta é apenas a segunda vez na história que tal acontece (a primeira foi com Manuela Ferreira Leite que dirigiu os destinos do PSD). Esta eleição, tal como a de Assunção Esteves, para Presidente da Assembleia da República, são sinais positivos de uma sociedade em transformação, o que não é digamos novidade, mas pode ser um indício de que as mudanças estão agora a decorrer de forma mais célere. Assim, mude também a televisão: a bom ritmo!

⁸⁸ Menção ao poema de António Gedeão.

Bibliografia

- Abrantes, J. C. (coord.) (2006), *Ecrãs em mudança*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Álvarez, A. M. (2002), *O Feminismo Ontem e Hoje*, Lisboa: Ela por Ela.
- Amâncio, L (1998), *Masculino e Feminino*, Porto: Edições Afrontamento.
- Andersen, M.L (1997), *Thinking About Women*, USA: Fourth Edition.
- Beauvoir, S (1949), *Le Deuxième sexe 2*, Paris: Éditions Gallimard.
- Bourdieu, P. (1999), *A Dominação Masculina*, Oeiras: Celta Editora.
- Bourdieu, P. (1998), *Contrafogos*, Oeiras: Celta Editora.
- Bourdieu, P. (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta Editora.
- Camps, V. (2001), *O século das Mulheres*, Lisboa: Editorial Presença.
- Coelho, P. (2005), *A Tv de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Correia, F. & Baptista, C. (2007), *Jornalistas do Ofício à Profissão*, Lisboa: Caminho.
- Etxebarria, L. (2000), *A Eva Futura*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Ferin, I. (org.) (2006), *A Televisão das Mulheres: ensaios sobre a recepção*, Lisboa: Quimera.
- Ferin, I. (2002), *Comunicação e Culturas do Quotidiano*, Lisboa: Quimera.
- Ferin, I. & Peixinho, A. T. & Santos, C. A. & Silveirinha, M. J. (2004), *Media, Imigração e Minorias Étnicas*, Lisboa: Alto-Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas.
- Figueiras, R. (2008), *O Comentário Político e a Política do Comentário*, Lisboa: PAULUS Editora.
- Figueiras, R. (2005), *Os Comentadores e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Garcia, J. L. (org.) (2009), *Estudos Sobre os Jornalistas Portugueses*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Gill, R. (2010), *Gender and the Media*, Cambridge: Polity Press.
- Graça, S.M (2007), *Os Jornalistas Portugueses*, Coimbra: Minerva.
- Grundy, B.(2008), *Então, Quer Ser Jornalista?*, Lisboa: Editorial Bizâncio.

Johnson, D. (1984), “Planning Small-scale Research” & Bell, J. & Bush, T. & Fox, A. & Goodey, J. & Goulding, S (eds.) *Conducting Small-scale Investigations in Educational Management*, Londres: Harper & Row.

Hartley, J (2004), *Comunicação, Estudos Culturais e Media*, Lisboa: Quimera.

Halimi, S. (1998), *Os Novos Cães de Guarda*, Oeiras: Celta Editora.

Kapuscinsky, R. (2008), *Os Cínicos Não Servem Para Este Ofício*, Lisboa: Relógio D'Água Editores.

Jespers, J-J. (1998), *Jornalismo Televisivo*, Coimbra: Minerva.

Lipovetsky, G. (2000), *A Terceira Mulher*, Lisboa: Instituto Piaget.

Lopes, F. (2007), *A Tv das Elites*, Porto: Campo das Letras.

Lopes, F. (2008), *A Tv do Real*, Coimbra: Minerva.

Machado, J. (2004), *Apresentador de Tv*, Lisboa: Lidel.

Martins, L.P (2002), *Schiu... Está Aqui Um Jornalista*, Lisboa: Notícias Editorial.

Matlary, J. (2002), *Para um Novo Feminismo*, Cascais: Principia.

Mota-Ferreira, S. (2005), *Retratos de Mulher*, Porto, Campo das Letras.

Neveu. É. (2005), *Sociologia do Jornalismo*, Porto: Porto Editora.

Ramonet, I. (1998), *La Tiranía de la Comunicación*, Madrid: Editorial Debate.

Rebelo, J. (coord) (2011) *Ser Jornalista em Portugal – perfis sociológicos*, Lisboa: Gradiva.

Saíenz, M.S. (2003), *El Poder de la Elite Periodística*, Madrid: Editorial Fragua.

Silveirinha, M.J. (org.) (2004), *As Mulheres e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte.

Simões, R. J. B (2007), *A Violência Contra as Mulheres nos Media*, Coimbra: Coimbra Editora.

Toranian, V. (2005), *Ao Encontro das Mulheres*, Lisboa: Ana Paula Faria Editora.

Traquina, N. (2004), *A Tribo Jornalística*, Lisboa: Editorial Notícias.

Viegas, J.M.L & Faria S. (2001), *As Mulheres na Política*, Oeiras: Celta Editora.

Vieira, J. (2007), *Jornalismo Contemporâneo*, Lisboa: Edeline.

Na internet:

<http://www.eugeniorosa.com/Page/1050/%C3%9ALTIMO-ESTUDO.aspx>,

acedido em 5/03/2011.

<http://www.eugeniorosa.com/Page/1050/%C3%9ALTIMO-ESTUDO.aspx>

acedido em 5/03/2011.

http://www.pordata.pt/azap_runtime/?n=4, acedido em 5/03/2011.

http://www.pordata.pt/azap_runtime/?n=4, acedido em 5/03/2011.

http://www.pordata.pt/azap_runtime/?n=4, acedido em 5/03/2011.

http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18651/1/2002_NP2LI_NHARES.pdf, acedido em 2/07/2011.

http://www.rblinux.com.br/rogeriobarreto/mesuneb/Roberto_Amarval.pdf,
acedido em 2/07/2011.

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6923/3/Tese.pdf>, acedido em
2/07/2011.

[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1210/1/manuelpinto_IIIb%
c3%a9rico_2004.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1210/1/manuelpinto_IIIb%c3%a9rico_2004.pdf), acedido em 2/07/2011.

Anexos

Quadro 1

Alunos matriculados no ensino superior: total e por sexo e indivíduo

| Tempo | Total | Sexo | |
|-------|---------|-----------|----------|
| | | Masculino | Feminino |
| 1978 | 81 582 | 47 517 | 34 065 |
| 1979 | 79 436 | 45 325 | 34 111 |
| 1980 | 80 919 | 45 370 | 35 549 |
| 1981 | 83 754 | 46 012 | 37 742 |
| 1982 | 86 789 | 46 697 | 40 092 |
| 1983 | 89 310 | 47 129 | 42 181 |
| 1984 | 95 133 | 48 161 | 46 972 |
| 1985 | 102 145 | 51 102 | 51 043 |
| 1986 | 106 216 | 52 492 | 53 724 |
| 1987 | 117 128 | 57 348 | 59 780 |
| 1988 | 123 507 | 59 026 | 64 481 |
| 1989 | 135 937 | 64 991 | 70 946 |
| 1990 | 157 869 | 68 123 | 89 746 |
| 1991 | 186 780 | 80 888 | 105 892 |
| 1992 | 218 317 | 93 298 | 125 019 |
| 1993 | 246 082 | 102 543 | 143 539 |
| 1994 | 269 982 | 112 873 | 157.109 |
| 1995 | 290 348 | 122 701 | 167 647 |
| 1996 | 313 415 | 132 639 | 180 776 |
| 1997 | 334 125 | 142 602 | 191 523 |
| 1998 | 347 473 | 152 684 | 194 789 |
| 1999 | 356 790 | 157 346 | 199 444 |
| 2000 | 373 745 | 162 524 | 211 221 |
| 2001 | 387 703 | 166 661 | 221 042 |
| 2002 | 396 601 | 170 488 | 226 113 |
| 2003 | 400 831 | 173 971 | 226 860 |
| 2004 | 395 063 | 173 567 | 221 496 |
| 2005 | 380 937 | 168 884 | 212 053 |
| 2006 | 367 312 | 164 520 | 202 792 |
| 2007 | 366 729 | 168 821 | 197 908 |
| 2008 | 376 917 | 175 177 | 201 740 |
| 2009 | 373 002 | 174 000 | 199 002 |
| 2010 | 383 627 | 179 151 | 204 476 |

Fonte de Dados: GPEARI/MCTES - DIMAS/RAIDES

Fonte: PORDATA

Última actualização: 2010-10-05 17:19:39

Quadro 2

Alunos do sexo feminino em percentagem dos matriculados no ensino superior: total e por área de educação e formação

| | Total | Educação | Artes e Humanidades | Ciências Sociais, Comércio e Direito | Ciências, Matemática e Informática | Engenharia, Indústrias Transformadoras e Construção | Agricultura | Saúde e Protecção Social |
|------|-------|----------|---------------------|--------------------------------------|------------------------------------|---|-------------|--------------------------|
| 1991 | 56,7 | 83,6 | 73,1 | 56,2 | 64,2 | 28,2 | 48,1 | 71,7 |
| 1992 | 57,3 | 82,5 | 74,1 | 56,7 | 62,9 | 29,0 | 48,1 | 75,6 |
| 1993 | 58,3 | 83,3 | 76,4 | 59,6 | 60,6 | 27,9 | 48,5 | 75,5 |
| 1994 | 58,2 | 82,3 | 77,1 | 58,8 | 60,5 | 28,9 | 49,6 | 76,5 |
| 1995 | 57,7 | 80,7 | 72,9 | 60,5 | 52,8 | 29,9 | 52,5 | 75,9 |
| 1996 | 57,7 | 79,6 | 72,5 | 61,4 | 54,7 | 28,7 | 50,6 | 75,7 |
| 1997 | 57,3 | 78,4 | 70,8 | 61,1 | 54,4 | 29,1 | 53,9 | 75,6 |
| 1998 | 56,1 | 78,0 | 70,0 | 59,6 | 51,8 | 28,3 | 52,9 | 74,9 |
| 1999 | 55,9 | 78,6 | 68,9 | 59,6 | 52,0 | 28,0 | 53,4 | 74,9 |
| 2000 | 56,5 | 80,4 | 67,9 | 59,8 | 52,2 | 28,0 | 54,2 | 74,8 |
| 2001 | 57,0 | 81,5 | 66,9 | 60,0 | 52,0 | 27,8 | 54,4 | 75,9 |
| 2002 | 57,0 | 82,7 | 65,5 | 60,3 | 50,4 | 27,2 | 54,9 | 76,3 |
| 2003 | 56,6 | 83,2 | 64,3 | 59,9 | 49,9 | 26,9 | 55,4 | 76,5 |
| 2004 | 56,1 | 83,6 | 63,2 | 59,8 | 49,2 | 26,7 | 54,7 | 76,6 |
| 2005 | 55,7 | 84,0 | 62,0 | 59,7 | 48,9 | 26,0 | 54,7 | 76,9 |
| 2006 | 55,2 | 82,2 | 60,6 | 59,4 | 49,4 | 25,7 | 56,0 | 77,1 |
| 2007 | 54,0 | 82,4 | 58,6 | 58,3 | 48,3 | 25,1 | 56,0 | 76,6 |
| 2008 | 53,5 | 83,7 | 57,7 | 57,9 | 48,4 | 25,2 | 54,0 | 76,8 |
| 2009 | 53,4 | 84,4 | 56,6 | 58,0 | 46,6 | 25,3 | 54,6 | 77,0 |
| 2010 | - | - | - | - | - | - | - | - |

Fonte de Dados: GPEARI/MCTES - DIMAS/RAIDES

Fonte: PORDATA

Quadro 3

Remunerações de Homens e de Mulheres por níveis de escolaridade – 2009

| GRUPOS POR HABILITAÇÕES LITERÁRIAS | Remuneração Média Mensal Ganho – Em euros | | % M/H |
|---------------------------------------|---|--------|-------|
| | Homem | Mulher | |
| Inferior ao 1º Ciclo do Ensino Básico | 705 | 575 | 81,6% |
| Ensino Básico | 876 | 654 | 74,7% |
| Ensino Secundário | 1268 | 910 | 71,8% |
| Ensino pós Secundário não Superior | 1180 | 965 | 81,7% |
| Bacharelato | 2178 | 1474 | 67,6% |
| Licenciatura | 2375 | 1608 | 67,7% |
| Mestrado | 2312 | 1667 | 72,1% |
| Doutoramento | 2574 | 1826 | 70,9% |

FONTE: Quadro do Pessoal -GEP- Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social

in [http://www.eugeniorosa.com/Sites/eugeniorosa.com/Documentos/2011/14-2011-Dia-Mulher-discriminacao-](http://www.eugeniorosa.com/Sites/eugeniorosa.com/Documentos/2011/14-2011-Dia-Mulher-discriminacao-continua.pdf)

[continua.pdf](#)

Quadro 4
Evolução da Participação dos *Opinion Makers* (Homem/Mulher): 1980-1989

| Anos | DN | | A CAP. | | EXP. | | SEM. | | O IND. | | Total |
|------|----|----|--------|---|------|---|------|---|--------|---|-------|
| | H | M | H | M | H | M | H | M | H | M | |
| 1980 | 27 | 2 | 10 | 1 | 11 | 0 | | | | | 51 |
| 1981 | 32 | 1 | 12 | 1 | 11 | 1 | | | | | 58 |
| 1982 | 34 | 2 | 14 | 2 | 3 | 0 | | | | | 55 |
| 1983 | 30 | 5 | 11 | 4 | 8 | 0 | 11 | 0 | | | 69 |
| 1984 | 36 | 9 | 13 | 3 | 8 | 1 | 15 | 1 | | | 86 |
| 1985 | 39 | 7 | 10 | 2 | 11 | 1 | 19 | 1 | | | 90 |
| 1986 | 44 | 8 | 14 | 1 | 14 | 3 | 15 | 2 | | | 101 |
| 1987 | 37 | 5 | 21 | 2 | 13 | 1 | 13 | 2 | | | 94 |
| 1988 | 35 | 8 | 22 | 3 | 12 | 3 | 11 | 1 | 8 | 1 | 104 |
| 1989 | 37 | 10 | 15 | 3 | 9 | 2 | | | 11 | 1 | 88 |

Fonte: Rita Figueiras, *Os comentadores e os Media*, página 67

Quadro 5
Evolução da Participação dos *Opinion Makers* (Homem/Mulher): 1990-1999

| Anos | DN | | PUB. | | EXP. | | O IND. | | TOTAL |
|------|----|---|------|---|------|---|--------|---|-------|
| | H | M | H | M | H | M | H | M | |
| 1990 | 41 | 6 | 26 | 0 | 14 | 0 | 14 | 2 | 103 |
| 1991 | 46 | 5 | 24 | 1 | 12 | 0 | 11 | 0 | 99 |
| 1992 | 34 | 4 | 15 | 1 | 14 | 0 | 14 | 1 | 83 |
| 1993 | 44 | 4 | 25 | 4 | 13 | 0 | 9 | 2 | 101 |
| 1994 | 40 | 4 | 27 | 4 | 13 | 0 | 7 | 2 | 97 |
| 1995 | 39 | 4 | 24 | 2 | 14 | 1 | 14 | 5 | 103 |
| 1996 | 33 | 3 | 23 | 1 | 14 | 2 | 13 | 2 | 91 |
| 1997 | 45 | 3 | 28 | 4 | 13 | 2 | 12 | 1 | 108 |
| 1998 | 36 | 2 | 24 | 2 | 12 | 3 | 13 | 4 | 96 |
| 1999 | 41 | 4 | 22 | 3 | 19 | 4 | 24 | 3 | 120 |

Fonte: Rita Figueiras, *Os comentadores e os Media*, página 94

Quadro 6
Emissões dos 6 canais

| MÊS | Canais Generalistas | | | Canais temáticos | | | TOTAL |
|-----------------------------|---------------------|-----------|-----------|------------------|------------|------------|-------------|
| | RTP | SIC | TVI | SICN | RTPN | TVI24 | |
| Setembro | 16 | 5 | 5 | 57 | 50 | 47 | 180 |
| Outubro | 18 | 6 | 6 | 59 | 47 | 49 | 185 |
| Novembro | 15 | 5 | 6 | 53 | 39 | 44 | 162 |
| Dezembro | 14 | 6 | 6 | 56 | 45 | 51 | 178 |
| Janeiro | 14 | 5 | 6 | 53 | 41 | 47 | 166 |
| Fevereiro | 17 | 5 | 6 | 56 | 51 | 48 | 183 |
| TOTAL | 94 | 32 | 35 | 334 | 273 | 286 | 1054 |
| Soma generalistas/temáticos | 161 | | | 893 | | | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 7
Convidados
-Televisões generalistas-

| MÊS | RTP | SIC | TVI | TOTAL |
|--------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Setembro | 11 | 7 | 3 | 21 |
| Outubro | 16 | 4 | 2 | 22 |
| Novembro | 14 | 2 | 2 | 18 |
| Dezembro | 13 | 4 | 5 | 22 |
| Janeiro | 13 | 1 | 3 | 17 |
| Fevereiro | 14 | 3 | 3 | 20 |
| TOTAL | 81 | 21 | 18 | 120 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 8
Profissão por canal
-Generalistas-

| MÊS | Governo | | | Adm. Autónoma | | | Políticos | | | Jornalistas | | | Economistas | | | Professores | | | Desporto | | | TOTAL |
|--------------|---------|----|----|---------------|-----|-----|-----------|----|-----|-------------|----|-----|-------------|----|-----|-------------|-----|----|----------|----|----|-------|
| | RTP | SI | TV | RTP | SIC | TVI | RTP | SI | TVI | RTP | SI | TVI | RTP | SI | TVI | RTP | SIC | TV | RTP | SI | TV | |
| Set. | 2 | | | | 1 | | 9 | | | | 4 | 3 | | | | | 1 | | | | | 20 |
| Out. | 2 | | | 2 | | | 5 | | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | | | | 19 |
| Nov. | | | | 1 | | | 5 | | | | 2 | 2 | | | | | | | | | | 10 |
| Dez. | | 1 | | 1 | | | 7 | | | | 2 | 2 | | | 1 | 3 | | | | | | 17 |
| Jan. | | | | | | 1 | 5 | | | 4 | 1 | | 1 | | | 1 | | 2 | 1 | | | 16 |
| Fev. | | | | 1 | | | 5 | | | | 1 | 2 | 6 | | | 2 | | | 1 | | | 18 |
| TOTAL | 5 | | | 7 | | | 37 | | | 29 | | | 9 | | | 11 | | | 2 | | | 100 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Nota: Neste quadro não contam Setembro e Outubro porque estes dados não constam do estudo original

Quadro 9
Mote do convite
-Generalistas-

| Mês | Actor | | | Observador | | |
|--------------|-------|-----|-----|------------|-----|-----|
| | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI |
| Novembro | 14 | | | | 2 | 2 |
| Dezembro | 8 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 |
| Janeiro | 6 | | | 7 | 1 | 3 |
| Fevereiro | 14 | 2 | 1 | | 1 | 2 |
| TOTAL | 39 | 4 | 4 | 13 | 6 | 9 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Nota: Neste quadro não contam Setembro e Outubro porque estes dados não constam do estudo original

Quadro 10
Convidados por canal
-Temáticos-

| | SICN | RTPN | TVI24 | TOTAL |
|--------------|------|------|-------|-------|
| Setembro | 56 | 53 | 68 | 177 |
| Outubro | 55 | 87 | 79 | 221 |
| Novembro | 44 | 67 | 74 | 185 |
| Dezembro | 56 | 91 | 78 | 225 |
| Janeiro | 42 | 81 | 51 | 174 |
| Fevereiro | 46 | 84 | 65 | 195 |
| TOTAL | 299 | 463 | 415 | 1177 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 11
Origem Temáticos

| | Norte | | | Lisboa | | |
|--------------|---------|------|-------|---------|------|-----|
| | SIC NOT | RTPN | TVI24 | SIC NOT | RTPN | TVI |
| Setembro | 5 | 17 | 2 | 51 | 32 | 57 |
| Outubro | 5 | 28 | 3 | 48 | 49 | 72 |
| Novembro | 3 | 18 | 6 | 38 | 43 | 63 |
| Dezembro | 4 | 25 | 5 | 46 | 58 | 68 |
| Janeiro | 2 | 20 | 2 | 39 | 55 | 48 |
| Fevereiro | 2 | 26 | 3 | 41 | 51 | 58 |
| TOTAL | 21 | 46 | 21 | 263 | 288 | 366 |
| | | 88 | | | 917 | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 12
Profissão por canal
-Temáticos-

| MÊS | Governo | | | Adm. Autónoma | | | Políticos | | | Jornalistas | | | Economistas | | | Professores | | | Desporto | | | TOT AL |
|--------------|----------|----------|----------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|------------|-------------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|------------|
| | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | RTP N | SIC N | TVI 24 | |
| Set | | | | 2 | 2 | 2 | 12 | 16 | 7 | 23 | 18 | 26 | 4 | 6 | 11 | 4 | 7 | 4 | 5 | 1 | 7 | 155 |
| Out | | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 15 | 10 | 10 | 40 | 13 | 30 | 9 | 7 | 7 | 8 | 10 | 6 | | | | 175 |
| Nov | 2 | | | | 2 | 4 | 11 | 11 | 6 | 20 | 11 | 26 | 1 | 3 | 5 | 9 | 9 | 7 | 7 | 1 | 6 | 141 |
| Dez | | 1 | 1 | | 2 | 2 | 14 | 10 | 6 | 35 | 22 | 29 | 3 | 3 | 5 | 12 | 5 | 7 | 2 | 1 | 7 | 167 |
| Jan | | | | | 2 | 2 | 13 | 9 | 3 | 27 | 12 | 22 | 5 | 5 | 5 | 10 | 2 | 9 | 4 | 3 | 1 | 134 |
| Fev | 3 | 2 | 1 | | 2 | 1 | 21 | 7 | 9 | 29 | 16 | 24 | 3 | 3 | 7 | 7 | 6 | 7 | 2 | 2 | 6 | 158 |
| TOTAL | 5 | 4 | 3 | 2 | 14 | 13 | 86 | 63 | 41 | 174 | 92 | 157 | 25 | 27 | 40 | 50 | 39 | 40 | 20 | 8 | 27 | 930 |
| | 12 | | | 29 | | | 190 | | | 423 | | | 92 | | | 129 | | | 55 | | | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 13
Mote do convite
-Temáticos-

| Mês | Actor | | | Observador | | |
|--------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|------------|
| | SICN | RTPN | TVI24 | SICN | RTPN | TVI24 |
| Novembro | 18 | 22 | 29 | 26 | 45 | 45 |
| Dezembro | 19 | 35 | 26 | 37 | 56 | 52 |
| Janeiro | 18 | 29 | 9 | 24 | 52 | 42 |
| Fevereiro | 17 | 40 | 24 | 29 | 44 | 41 |
| TOTAL | 72 | 126 | 88 | 116 | 197 | 180 |
| | 286 | | | 493 | | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 14
Homens Vs Mulheres
-Total-

| | Homem | Mulher |
|--------------|-------------|------------|
| Setembro | 169 | 29 |
| Outubro | 199 | 44 |
| Novembro | 172 | 31 |
| Dezembro | 207 | 40 |
| Janeiro | 161 | 30 |
| Fevereiro | 180 | 35 |
| TOTAL | 1088 | 209 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 15
Homens Vs Mulheres
-Generalistas-

| | Homem | | | Mulher | | |
|------------------|-------|-----|-----|--------|-----|-----|
| | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI |
| Setembro | 10 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Outubro | 15 | 4 | 2 | 1 | | |
| Novembro | 12 | 2 | 2 | 2 | | |
| Dezembro | 12 | 4 | 4 | 1 | | |
| Janeiro | 10 | 1 | 3 | 3 | | |
| Fevereiro | 13 | 3 | 2 | 1 | | |
| TOTAL | 72 | 19 | 14 | 9 | 2 | 4 |
| | 105 | | | 15 | | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 16
Homens Vs Mulheres
-Canais temáticos-

| | Homem | | | Mulher | | |
|------------------|-------|------|-------|--------|------|-------|
| | SICN | RTPN | TVI24 | SICN | RTPN | TVI24 |
| Setembro | 52 | 46 | 55 | 4 | 7 | 13 |
| Outubro | 47 | 75 | 56 | 8 | 12 | 23 |
| Novembro | 40 | 55 | 61 | 4 | 12 | 13 |
| Dezembro | 53 | 75 | 59 | 3 | 16 | 19 |
| Janeiro | 40 | 71 | 36 | 2 | 10 | 15 |
| Fevereiro | 42 | 69 | 51 | 4 | 15 | 14 |
| TOTAL | 274 | 391 | 318 | 25 | 72 | 97 |
| | 983 | | | 194 | | |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 17
Origem mulheres

| | Lisboa | Norte |
|------------------|--------|-------|
| Setembro | 26 | 2 |
| Outubro | 40 | 2 |
| Novembro | 28 | 2 |
| Dezembro | 37 | |
| Janeiro | 30 | |
| Fevereiro | 31 | 1 |
| TOTAL | 192 | 7 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 18
Profissão mulheres

| | Go ver no | Adm. Autóno ma | Políti cos | Jornali stas | Economi stas | Professo res | Juris tas | Sindicalistas/a ssoc. | Fut . | TOTA L |
|------------------|-----------------|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------------------|----------|-----------|
| Setembro | | | 6 | 16 | | 2 | 1 | | | 25 |
| Outubro | | 1 | 11 | 19 | 1 | 3 | 1 | 2 | | 38 |
| Novembro | | | 4 | 20 | | 4 | 2 | | | 30 |
| Dezembro | | 1 | 4 | 23 | | 5 | | 1 | | 34 |
| Janeiro | | | 4 | 19 | | 2 | | 1 | | 26 |
| Fevereiro | 2 | | 7 | 18 | | 2 | | | | 27 |
| TOTAL | 2 | 2 | 36 | 115 | 1 | 18 | 4 | 4 | | 180 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 19
Ligação ao tema
Mulheres

| | Sim | Não |
|------------------|-----|-----|
| Setembro | 29 | |
| Outubro | 44 | |
| Novembro | 30 | 1 |
| Dezembro | 40 | |
| Janeiro | 29 | 1 |
| Fevereiro | 35 | |
| TOTAL | 207 | 2 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 20
Mote de convite
Mulheres

| | Actor | Observador |
|------------------|-------|------------|
| Setembro | 9 | 20 |
| Outubro | 19 | 25 |
| Novembro | 10 | 21 |
| Dezembro | 10 | 30 |
| Janeiro | 7 | 23 |
| Fevereiro | 14 | 21 |
| TOTAL | 69 | 140 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Quadro 21
Ligação ao programa
Mulheres

| | SIM | NÃO |
|------------------|-----|-----|
| Setembro | 5 | 24 |
| Outubro | 4 | 40 |
| Novembro | 2 | 29 |
| Dezembro | 3 | 37 |
| Janeiro | 4 | 26 |
| Fevereiro | 4 | 31 |
| TOTAL | 22 | 187 |

Fonte: Dados obtidos ao abrigo de um projecto financiado pela FCT, “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008)

Anexo 22
Questionário para tese de mestrado

1- Quais os critérios que considera fundamentais na escolha de um convidado/comentador? Pontue de um (menos importante) a 5 (mais importante).

| | |
|---|--|
| a) Ter bom conhecimento do tema em análise | |
| b) Ser parte interessada no tema em análise | |
| c) Ser eloquente | |
| d) Ter boa apresentação | |
| e) Localização geográfica do convidado | |
| f) Idade | |
| g) Profissão | |
| h) Filiação partidária ou clubística | |
| i) Outros | |

2 - Na escolha de um comentador preocupa-se com o facto de este ser homem ou mulher?

Sim ____

Não ____

2.1. Se sim porquê?

3- Encontra dificuldade em convidar uma mulher?

Sim ____

Não ____

3.1 Se sim porquê? Pontue de um (menos importante) a 5 (mais importante).

| | |
|---|--|
| a) As mulheres têm menos disponibilidade | |
| b) As mulheres estão menos “preparadas” para responder a mais temas | |
| c) Há menos mulheres do que homens disponíveis em sociedade para ir à televisão | |
| d) As mulheres exercem menos cargos com “poder” | |
| e) As mulheres têm menos habilitações académicas | |
| f) Outros | |

4- Quando convida uma mulher esta evidencia alguma dificuldade em aceitar o convite?

Sim ____

Não ____

4.1 Se sim quais são os motivos invocados? Pontue de um (menos importante) a 5 (mais importante).

| | |
|-----------------------------------|--|
| a) Falta de tempo | |
| b) Indisponibilidade familiar | |
| c) Indisponibilidade profissional | |
| d) Timidez de falar em público | |

| | |
|-----------|--|
| e) Outros | |
|-----------|--|

5- Há alguma vantagem em convidar especificamente um homem ou uma mulher?

Sim _____

Não _____

5.1 Se sim, quais?

6- Em igualdade de circunstâncias tem o cuidado de preferir uma mulher a um homem, no sentido de ter uma maior igualdade na questão de género?

Sim _____

Não _____

7- Reconhece que ainda que inconscientemente prefere convidar um homem a uma mulher?

Sim _____

Não _____

8- Na sua opinião as mulheres estão mais habilitadas para falar de que tema. Porquê?

9- Os dados do nosso estudo mostram que há muitos mais homens do que mulheres nos *plateaux* televisivos. Como justifica esta disparidade de números?

10- O facto de a maior parte dos cargos de chefia serem exercidos por homens explica, de alguma forma, a preferência por um comentador do sexo masculino? Justifique.

Quadro 23
Análise dos questionários
Pergunta nº2.1

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|-----|
| 1 | M | | X |
| 2 | M | | X |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | | X |
| 5 | M | | X |
| 6 | H | | X |
| 7 | H | | X |
| 8 | M | | X |
| 9 | H | | X |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | | X |

Quadro 24
Análise dos questionários
Pergunta nº3

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|-----|
| 1 | M | X | |
| 2 | M | | X |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | X | |
| 5 | M | X | |
| 6 | H | X | |
| 7 | H | | X |
| 8 | M | X | |
| 9 | H | X | |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | | X |

Quadro 25
Análise dos questionários
Pergunta nº3.1

| Entrevista do | Género | a) | b) | c) | d) | e) | f) |
|---------------|--------|----|------|----|-----|-----|----|
| 1 | M | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | |
| 2 | M | | | | | | |
| 3 | M | | | | | | |
| 4 | M | 3 | 1 | 5 | 4 | 2 | |
| 5 | M | 2 | 1 | 5 | 4 | 2 | |
| 6 | H | 3 | 1 | 2 | 5 | | |
| 7 | H | | | | | | |
| 8 | M | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | |
| 9 | H | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | |
| 10 | H | | | | | | |
| 11 | H | | | | | | |
| 12 | M | | | | | | |
| Média | | 3 | 1,33 | 4 | 4,3 | 1,4 | |

Quadro 26
Análise dos questionários
Pergunta nº4

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|----------|
| 1 | M | X | |
| 2 | M | | Às vezes |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | | X |
| 5 | M | | X |
| 6 | H | | X |
| 7 | H | | X |
| 8 | M | X | |
| 9 | H | | X |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | | X |

Quadro 27
Análise dos questionários
Pergunta nº4.1

| Entrevistado | Género | a) | b) | c) | d) | e) |
|--------------|--------|----|----|----|----|----|
| 1 | M | 5 | 2 | 5 | 4 | |
| 2 | M | 5 | 4 | 4 | 1 | |
| 3 | M | | | | | |
| 4 | M | | | | | |
| 5 | M | | | | | |
| 6 | H | | | | | |
| 7 | H | | | | | |
| 8 | M | 3 | 5 | 4 | 1 | |
| 9 | H | | | | | |
| 10 | H | | | | | |
| 11 | H | | | | | |
| 12 | M | | | | | |

Quadro 28
Análise dos questionários
Pergunta nº5

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|-----|
| 1 | M | | X |
| 2 | M | | X |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | | X |
| 5 | M | | X |
| 6 | H | | X |
| 7 | H | X | |
| 8 | M | | X |
| 9 | H | | X |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | X | |

Quadro 29
Análise dos questionários
Pergunta nº6

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|----------|
| 1 | M | | X |
| 2 | M | | Às vezes |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | | X |
| 5 | M | | X |
| 6 | H | | X |
| 7 | H | | X |
| 8 | M | X | |
| 9 | H | | X |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | | X |

Quadro 30
Análise dos questionários
Pergunta nº7

| Entrevistado | Género | Sim | Não |
|--------------|--------|-----|-----|
| 1 | M | | X |
| 2 | M | | X |
| 3 | M | | X |
| 4 | M | | X |
| 5 | M | | X |
| 6 | H | | X |
| 7 | H | | X |
| 8 | M | X | |
| 9 | H | | X |
| 10 | H | | X |
| 11 | H | | X |
| 12 | M | | X |

Quadro 31
Análise dos questionários
Pergunta nº8

| Entrevistado | Género | |
|--------------|--------|---|
| 1 | M | As mulheres estão habilitadas a falar de qualquer tema em que trabalhem ou estudem. Em regra, dedicam-se e disponibilizam-se mais para falar de temas sociais do que, por exemplo, políticos ou económicos. |
| 2 | M | Nenhum em concreto. Acho que o barómetro não deve ser o género, mas sim as qualificações e a situação face ao tema. |
| 3 | M | Estão habilitadas para falar de qualquer tema, tal como os homens, desde que tenham conhecimento para tal. É indiferente que seja um homem ou uma mulher. O que interessa é que a mensagem seja coerente e que passe para os telespectadores. |
| 4 | M | De todos, desde que tenham conhecimento aprofundado sobre o assunto. |
| 5 | M | Não considero que uma mulher, pelo simples facto de ser mulher, esteja mais habilitada a falar de qualquer tema. O único que me ocorreria seria: “O que é para si ser mulher?”. |
| 6 | H | Estão habilitadas para falar de tudo, no entanto existem menos mulheres em menos áreas. Com algumas excepções, como a área social em que há mulheres decisoras, ao contrário do que acontece na maior parte das outras áreas. |
| 7 | H | Só de questões inerentes ao parto ou menopausa, porque a biologia é uma realidade irrefutável. |
| 8 | M | Questões sociais: violência, protecção de menores, apoio a idosos, solidariedade. Julgo que o motivo prende-se com o facto de serem temas pelas quais as mulheres têm mais interesse e onde o género masculino é inferior no número. |
| 9 | H | ----- |
| 10 | H | Assuntos ligados à maternidade e à gestão da vida doméstica. São as mulheres que na generalidade dos casos conhecem melhor estas realidades. |
| 11 | H | Não creio que exista um qualquer assunto em que o género determine automaticamente maior ou menor domínio. |
| 12 | M | As mulheres, desde que tenham a preparação certa, estão habilitadas a falar de todos os temas. Se calhar é mais fácil encontrar mulheres para falar dos temas tradicionalmente femininos, como actividades domésticas, puericultura, cozinha tradicional, doenças femininas, etc. Se bem que esta resposta acabe por ser em si sexista! |

Quadro 32
Análise dos questionários
Pergunta nº9

| Entrevistado | Género | |
|--------------|--------|--|
| 1 | M | Desde sempre os homens mostram-se mais disponíveis para participar em antena. No princípio do comentário em Portugal, a sociedade era comandada por homens e às mulheres era dado um lugar mais doméstico. Ainda estamos a herdar restos dessa história recente da sociedade portuguesa. Há mais homens como comentadores ou a darem a cara pelo comentário. A nossa televisão não é mais do que um reflexo, se quiser, do nosso parlamento. Também é verdade que as mulheres convidadas mostram menos disponibilidade temporal, sem nunca fazerem referência aos afazeres familiares, mostram-se mais relutantes a ir à antena a determinadas horas da noite. |
| 2 | M | Porque infelizmente ainda é assim no posicionamento hierárquico social/empresarial. |
| 3 | M | Há mais homens, porque também eles estão em mais cargos de destaque nas diversas áreas da sociedade. Só por isso! |
| 4 | M | Os homens continuam a ocupar a maioria dos cargos de poder e por consequência de decisão, em várias áreas da sociedade |
| 5 | M | Creio que há menos mulheres em cargos de chefia ou em lugares de topo da hierarquia empresarial, política e partidária. Esta ausência de elementos femininos faz com que as mulheres acabem por ter menos destaque e visibilidade pública. Esta lógica acaba por afastá-las de muitos painéis de convidados. Em Portugal, também há uma certa “preguiça” em descobrir novos rostos para falar nos mais variados temas. É sempre mais fácil recorrer à carteira de especialistas instantâneos sempre disponíveis para “aparecerem” na televisão. |
| 6 | H | Os decisores são mais homens do que mulheres, ou seja, há mais homens a ocupar os cargos de chefia do que mulheres. Não há preferência editorial. |
| 7 | H | A subalternização da mulher em todos os campos até metade do século XX. Depois disso a participação feminina tem aumentado progressivamente. No futuro os homens serão uma minoria, como de resto em praticamente todas as profissões qualificadas. |

| | | |
|----|---|--|
| 8 | M | Justifico com a maior disponibilidade manifestada pelos homens e com o facto de estes serem em maior número a preferir as questões políticas e económicas. |
| 9 | H | Falta de procura dos próprios meios de comunicação, particularmente nas áreas fora do poder convencional e/ou político. Na área académica e de investigação, por exemplo, não faltam mulheres para entrevistas e comentários, sobre qualquer assunto. |
| 10 | H | Acho que se devem na maioria dos casos há disponibilidade dos entrevistados. |
| 11 | H | Não poderei justificar, pois a realidade leva-me a encarar outros dados que não esses: não sinto, sinceramente, que exista essa disparidade, e tendo em conta a minha intervenção directa, o género não é condição no momento de avançar com um convite. Poderei tentar entender o “dado”, mas acrescento que a principal dificuldade na escolha de um convidado é precisamente a falta de um largo leque de escolha para a grande parte dos assuntos que, por vezes, interessa destacar. Qual é então o melhor convidado? Claramente aquele que domina o assunto, aquele que não tem condicionalismos - interesses pessoais na questão, ou que consiga transmitir de forma simples, directa e acessível ao conhecimento e, se possível, aquele cuja imagem seja facilmente reconhecível e de confiança. No fundo, e de novo, o género não faz parte da equação. |
| 12 | M | Suponho que haja vários factores: força do hábito, mais homens comentadores em agenda e até disponibilidade nocturna, uma vez que muitos debates, sobretudo no cabo fazem-se depois das 21h00 |

Quadro 33
Análise dos questionários
Pergunta nº10

| Entrevistado | Género | |
|--------------|--------|---|
| 1 | M | Não há uma preferência pelo comentador masculino. Há sim uma falta de mulheres comentadoras. |
| 2 | M | Parece-me óbvio que se são eles que estão nos cargos serem eles os protagonistas, aqueles que o público identifica com maior facilidade. |
| 3 | M | Não. Não considero que haja preferência por um comentador do sexo masculino, o que considero é que sociologicamente é assim. Mas a tendência está a inverter-se. |
| 4 | M | A escolha de um entrevistado nunca tem em conta o sexo do mesmo mas, antes, a mais-valia que ele pode dar em termos informativos. |
| 5 | M | Não creio, ou não quero acreditar, que um chefe pelo simples facto de ser homem prefira convidar um comentador do sexo masculino. Em 11 anos de televisão nunca verifiquei tal situação com qualquer uma das minhas chefias. Já constatei a procura de equilíbrio, em termos de género, em painéis com mais de três elementos. Nesses casos, procura-se sempre que não exista uma hegemonia, quer masculina, quer feminina. |
| 6 | H | Não há preferência. Apenas os cargos de decisão são ocupados maioritariamente por homens e por isso é que há mais homens a serem convidados do que mulheres. Porém, quando há homens e mulheres a ocuparem cargos similares são igualmente competentes. |
| 7 | H | A resposta está no 9 |
| 8 | M | No que me diz respeito, não há preferência por ter um comentador do sexo masculino. O facto de ser mais recorrente ter homens em antena resulta da maior disponibilidade que estes demonstram. Isto aplica-se em geral, e não apenas em casos de cargos de chefia. Esta questão coloca-se apenas quando o convite é feito a uma liderança partidária ou à representação de uma determinada classe. Por exemplo, se convidarmos o secretário-geral da CGTP e o presidente da CIP, o convite é feito pelo cargo que desempenham e não pelo género, logo, se fossem mulheres a desempenharem a função o convite ser-lhes-ia dirigido na mesma. |
| 9 | H | Isto tem apenas a ver com a predominância masculina nos vários poderes da sociedade. |
| 10 | H | Se são os homens os protagonistas do assunto em debate é natural que a escolha recaia sobre eles. As minhas opções editoriais nunca se fazem em função do sexo do entrevistado, fazem-se em função do interesse e actualidade. |
| 11 | H | Neste momento, em seis posições hierárquicas de maior relevo na empresa em que trabalho existem três mulheres e três homens. Poderá ser coincidência, ou poderá até indicar algo que, no sector dos <i>media</i> , é, diria, notório: há mais mulheres do que homens nas redacções e há também muito mais mulheres do que homens nos cursos de |

| | | |
|----|---|---|
| | | comunicação social. Como exemplo (menor ou não): numa recente acção no CENJOR de iniciação à reportagem televisiva existiam 15 formandos: 15 mulheres e zero homens. Ora, neste sentido, considero que no meu caso não posso concordar com a afirmação explícita na pergunta. |
| 12 | M | Se calhar, algumas razões que justificam a existência que mais chefias masculinas, e mais comentadores homens. Coincidem. O preconceito perpetua o sistema! |

Legenda:

Entrevistado 1: Rosário Salgueiro

Entrevistado 2: Florbela Godinho

Entrevistado 3: Cecília Carmo

Entrevistado 4: Joana Ramalhão

Entrevistado 5: Marta Reis

Entrevistado 6: José Gomes Ferreira

Entrevistado 7: Mário Crespo

Entrevistado 8: Joana Garcia

“A nossa época é horrível porque já não cremos- e não cremos ainda. O passado desapareceu, de futuro nem alicerces existem. E aqui estamos nós sem tecto, entre ruínas, à espera...”

Raúl Brandão