



Trilhando caminhos para uma informação jornalística mais inclusiva

Carla Cerqueira

Manter ou quebrar as assimetrias de género na informação jornalística

É indiscutível o poder que os meios de comunicação social têm como agentes de produção das representações e práticas que definem o género (van Zoonen, 1994). “Os meios de comunicação de massa são, sem dúvida, um dos lugares sociais e políticos de construção de identidades. Por eles perpassam e constroem-se definições e ideologias de diferentes grupos etários, étnicos, de classe, de cultura e de sexo” (Silveirinha, 2004b: 9). Claro que as representações mediáticas resultam da confluência de produtos culturais, audiências, instituições mediáticas e da própria sociedade. Portanto, “as representações nos *media* e os discursos de género ganham forma no seio de contextos socioeconómicos que têm que ser eles mesmos analisados e compreendidos” (Gallagher, 2006: 22).

Neste campo, diversos estudos apontam para o facto de o jornalismo continuar a ser uma prática *genderizada* (e.g. Álvares, 2006; Byerly & Ross, 2006; Carter & Steiner, 2004; Carter, 2005; Cerqueira, 2008, 2009, 2012; Gallagher, 1981, 2001, 2006; Gallego, 2013; Gill, 2007; Ross, 2009; Silveirinha, 2004a, 2004b; Tuchman, 1979; van Zoonen, 1994). Contudo, este tem também um enorme poder de resistência e transformação das práticas e políticas hegemónicas.

Na mesma linha, Esteves (2003: 93) refere que os *media* tanto se apresentam como “dispositivos de administração e controlo” como de “resistência social”. Portanto, tendo por base os estudos referidos neste campo de investigação consideramos fundamental apontar algumas pistas no sentido de ultrapassar possíveis tensões existentes no dia-a-dia do trabalho jornalístico, bem como incrementar uma informação promotora de igualdade de género, ou seja, mais justa e inclusiva.

Trilhando alguns caminhos

Ética da responsabilidade incorporada na estrutura organizacional

Em primeiro lugar, no nosso entender analisar os conteúdos jornalísticos, bem como quem os produz, implica colocar a tónica na responsabilidade social dos *media*. É neste sentido que concordamos com a perspetiva de Yolanda Tejedor

(2007), a qual afirma que a denúncia da desigualdade é uma responsabilidade própria da comunicação social, que visa mudar estruturas injustas desde a raiz. O olhar jornalístico deve ser informado por esta ética da responsabilidade (Mesquita, 2004: 140). Logo, tratar as dimensões de género é contribuir para a desconstrução dos mitos e injustiças sobre as assimetrias historicamente sedimentadas.

Todavia, é importante reconhecer que existem diversos condicionalismos que afetam a atividade das/os profissionais no exercício quotidiano da (re)construção da informação jornalística e que as/os levam a privilegiar determinadas temáticas, abordagens e atoras/es sociais em detrimento de outras/os. As/os profissionais e as suas escolhas e decisões têm de ser enquadradas nas instituições mediáticas em que desempenham as suas atividades. Há igualmente a reter a hierarquia que se estabelece no seio das redações e que também poderá ser mais ou menos impeditiva ou permissiva face a determinados assuntos e pontos de vista. Além disso, Wolfgang Donsbach (2004: 74) refere os fatores psicológicos que também afetam as decisões noticiosas. Isto é, as/os profissionais questionam o que é verdade, relevante, bom ou aceitável, apesar de terem de fazer face a pressões de tempo, competição, falta de critérios objetivos e à publicidade, o que poderá resultar em produtos jornalísticos diferentes do que se pretendia. Acrescentamos ainda a situação de atual crise e precariedade da profissão, a qual condiciona os trabalhos jornalísticos e a margem das/os profissionais.

Na nossa ótica, conscientes dos constrangimentos organizacionais e das escolhas que inevitavelmente têm de ser feitas, as/os profissionais e instâncias jornalísticas não devem ser dissociadas da responsabilidade social “sem a qual o jornalismo (...) perderá definitivamente a sua dimensão cívica, o seu alcance ético, o seu sentido humanista, ficando reduzido a mais um pequeno afluente da poderosa corrente, em clara fase de enchimento, do negócio da comunicação” (Correia, 2009: 224). É crucial que as/os profissionais procurem “transmitir ao público uma visão mais rica e mais completa do Mundo” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 111), pois só desta forma poderão informar corretamente o(s) público(s), sem perspetivar desigualdades entre as/os atoras/es sociais.

Medidas de auto e heterorregulação

Por um lado, entendemos que se deve fomentar o debate acerca das questões ético-deontológicas. A este respeito, pensamos que deve haver a integração no Código Deontológico, de forma mais vinculada, de um ponto sobre o tratamento promotor de maior igualdade de género, ou seja, de uma sociedade mais diversificada, justa e inclusiva. Esta medida levaria pelo menos a outra reflexão sobre questões que vão muito além dos normativos legais. Consideramos igualmente que é necessário sublinhar a necessidade de inclusão destas questões nos livros de estilo dos meios de informação, bem como nos debates dos conselhos de redação, criando um compromisso por parte das/os profissionais para a importância destas temáticas que são frequentemente secundarizadas.

Em suma, é necessário apostar nas medidas de autorregulação, mas sem descurar a eficácia de outros normativos. Estas devem existir simultaneamente e devem ser monitorizadas, de forma a perceber a sua eficácia nas práticas diárias da profissão.

(In)Formar estudantes e profissionais para os direitos humanos

Os cursos da área da comunicação necessitam de integrar nos seus planos curriculares esta dimensão dos direitos humanos, da importância de uma linguagem mais inclusiva e diversificada, promotora de uma maior justiça social. Esta deve estar presente de uma forma explícita, podendo integrar várias unidades curriculares ou centrar-se numa área específica, sendo que aquilo que nos parece mais importante é o contacto das/os estudantes com este tipo de problemáticas, bem como a possibilidade de rever e aplicar às necessidades atuais as teorias que enformam a profissão.

Estas/estes serão as/os futuras/os profissionais e precisam de estar consciencializadas/os para a relevância destas questões e para o impacto das escolhas que fazem. De igual modo, consideramos importante incrementar a realização de seminários e formações contínuas com as/os profissionais. Estas ações devem ser apoiadas em estudos e materiais que permitam a análise das representações veiculadas e que levantem a necessidade de mudanças na cobertura noticiosa, atentando sobre os critérios de noticiabilidade privilegiados, o agendamento e enquadramento que são feitos de determinadas temáticas.

Acresce a esta dimensão de aprendizagem contínua o conhecimento histórico, o qual acaba, não raras vezes, por ser relegado para segundo plano. Entendemos que esta capacidade de contextualização e compreensão histórica (Tavares, 2011), aliada à capacidade técnica, poderá ser um contributo valioso para a deliberação democrática que deve estar presente na(s) leitura(s) das/os profissionais.

Quem tem voz e quem fica silenciado: monitorizar os conteúdos jornalísticos

Na nossa perspetiva é primordial fazer a monitorização contínua da produção jornalística nacional (conteúdos informativos e de opinião). Neste domínio é preciso perscrutar as complexidades e contradições presentes nos discursos, alertando as/os profissionais e as organizações mediáticas para determinados tópicos de abordagem e abrangência, para quem tem visibilidade e de que forma aparece e para quem fica silenciado na agenda jornalística.

Este aspeto é de suma importância porque os conteúdos são sempre o resultado de escolhas e outro tipo de notícias, de imagens, de fontes de informação e de artigos de opinião daria uma outra visão do mundo e permitiria reconfigurar os cenários sociais.

Esta monitorização deve congrega os saberes vindos da academia com os conhecimentos das organizações da sociedade civil que trabalham neste âmbito,

bem como integrar profissionais que se interessem pelas questões e permitir a abertura da discussão à sociedade.

Educação para/dos e através dos media

Tal como afirma Matteo Zacchetti (2011:41), “a literacia mediática é uma questão de inclusão social na atual sociedade da informação, tratando-se de uma competência fundamental não só para os jovens, mas também para os adultos, idosos, pais, professores e profissionais dos media”. Assim, esta linha também deve ser equacionada no sentido de promover leituras críticas dos conteúdos produzidos, sendo que estas devem ser feitas a vários níveis.

A educação para os *media* equaciona que os públicos precisam de olhar criticamente para os conteúdos veiculados por estes canais de informação, de forma a fazerem uma filtragem mais atenta dos materiais apresentados. No que concerne à educação dos *media*, estes também necessitam de ser consciencializados para as temáticas de género e feminismos, podendo funcionar como instigadores da reflexão das/os cidadãs/ãos nesta área, ou seja, colocando na prática a educação através dos *media*.

Notas finais

Neste artigo apontamos apenas alguns caminhos possíveis e que no nosso entender podem contribuir para quebrar os espartilhos ainda existentes entre atores sociais que se preocupam com as questões de género e feminismos e o campo mediático. Aliar a academia às organizações da sociedade civil que trabalham com estas temáticas, sem esquecer as/os profissionais dos *media* e os públicos, parece-nos fulcral, de forma a ultrapassar as más práticas que persistem (não sendo estas encaradas de uma forma dicotómica entre ‘boas’ e ‘más’, mas contemplando a sua complexidade), responder às necessidades dos públicos e melhorar a comunicação em geral. No fundo, o papel e os objetivos destes atores estão muito próximos. A mudança e a contribuição para uma sociedade mais justa e inclusiva, sendo esta uma tarefa árdua e morosa que necessita de uma articulação bem sedimentada.

Referências Bibliográficas

ÁLVARES, Cláudia (2006), “Feminismo e Representação Discursiva do Feminino: A Presença do Outro na Teoria e na Prática”, *ex aequo*, 14, pp. 35-43.

BYERLY, Carolyn & ROSS, Karen (2006), *Women & Media: a critical introduction*, Oxford, Blackwell.

CARTER, Cynthia & STEINER, Linda (2004), *Critical Readings in Media and Gender*, Maidenhead, Open University Press.

- CARTER, Cynthia (2005), “Gendered news?”, *Journalism*, 6(3), pp. 259-263.
- CERQUEIRA, Carla (2008), “A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher”, *Observatório (OBS) Journal*, 5, pp.139-164. [Em linha] disponível em <http://www.obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/download/101/153> [consultado em 10 de junho de 2014].
- CERQUEIRA, Carla (2009), “A visibilidade do Dia Internacional da Mulher na agenda mediática nacional”, in Maria José Magalhães *et al* (coord.), *Quem tem medo dos feminismos. Congresso Feminista 2008 – Actas*, Volume I, Funchal, Nova Delphi.
- CERQUEIRA, Cerqueira (2012), “Quando elas (não) são notícia: mudanças, persistências e reconfigurações na cobertura jornalística sobre o Dia Internacional da Mulher em Portugal (1975-2007)”, *Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação, especialidade de Psicologia da Comunicação)*, Universidade do Minho, Braga.
- DONSBACH, Wolfgang (2004), “Psychology of News Decisions: Factors behind journalists’ professional behavior”, *Journalism*, vol.5 nº2, pp.131-157.
- CORREIA, Fernando (2009), “Crise de identidade profissional e emergência de um novo paradigma”, in José Luís Garcia (org.), *Estudo sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa, ICS, pp.213-225.
- ESTEVES, João Pissarra (2003), *Espaço público e democracia*, Lisboa, Edições Colibri.
- GALLAGHER, Margaret (1981), *Unequal opportunities: the case of women and the media*, Paris, UNESCO.
- GALLAGHER, Margaret (2001), *Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*, London, Zed Books.
- GALLAGHER, Margaret (2006), “Perspectiva feminista sobre os media”, *ex-aequo*, 14, pp.11-34.
- GALLEGRO, Juana (2013), *De reinas a ciudadanas: motor o rémora para la igualdad*, Espanha, Aresta.
- GILL, Rosalind (2007), *Gender and The Media*, Cambridge, Polity Press.
- KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom (2004), *Os elementos do jornalismo – O que os profissionais devem saber e o que o público deve exigir*, Porto, Porto Editora.
- MESQUITA, Mário (2004), *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, Minerva.
- ROSS, Karen (2009), *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004a), “Os media e as mulheres: horizontes de representação, de construção e de práticas significantes”, in Maria João Silveirinha (org.), *As mulheres e os media*, Lisboa, Livros Horizonte, pp.5-12.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004b), “Representadas e representantes: as mulheres e os media”, *Revista Media & Jornalismo, As mulheres e os media*, 5, (3), pp.9-30.

TAVARES, Manuela (2011), *Feminismos: percursos e desafios (1947-2007)*, Lisboa, Texto Editores.

TEJEDOR, Yolanda (2007), “Comunicando más allá de la dicotomía de género”, in Juan Plaza & Carmen Delgado (eds.), *Género y Comunicación*, Madrid, Fundamentos, pp.169-188.

TUCHMAN, Gaye (1979), “Introduction: the symbolic annihilation of women by mass media”, in Gaye Tuchman, Kaplan Daniels & James Benét (org.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, Nova Iorque, Oxford University Press, pp.3-38.

VAN ZOONEN, Liesbet (1994), *Feminist Media Studies*, Londres, Sage Publications.

ZACCHETTI, Matteo (2011), “An european approach to media literacy”, in Sara Pereira (org.), *Actas do Congresso Literacia, Media e Cidadania, 25 e 26 de março*, Braga, Universidade do Minho. [Em linha] Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/lmc/article/viewFile/524/493>. [Consultado em 15/06/2014].