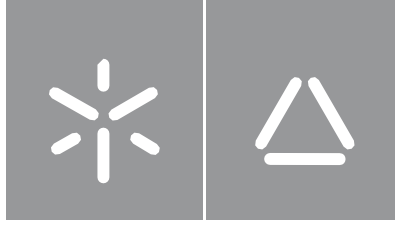




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Raquel Leonor Ricardo Fernandes

**O jornalismo televisivo enquanto
construtor e difusor de representações
sociais e estereótipos de género**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Raquel Leonor Ricardo Fernandes

**O jornalismo televisivo enquanto
construtor e difusor de representações
sociais e estereótipos de género**

Relatório de Estágio Mestrado
em Ciências da Comunicação
Informação e Jornalismo

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Luís Miguel Loureiro

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença [abaixo](#) indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do Repositório UM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



**Atribuição
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Resumo

Este relatório de estágio refere-se a um estágio de Jornalismo realizado na RTP Porto, nos estúdios do Monte da Virgem, em Vila Nova de Gaia, que decorreu de 3 de abril a 30 de junho de 2023. Neste estágio, para além do trabalho jornalístico, foi tomada a decisão de problematizar a questão da construção e disseminação de representações sociais e estereótipos de género pelo jornalismo televisivo, com foco nas mulheres, admitindo a possível existência de uma linguagem jornalística androcêntrica dominante nas redações, que se reflete nos conteúdos noticiosos, ao retratar, de forma defeituosa e prejudicial, a imagem das mulheres, imagem esta que poderá ser aceite como representação fiel da realidade feminina, por grande parte da sociedade.

Dentro desta temática, abordou-se o tipo de linguagem que prevalece nas redações jornalísticas (mais feminina, mais masculina, até mesmo misógina, ou uma mistura de ambas), com um olhar especial sobre a da RTP Porto, o papel que as jornalistas desempenham na adoção de modos de atuação e de escrita misóginos (se tentam contrariá-los ou não e porque o fazem) e a eventual mudança de postura e comportamento das mesmas para se assemelharem aos seus colegas jornalistas homens, sendo mais facilmente aceites. Tratou-se, também, a presença da linguagem inclusiva de género nas peças jornalísticas e a importâncias da utilização de termos inclusivos e da flexão adequada para palavras que pertencem ao feminino e ao masculino, dando um fim ao uso exclusivo do masculino enquanto forma comum dos dois géneros e, conseqüentemente, ao machismo inerente à linguagem. Ainda, procurou-se saber que tipo de medidas relacionadas com a igualdade de género, da diversidade e da não discriminação já foram implementadas, ou se estas existem sequer, no sentido de se criarem redações jornalísticas plurais, inclusivas e abertas a diferentes realidades, assim como os agentes que devem estar envolvidos no processo.

A abordagem implementada (revisão da literatura, observação participante e análise de conteúdo) permitiu concluir que as redações jornalísticas atuais são, ainda, movidas por valores e ideais androcêntricos, refletindo-se numa linguagem e conteúdos poucos inclusivos e muito fechados a alguns aspetos da sociedade e do mundo em geral. A grande maioria das mulheres que exercem a profissão são cúmplices da aplicação destas práticas misóginas, mesmo que inconscientemente, uma vez que absorvem o ambiente fortemente masculino das redações, independente de a sua presença, em termos numéricos, ser maior do que a dos homens.

Palavras-chave: estereótipos de género, jornalistas, linguagem inclusiva, mulheres

Abstract

This internship report refers to a journalism internship at RTP Porto, at the Monte da Virgem studios in Vila Nova de Gaia, which ran from April 3 to June 30, 2023.

In this internship, in addition to journalistic work, the decision was made to problematize the issue of the construction and dissemination of social representations and gender stereotypes by television journalism, with a focus on women, admitting the possible existence of a dominant androcentric journalistic language in newsrooms, which is reflected in news content, by portraying, in a defective and harmful way, the image of women, an image that may be accepted as a faithful representation of female reality by a large part of society.

Within this theme, the type of language that prevails in journalistic newsrooms (more feminine, more masculine, even misogynistic, or a mixture of both) was addressed, with a special look at RTP Porto, the role that female journalists play in adopting misogynistic ways of acting and writing (whether or not they try to counteract them and why they do so) and the possible change in their posture and behavior to resemble their male journalist colleagues and be more easily accepted. We also looked at the presence of gender-inclusive language in journalistic pieces and the importance of using inclusive terms and the appropriate inflection for words that belong to both the feminine and the masculine, putting an end to the exclusive use of the masculine as a common form for both genders and, consequently, to the machismo inherent in the language. In addition, we sought to find out what kind of measures related to gender equality, diversity and non-discrimination have already been implemented, or if they even exist, in order to create pluralistic, inclusive newsrooms that are open to different realities, as well as the agents that should be involved in the process.

The approach implemented (literature review, participant observation and content analysis) led to the conclusion that today's newsrooms are still driven by androcentric values and ideals, reflected in language and content that is not very inclusive and is very closed to certain aspects of society and the world in general. Most women in the profession are complicit in the application of these misogynistic practices, even if unconsciously, since they absorb the strongly masculine environment of newsrooms, regardless of the fact that their presence, in numerical terms, is greater than that of men.

Keywords: gender stereotypes, inclusive language, journalists, women

Índice

Introdução	1
1.....	4
1.1 Breve história da RTP.....	4
1.2 A RTP no Porto.....	5
1.3 Estágio na redação de informação da RTP Porto.....	11
1.4 Mais mulheres = voz feminina dominante?.....	12
2. Televisão: um meio promotor de diversidade e igualdade?.....	14
2.1 De órgão soberano a órgão ultrapassado?.....	16
2.2 Um jornalismo predominantemente androcêntrico.....	19
2.2.1 A masculinização da mulher jornalista	22
2.3 O poder das imagens na construção e interpretação da realidade social	23
2.4 A linguagem inclusiva.....	25
2.4.1 Presença de termos inclusivos nas peças jornalísticas.....	27
2.5 O que pode ser feito para mudar a atuação jornalística quanto às questões da inclusividade?	28
3	32
3.1 Questão de partida e objetivos da pesquisa	32
3.2 Metodologia	32
3.2.1 Confidencialidade.....	34
3.3 Análise dos dados.....	35
Conclusões.....	42
Referências bibliográficas	44

Introdução

A televisão teve sempre a capacidade de atrair grandes audiências para os seus conteúdos devido à junção de som e imagem em movimento, que torna a transmissão e receção de informação muito mais apelativas do que nos restantes meios de comunicação, informação esta que é tida quase sempre como verdadeira e de representação fiel do mundo. Consequentemente, o jornalismo abraçou este meio como veículo eficaz para veiculação de notícias, permitindo-lhe chegar a pessoas de todo o lado, ao mesmo tempo (Santos & Luz, 2013). Estavam assim criadas as condições necessárias para um jornalismo televisivo capaz de passar mensagens, discursos e imagens diversificados, representativos de vários grupos sociais, étnicos, de género, etc., para dar voz a quem não a tem e tornar visível quem não é visto (Lourenço, 2017).

Contudo, isto nem sempre acontece e os velhos padrões instaurados nas redações prevalecem. Isto deve-se em grande parte à forte masculinização do meio jornalístico que, desde sempre, dita e tolda a forma como se faz jornalismo, enraizando na sociedade modos pouco flexíveis e tolerantes de ver e entender as diferentes realidades que nos rodeiam. Vários são os grupos minoritários que sofrem com a sub-representação nos média e tudo começa dentro das próprias redações, nas quais o ethos masculino funciona como peça fundamental de integração, devendo ser adotado tanto na postura e comportamento, como na produção noticiosa (Marques, 2017).

A presença das mulheres no jornalismo ainda se apresenta como um desafio e, apesar das notáveis mudanças com o decorrer das décadas, esta tem de moldar-se com base na figura do jornalista respeitável, pragmático e profissional, características associadas ao jornalista homem. Por conseguinte, a difusão de estereótipos de género é também proporcionada pelas jornalistas, mesmo que de forma inconsciente (Cerqueira, Magalhães, Santos, Cabecinhas & Nogueira, 2014). Assim sendo, a presente investigação tem como propósito dar resposta à seguinte pergunta: "Qual é o papel do jornalismo televisivo na construção e implementação de imagens estereotipadas de género na sociedade?".

Para tal, pretende-se perceber de que maneira é que o jornalismo promove a diversidade e igualdade, tanto dentro das redações como através dos conteúdos noticiosos, e se o faz de todo, e que esforços estão a ser feitos em prol do uso de uma linguagem cada vez mais inclusiva, tendo em conta a importância que os termos inclusivos detêm na vida de muitas pessoas, que sentem não estar a ser representadas corretamente pelos média. Também se tenciona entender se imagens construídas com base em estereótipos estão presentes nas peças jornalísticas, as razões

para que tal continue a acontecer e o impacto que a divulgação destas imagens redutoras têm na sociedade, com especial foco nas mulheres. Ainda no campo do feminino, compreender como é que estas se adaptam num ambiente jornalístico onde predominam ideais e valores masculinos, se tentam contrariá-los ou se os adotam e porque o fazem. Além disso, compreender de que maneira é que esta dominância masculina se reflete na linguagem e atuação jornalísticas. Por fim, procurar saber que medidas podem ser tomadas para mudar a situação do jornalismo quanto às questões da inclusividade e representatividade, assim como os meios, organizações e instituições que devem estar envolvidos.

O presente estudo apresenta uma estrutura que se divide em três capítulos.

No Capítulo I, que é composto por quatro subcapítulos, faz-se uma breve apresentação da RTP, um apanhado dos momentos mais marcantes da sua história. De seguida, é feita uma descrição mais elaborada do percurso da RTP Porto, uma vez que o estágio decorreu no Centro de Produção do Norte, assim como do seu funcionamento e produção informativa, ao longo das décadas. Por último, é relatada a experiência de estágio curricular e são dadas pistas para o que vem a seguir, através do estabelecimento de uma ligação entre as impressões formadas sobre a redação da RTP Porto e a problemática desta investigação, lançando as primeiras questões, que abrirão portas ao capítulo seguinte.

O segundo capítulo, integra a parte científica da investigação e tem sete subcapítulos. Depois de uma revisão bibliográfica diversificada, tentou-se responder, em parte, às questões formuladas para o presente estudo. Neste capítulo, reflete-se sobre a televisão enquanto meio promotor de diversidade e igualdade e a relevância da mesma nas sociedades dos dias de hoje, ou seja, se passou de órgão soberano a órgão ultrapassado. Pondera-se, também, sobre o jornalismo praticado nos dias de hoje, analisando as suas tendências androcêntricas, a masculinização das mulheres jornalistas e o poder das imagens na construção e interpretação da realidade social. Ainda, introduz-se o tema da linguagem inclusiva, particularmente a importância da presença de termos inclusivos nas peças jornalísticas, e partilham-se possíveis medidas que podem ajudar a mudar a atuação jornalística quanto às questões da inclusividade.

Finalmente, no Capítulo III, são apresentados, mais uma vez, os objetivos e a questão de partida da investigação, mas também os métodos escolhidos para fazer a recolha de dados concretos sobre a problemática, a análise de conteúdo e a observação participante. A primeira consiste na análise de uma semana do Jornal da Tarde da RTP (2 a 6 de janeiro de 2023), com o intuito de identificar nas imagens, discursos e textos veiculados construções e padrões estereotipados de

género. Já a segunda, baseia-se na observação e registo dos comportamentos, hábitos, interações e procedimentos no contacto entre os jornalistas da RTP Porto, numa tentativa de perceber se e como é que isso se reflete na produção noticiosa. Esta observação foi feita ao longo dos três meses de estágio (abril, maio e junho de 2023).

1.

1.1 Breve história da RTP

Nos anos 50, muito devido à visão e vontade de Marcelo Caetano, foram realizados os estudos e levadas a cabo as iniciativas para a criação de uma empresa de televisão em Portugal (Pinto, 2019, pp. 20-21). Foi então que, por iniciativa do Governo, nasceu a 15 de dezembro de 1955 a Radiotelevisão Portuguesa (RTP) (Infopedia).

Porém, as emissões experimentais, que tiveram lugar na Feira Popular de Lisboa, iniciaram-se apenas a 4 de setembro de 1956, sendo que a visita da rainha Isabel II ao país, em 1957, foi o primeiro grande acontecimento a receber cobertura televisiva (Infopedia).

Diretamente dos estúdios do Lumiar, as emissões regulares arrancaram a 7 de março de 1957, mas só eram captadas na área metropolitana de Lisboa, durante os primeiros meses. Mais tarde, a 30 de dezembro, alcançavam já a região do Porto (Infopedia).

O segundo canal da estação viria a aparecer em 1968 e foi gerido, ao longo dos anos, "ora como um complemento, ora como uma alternativa ao canal principal" (Infopedia). A evolução da televisão portuguesa acompanhou a evolução do próprio país. A chegada da RTP "foi um prenúncio do fim do Estado Novo enquanto regime fechado ao mundo" (infopedia.pt). Alguns dos programas mais icónicos da história da televisão portuguesa surgiram com aquela a que chamam de primavera Marcelista, por exemplo, o Zip-Zip com Carlos Cruz, Raul Solnado e Fialho Gouveia. A chegada à lua dos astronautas da NASA, também transmitida pelo canal, foi mais um episódio histórico importante (Infopedia).

Igualmente relevante, foi a ocupação da RTP no 25 de abril de 1974, à qual se seguiram "tempos turbulentos de luta pelo seu controlo, mas a televisão tornou-se mais aberta e mais pluralista" (infopedia.pt). Com o passar do tempo, a questão que passou a perseguir a RTP foi o facto de esta ser uma empresa pública, sofrendo acusações vindas dos vários quadrantes políticos a respeito da sua governamentalização excessiva, "nomeadamente no que diz respeito à orientação dos serviços noticiosos" (Infopedia).

Os anos 90 trouxeram novos desafios, entre eles o aparecimento de duas novas estações, a Televisão Independente (TVI) e a Sociedade Independente de Comunicação (SIC), que se tornaram concorrentes daquela que foi a única emissora televisiva portuguesa durante três décadas. Todavia, não perdeu o seu estatuto, uma vez que é "concessionária do serviço público de televisão" (infopedia.pt). Por essa altura, surgiram também a RTP Internacional, com foco nas

comunidades emigrantes, e a RTP África, direcionada às comunidades africanas de expressão portuguesa (Infopedia).

Em janeiro de 2004, o segundo canal da estação, a RTP2, mudou de nome para Canal 2. Este foi sofrendo algumas alterações ao longo do tempo, relativamente a patrocínios e financiamentos (Infopedia).

A RTP aposta, desde que nasceu, na inovação. O seu trabalho pioneiro em diferentes áreas e tecnologias é visível através da oferta multiplataforma, cada vez maior e efetiva, concentrada em soluções de interatividade e com uma aposta infindável em formatos diferenciadores. Por isso, a partir de 2011, a RTP Play, um “serviço pioneiro para visualização e escuta de emissões *online* bem como de programas em *on-demand*”, ficou disponível, ação demonstrativa do papel importante da estação no campo das novas tecnologias (rtp.pt).

Assim, é possível afirmar com segurança que “com 80 anos de Rádio, 58 de Televisão e 17 de *online*, um universo diversificado de marcas de televisão, rádio e *online*, através do(s) site(s) e redes sociais”, nenhuma outra empresa de media se equipara, em termos de tradição e história na comunicação social portuguesa, à RTP (rtp.pt).

1.2 A RTP no Porto

Já desde os primeiros esboços da empresa que viria a lançar a televisão em Portugal que estava presente a ideia de se construir um Centro de Produção da RTP, na região nortenha do país (Pinto, 2019 p. 17). O autor vai ainda mais longe quando afirma que:

O Porto, é assim, e antes de mais, o seu primeiro polo, pulmão e braço de uma empresa que, na sua história, se foi diversificando. Mas a RTP Porto é também a expressão de uma parte do país, incluindo a da diáspora, assumindo-se como voz diferenciada em diálogo com outras vozes, nacionais e globais (Pinto, 2019, p. 17).

O Dr. João Ruiz de Almeida Garrett foi o primeiro diretor deste Centro, nomeado antes mesmo da existência de qualquer edifício, assumindo funções a 18 de março de 1956, cargo no qual permaneceu durante 17 anos (Pinto, 2019, p. 35).

Durante o ano de 1957, foi instalado o emissor do Monte da Virgem, que continha uma torre de antenas com uns impressionantes 152 metros de altura, entrando em vigor a 31 de dezembro

desse mesmo ano (Pinto, 2019, p. 21). Neste período, também foi formada a equipa técnica liderada pelo Eng.º Matos Correia, a quem foi atribuída a tarefa de supervisionar os projetos e estudos relativos às instalações nortenhas (Pinto, 2019, pp. 21-22).

A princípio, a equipa administrativa mostrava-se significativamente reduzida, só alcançando número consideráveis a partir do período da entrada em funcionamento do Centro de Produção e dos estúdios, assim como nos primeiros anos de atividade (Pinto, 2019, p. 22). Algumas contratações foram mesmo feitas para Lisboa, independentemente de se tratarem de pessoas do Porto, excluindo os cargos administrativos e técnicos (Pinto, 2019, p. 22).

No mês de agosto de 1958, chegou ao Porto o primeiro carro de exteriores, diretamente de Lisboa, que tinha incorporada uma câmara de vídeo Fernseh (Pinto, 2019, p. 24). Este novo integrante do Centro nortenho revelou-se um enorme apoio para o trabalho de emissão e edição (Pinto, 2019, p. 24). Tal foi o entusiasmo que, nos meses seguintes, a equipa instituída pelo Eng.º Torcato David empenhou-se inteiramente na revisão do carro, “com as suas três câmaras, postos de comando, misturador, etc.”, e nos preparativos de “todo o restante material de estúdios, régies de vídeo e áudio, central técnica, telecinema, magnetofone síncrono Klang-film, sonoplastia e laboratório de processamento de filmes com uma reveladora Aiglone” (Pinto, 2019, p. 25).

Em finais de 1958, começaram a formar-se as condições propícias à realização de trabalhos de reportagem e de emissão, muito por causa do regresso ao Porto de diversas/os profissionais que estagiaram e trabalharam na RTP em Lisboa (Pinto, 2019, p. 25).

Nesta altura, os estúdios ainda não estavam concluídos e, como tal, viu-se no carro de exteriores a solução para a resolução de algumas situações (Pinto, 2019, p. 25). Desta forma, na noite de Natal de 1958 elaborou-se e realizou-se o primeiro programa direto do exterior, utilizando-se, pela primeira vez também, o carro (Pinto, 2019, p. 25). Foi na Igreja de Cristo-Rei, dos Padres Dominicanos, na Foz, que se deu a transmissão da Missa do Galo (Pinto, 2019, p. 25). Posteriormente, fizeram-se mais algumas (poucas) emissões em direto, “até ao verão que antecedeu a inauguração das novas instalações” (Pinto, 2019, p. 25).

A construção do edifício no Monte da Virgem, que ainda não apresentava capacidade de produção própria, decorreu até 1959 (Pinto, 2019, p. 22). As novas instalações e o novo Centro de Produção da RTP foram inaugurados a 20 de outubro do mesmo, no Monte da Virgem, em Vila Nova de Gaia, com certo aparato (Pinto, 2019, p. 19). Esta foi, sem dúvida, uma das ações fulcrais no caminho rumo à diversificação e expansão da televisão portuguesa (Pinto, 2019, p. 19). Assistiu-se, assim, nesse dia à “entrada em direto na rede nacional de emissão da empresa”,

emissão esta que foi realizada por Adriano Nazareth (Pinto, 2019, p. 19). Apesar de tudo, a inauguração do Centro de Produção do Norte foi algo desvalorizada politicamente, tendo em conta a falta de personalidades de primeiro plano do poder central no evento (Pinto, 2019, p. 20).

No que diz respeito à Informação aqui produzida, ao longo de quase 14 anos não existiu nenhum serviço informativo da responsabilidade do Porto (Pinto, 2019, p. 29). Um facto curioso é que o Telejornal do canal começou a ser emitido exatamente no dia do arranque da RTP Porto (Pinto, 2019, p. 29). Só em acontecimentos justificados pela atualidade é que o Centro de Produção do Norte participava, por exemplo, nos jogos de futebol importantes, sobre os quais cine-repórteres nortenhos construíam reportagens com alguma dificuldade, tanto nas comunicações como no aspeto tecnológico, o que dificultava qualquer colaboração (Pinto, 2019, p. 29). Para além dos jogos, o Porto esteve presente e até desempenhou um papel fundamental noutras ocasiões especiais (Pinto, 2019, p. 29). E que evento mais merecedor de uma grande transmissão televisiva do que a inauguração da Ponte da Arrábida, em 1963, que apresentava "o maior arco do mundo feito em betão armado" daquela altura (Pinto, 2019, p. 29). Pela primeira vez, a emissão do Telejornal foi feita a partir dos estúdios do Monte da Virgem, dado que a RTP quis apostar fortemente na cobertura em direto do acontecimento (Pinto, 2019, p. 29). Várias equipas estiveram envolvidas na mesma, algumas delas lisboetas (Pinto, 2019, p. 29). Embora tenha sido a figura de destaque do dia, não foi no Centro de Produção do Norte "que se definiu a estratégia ou que esteve a coordenação geral das operações e a apresentação do Telejornal" (Pinto, 2019, p. 29).

Tendo em conta que a informação ocupava, ainda, uma parcela mínima dos conteúdos da RTP Porto, é interessante pensar sobre quais seriam os seus "esteios de atividade" (Pinto, 2019, p. 30). Segundo informações prestadas pelo Eng.º Torcato David a Pinto (2019, p. 30):

Nos primeiros cinco anos, a RTP Porto, quando não tinha de deslocar o carro de exteriores, emitia diversos programas de estúdio. Adquiriu para o estúdio um piano de boa qualidade. Foram programas musicais e até concertos da Orquestra Sinfónica do Porto; teatro de amadores; conversas sobre teatro de António Pedro; Poesia, Canto e Dança, apresentado ao sábado por Pedro Homem de Mello; e comentário religioso de fim de semana pelo padre Armindo Lopes Coelho, que veio mais tarde a ser bispo do Porto (Pinto, 2019, p. 30).

O principal objetivo destas emissões era realçar “o que de culturalmente mais significativo se fazia no Porto e no Norte, bem como promover o surgimento de novos talentos” (Pinto, 2019, p. 29). Além da programação diária, há que mencionar os documentários de autor e os diretos de eventos desportivos (Pinto, 2019, p. 30)

Uma das iniciativas mais marcantes da primeira década da RTP em geral, mas principalmente da RTP Porto, foi a criação da Telescola (Pinto, 2019, p. 32). A transmissão das aulas, que abriram no ano letivo de 1965/1966, coube ao Centro de Produção do Porto, que trabalhou diretamente com o Instituto de Meios Audiovisuais de Ensino (IMAVE) (Pinto, 2019, p. 33).

Finalmente, a 16 de setembro de 1973, um serviço de notícias ficou à responsabilidade dos estúdios do Norte, ainda que apenas com informação regional (Pinto, 2019, p. 36). Consequentemente, surgiu o Telejornal Regional do Norte e com ele um conjunto de apresentadores que formaram uma redação de Informação no Porto (Pinto, 2019, p. 36). Foram necessários longos meses para preparar a iniciativa e reunir recursos humanos e técnicos (Pinto, 2019, p. 36).

Nos anos 80, cresceu a vontade de se criar um canal do Norte, ou até de transferir o Canal 2 para o Porto, mas nenhuma das ideias se concretizou (Pinto, 2019, p. 50). Mesmo assim, foi durante os anos 80 e 90, a chamada “década gloriosa”, que o Centro de Produção do Porto começou realmente a florescer, entrando numa fase de “significativa vitalidade e intervenção” (Pinto, 2019, p. 51).

As manhãs eram uma lacuna na grelha da RTP e havia vontade de preenchê-las. (Pinto, 2019, pp. 52-53). Dessa necessidade nasceu o programa Espaço 12/13 (Pinto, 2019, p. 53). Este apresentou-se um verdadeiro desafio para uma equipa de produção que estava habituada a fazer séries e documentários e a ter uma visão mais cultural da televisão (Pinto, 2019, p. 53). O ritmo deste programa diário representou, sem dúvida, uma linha de rutura (Pinto, 2019, p. 53).

Mais à frente, passam a ser editados nos estúdios do Porto o Jornal da Noite e o serviço informático País, País, em 1982 (Pinto, 2019, p. 53). Além disso, é iniciado um tempo semanal no Canal 2, das 18 às 20 horas, ao fim de semana, produzido pela RTP Porto, e é ainda criado o Às Dez, que detinha uma característica que marcaria as manhãs nos anos vindouros: tinha público em estúdio (Pinto, 2019, pp. 53-54). Enquanto isso, o Espaço 12/13 passou a ter início às 11 horas (Pinto, 2019, p. 53). Todas estas mudanças fizeram com que a RTP abrisse cada vez mais cedo e com que o Porto ocupasse mais espaço dentro da empresa (Pinto, 2019, p. 54).

Chegado o ano de 1987, o Porto era já o responsável por toda a manhã (Pinto, 2019, p. 54). O facto de o Canal 1 ter começado a abrir às 9 horas e de a edição do Jornal da Tarde ter passado a ser responsabilidade do CPP revela o peso que este conquistou na emissão global da RTP, mantendo-se assim até aos dias de hoje (Pinto, 2019, pp. 54-55).

Porém, os anos 90 trouxeram novos desafios (Pinto, 2019, p. 56). O aparecimento das televisões privadas, em 1992, demarca “um quadro completamente novo para o operador público” (Pinto, 2019, p. 56). A RTP consegue, apesar de tudo, manter a sua posição de liderança, devido, em grande parte, aos seus conteúdos informativos, tendo em conta que o Jornal da Tarde conseguia alcançar audiências significativas e o programa da manhã “funcionava como arrasador de públicos” um quadro completamente novo para o operador público (Pinto, 2019, p. 57).

A RTP Porto conseguiu manter um forte peso dentro da empresa, especialmente até 2001, sempre focada na informação, “nos programas de fluxo, particularmente das manhãs e até perto das 14 horas, da participação na programação e informação do Canal 2, da RTP Internacional e na produção para as comunidades portuguesas” (Pinto, 2019, p. 58).

Dos anos seguintes é, contudo, importante mencionar a participação da RTP na criação da NTV, um canal de cabo, de cunho regional (Pinto, 2019, p. 58). Com o lançamento da SIC Notícias, a RTP começou a olhar para o potencial da NTV de se tornar um forte concorrente nesse campo (Pinto, 2019, pp. 58-59). Foi então que se deu a reformulação do novo canal (Pinto, 2019, p. 59). Este deixou de ser regional e passou a ser “de informação, de âmbito nacional, sério e profissional” (Pinto, 2019, p. 59). O controlo total da NTV foi adquirido pela RTP e esta obteve a licença para criar um novo projeto de canal, que passou pelo rebranding do mesmo, com o intuito de identificá-lo com a marca RTP (Pinto, 2019, p. 59). O canal passou a chamar-se RTPN, mantendo, assim, o N (Pinto, 2019, p. 59). Logo de seguida, deu-se a integração das redações, na qual só cerca de metade dos jornalistas da inicial NTV foram transferidos para a redação da RTP (Pinto, 2019, p. 59).

Desta forma, mais de 20 jovens jornalistas chegaram à redação do Porto, levando consigo “uma enorme motivação para erguerem o canal” (Lopes, 2019, p. 93). No entanto, a convivência entre a geração mais antiga da casa, que dispunha de inúmeros recursos para trabalhar, essencialmente, no Jornal da Tarde, como já estava habituada, e o grupo de jovens profissionais, que tinha acesso a poucos meios para encher uma grelha de muitas horas, não foi fácil (Lopes, 2019, p. 93).

De qualquer das maneiras, a estrutura do Norte beneficiou com este momento de mudança e se hoje em dia mantém um peso bastante relevante dentro da RTP é muito por causa desse período (Pinto, 2019, p. 93). Segundo revelou Dinis Sottomayor, em entrevista a Lopes (2019, p. 93): "O rejuvenescimento da massa cinzenta da Informação foi notório. Hoje, metade ou mais de metade dos pivôs da RTP são oriundos da NTV". Alguns dos nomes que foram introduzidos nesta época são: Estela Machado, Sandra Pereira, Cristiana Freitas, Jorge Oliveira e Fátima Araújo (Lopes, 2019, p. 93).

A 19 de setembro de 2011, o canal muda novamente de nome, passando a denominar-se RTP Informação (Lopes, 2019, p. 94). A sua renovada imagem agrega uma oferta televisiva diversificada, apesar de parte da programação passar para a capital, especialmente aquela que atinge um maior número de audiências (Lopes, 2019, p. 94). Mais tarde, em 2015, muda mais uma vez de nome para RTP3 e em 2016 passa a emitir em sinal aberto (Lopes, 2019, p. 94).

Por volta dessa altura, a redação do Norte confrontou-se com um aumento exponencial de horas de emissão (Lopes, 2019, p. 94). Desde 2004 que, para além da construção de peças "para o Telejornal, para o noticiário regional ou para qualquer programa de informação não diária" e da edição diária do Jornal da Tarde, os profissionais do Porto têm a função de encher o canal de informação no cabo de conteúdos, canal este cuja emissão dura várias horas por dia (Lopes, 2019, pp. 94-95).

Já no ano de 2014, surge o inovador Jornal 2 na RTP2, idealizado e apresentado por João Fernando Ramos (Lopes, 2019, p. 95). Este noticiário nacional tem cerca de meia hora e é apresentado de pé (Lopes, 2019, p. 95). Apresenta um alinhamento noticioso e consegue integrar três entrevistas (Lopes, 2019, p. 95). Todas estas condições permitem que seja feito em horário nobre a partir do Norte, "como se comprova diariamente a partir das 21h30 num noticiário que se tornou uma das mais poderosas marcas distintivas da RTP2" (Lopes, 2019, p. 95).

Uma questão que continua a pairar sobre o Centro de Produção do Norte é o descontentamento com a "partilha do poder de decisão a partir da sede central do operador público" (Lopes, 2019, p. 95). Contudo, Hugo Gilberto defende, em entrevista a Lopes (2019, p. 95), que:

O melhor tributo à RTP Porto é perceber que 40 por cento da informação da RTP é feita no Porto; metade da informação da RTP3 é feita no Porto; o Sexta às 9 tem metade dos jornalistas no Porto, metade em Lisboa; o Jornal da Tarde é feito no Porto; o Jornal 2 também. No mínimo, nunca há menos de oito, nove

horas de informação diária a Norte. E a maior parte das pessoas nem percebe isso! (Lopes, 2019, p. 95).

Apesar dos desafios e dificuldades enfrentados ao longo destes 60 anos, é notável a influência que a informação produzida nos estúdios do Monte da Virgem teve e tem no nosso país e regiões, particularmente a região Norte, que interveio em “agendas, ângulos noticiosos e debates políticos” (Lopes, 2019, p. 96).

1.3 Estágio na redação de informação da RTP Porto

A escolha da RTP Porto como entidade acolhedora do estágio curricular revelou-se, desde o início, bastante fácil e óbvia. Ter a oportunidade de estar num dos Centros de Produção da empresa de comunicação que detém tamanha história e importância na cena comunicacional nacional, já referidas no subcapítulo anterior, foi um privilégio e uma experiência que, sem dúvida, enriquece o percurso de qualquer estudante de jornalismo e futura/o profissional da área. Tal só foi possível devido à oportunidade de interagir com profissionais de cargos e funções distintas, aquando da realização de tarefas.

Numa primeira fase, de aprendizagem mais observante, foi acompanhado de perto o trabalho de diferentes jornalistas da redação que estavam debruçados sobre temas de internacional, sociedade, cultura e política. Desta maneira, conseguiu-se perceber como decorrem as várias etapas de construção das peças jornalísticas, como o estabelecimento de contacto com as fontes, a visualização e corte dos brutos, captados pelos repórteres de imagem da RTP ou disponibilizados pelas agências, nacionais e internacionais, assim como de outro tipo de materiais necessários e, por fim, a edição. Nesta última, presenciou-se o momento da junção de todos os elementos recolhidos e compreendeu-se a importância que as imagens, acompanhadas do texto, têm na narrativa, na história que se pretende contar.

Também se acompanhou o trabalho dos elementos da produção, coordenação e agenda, desde a preparação do alinhamento de alguns dos noticiários, incluindo as alterações feitas ao longo do dia, e a procura de histórias, até a realização de telefonemas e troca de emails com contactos (tradutores ou comentadores, por exemplo), possíveis fontes de informação ou para marcar a presença das equipas de reportagem em eventos, instituições ou locais. Passou-se, ainda, pela régie, onde se assistiu aos bastidores do Jornal da Tarde, do 3 às 10 e do 3 às 11.

A partir da segunda semana, começaram as saídas com as equipas de reportagem para que fosse possível acompanhar o trabalho de campo dos jornalistas. Para além de assistir a vários diretos e entrevistas, fez-se alguns exercícios, como falsos diretos, com os quais se aprendeu a posição correta a ter em frente à câmara, a projetar a voz, a abordar pessoas na rua, a construir histórias com apenas informação essencial, de forma direta e eloquente e, ainda, a conduzir uma entrevista curta. De regresso à redação, viam-se os brutos, selecionavam-se as bocas e escreviam-se os textos, para depois levar as peças para editar, uma vez por semana. Trabalhou-se com temas de política internacional e nacional, cultura, sociedade, habitação, educação e saúde.

Uma das manhãs foi passada no lado do Entretenimento e apesar deste estágio estar direcionado para a Informação, revelou-se bastante vantajoso, no sentido em que se pôde sentir e presenciar a mudança de ritmos, dos modos de atuação e interagir com outros elementos da empresa. Presenciou-se a reunião da equipa da Praça da Alegria que antecede todos os programas e na qual é revisto o alinhamento, discutidas ideias e feitas possíveis alterações necessárias. De seguida, dado o livre acesso para tal, visitou-se os estúdios de gravação e a régie, sempre de modo a não perturbar a emissão do programa e o trabalho dos profissionais.

Por último, deu-se a apresentação do Jornal, que foi o culminar dos quase três meses de estágio na RTP Porto. Este ficou composto por um falso direto (S. João, Fontainhas, Porto) e oito peças sobre o fim da pandemia de covid-19 como emergência sanitária global, as eleições na Turquia, a falta de mão de obra na indústria agroalimentar, o cordão humano na Escola do Cerco no Porto contra a violência nas escolas, o impacto da construção da nova ponte no Porto nos habitantes das zonas afetadas, a venda de manjericos, a entrevista a Adriana Calcanhotto e o festival Primavera Sound.

Resta dizer que o contacto com a equipa da RTP Porto foi, sem dúvida, a parte mais importante deste estágio curricular, do qual se trouxeram ensinamentos, dicas, histórias, troca de experiências e contactos.

1.4 Mais mulheres = voz feminina dominante?

Ao entrar, pela primeira vez, na redação da RTP Porto, num dia de casa cheia, algo ficou evidente logo no primeiro olhar em redor da sala. Aquela era uma redação jornalística constituída maioritariamente por mulheres, mais precisamente, 30 mulheres num total de 46 jornalistas. No

entanto, essa predominância feminina não está presente na chefia, composta essencialmente de homens.

Estas duas realizações, bastante contraditórias, suscitaram saber como é que a atual composição da redação se reflete na linguagem da RTP, dando origem a várias questões: será que o maior número de mulheres resulta numa voz feminina dominante e numa abordagem mais feminina dos temas? Ou será que a chefia fortemente masculina equivale a conteúdos sob uma perspectiva mais masculina, até mesmo machista? Haverá sequer uma linguagem que domina as outras ou existirá uma coexistência entre várias linguagens?

Com o passar do tempo na RTP, novas perguntas se impuseram. Uma vez que foi estabelecido um contacto com a equipa de edição e com as/os repórteres de imagem, pessoas que fazem parte e acompanham o processo de produção noticiosa, teriam elas também influência sobre o tipo de linguagem que era ali produzida? Posto isto, surgiu o interesse de olhar com mais atenção para estes dois departamentos, especialmente para a sua constituição. Tanto um como o outro têm mais homens do que mulheres, o que difere da situação anteriormente descrita, sendo que na edição trabalham duas mulheres e nas/os repórteres de imagem apenas uma. Não foi propriamente uma surpresa, uma vez que sempre foram trabalhos executados, na grande maioria das vezes, por homens.

Ao contrário daquilo que se possa pensar, ser editor ou repórter de imagem não implica apenas editar ou captar imagens de "forma mecânica". Durante o acompanhamento próximo de vários trabalhos jornalísticos, notou-se que estas/es oferecem o seu ponto de vista/perspetiva dos temas tratados, da maneira que acham ser a melhor de construir as peças, de abordar pessoas na rua, atentam para que se olhe com mais atenção para determinado pormenor, etc. Várias foram as vezes em que se testemunhou a perspetiva destas pessoas a dar todo um novo rumo ao resultado final. A interação e troca de ideias entre jornalista, repórter de imagem e editora/or resultavam num misto de linguagens que entravam em confronto.

Desta forma, e depois de se ter tido em conta todos os intervenientes, lança-se a pergunta final: que linguagem é que predomina afinal na redação da RTP Porto e, conseqüentemente, nos seus conteúdos informativos?

2. Televisão: um meio promotor de diversidade e igualdade?

Desde o seu aparecimento, os meios de comunicação social têm exercido grande influência sobre quem os lê ou vê, sendo que a importância que as pessoas atribuem a determinado tema é, muitas vezes, o reflexo da forma como este foi, primeiramente, apresentado e tratado pelos media (Lourenço, 2017, p. 86). Deste modo, opiniões que nos podem parecer apenas o resultado da nossa autonomia de pensamento, como a maneira como olhamos para os outros, a visão que temos do mundo, ou ainda, que assuntos devem integrar a discussão pública, podem coincidir com as da/o jornalista que escreveu um artigo que lemos há dias (Lourenço, 2017, p. 86).

Segundo Lopes (2009, p. 6), a televisão é um dos órgãos de comunicação social que maior repercussão tem na sociedade, funcionando como um “ecossistema” social e cultural que nos interliga uns aos outros, independentemente de assistirmos a muita ou pouca televisão, pelo simples facto de pertencermos a determinada cultura. Detém especial relevância nos países desenvolvidos devido ao seu acesso massificado, conseguindo atingir pessoas de várias faixas etárias, etnias, religiões, classes sociais, géneros, etc (Lopes, 2009, p. 6).

Por conseguinte, as questões relativas à representatividade no ecrã tornam-se extremamente pertinentes na discussão sobre conteúdos, temas, linguagem e protagonistas televisivos, numa tentativa de alterar tendências de sub-representação (Lourenço, 2017, p. 86). De acordo com Fernandes e Lourenço (2019, p. 109), o meio televisivo deve ser indicador “da cultura da sociedade em que se insere (e como espelho da mesma), mas também como um espaço de formação e fortalecimento de representações e identificações/projeções que afetam o quotidiano dos telespetadores”.

Para tal, a programação deve ser diversificada (Lopes, 2009, p. 8). Alcançar um vasto público e representá-lo corretamente implica mostrar diferentes modos de vida e refletir sobre essas mesmas realidades, tanto as que dizem respeito a grupos majoritários, como as que estão mais próximas das minorias. Isto permite que membros individuais de uma audiência vejam os seus interesses representados, assim como lhes permite estabelecer conexões com pessoas que vivem geograficamente afastadas de si (Lopes, 2009, p. 8).

Porém, contar histórias variadas não funciona por si só, é também fundamental pensar em quem as conta e como conta, quem é que aparece no ecrã e como é que essa presença se vai refletir na perceção que o mundo tem de determinado grupo (Lourenço, 2017, p. 89). Para a autora, os grupos mais afetados são as “mulheres, minorias étnicas, pessoas com deficiência, de

raça negra ou incluídas na categoria LGBT”, visível na sua presença em cargos de chefia e na quantidade de papéis com destaque que lhes são atribuídos no ecrã, que deixam, ainda, muito a desejar (Lourenço, 2017, p. 89). Lourenço (2017, p. 89) concluiu que “a composição, quer do emprego, quer das presenças no ecrã, não é representativa da audiência, ou seja, da distribuição da população dos países”.

Também Ascensão (2019, p. 73) considera que o atual panorama televisivo sofre de uma homogeneização e uniformização programática e de conteúdos. Alguns elementos da sociedade estão a ser afetados pela representatividade desajustada nos órgãos de comunicação social, que não estão a atuar em prol da multiculturalidade e tolerância, mas sim a alimentar sistemas antiquados que promovem a exclusão social e a discriminação (Ascensão, 2019, p. 73).

Consequentemente, estereótipos associados a certos grupos são vinculados e facilmente assimilados pela generalidade do público (Cunha, 2005, p. 537). Conforme a autora afirma:

Os media (a rádio, a imprensa e sobretudo a televisão, dada a sua natureza) refletem por excelência estes estereótipos, na medida em que simplificam e condensam informação, sendo facilmente identificados os seus referentes (atores, situações, instrumentos, etc.). Por exemplo, nos temas referentes à raça, ao racismo, à imigração, à etnicidade, a natureza dos media e os critérios do valor-notícia tendem a conferir uma visibilidade, ou invisibilidade, em função da perceção da sociedade dominante (Cunha, 2005, p. 537).

No entanto, e tal como defende Barbosa (2012, p. 131), são os mesmos meios responsáveis pela construção de informação depreciativa que detêm a influência e o poder para reverter a situação. Estes devem assumir o papel de fomentadores de uma sociedade culturalmente inclusiva, partindo da premissa de que todos os seres humanos merecem ser respeitados quando representados mediaticamente (Barbosa, 2012, p. 131). Esta responsabilidade consiste na prática de uma “justiça mediática” que desconstrua mitos pejorativos e que seja promotora de uma “cidadania comunicacional” (Barbosa, 2012, p. 131).

A mesma ideia é apoiada por Ascensão (2019, p. 73-74) que acrescenta que com a representação dos mais variados segmentos da população, a sociedade ganha consciência de que as diferenças apontadas como motivo de afastamento entre as pessoas são, na verdade, aquilo que a caracteriza, enriquece e revitaliza.

Assim, e como constata Lourenço (2017, p. 87), para ser considerada um meio de comunicação promotor de diversidade e igualdade, a televisão tem de incluir minorias no conteúdo, tanto no que ouvimos como no que vemos, no emprego, ou seja, “quem escreve, reporta e produz o conteúdo”, e principalmente na propriedade, relativamente a quem possui as empresas que escolhem o conteúdo. Só desta maneira, histórias e vozes de todo o lado podem ser contadas e ouvidas, permitindo que muitas/os se revejam nelas ou que, simplesmente, sintam empatia por quem vive longe ou tem um estilo de vida diferente do seu (Lourenço, 2017, p. 87).

2.1 De órgão soberano a órgão ultrapassado?

No início, existiam dois modelos pensados para a televisão, o da transmissão e o da comunicação através de som e imagem, sendo que este último consistia na junção da imagem estática da fotografia com a capacidade de emitir som da rádio (Torres, 2016, p. 2). Claramente menos atrativo e sem capacidade de concorrer contra as infinitas possibilidades que a transmissão prometia oferecer, o segundo modelo não prevaleceu. Foi então que começaram a ser transmitidos todo o tipo de conteúdos, como peças de teatro, eventos desportivos ou programas educativos e de entretenimento, a partir de um mesmo lugar com destino a muitos outros (Torres, 2016, p. 2). O sucesso instantâneo deste novo meio deveu-se à experiência integral que possibilitava ao público, que deixou de ter de imaginar o cenário ou o rosto das/os protagonistas do seu programa preferido e passou a ver todos os elementos e integrantes, além de ouvi-los, como já fazia anteriormente com a rádio (Santos & Luz, 2013, p. 35). Imediatamente, a televisão estabeleceu-se como um grande meio de comunicação de massas, e aliado a isto estiveram os avanços tecnológicos que permitiram o acesso mais facilitado aos aparelhos televisivos por grande parte da população (Santos & Luz, 2013, p. 35).

Numa primeira fase, os conteúdos programáticos tinham um público-alvo bem definido, as famílias (Torres, 2016, p. 2). Neste sentido, programas de entretenimento de cariz familiar predominavam nos canais um pouco por todo mundo (Torres, 2016, p. 2). Todavia, segundo Sousa e Aroso (2003, p. 152, citados em Peixoto, 2021, p. 4), os governos começaram a olhar para a televisão como uma oportunidade de transmitir informação, até como forma de propaganda política. A proposta ou imposição governativas de difundir informação nos sistemas televisivos não agradou, inicialmente, as estações que achavam que fazê-lo causaria uma queda nas audiências (Sousa & Areoso, 2003, p. 152, citados em Peixoto, 2021, p. 4). Por conseguinte, os telejornais não adquiriram imediatamente o estatuto de “ponto central da informação televisiva” que hoje em

dia detêm dentro do horário nobre dos canais generalistas (Sousa & Areoso, 2003, p. 152, citados em Peixoto, 2021, p. 4).

De acordo com Torres (2016, p. 2), o envolvimento do Estado na televisão variou de país para país, sendo que a diferença entre modelos institucionais adotados era mais evidente entre os Estados Unidos e a Europa (Torres, 2016, p. 2). No sistema norte-americano, e no dos países sob a sua influência política ou cultural, empresas privadas ficaram na posse da atividade, enquanto o Estado apenas fiscalizava o seu uso (Torres, 2016, p. 2). Os EUA consideraram que deixar o governo controlar o meio televisivo seria “uma intromissão nas liberdades estabelecidas pelos fundadores do país”, visto que a mínima ação do Estado motivaria “tomadas de posição e até de propaganda” (Torres, 2016, p. 2).

Por oposição, em países europeus como Portugal, o Estado não abdicou deste instrumento tão influente de orientação cultural, política e social (Peixoto, 2021, p. 4). O desinteresse da iniciativa privada pela televisão, nas primeiras décadas a seguir ao seu surgimento, quer por falta de visão de negócio ou de meios, facilitou a apropriação e o controlo das instituições que detinham os primeiros canais televisivos por parte do Estado (Peixoto, 2021, p. 4). Por isso, o poder estatal intervinha na produção noticiosa, espetáculos musicais ou concursos, tornando-se assim um criador direto de conteúdos (Peixoto, 2021, p. 4).

Com o passar do tempo, ambos os modelos passaram a ser adotados um pouco por toda a parte, tal como afirma Torres (2016, p. 2):

Nos EUA ou depois no Brasil, os agentes políticos do Estado lançaram serviços de TV públicos para contrabalançar os prestados pelos privados, mesmo que sem uma forte adesão popular; e os países que seguiram o modelo estatal abriram a atividade à iniciativa privada (Torres, 2016, p. 2).

Porém, a supremacia televisiva viria a ser ameaçada pelo aparecimento da Internet, que se popularizou nos anos 90 com a World Wide Web (Figueira, 2016, p. 2). Este novo espaço digital, que possibilitava novas formas de fazer comunicação, revolucionou, entre outros, a área do jornalismo televisivo, provocando novas adaptações (Figueira, 2016, p. 2). Deste modo, a informação televisiva passou a ser veiculada para qualquer aparelho de acesso à informação, através das redes sociais e novas plataformas online, o que permitiu uma circulação muito mais rápida de notícias (Figueira, 2016, p. 2).

A multiplicação de ecrãs, que tem dominado por completo o cenário tecnológico dos últimos anos, afastou os olhares que recaíam exclusivamente sobre um único ecrã (televisivo) e desviou-os para muitos outros (Loureiro & Lozano, 2023, p. 2). Os autores acreditam que estamos a assistir à concretização das “promessas e premissas da cultura da convergência de Henry Jenkins”, uma vez que a agregação das características do computador à qualidade de imagem da transmissão televisiva tem sido o grande objetivo dos avanços tecnológicos, ligados à comunicação, do século XXI (Loureiro & Lozano, 2023, p. 2). Inevitavelmente, esta demanda por alta definição na imagem provocou mudanças na produção, acesso e visualização (Loureiro & Lozano, 2023, p. 2). Hoje em dia, todos os smartphones e computadores já vêm equipados com câmaras de considerável qualidade, se não mesmo excelente, o que facilitou e impulsionou “a captação, produção, edição e difusão de imagens de alta qualidade”, assim como “a distribuição de grandes quantidades de vídeos de produção amadora que, no entanto, conseguem atingir elevados padrões de qualidade de imagem” (Loureiro & Lozano, 2023, p. 2).

Segundo Torres (2016, p. 3), tudo isto fez com que as pessoas deixassem de depender da televisão para aceder a conteúdos e informação. Tornou-se possível criar média pessoais pela Internet, como blogues ou sites, ou utilizar plataformas, como o Youtube, para distribuir e visualizar conteúdos audiovisuais (Torres, 2016, p. 3). Por conseguinte, as/os antigas/os espectadoras/es transformaram-se nos agora chamados produtores de conteúdos mediáticos (produtores-utilizadores), ao mesmo tempo que ganharam poder de escolha, ou seja, passaram a escolher o conteúdo que desejam ver, quando e onde quiserem (Torres, 2016, p. 3). Se durante décadas a televisão existiu para servir uma coletividade, a multiplicação de ecrãs deu origem à televisão do Eu, feita à medida dos gostos de cada um (Torres, 2016, p. 3). Também já não existe distinção entre os media no que diz respeito à tecnologia, suporte e distribuição, dado que os três foram completamente digitalizados (Torres, 2016, p. 3). Esta convergência tornou a rádio, os jornais e a televisão em média digitais (Torres, 2016, p. 3). Através da Internet “acedemos a conteúdos escritos, sonoros e visuais. Os mesmos espaço e tempo oferecem ao utilizador conteúdos radiofónicos, cinematográficos e televisivos” (Torres, 2016, p. 3).

Apesar da evidente decadência do meio televisivo, no seu formato tradicional, Peixoto (2021, p. 1) defende a importância que este desempenha na sociedade:

A televisão é o meio de comunicação social que “agarra” um público mais heterogéneo e que, através dos seus conteúdos noticiosos, constitui para muitos

a única fonte de informação a que têm acesso ou a mais credível. Por este motivo, o jornalismo televisivo exerce um papel fulcral, perante a sociedade, que passa não só por informar, mas também, por formar quem assiste (Peixoto, 2021, p. 1).

Embora se discuta exaustivamente o futuro da televisão, nomeadamente o seu desaparecimento, Machado (2011, p. 87) considera que não vamos assistir à sua morte absoluta. Aquilo que já está a decorrer há vários anos é a transformação profunda dos seus conceitos, dos seus modos de distribuição e da maneira como o recetor se relaciona com esses meios (Machado, 2011, p. 87). Assim, o autor acredita na sobrevivência do meio, que se vai adaptando às demandas do mundo globalizado, conectado e tecnológico atual e futuro (Machado, 2011, p. 87).

2.2 Um jornalismo predominantemente androcêntrico

Em 1903, o sociólogo Lester F. Ward utilizou pela primeira vez o termo “Androcentrismo” na sua obra “A Treatise on the Origin and Spontaneous Development of Society” (Menezes, 2021, p. 351). Ward (1903, citado em Menezes, 2021, p. 351), define-o como um ponto de vista criado com base em parâmetros da biologia, antropologia, sociologia e filosofia “no estudo da natureza do sexo masculino e feminino”, no qual se pressupõe a superioridade do primeiro em relação ao segundo, tanto física como cognitivamente. Claramente de cariz reducionista e supressor, esta noção posiciona o homem no centro de todas as decisões, admitindo como verdadeiro apenas aquilo que o grupo social masculino determina como tal (Menezes, 2021, p. 351). Esta ideologia é o resultado direto do sistema patriarcal e, apesar de ser considerada antiquada nos dias de hoje, ainda persiste “em forma de modelos mentais” (Menezes, 2021, p. 351).

De acordo com Correia e Baptista (2007, citados em Cerqueira et al., 2014, p. 9) este fenómeno esteve, desde sempre, bastante presente na área jornalística. Nos anos 60, em Portugal, poucas mulheres trabalhavam nos órgãos de comunicação social (Cerqueira et al. 2014, p. 9). Isto devia-se a vários fatores, tais como a dureza do trabalho, principalmente em reportagem, a necessidade de fazer horários noturnos, a insuficiência de benefícios financeiros, mas, principalmente, “os constrangimentos que a presença de mulheres nas redações traria para os homens, os quais deixariam de se expressar livremente no ambiente de trabalho” (Correia & Baptista, 2007, citados em Cerqueira et al. 2014, p. 9).

Ainda que a classe jornalística não tenha apresentado uma oposição direta à presença do sexo feminino nas redações, os obstáculos que lhe eram impostos estavam evidentes, na opinião de Ventura (2014, pp. 12-13). A separação das salas destinadas aos homens e às mulheres jornalistas revelava-se a principal resistência e a autora propõe duas teorias para explicar esta segregação:

por um lado, há quem coloque a tónica na defesa da integridade moral das mulheres face à linguagem excessivamente grosseira dos colegas do sexo masculino. Ou seja: era para o seu (das mulheres) próprio bem, para a sua proteção (face à má-educação dos colegas). Por outro lado, há quem alegue que era um bem (a liberdade de falar livremente) dos homens que estava em causa, já que, a separação física lhes permitia manter uma espécie de 'colónia' masculina e, sobretudo, a manutenção desse privilégio que é o da palavra no espaço público, ou neste caso, semipúblico (Ventura, 2014, pp. 12-13).

As mulheres que conseguiam ingressar na carreira jornalística viam a sua atividade limitada aos temas de sociedade, culturais, aos suplementos juvenis, às revistas temáticas, às "páginas da mulher" e à tradução de textos (Tavares, 2019, p. 10). A grande maioria era familiar de profissionais do meio, e essa ligação rotulava-as, desde logo, como "a filha, namorada, esposa ou viúva" de determinado jornalista (Correia e Baptista, 2007, citados em Cerqueira et al. 2014, p. 9).

Com o passar das décadas, especialmente após o 25 de abril, as mulheres começaram a ganhar estatuto e visibilidade social e profissional (Subtil, 1996, p. 4). Assistiu-se a um aumento exponencial da taxa de profissionalização feminina e, conseqüentemente, da presença da mulher na comunicação social (Subtil, 1996, p. 4).

No entanto, o acesso a posições de chefia dentro das organizações mediáticas não acompanhou esta onda de mudança (Pinto-Coelho, 2010, p. 5). Segunda a autora, ainda que haja cada vez mais mulheres jornalistas, estas dificilmente conseguem integrar as estruturas hierárquicas das redações, isto porque "continua-se a preferir a voz masculina para representar na área pública a direção editorial das organizações jornalísticas" (Pinto-Coelho, 2010, p. 5).

Mas para Gallagher (2006) e Marshment (1993, citados em Cerqueira et al. 2014, p. 12), ter mais mulheres a ocupar cargos de decisão não se refletiria propriamente em representações mais proporcionais e variadas, uma vez que a maior parte das jornalistas interioriza e reproduz os

princípios e valores dominantes, incentivando a preservação e continuidade de uma visão androcêntrica da realidade. Pinto-Coelho (2010, pp. 11-12) partilha da mesma opinião ao afirmar que, muito provavelmente, mesmo neste contexto, as jornalistas trabalhariam da mesma forma que os seus colegas homens. A autora acredita que, ao contrário do que se pensa, as mulheres nem sempre têm uma visão completamente oposta do mundo da dos homens, e quando têm, não a defendem com receio de não serem aceites (Pinto-Coelho, 2010, pp. 11-12). Além disso, estas tendem a ser neutras em matéria de género também para serem vistas como boas profissionais, desviando o olhar das questões das desigualdades de poder e da diferença (Pinto-Coelho, 2010, pp. 11-12). Ao fazê-lo, asseguram a epistemologia objetivista jornalística, assim como os princípios da objetividade e neutralidade caracterizadores do espaço público, "historicamente definido como um domínio do masculino, em oposição à esfera privada femininizada" (Pinto-Coelho, 2010, pp. 11-12).

Neste sentido, Cerqueira et al. (2014, pp. 12-13) defendem que devem ser feitas mudanças no sentido de transformar a cultura jornalística e as entidades onde está inserida:

É preciso desconstruir o mito da objetividade e neutralidade, promovendo a ideia de que a inclusão de perspetivas críticas de género na produção de conteúdos noticiosos é compatível com os valores jornalísticos e, em última instância, imprescindível para a promoção da igualdade de género, da diversidade e da não discriminação (Cerqueira et al. 2014, pp. 12-13).

Pinto-Coelho (2010, p. 12) propõe alterações mais profundas, a nível da formação universitária das/os jovens estudantes de jornalismo. Crê que é crucial despertar nas/os futuras/os profissionais da área a sua consciência cívica e política, através da introdução de temáticas relacionadas não só com o género, mas também com qualquer tipo de injustiça social ou desigualdade (Pinto-Coelho, 2010, p. 12). Porém, a autora presume que tão cedo as formações académicas não vão ser encaminhadas nessa direção, visto que estão cada vez mais centradas na profissionalização e não tanto no questionamento e reflexão (Pinto-Coelho, 2010, p. 12).

Em conclusão, deve ser feito um esforço por parte da comunidade jornalística para se perceber como todos devem intervir criticamente "nas arenas de produção noticiosa", em prol de um jornalismo mais inclusivo, onde predominam redações com trabalhadoras/es de diferentes backgrounds, identidades de género e orientações sexuais (Cerqueira et al. 2014, pp. 12-13).

2.2.1 A masculinização da mulher jornalista

O exercício do jornalismo é mais associado/ligado ao masculino, já desde os seus primórdios, disfarçado, nos últimos tempos, com uma capa de neutralidade de género (Ross, p. 10, 2009). É por isso que, segundo De Bruin (2004, citado em Cerqueira et al. 2014, p. 10), muitas mulheres jornalistas associam-se com as características e os valores masculinos que estão enraizados nas redações, de modo a evitar tensões no ambiente de trabalho. Estas representam o papel do profissional que se considera ser o ideal, ou seja, "o indivíduo objetivo, disponível e dedicado à profissão" (Robinson, 2005, citado em Cerqueira et al. 2014, p. 10).

Para Marques (2013, p. 27), o pretexto ideal para os indivíduos mostrarem os seus atributos pessoais "valorizados culturalmente no contexto organizacional" é nas tomadas de decisão. Subtil (2000, p. 11) diz que a forma como mulheres e homens tomam decisões é visivelmente diferente, principalmente no local de trabalho. Os homens entendem os momentos decisórios como desafios intelectuais que devem superar com agilidade, através dos quais podem revelar as suas capacidades e independência, uma vez que é assim que a sociedade os vê, ágeis e independentes (Marques, 2013, p. 27). Já as mulheres olham para essas mesmas situações como oportunidades de estabelecer relacionamentos e de conseguir consenso (Marques, 2013, p. 27). Subtil (1996, p. 6) afirma que:

(...) quando colocadas [as mulheres] perante situações de desempenho de autoridade parece poder constatar-se a sua notória preocupação no que se refere aos comportamentos que possam representar o modo de ser feminino, procurando evitar a associação de tais comportamentos às mulheres numa estratégia que procura universalizar o feminino ao mundo do trabalho e, em simultâneo, evitar que constitua uma marca de diferença para as mulheres (Subtil, 2000, p. 6).

No entanto, estes perfis sofrem, muitas vezes, a atribuição de rótulos pela sociedade, devido à existência de estereótipos entre mulheres e homens (Marques, 2013, p. 27). Conforme estas ideias preconcebidas, a pressa e o desleixo na procura de informação, "sem consultar terceiros ou analisar com cuidado as possíveis alternativas", correspondem a atributos masculinos, enquanto a indecisão, a demora a tomar decisões e a exorbitância de custos, que poderão ser feitos, são associados ao feminino (Marques, 2013, p. 27).

Por tudo isto, torna-se difícil para as mulheres decidirem qual o papel que devem interpretar socialmente, de maneira a serem vistas com respeito e dignidade, uma vez que, se optarem pelo incumprimento das normas comportamentais determinadas pelo estereótipo feminino, podem perder estatuto, ao mesmo tempo que adotam os atributos nocivos da dominância masculina, mas são também essas mesmas características masculinas, detentoras de grande prestígio social, que lhes possibilitam desempenhar "um comportamento de autonomia profissional" (Amâncio, 1994, citada por Subtil, 1996, pp. 6-7).

2.3 O poder das imagens na construção e interpretação da realidade social

Quando pensamos em algo que defina os tempos modernos, remetemos quase de imediato à imagem, tanto que, muitas vezes, é usada a expressão "Civilização da Imagem" (Huyghe, 1986, citado por Mota-Ribeiro, 2005, p. 67). Mota-Ribeiro (2005, p. 67) concorda com a ideia de uma "cultura visual", mas associa-a a certos efeitos negativos que são visíveis na sociedade contemporânea. Se antes podíamos ser considerados indivíduos de pensamento, que alimentavam o seu interior com textos, agora somos controlados por um exterior que nos indica o caminho para o próximo "choque sensorial", proveniente dos milhares de imagens que nos rodeiam todos os dias (Huyghe, 1986, citado por Mota-Ribeiro, 2005, p. 67).

Para Maffesoli (1988, p. 244, citado por Mota-Ribeiro, 2005, p. 68), é compreensível que as imagens detenham tamanho poder sobre as pessoas, dado serem "expressões de uma emoção coletiva e funcionam como fator de adesividade", fazendo com que vários indivíduos experienciem algo em conjunto, mesmo quando afastados geograficamente.

Os média são os grandes impulsionadores do absolutismo da imagem e, como consequência, da ideia de que "só existe, só é convocado à existência, aquilo que é feito à semelhança da imagem", resultando na anulação no real de tudo aquilo que estes não consideram fazer parte da categoria do visível (Mota-Ribeiro, 2005, p. 68). No entanto, e tal como defende Huyghe (1986, citado por Mota-Ribeiro, 2005, p. 68), não são feitos grandes esforços, por parte dos indivíduos, para contestar a soberania imagética, até porque esta é considerada um dos mais válidos instrumentos de informação. Desta forma, torna-se extremamente fácil para os meios do cinema, da televisão ou da publicidade fazerem com que os espectadores adotem a sua visão construída do mundo (Mota-Ribeiro, 2005, p. 68).

Ao mesmo tempo que as imagens influenciam e condicionam a sociedade, são também provenientes do contexto da sociedade que as produziu, ou seja, acabam por dizer muito sobre ela (Mota-Ribeiro, 2005, p.69). Existe uma relação complexa entre ambas as partes, uma vez que as imagens que são aceites e cimentadas socialmente dão origem a novas imagens estabelecidas pela sociedade, o que quer dizer que esta última "resulta das imagens que ela própria alimenta e transmite" (Mota-Ribeiro, 2005, p 69).

Este ciclo de constante assimilação de imagens é propício à criação de estereótipos, que com o apoio do aspeto visual ficam ainda mais apelativos, e é por isso que a televisão faz uso de muitos deles (Moroni e Filha, 2008, p. 13). Consoante declara Sousa (2003, p. 1):

Os estereótipos visuais podem ser descritos como imagens que contribuem para associar pessoas a ideias simplistas e pré-concebidas sobre a idade, a nacionalidade, a etnia, a proveniência geográfica, o sexo, a orientação sexual, o estatuto económico, as deficiências físicas e mentais, etc. Essa associação algumas vezes é verdadeira, mas muitas vezes é infundada e falsa, contribuindo para a dissociação entre uma realidade e as cognições pessoais e sociais sobre essa realidade (Sousa, 2003, p. 1).

Aqueles que resistem à visão estereotipada da realidade difundida pelos média, especialmente a da televisão, correm o risco de serem inferiorizados, ou até mesmo excluídos do coletivo, ficando numa situação de isolamento social (Ferrés, 1998, p. 142, citado em Moroni e Filha, 2008, p. 19). Por conseguinte, a grande generalidade das pessoas adere à interiorização de imagens estereotipadas da realidade e constrói representações mentais da realidade, também elas estereotipadas (Ferrés, 1998, p. 140, citado em Moroni e Filha, 2008, p. 23). As imagens acabam por ser entendidas "não como representações, mas sim, como realidade em si" (Moroni e Filha, 2008, p. 23).

De acordo com Pereira Jr. (2001, p. 13, citado em Moroni e Filha, 2008, p. 26), o telejornalismo é um bom exemplo do poder que os média têm na criação da realidade que nos rodeia, devido às imagens culturais construídas através da disseminação de informação diária e que alicerçam as sociedades. Pereira e Veríssimo (2008, p. 894) nomeiam alguns dos estereótipos de género que são reproduzidos e reforçados através da televisão:

(2) O homem é retratado mais autónomo, como entrevistador, profissional especialista, enquanto que a mulher emerge com um papel mais dependente, parente, esposa ou dona de casa; (3) As mulheres são mais retratadas no interior de uma casa enquanto que os homens aparecem mais no exterior em atividades de lazer; (4) Quanto à idade, as mulheres são retratadas como sendo mais jovens do que os homens; (5) Quanto aos produtos, as mulheres são mais associadas a produtos para casa e para o corpo, enquanto os homens mais aos automóveis e ao desporto; (6) As mulheres aparecem mais associadas em cenários com crianças do que os homens; (...) verifica-se que a mulher é mais utilizada em papéis associados à família e com maior carga afetiva e emocional, enquanto o homem em papéis profissionais e com uma dimensão social mais preponderante.

Em suma, e tal como Bignell (2002, citado por Cerqueira et al. 2014, p. 20) declara, as imagens são construções que podem ser utilizadas de diversas maneiras para causar um determinado efeito e levar a uma determinada leitura, nunca podendo ser consideradas “composições puras e naturais”.

2.4 A linguagem inclusiva

A linguagem está associada a um conjunto de ideologias, crenças e valores, que esta reflete sempre que é utilizada, para que os indivíduos possam dar sentido ao mundo à sua volta e, como tal, não pode ser considerada um elemento neutro e objetivo na captação da(s) realidade(s), enquanto construção social (Plaza & Delgado, 2007, p. 49).

Muitas vezes, a linguagem acentua e legitima a diferença sexual, detendo o poder para visibilizar e silenciar vozes (Bach, Altés, Gallego, Plujá & Puig, 2000, p. 115). Exemplo disso são as línguas românicas que, por norma, priorizam a forma masculina como padrão, estabelecendo-a como um “falso neutro” (Barreno, 1985, citada em Cerqueira et al. 2014, p. 22). Amâncio (1998, p. 180, citada em Cerqueira et al. 2014, p. 22) defende que esta predominância masculina “é uma propriedade da conceção do seu modo de ser na medida em que se confunde com a conceção dominante de pessoa” e não é “uma propriedade dos homens”. Isto impossibilita que as construções femininas tenham qualquer hipótese contra as formulações masculinas e ajuda na preservação de uma hierarquia de valores (Cerqueira et al. 2014, p. 22). E é aqui que a linguagem

inclusiva de género entra, com a proposta de que se procure usar a flexão apropriada para palavras que pertencem ao feminino e ao masculino, dando um fim à utilização do masculino enquanto forma comum dos dois géneros e, conseqüentemente, ao machismo inerente à linguagem (Schons, Rosa & Pavarino, 2016, p. 2).

Apesar desta notória discrepância, Cerqueira e Magalhães (2018, p. 123) dizem que esta não é uma área fácil para se fazerem mudanças. São várias as vozes que se manifestam contra qualquer alteração à linguagem, reivindicando que não existe urgência nesta matéria dentro da luta pela igualdade de género, “que não há má intenção no uso, que sempre foi assim, que vai inflacionar as palavras, que as mulheres não se importam quando se usa o masculino como genérico” ou até que “limita a riqueza da linguagem”, tudo tentativas de conservar a ordem social predominante, que já por si é patriarcal (Cerqueira & Magalhães, 2018, p. 123).

Contudo, Cerqueira et al. (2014, p. 22) identificaram, através da sua investigação, alguns esforços feitos, nas últimas décadas, em prol do combate a esta problemática, tal como a implementação de políticas de mainstreaming de género. As autoras dão como exemplo o “Guia para uma Linguagem Promotora da Igualdade entre Mulheres e Homens na Administração Pública”, de 2009, um projeto que teve como propósito frisar a importância da “dimensão da igualdade de género na linguagem escrita”, com um olhar especialmente focado sobre os websites e publicações dos Ministérios (Cerqueira et al. 2014, p. 22). Outras iniciativas de várias partes do globo, concentradas em publicações universitárias, jornalísticas e mediáticas e nas comunicações dos órgãos públicos, foram identificadas por Schons, Rosa e Pavarino (2016, p. 4). São elas o “Manual de Género para Periodistas: Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque en género”, na América Latina, “Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género”, de 2007, e “Las palabras tienen sexo II: herramientas para un periodismo de género”, de 2010, na Argentina, o “Guía de periodismo inclusivo: fuentes de consulta”, de 2011, no Paraguai, a publicação “Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género”, de 2007, na Espanha e o “Inclusive Language Guideline”, de 2010, no Canadá (Schons, Rosa e Pavarino, 2016, p. 4).

Uma das maneiras de contornar as práticas discursivas de discriminação passa pela neutralização da referência sexual ou pela especificação do sexo dos indivíduos, sendo que esta última pode ser adotada por meio do uso de barras ou de formas duplas (Cerqueira et al. 2014, p. 22). No entanto, as investigadoras consideram que utilizar a linguagem inclusiva somente para “expressar a institucionalização do princípio da igualdade de género” não é suficiente, é também

necessário que esta estimule “a construção ativa de sujeitos e a sua expressão como projetos de vida valorizados e com iguais oportunidades” (Cerqueira et al. 2014, p. 22). Caso a linguagem esteja completamente desprovida de vozes inclusivas e de diversidade torna-se oca (Cerqueira et al. 2014, pp. 22-23).

Posto isto, a linguagem deve ser considerada um organismo vivo e historicamente situado, cuja mutabilidade resulta das nossas práticas quotidianas (Cerqueira & Magalhães, 2018, p. 123). É também essencial pensar nela não só na sua dimensão verbal, mas igualmente na sua dimensão imagética, já que tanto uma como a outra são “transmitidas e reforçadas através de vários agentes de socialização (escola, família, pares, instâncias públicas, etc...)” (Cerqueira & Magalhães, 2018, p. 123). Estar atento às diferentes formas de linguagem é especialmente importante nos dias de hoje, onde o sexismo continua a ser praticado, agora mais subtilmente e de maneira a passar despercebido, porque uma mesma mensagem pode conter discursos contraditórios que alimentam as desigualdades de género (Cerqueira & Magalhães, 2018, p. 123).

Deste modo, é fulcral que quando se pensa os públicos, as palavras de ordem sejam a interseccionalidade, a pluralidade e a diversidade, “promovendo a utilização de linguagem inclusiva e reconhecadora das suas identidades, (inter)subjetividades e experiências” (Cerqueira et al. 2014, p. 23). Todavia, isto só seria possível com o estabelecimento de alterações sócio-organizacionais na indústria dos media de incentivo à não discriminação, à igualdade de género e à diversidade (Cerqueira et al. 2014, p. 23).

2.4.1 Presença de termos inclusivos nas peças jornalísticas

Um dos maiores desafios do nosso contexto social continua a ser a produção de uma comunicação eficaz que englobe e contenha, acima de tudo, ideias de igualdade (Hollanda, 1994, citada em Lain, 2019, p. 37). Esta linguagem, que aqui se pretende ver concretizada e adotada, parece saída de um cenário utópico quando comparada àquela que prevalece no nosso sistema comunicacional, “criada e aplicada para ser psicologicamente instantânea, ou seja, para ser maioritariamente masculina” e reforçada, ainda, pelo jornalismo atual (Hollanda, 1994, citada em Lain, 2019, p. 37).

Schons et al. (2016, p. 3), quando analisaram peças jornalísticas sobre ou que mencionavam mulheres, depararam-se com a repetição de termos e formas misóginas, tais como “o uso

gramatical generalizado do masculino, o preconceito por trás das palavras ligadas ao feminino e a flexão de género propriamente dita”.

De acordo com David Tuller, jornalista norte-americano, falar sobre grupos minoritários exige que os repórteres tenham um cuidado especial com a linguagem que utilizam (Media Diversity Institute, 2014). Aquilo que, normalmente, acontece é a construção de um retrato ofensivo destes grupos pelos jornalistas que se debruçam sobre um tema com eles relacionado, muito devido ao contacto escasso ou inexistente que têm com os membros desses grupos, levando-os a escrever e falar de forma insultuosa sobre os mesmos (Media Diversity Institute, 2014). É por isso que o tempo passado com membros de grupos marginalizados é muito importante para os repórteres que “precisam de ter capacidade de empatia, de compreender como é estar no lugar do outro”, manifestando-se depois nas histórias que vão contar (Media Diversity Institute, 2014).

Por vezes, este círculo vicioso de maneiras preconcebidas de pensar, escrever e falar sobre alguém no ramo jornalístico parece não ter fim à vista, mas uma das soluções apresenta-se bastante simples e é já bem conhecida pelos profissionais da área: fazer perguntas (Media Diversity Institute, 2014). Os jornalistas devem perguntar à pessoa ou grupo como é que preferem ser chamadas/os ou referidas/os, de que tipo de discriminação são vítimas e os erros que os repórteres costumam fazer quando divulgam informação sobre si (Media Diversity Institute, 2014).

2.5 O que pode ser feito para mudar a atuação jornalística quanto às questões da inclusividade?

No livro “De outro género: propostas para a promoção de um jornalismo mais inclusivo”, Cerqueira et al. (2014) debruçam-se sobre as mesmas questões que têm vindo a ser abordadas ao longo da presente investigação, com o intuito de serem encontradas possíveis soluções para cada uma delas. As autoras nomeiam três ações para as quais identificam as/os atoras/es sociais envolvidos, os objetivos estratégicos e as propostas de execução, sendo que as/os atoras/es são iguais para as três:

- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC);
- Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG);
- Organizações mediáticas (órgãos de direção, editorias, (foto)jornalistas, designers, etc.);

- Estabelecimentos de ensino básico, secundário e superior, centros de investigação, nomeadamente aqueles que estão mais direcionados para as áreas relacionadas com a comunicação;
- Organizações não governamentais, coletivos informais, sindicatos, cidadãs/ãos, etc. (Cerqueira et al. 2014, p. 13).

A primeira ação intitula-se “Promoção da igualdade de género, da diversidade e da não discriminação nas organizações mediáticas” e os objetivos pensados para ela passam pelo incentivo ao acesso igualitário ao exercício do jornalismo, incentivo ao acesso, distribuição e participação iguais nos cargos de tomada de decisão dentro das organizações mediáticas, elaboração e concretização de políticas de igualdade e valorização profissional na indústria dos media e incentivo à responsabilidade social das organizações mediáticas relativamente à diversidade, igualdade de género e não discriminação (Cerqueira et al. 2014, p. 13).

Para tentar dar resposta aos mesmos, propõe-se a implementação de um organismo de regulação interna nas empresas mediáticas que monitorize, registe e avalie “situações de segregação vertical e horizontal”, assim como de políticas internas que assegurem condições de trabalho inclusivas e impulsionadoras da cidadania empresarial, de maneira a ser possível conciliar a vida profissional, familiar e pessoal das/os trabalhadoras/es (Cerqueira et al. 2014, pp. 13-14). Deve ser disponibilizada informação à cerca da legislação nacional e internacional referente à igualdade de tratamento no ambiente de trabalho e desenvolvidos estudos periódicos, para serem tornados públicos, relativos às perceções pessoais e institucionais sobre as desigualdades de género na indústria dos media (Cerqueira et al. 2014, p. 14). Para além disso, é importante que exista um sistema interno que opere em favor da prevenção, denúncia e apoio das vítimas de bullying e de assédio sexual (Cerqueira et al. 2014, p. 14). Já no campo político, a atuação governamental, através da atribuição de prémios ou de outras formas de reconhecimento, pode ser um bom incentivo para que as organizações mediáticas atuem em prol da igualdade de género (Cerqueira et al. 2014, p. 14). Outras propostas como a presença obrigatória dos princípios da diversidade e da igualdade de género no código deontológico das/os jornalistas, manuais de estilo e códigos de ética e a participação igualitária no processo de produção noticiosa são também defendidas pelas investigadoras (Cerqueira et al. 2014, p. 14).

De seguida, para a ação 2 “Integração de perspetivas críticas de género e dos princípios da diversidade e da não discriminação na produção noticiosa”, as autoras formularam os seguintes objetivos: criação de conteúdos noticiosos moldados pelo princípio da diversidade e por

perspetivas críticas de género, “estabelecimento de procedimentos inclusivos de seleção e agendamento, de escolha de fontes de informação e de definição do enquadramento temático”, construção dos significados mediáticos, assumindo a responsabilidade pelo processo e incentivo de experiências de cidadania inclusivas (Cerqueira et al. 2014, p. 24).

As investigadoras acreditam que estes últimos podem ser concretizados com a construção de uma base de dados que contenha os contactos de várias mulheres de diversas áreas, experientes profissionalmente, e os de entidades e organizações que trabalham na área da igualdade de género, para que as/os jornalistas possam ser auxiliadas/os na produção de notícias, no que diz respeito a estas questões (Cerqueira et al. 2014, p. 24). Por outro lado, deve ser elaborado um código de ética “sobre procedimentos inclusivos de seleção, agendamento e enquadramento dos acontecimentos” e incluídas questões de género na agenda mediática (Cerqueira et al. 2014, p. 25). Os cursos de Ciências da Comunicação e de Jornalismo devem ter presentes nos respetivos currículos a temática da diversidade, da igualdade de género e da não discriminação, com o propósito de fazer entender as/os futuras/os profissionais da área a importância da introdução de perspetivas críticas de género no processo de produção noticiosa (Cerqueira et al. 2014, p. 25). Igualmente fundamental é o planeamento de ações de formação com jornalistas, órgãos da direção e editorias para que se possa discutir a responsabilidade social de género que tem de ser assumida pelas organizações mediáticas, bem como a inclusão destas questões no processo de escolha de fontes de informação, comentadoras/es, especialistas e opinion makers (Cerqueira et al. 2014, p. 25). Finalmente, devem ser desconstruídos estereótipos, preconceitos e mitos através da promoção de representações de género inclusivas e heterogéneas e utilizada uma linguagem, textual e visual, inclusiva e não sexista no processo noticioso “evitando construções linguísticas que potenciem práticas (discursivas) de discriminação” (Cerqueira et al. 2014, p. 25).

Por último, a terceira ação “Promoção da literacia mediática junto dos públicos para a desconstrução crítica de assunções de género” tem como objetivos o incentivo do consumo responsável dos conteúdos mediáticos, incitar a capacidade que o público tem de desconstruir criticamente as assunções de género veiculadas pelos meios de comunicação, promover a diversidade e igualdade de género e experiências de cidadania inclusivas e ativas (Cerqueira et al. 2014, p. 31).

A realização dos mesmos depende da criação de projetos de investigação relacionados com as ligações existentes entre o género, os media e o público, “através da utilização de ferramentas teórico-metodológicas multidisciplinares e interseccionais” (Cerqueira et al. 2014, p. 32). Também

pertinente é a elaboração de espaços de discussão online onde estudantes de jornalismo, organizações mediáticas, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) e os públicos em geral possam debater ideias, tal como de uma plataforma online de livre acesso com trabalhos jornalísticos moldados por perspetivas críticas de género (Cerqueira et al. 2014, p. 32). Nesta linha de pensamento, sugere-se ainda a divulgação de trabalhos académicos junto de organizações mediáticas, órgãos de tomada de decisão e representantes da sociedade civil (Cerqueira et al. 2014, p. 32). As autoras propõem também a implantação de mecanismos de regulação interna e externa às organizações mediáticas que recolham e avaliem queixas que concernem a diversidade, a igualdade de género e a não discriminação, assim como a promoção da participação de coletivos informais e organizações não governamentais nestes mesmos mecanismos (Cerqueira et al. 2014, p. 32). Por fim, a criação de campanhas de sensibilização e a organização de debates, em conjunto com representantes da sociedade civil, organizações mediáticas e organismos governamentais, para a desconstrução das assunções de género disseminadas pelos media (Cerqueira et al. 2014, p. 33).

3.

3.1 Questão de partida e objetivos da pesquisa

As mensagens transmitidas pelo jornalismo, especialmente através da televisão, influenciam a maneira como as pessoas interpretam o mundo e como olham para si mesmas e para os outros. Porém, muitas vezes, essas mensagens dão origem a imagens distorcidas da realidade que prejudicam seriamente vários grupos, como é o exemplo das mulheres.

Assim sendo, a presente investigação tem como propósito dar resposta à seguinte pergunta: "Qual é o papel do jornalismo televisivo na construção e implementação de imagens estereotipadas de género na sociedade?".

Para tal, pretende-se perceber de que maneira é que o jornalismo promove a diversidade e igualdade, tanto dentro das redações como através dos conteúdos noticiosos, e se o faz de todo, e que esforços estão a ser feitos em prol do uso de uma linguagem cada vez mais inclusiva, tendo em conta a importância que os termos inclusivos detêm na vida de muitas pessoas, que sentem não estar a ser representadas corretamente pelos media.

Também se tenciona entender se imagens construídas com base em estereótipos estão presentes nas peças jornalísticas, as razões para que tal continue a acontecer e o impacto que a divulgação destas imagens redutoras têm na sociedade, com especial foco nas mulheres.

Ainda no campo do feminino, compreender como é que estas se adaptam num ambiente jornalístico onde predominam ideais e valores masculinos, se tentam contrariá-los ou se os adotam e porque o fazem. Além disso, compreender de que maneira é que esta dominância masculina se reflete na linguagem e atuação jornalísticas.

Por fim, procurar saber que medidas podem ser tomadas para mudar a situação do jornalismo quanto às questões da inclusividade e representatividade, assim como os meios, organizações e instituições que devem estar envolvidos.

3.2 Metodologia

A realização de trabalhos de investigação no campo das Ciências Sociais alberga um vasto leque de metodologias e métodos, dos quais o investigador se pode servir para concretizar os seus objetivos (Cardoso, Oliveira & Ghelli, 2021, p. 99).

Posto isto, e de maneira a tentar dar resposta às perguntas lançadas anteriormente, a presente investigação debruça-se sobre os métodos da análise de conteúdo, da observação participante e

do estudo de caso. A escolha destes instrumentos deveu-se à natureza do próprio objeto de pesquisa que requereu uma abordagem mais discreta e subtil, de modo a não condicionar os comportamentos dos indivíduos em observação, o que não seria possível com a adoção de métodos como a entrevista ou o questionário.

A análise de conteúdo é, por norma, o caminho a seguir quando se pretende “analisar os dados provenientes das comunicações”, para que “os significados e os sentidos das mensagens” possam ser decifrados e compreendidos, através de uma leitura mais complexa do que o habitual (Cardoso et al. 2021, p. 99). O conteúdo em questão é classificado e categorizado, criando-se elementos-chave que permitam a comparação com muitos outros elementos (Carlomagno & Rocha, 2016, p. 175).

Erradamente, a natureza da análise de conteúdo é, muitas vezes, entendida como qualitativa, quando na verdade é quantitativa (Carlomagno & Rocha, 2016, p. 177). Uma vez que mexe com “características e qualidades dos conteúdos”, associadas automaticamente à metodologia qualitativa, e o facto de se considerar quantitativo aquilo que “mede apenas e tão somente quantidades”, este equívoco é bastante recorrente (Carlomagno & Rocha, 2016, p. 177). No entanto, é possível fazer a recolha de dados que aludem a qualidades de um objeto, como “os assuntos/temas de um programa televisivo ou os argumentos utilizados em algum meio” (Carlomagno & Rocha, 2016, p. 177).

Neste sentido, foi analisada uma semana (2 a 6 de janeiro de 2023) do Jornal da Tarde da RTP, com o intuito de identificar nas imagens, discursos e textos veiculados construções e padrões estereotipados de género. Numa primeira fase, procedeu-se com a visualização das peças que integram cada um dos cinco noticiários e, ao mesmo tempo, fez-se um registo escrito de qualquer indício da prática de um jornalismo androcêntrico. Seguidamente, e com base em estereótipos fundamentados teoricamente no subcapítulo 2.3, estabeleceu-se uma ligação entre estes últimos e elementos presentes nas peças do Jornal, como a linguagem utilizada, aliada a quem diz o quê e a forma como o diz, os intervenientes, nomeadamente, como são mostrados e representados e a escolha de determinadas imagens em determinado momento para criar um significado, um sentido fabricado (ou não). Esta análise decorreu entre 16 e 20 de janeiro de 2023.

Já a observação participante “inscreve-se numa abordagem de observação etnográfica no qual o observador participa ativamente nas atividades de recolha de dados, sendo requerida a capacidade do investigador se adaptar à situação” (Pawlowski, Andersen, Troelsen, & Schipperijn, 2016, citados em Mónico, Alferes, Castro & Parreira, 2017, p. 724). Este, enquanto membro

participante, tanto pode informar o grupo objeto de estudo que, para além de participante, é também um observador, ou optar por fazer-se passar por mais um membro do respetivo coletivo, sem divulgar as suas intenções (Vogt, 1999, p. 208, citado em Mónico et al. 2017, p. 725). Assim que os investigadores começam a adotar hábitos e a assumir papéis dentro do grupo, torna-se mais fácil observar “situações, factos e comportamentos” que, num outro contexto, nunca seriam revelados ou praticados livremente pelos membros efetivos da comunidade à frente de estranhos (Brandão, 1984; Marshall & Rossman, 1995, citados em Mónico et al. 2017, p. 726).

Tendo isto em conta, a técnica da observação participante apresentou-se como a peça chave desta investigação. A oportunidade de estagiar na redação de informação da RTP Porto permitiu um contacto mais direto com o objeto de estudo, por meio da convivência e interação com os jornalistas, com o próprio ambiente da redação e do acompanhamento das rotinas de trabalho. Durante três meses (abril, maio e junho de 2023) foi feito um registo diário dos comportamentos, hábitos, interações e procedimentos no contacto entre os indivíduos em observação, numa tentativa de perceber se e como é que isso se reflete na produção noticiosa. Não foram realizadas entrevistas ou questionários para que os envolvidos não corressem a tentação de se autoavaliarem e, conseqüentemente, deturpassem as suas respostas. É, ainda, importante mencionar que em momento algum desta investigação serão mencionados nomes, cargos ou funções.

Esta investigação baseou-se sempre num único objeto e, como tal, é um estudo de caso. De acordo com Stake (2000, p. 435, citado em Loureiro, 2012, p. 313), o seu aspeto caracterizador não é o facto de ser “uma escolha metodológica, mas uma escolha do objeto a ser estudado”. Para o autor, o estudo de caso é inerente a qualquer metodologia de investigação e não influencia o rumo da mesma, sendo que, independentemente da escolha dos métodos, “o que escolhemos é estudar o caso” (Stake, 2000, p. 435, citado em Loureiro, 2012, p. 313).

3.2.1 Confidencialidade

A metodologia prevê a realização combinada de: I) análise de conteúdo, que não coloca quaisquer questões éticas, uma vez que se baseia na recolha de informação que é pública, e II) em observação participante.

Tendo em conta o objeto específico da investigação, esta correria o sério risco de ficar imediatamente comprometida caso houvesse um conhecimento prévio do objeto, da parte dos atores envolvidos na observação.

Assim, não faria sentido obter, por exemplo, declarações de consentimento informado, o que tem como consequência a necessidade de se dar particular atenção, no momento de redação do Relatório de estágio, ao conteúdo do relato dos registos observados, preservando tanto a reserva de identidade pessoal como a reserva de identidade profissional dos atores envolvidos, isto é, não se referirão nomes nem posições hierárquicas, nem quaisquer outras circunstâncias ou situações que possam, de algum modo, comprometer a necessidade ética de anonimizar os sujeitos envolvidos, interessando apenas a substância dos processos de decisão que se relacionem com os processos de produção informativa.

3.3 Análise dos dados

Com o intuito de recolher dados concretos e ilustrativos da forma como a imagem das mulheres é construída e difundida pelo jornalismo televisivo praticado na RTP Porto, olhou-se criticamente para uma semana do Jornal da Tarde da RTP (2 a 6 de janeiro de 2023).

De seguida, será feita a análise desses dados, sendo que cada dia e respetivas peças (exclusivamente aquelas que se achou pertinente incluir no estudo) serão analisados individualmente. Há que mencionar que a existência dos estereótipos de género que vão ser aqui referidos tem uma fundamentação teórica (estes já foram mencionados anteriormente, no subcapítulo 2.3) e não são uma construção/invenção própria ou provêm de opiniões e perceções da minha pessoa.

Ainda, este olhar crítico será realizado com a plena noção de que a atuação das/os jornalistas responsáveis pelas peças em análise poderá ter sido condicionada por vários fatores que estas/es não conseguiram contornar ou controlar na altura. Exemplo disso é a escolha das/os entrevistadas/os que, às vezes, por falta de alternativa, levam as/os profissionais a alimentar determinados preconceitos, simplesmente porque não têm outra opção. No entanto, e uma vez que é impossível ter acesso ao processo de decisão e ação por detrás da construção das peças, as mesmas serão alvo de uma análise, consoante o que nelas estiver apresentado, e não com base em suposições ou possibilidades.

No dia 2 de janeiro, para a peça "Perda do poder de compra" foi escolhida uma área comercial para captar imagens e para tentar falar com algumas pessoas que por lá passavam e faziam compras. Cinco pessoas foram entrevistadas, quatro mulheres e um homem. É importante realçar que era época de saldos, altura pós-Natal e Ano Novo, na qual muita gente aproveita para fazer devoluções, trocas ou, somente, compras a preços mais baixos. Neste sentido, ao mostrar repetidamente mulheres, tanto nas imagens de rua, com os sacos das compras na mão e a entrar nas lojas, como nas entrevistas (três participações femininas contra uma única masculina), está a ser reforçado o estereótipo da mulher dona de casa. A narrativa não só nos diz, como mostra, que é ela que vai às compras, que trata dos assuntos domésticos e que faz a lida da casa. Os poucos homens intervenientes são entendidos como exceções que fogem à regra, num universo que pertence exclusivamente ao feminino.

A peça "Plano Nascer em Segurança" também integrou o Jornal da Tarde desse dia. Referia-se à rede de maternidades que estiveram em funcionamento durante os fins de semana da época natalícia e da passagem de ano, uma ação implementada pela Direção Executiva do Serviço Nacional de Saúde. As imagens foram captadas numa maternidade e incluíram as instalações, externas e internas, profissionais de saúde, na sua maioria, obstetras, as mães ali internadas, juntamente com a/o sua/seu filha/o, e ainda, um ou outro pai. Apenas as mães foram entrevistadas, assim como só profissionais de saúde mulheres apareceram nas imagens. Apesar de, neste caso, fazer sentido uma presença feminina mais forte na peça, visto que são as mães que dão à luz, entrevistar um ou outro pai ajudaria a travar o estereótipo da mulher cuidadora dos filhos e do marido que providencia a família. Mais uma vez, o plano doméstico é apresentado como domínio feminino, no qual o homem desempenha um papel bastante secundário e considera que cuidar das/os filhas/os não é da sua competência.

Outra peça deste noticiário era relativa ao velório de Pelé, jogador de futebol brasileiro e um dos maiores ícones da modalidade. De entre o mar de gente que percorria as ruas do Brasil para prestar uma última homenagem ao "Rei do Futebol", unicamente fãs homens foram entrevistados, ainda que, várias vezes, mulheres estivessem ao lado da pessoa que falava aos jornalistas, indicando que estariam ali os dois juntos, mulheres estas que poderiam ter dito algumas palavras. Isto já para não mencionar as inúmeras mulheres que foram filmadas na multidão, igualmente capazes e dignas de intervir. Isto acentua o preconceito de que os homens estão mais ligados ao desporto, neste caso o futebol, quase anulando a presença da mulher nesta área. Pode dar a

entender, também, que as mulheres não conseguem apreciar/perceber futebol e até sofrer com a perda de uma figura importante da modalidade.

Por último, no segundo dia de janeiro falou-se também da “Bolsa de Cuidadores de Matosinhos”, um apoio a cuidadores informais de pessoas dependentes. Uma das famílias que beneficia do mesmo recebeu a equipa da RTP em casa para que pudesse dar a conhecer a sua realidade e falar sobre a iniciativa. Nas imagens surgem vários elementos da família que cuidam do doente, contudo, é a esposa que dá o testemunho. Claramente que, neste caso, a mulher do doente será a pessoa que mais tempo passará com ele e que mais cuidados lhe prestará, mas teria sido interessante desconstruir a imagem da mulher cuidadora/dona de casa e associada a papéis ligados à família, ao entrevistar os elementos masculinos, também cuidadores do doente.

Das peças que fizeram parte do Jornal da Tarde do dia 3 de janeiro, apenas numa foram identificados elementos que se enquadram na problemática do presente estudo. Não só o assunto é repetido, o velório de Pelé, como o modo de atuação é igual, excluindo uma pequena diferença. Novamente, são mostradas imagens da multidão de fãs que quiseram acompanhar o cortejo nas ruas. Das quatro pessoas entrevistadas, uma era mulher. Esta, ainda que pequena, mudança abre espaço para as mulheres no futebol e permite-lhes ser uma voz ativa dentro deste campo. Porém, poderia ter sido feito um esforço maior para equilibrar a participação feminina, com a escolha de duas mulheres e dois homens, por exemplo. É, no mínimo, interessante perceber que o mesmo tema foi tratado de maneiras muito semelhantes por profissionais diferentes, o que comprova que certos estigmas estão extremamente enraizados na sociedade.

O noticiário do dia seguinte, 4 de janeiro, passou uma peça acerca das/os novas/os Secretárias/os de Estado. Os ministros foram apresentados primeiro do que as ministras. Tendo em conta que tudo é absorvido pelo espectador, mesmo que inconscientemente, esta ordem de aparição pode ser prejudicial para as ministras. Está a dar-se a entender que estas são menos relevantes do que os seus colegas homens e a sugerir a importância que os cidadãos deverão atribuir-lhes. Uma forma de contrariá-lo seria através do intercalamento das ministras e ministros, para impedir que a ordem no ecrã se tornasse numa ordem aceite socialmente.

Para além disso, notou-se um esforço por utilizar uma linguagem mais inclusiva numa peça, do mesmo dia, sobre a greve dos professores, a decorrer naquela altura. O termo “professores” foi substituído pela palavra “docentes” que, ao contrário do primeiro, não se serve do género masculino para mencionar um coletivo.

No quinto dia de janeiro, uma peça relativa à greve dos comboios da CP entrou no Jornal da Tarde. Algumas pessoas que foram afetadas pela greve foram entrevistadas, sendo que a grande maioria eram mulheres. Ainda que não tão evidente como as prenoções identificadas nas peças dos dias anteriores, isto poderá ser interpretado como a mulher a ser mais dependente do que o homem. Supõe-se que esta anda mais de transportes públicos, necessita de ser "transportada", enquanto o homem é mais autónomo.

Por fim, o noticiário de 6 de janeiro voltou a transmitir uma peça referente à luta dos professores. Tal como já tinha sido notado anteriormente, aparecem mais professoras do que professores nas imagens e são também estas que mais vezes são entrevistadas pelos jornalistas. Consequentemente, acabam por ser elas a cara e a voz das manifestações, o que pode passar duas mensagens: a da mulher empoderada, capaz de travar as suas lutas e de defender os seus direitos, ou a da mulher causadora do arrastamento/prolongamento de um tema que todos os dias é notícia nos órgãos de comunicação social.

Terminada a análise do Jornal da Tarde, será agora efetuada uma descrição crítica, proveniente das observações feitas na redação da RTP Porto, durante o período do estágio curricular. Estas observações, registadas ao longo dos três meses, são relativas aos comportamentos, interações e ambiente. Em nenhum momento serão mencionados nomes, cargos ou funções e nem feitas alusões aos mesmos, ainda que de forma indireta.

Um dos aspetos mais evidentes quando se entra em qualquer espaço de trabalho (mais notório ainda quando existe um contacto diário com esse ambiente, como foi o caso) é a maneira como as pessoas que lá trabalham se impõem, agem, comunicam e estão entre as/os outras/os.

Na redação da RTP Porto, identificou-se em algumas jornalistas a adoção de uma postura e comportamento que são, normalmente, mais associados ao género masculino, num esforço, consciente ou inconsciente, de se afirmarem dentro da redação. O uso de uma voz mais altiva ou de um andar rápido e que transmita confiança, que até podem perfeitamente já fazer parte da maneira de ser natural de algumas das profissionais, foram também detetados em pessoas que, fora do espaço da redação, agiam de outra forma. Dando um exemplo mais concreto, observou-se numa jornalista mais passiva e com uma personalidade mais introvertida, uma transformação sempre que entrava na redação. Optava por falar mais alto, com voz confiante, cumprimentava e encarava toda a gente, tornando a sua presença notória. Diz-se que esta postura pertence mais aos homens porque estes costumam depender dela para manter uma posição de superioridade, não só sobre as mulheres, mas também de outros homens dentro de determinado grupo. Alguns

jornalistas procediam assim, e por isso é que existia uma presença/voz masculina dominante na redação, que partia tanto dos homens como das mulheres que lhes imitam o comportamento, integrando-se mais facilmente.

A ideia de que os comentários ou piadas sexistas/machistas são feitas apenas pelos homens não é totalmente verdadeira e isto ficou bem claro ao longo do estágio. Até podem ser, na maioria das vezes, criações masculinas, mas parte da sua reprodução/repetição é levada a cabo também por mulheres. Este cenário foi presenciado na redação da RTP Porto, seja em interações mulher-mulher, homem-homem ou mulher-homem. Quando acontecia esta última, geralmente notava-se um desconforto por parte da mulher que numa conversa do mesmo cariz com outra mulher, já se mostrava mais à vontade para reforçar a piada ou simplesmente rir-se. Certa vez, numa conversa entre um jornalista e uma jornalista, começou-se a falar sobre a aparência física de alguém, uma mulher. O homem intervinha com piadas e comentários depreciativos e sexistas, enquanto a mulher participava com frases curtas e risos pouco confiantes, forçados até. Mesmo demonstrando algum desconforto, não o contrariava, mas também não alimentava as suas ideias. Num outro momento, duas jornalistas conversavam sobre uma mulher conhecida pelas duas. No início, estavam ambas a elogiá-la, mas com o avançar da conversa uma delas disse algo menos positivo sobre a pessoa em questão, que a outra reforçou, continuando no caminho dos comentários machistas. Nenhuma tentava travar a outra e ambas mostravam-se bastante à vontade para partilhar o que quer que fosse.

Muitas vezes assistiram-se a demonstrações de poder, não só de homem para mulher, como também de homem para homem ou de mulher para mulher (menos frequente). É importante que se perceba que não estão aqui a ser insinuados atos de agressão de nenhum tipo, apenas maneiras de agir com uma atitude de dominância, perto de alguém ou para com alguém. Para exemplificar, aconteceu uma interação entre dois jornalistas homens, um deles numa posição hierárquica superior ao outro, na qual o primeiro falou num tom de autoridade exagerada para o segundo. Falavam sobre trabalho, numa peça que entraria num dos noticiários, mais especificamente, e sobre a qual os dois discordavam em algo. Ao longo da troca de ideias, o primeiro foi ficando mais autoritário e exaltado, enquanto o segundo perdia força a justificar os seus argumentos, acabando por aceitar o ponto de vista do outro.

Outra situação observada foram conversas sobre temas mais sensíveis (questões lgbtq+, emigração, etc.), nas quais alguns homens marcavam a sua posição, por vezes controversa, de forma bastante altiva e as mulheres mostravam-se desconfortáveis. Se partilhavam uma opinião

diferente, faziam-no timidamente ou de maneira a encerrar a conversa. Exemplo disto foi uma conversa entre um jornalista e uma jornalista sobre os imigrantes que vêm para Portugal. O homem era da opinião de que os emigrantes roubam os empregos aos portugueses e causam conflitos. A mulher dizia-lhe que não era bem assim, contrapondo com argumentos bem formulados. Mais à frente, o jornalista exaltou-se, aumentando o tom de voz e mexendo bastante os braços para enfatizar o seu ponto de vista. A jornalista acabou por falar cada vez menos, tentando apenas desviar o tema da conversa, subtilmente. Também acontecia, menos vezes, a partilha da mesma opinião nesses assuntos e tanto mulher como homem mostravam-se investidos de igual maneira na conversa. Para este caso, presenciou-se uma troca de ideias entre um jornalista e uma jornalista relativa às questões lgbtq+. Ambos concordavam com várias coisas acerca do tema, exceto sobre as marchas de orgulho lgbtq+. O homem revelava algum desagrado com as mesmas, considerando mesmo que estas não passavam de uma "fantoçada". Apesar de discordarem neste ponto, a conversa continuou de forma intensa.

Um momento que sempre se revelou interessante de observar era a hora do almoço, onde os jornalistas conviviam mais livremente. A grande maioria das pessoas almoçava sempre com o mesmo grupo (com mais ou menos uma pessoa). Geralmente, as mulheres juntavam-se com outras mulheres e os homens com outros homens, excluindo alguns grupos mais heterogéneos. Agrupavam-se também, em alguns casos, por funções que desempenhavam, ou com as pessoas que se sentavam mais próximo de si na redação. Nos grupos mais heterogéneos, notava-se, quase sempre, um elemento dominante que detinha uma espécie de poder sobre toda a mesa. Fazia parte de todas as conversas e tudo o que dizia parecia ter a aprovação das/os restantes. Numa ocasião, estava a almoçar um grupo, composto por homens e mulheres, sendo que estas eram mais. A determinada altura, um dos homens fez um comentário, em tom de piada, acerca de uma das mulheres do grupo, o que pôs toda a gente a rir. A mulher em questão mostrou-se ligeiramente desagradada com a situação, mas tentou disfarçar, rindo também. O elemento masculino continuou a roubar as atenções durante todo o almoço.

Também as diferentes maneiras de cumprimento/saudação entre as/os jornalistas eram reveladoras de muito o que já aqui foi dito. Alguns homens, quando chegavam à redação, optavam por cumprimentar cada pessoa pessoalmente. Isto pode revelar uma necessidade de se mostrarem e de exercerem algum poder. Em certos casos pode tratar-se apenas de um gesto de simpatia para com as/os colegas (também há muitos que não o fazem). Já as mulheres tendiam a dizer um "bom dia/boa tarde/boa noite" geral, e se cumprimentavam alguém pessoalmente

(abraço, beijo), acredita-se que o faziam a quem lhes era mais próximo lá dentro. Em suma, a generalidade dos homens procurava mais o contacto físico (passou-bem, abraço, beijo), enquanto as mulheres eram mais restritas nesse aspeto, salvo algumas exceções. Todos os dias, certos elementos masculinos, no primeiro momento em que entravam na redação, dirigiam-se a cada pessoa presente, que se encontrava já sentada a trabalhar, para a cumprimentar. Os homens recebiam um passou-bem ou abraço, as mulheres dois beijos. No caso de duas ou três mulheres, estas gostavam de cumprimentar uma ou outra pessoa de forma mais afetuosa, mas nunca a sala inteira.

Ainda, por vezes, em conversas que toda a gente podia ouvir, tidas entre vários homens e mulheres da redação, parecia decorrer uma "guerra dos sexos" com os intervenientes a competir para ver quem falava mais alto, quem dizia a piada mais engraçada ou a ideia mais inteligente, sendo que os homens, por norma, faziam-se ouvir mais facilmente, mais uma vez sobrepondo-se às mulheres. Aconteceu numa conversa com vários intervenientes sobre uma série. Falava-se dos atores da mesma, mais precisamente das personagens que interpretavam. Uma jornalista disse uma piada sobre o aspeto de determinada personagem, o que fez várias pessoas rir. Logo de seguida, um jornalista fez o mesmo, de forma mais altiva, o que fez ainda mais pessoas rir. Isto continuou por mais algum tempo, sempre com a participação de outros elementos da redação. Contudo, os dois elementos que começaram a conversa pareciam estar sempre no centro da mesma, num "toma lá, dá cá", eventualmente "ganho" pelo jornalista.

Para finalizar, deve ser dito que, e apesar do que aqui foi descrito, foram constatados vários momentos de cumplicidade e respeito entre os profissionais da redação da RTP Porto.

Conclusões

Concluída a investigação, a recolha e a análise dos dados, é altura de refletir sobre os mesmos. O objetivo principal do presente estudo era tentar dar resposta à pergunta "Qual é o papel do jornalismo televisivo na construção e implementação de imagens estereotipadas de género na sociedade?". E segundo os resultados do mesmo, o jornalismo televisivo é, ainda, um grande promotor das desigualdades de género, através da transmissão de imagens estereotipadas, prejudicando vários grupos minoritários que se sentem sub-representados no meio.

A investigação revelou que a televisão é um dos órgãos de comunicação social que mais pessoas abrange, fazendo-lhes chegar inúmeras mensagens e imagens diariamente, apesar da dominância atual da Internet. Dado o seu alcance, influência e repercussão, seria de esperar que este fosse um meio que atuasse em prol da igualdade e diversidade, mas a realidade não é completamente essa. A televisão ainda deixa muito a desejar relativamente à representação da realidade das minorias, e isso é notório no conteúdo (o que é dito e o que se mostra), na escolha dos profissionais que são a cara dos programas (quem o diz), na linguagem utilizada (como é dito), no emprego (quem produz o conteúdo) e na propriedade (quem possui as empresas que escolhem o conteúdo). As mulheres fazem parte dos grupos sub-representados pelos órgãos de comunicação social, incluindo o jornalismo televisivo. Isto deve-se, em grande parte, à permanência de práticas androcêntricas nas redações jornalísticas, afetando não só o conteúdo que lá é produzido, mas também as mulheres que nelas trabalham. Estas precisam de adotar uma postura e comportamentos que revelem uma profissional objetiva, pragmática, disponível e dedicada, qualidades que são, quase sempre, automaticamente associadas aos seus colegas homens. Desta forma, conseguem integrar-se melhor.

Apesar da crescente presença da mulher nas redações, esta não se reflete nas posições de chefia. Ainda continua a preferir-se a voz masculina na representação da direção editorial das organizações jornalísticas. A culpa da prevalência de uma linguagem jornalística pouco inclusiva e mais masculina, por vezes machista até, nos conteúdos noticiosos podia atribuir-se a este facto. No entanto, as mulheres também contribuem para a sua manutenção. Com a adoção de valores e ideais masculinos, para conseguirem validação, não contrariam os modos de atuação e produção misóginos, há muito enraizados nas redações.

Consequentemente, continuam a ser construídos e reproduzidos estereótipos de género que quando disseminados por via das imagens são mais facilmente absorvidos, devido à credibilidade,

característica que normalmente lhes é atribuída, e ao facto de serem extremamente apelativas. Uma vez que o jornalismo televisivo vive muito das imagens, alguns estereótipos ligados às mulheres estão presentes, ainda que por vezes de forma subtil, nas peças que integram os vários noticiários. As imagens depreciativas da mulher dona de casa, cuidadora dos filhos, dependente do marido, etc., continuam, assim, a ser veiculadas e aceites como representativas da realidade feminina por muita gente.

Também no uso de termos inclusivos na linguagem o jornalismo televisivo se mostra pobre. Não só é priorizada a forma masculina, estabelecendo-a como um falso neutro, por exemplo, quando se está a referir a um coletivo, como são ignoradas alternativas mais inclusivas (uso de barras ou de formas duplas). Há, ainda, uma grande resistência da sociedade às mudanças linguísticas, com os argumentos de que estas não são urgentes, que os modos antigos nos serviram bem até agora, que as mulheres não se importam com o seu uso ou que daria muito trabalho fazer qualquer alteração.

Muitas das vezes, as imagens de certos grupos são distorcidas pelos jornalistas porque não existe contacto, e se existe é escasso, com os membros desses grupos. Os repórteres necessitam de passar tempo com estas/es, de sentir empatia por ela/es, de perceber o seu modo de vida. Só assim conseguirão fazer um retrato fidedigno e sem preconceitos destas minorias.

Embora tenham sido lançadas algumas iniciativas nas últimas décadas para reformular a área jornalística no que diz respeito à igualdade de género, à diversidade e à não discriminação, estas não se revelaram suficientes e nem eficazes no seu propósito. Alguns guias e manuais jornalísticos foram publicados um pouco por todo o mundo, contendo dicas e sugestões para que os jornalistas tenham em conta estas questões, mas não mostraram grande adesão ou resultados efetivos. Existe, por isso, uma urgência de envolver várias/os atoras/es sociais neste processo, para além das organizações mediáticas, tais como, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Erc), os estabelecimentos de ensino, a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género e organizações não governamentais.

Em conclusão, o jornalismo televisivo está ainda longe de alcançar uma produção noticiosa livre de estereótipos de género e da disseminação de imagens insultuosas e prejudiciais de grupos minoritários e sub-representados.

Referências bibliográficas

Ascensão, P. (2019). O pluralismo da informação no serviço público de televisão. In Cádima, F (Ed.), *Diversidade e Pluralismo nos Média*, (pp. 73-91). CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/74451>

Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M., Puig, M. (2000). *El sexo de la noticia: reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. (1º ed.). Icaria editorial, s.a. https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=P48_oZTuGUEC&oi=fnd&pg=PA116&dq=el+sexo+de+la+noticia+&ots=mEq_HA_h3w&sig=5AUvuuHudPXwjQROHFeAB_zinuA&redir_esc=y#v=onepage&q=el%20sexo%20de%20la%20noticia&f=false

Barbosa, M. (2012). Nós e eles: responsabilidade social dos média na construção de uma cidadania culturalmente inclusiva. *Comunicação E Sociedade*, 21, 231–240. [https://doi.org/10.17231/comsoc.21\(2012\).711](https://doi.org/10.17231/comsoc.21(2012).711)

Cardoso, M. R. G., de Oliveira, G. S., & Ghelli, K. G. M. (2021). Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. *Cadernos da FUCAMP*, 20(43). 99-111. <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2347>

Carlomagno, M. C., & da Rocha, L. C. (2016). Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 7(1). 173-188. <https://core.ac.uk/reader/328075190>

Cerqueira, C. & Magalhães, S.I. (2018). (Des)fazer género, (des)construir futuros: diálogos sobre linguagem inclusiva e literacia crítica mediática. *Faces de Eva*, 121-128. <https://hdl.handle.net/10216/118105>

Cerqueira, C., Magalhães, S. I., Santos, A., Cabecinhas, R., & Nogueira, C. (2014). *De outro género: propostas para a promoção de um jornalismo mais inclusivo* (1ª ed.). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

Cunha, I. F. (2005). A mulher brasileira na televisão portuguesa. *Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico*, 3(1), 535-553. <https://bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-a-mulher-brasileira-na-televisao-portuguesa.pdf>

Fernandes, J. L. D. M. S. P., & Lourenço, R. (2019). Repensar a questão da diversidade associada à televisão pública. In Cádima, F (Ed.), *Diversidade e Pluralismo nos Média*, (pp. 109-128). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <http://hdl.handle.net/10362/74451>

Figueira, A. (2016). *Jornalismo televisivo: influência da internet na produção e consumo* [Dissertação de mestrado]. Repositório do Iscte. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/12540>

Lain, F. (2019). *A linguagem jornalística como representação da mulher na sociedade* [Trabalho para obtenção do grau de Bacharel, Universidade de Caxias do Sul]. Repositório Institucional. <https://repositorio.ucs.br/11338/5449>

Lopes, F. (2009). Quando a informação televisiva se faz com as elites especializadas. *IV Jornadas Internacionais de Jornalismo*, 38(3), 7-15. https://www.clubedejornalistas.pt/uploads/jj38/JJ38_06_InformacaoTV.pdf

Lopes, F. (2019). 60 Anos da RTP Porto: Informação do Norte e para todo o país: Uma missão central da RTP. In Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, *RTP: 60 anos no Porto* (pp. 71-117). Tinta-da-china, Lda.

Loureiro, L. M. (2012). *O ecrã da identificação* [Tese de Doutoramento, Universidade do Minho]. Biblioteca da Universidade do Minho. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/20462>

Loureiro, L. M. & Lozano, J. F. G. (2023). Televisão e Vídeo: Reconfigurações da Comunicação Audiovisual. *Vista*, (11), 1-8. <https://doi.org/10.21814/vista.4542>

Lourenço, R. (2017). Estratégias para a diversidade na televisão: os casos dos EUA e do Reino Unido. *Media & Jornalismo*, 17(31), 85-94. https://doi.org/10.14195/2183-5462_31_6

Machado, A. (2011). Fim da televisão? *FAMECOS*, 18(1), 86-97. <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495551007008.pdf>

Marques, D. (2013). *Questões de género nas estruturas hierárquicas do jornalismo televisivo: o caso da SIC* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa]. Repositório do ESCS. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/3233>

Media Diversity Institute. (2014, agosto, 27). *Journalists to spend more time with marginalized groups*. Media Diversity Institute. [Consultado em 12/08/2023]. <https://www.media-diversity.org/journalists-to-spend-more-time-with-marginalised-groups/>

Menezes, L. F. (2021). O Discurso Androcêntrico e a Representação Social da mulher. *Seminário Nacional de Línguas e Linguagens da UFMS/CPAQ e Seminário da Sociedade dos Leitores Vivos*, 348-363. <https://periodicos.ufms.br/index.php/SeLiAq/article/view/14917>

Mónico, L., Alferes, V., Parreira, P., & Castro, P. A. (2017). A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. *Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, 3, pp. 724-733. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1447>

Moroni, A. & Filha, E. (2008). Estereótipos no telejornalismo brasileiro: identificação e reforço. *BOCC*, 2-52. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/moroni-alyohha-oliveira-elza-estereotipos-no-telejornalismo.pdf>

Mota-Ribeiro, S. (2005). Imagem. In Macedo, A. & Amaral, A., org (Eds.), *Dicionário da crítica feminista* (pp. 1-4). Edições Afrontamento. <https://hdl.handle.net/1822/5311>

Peixoto, A. (2021). *Jornalismo Televisivo* [Relatório de Estágio, Escola Superior de Educação de Coimbra]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/44107>

Pinto, M. (2019). 60 Anos da RTP Porto: Uma visão panorâmica. In Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, *RTP: 60 anos no Porto* (pp. 19-67). Tinta-da-china, Lda.

Pinto-Coelho, Z. (2010). VIH/SIDA nos jornais Portugueses: construções visuais e linguísticas, discursos e género, *Discurso & Sociedad* 4(2), 332-363. https://www.academia.edu/1699621/G%C3%A9nero_nos_m%C3%A9dia_portugueses_a_insustent%C3%A1vel_leveza_da_mudan%C3%A7a

Pereira, F. C. & Veríssimo, J. (2008). A mulher na publicidade e os estereótipos de género. In Actas do 5º Congresso SOPCOM: Comunicação e cidadania (pp. 893-904). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. <http://hdl.handle.net/10400.21/7601>

Plaza, J. & Delgado, C. (2007). *Género y comunicación*. (1ª ed.). Editorial Fundamentos. https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=mpurzKmH-A0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=g%C3%A9nero+y+comunicaci%C3%B3n&ots= 0LBSuaeA3&sig=sV3EhUxrNrxErvo05CGW4QOSmns&redir_esc=y#v=onepage&q=g%C3%A9nero%20y%20comunicaci%C3%B3n&f=false

Porto Editora. *Radiotelevisão Portuguesa (RTP)*. Infopedia. [Consultado em 13/09/2023]. [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$radiotelevisao-portuguesa-\(rtp\)](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$radiotelevisao-portuguesa-(rtp))

Ross, K. (2009). *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*. Rowman & Littlefield Publishers. https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=KPEi3jgRSkwC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Gendered+Media:+Women,+Men,+and+Identity+Politics.+Lanham,&ots=bp2MIA72tP&sig=vEbAMNTfUN9JjxnobteQHBjIEwE&redir_esc=y#v=onepage&q=Gendered%20Media%3A%20Women%2C%20Men%2C%20and%20Identity%20Politics.%20Lanham%2C&f=false

Radiotelevisão de Portugal (RTP). *História*. RTP. [Consultado em 13/09/2023]. <https://media.rtp.pt/empresa/rtp/historia/>

Santos, P. & Luz, C. (2013). História da Televisão: do Analógico ao Digital. *Inovcom*, 4(1), 34-46.

<https://revistas.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/view/1599>

Schons, A., Rosa, I., Pavarino, R. (2016, setembro, 05-09). *A Linguagem Inclusiva de Gênero em Manuais de Redação Jornalística*. [apresentação de Comunicação]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, Brasil.

Sousa, J. (2003, setembro, 02-06). *Esteriotipização e discurso fotojornalístico nos diários portugueses de referência: Os casos do Diário de Notícias e Público*. [apresentação de Comunicação]. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, Brasil.

[http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/136980620570080892203881094660582294550.](http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/136980620570080892203881094660582294550.pdf)

[pdf](#)

Subtil, F. (1996, fevereiro, 07-09). As mulheres jornalistas. [Comunicação apresentada no III Congresso Português de Sociologia]. Práticas e Processos de Mudança Social, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, Portugal. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/10704>

Tavares, A. B. M. L. (2019). As questões de género no jornalismo: análise dos telejornais dos principais canais generalistas portugueses [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/19729>

Torres, E. (2016). *A Televisão e o Serviço Público*. (ed. eBook). Fundação Francisco Manuel Dos Santos.

https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=ptckDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=a+televis%C3%A3o+e+o+servi%C3%A7o+p%C3%BAblico&ots=1VdnX-H9sj&sig=rswKd5x-nE1LL_wZOHjTQBFMLU&redir_esc=y#v=onepage&q=a%20televis%C3%A3o%20e%20o%20servi%C3%A7o%20p%C3%BAblico&f=false

Ventura, I. (2014). A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas: uma revolução antes da Revolução? In Magalhães, S & Alvarez, T (Eds.), *Mulheres e Media*, (pp. 9-15). APEM – Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres.

https://www.researchgate.net/publication/279963225_Mulheres_e_Media

Links para a semana do Jornal da Tarde:

2 de janeiro de 2023

<https://www.rtp.pt/play/p11140/e663244/jornal-da-tarde>

3 de janeiro de 2023

<https://www.rtp.pt/play/p11140/e663463/jornal-da-tarde>

4 de janeiro de 2023

<https://www.rtp.pt/play/p11140/e663756/jornal-da-tarde>

5 de janeiro de 2023

<https://www.rtp.pt/play/p11140/e663999/jornal-da-tarde>

6 de janeiro de 2023

<https://www.rtp.pt/play/p11140/e664272/jornal-da-tarde>