



Representações de género de públicos sensíveis: vozes e visibilidades



cieg
CENTRO
INTERDISCIPLINAR
DE ESTUDOS DE
GÉNERO



Projeto coordenado por:

Maria João Cunha

mjcunha@iscsp.ulisboa.pt

Carla Cruz (Coord. Adj.)

ccruz@iscsp.ulisboa.pt

1. Porque estudar representações mediáticas

As representações têm sido estudadas como um caminho para compreender o poder dos textos mediáticos no sentido em que reproduzem ideologias e criam conhecimento e “verdade” (Foucault, 1980).

De todas as influências sobre a forma como as questões de género são vistas, os media são os mais influentes e poderosos, ao trabalharem como insinuações nas consciências das pessoas.

*“power relations are encoded in media representations,
and media representations in turn produce and reproduce power relations
by constructing knowledge, values, conceptions and beliefs”* (Organd, 2012, p.25).

1. Porque estudar representações mediáticas

Representação refere-se ao processo de *re-apresentar*: processo através do qual os membros de uma cultura usam sistemas de signos para produzir significado em formas de conteúdo simbólico (Organd, 2012)

A representação é uma função normativa da linguagem que revela ou distorce o que é tido como verdade nos assuntos de género:

“o valor dos signos não está dependente da sua possibilidade de troca de conteúdo semântico, mas dos seus resultados pragmáticos em termos da consolidação de laços entre os membros de uma comunidade” (Rossolatos, 2015, p.135)



Uma lente de género mostra desigualdades de representação mediática.

1.1. Porque estudar representações mediáticas: pressupostos

- ✓ Desde a década de 1990 que os estudos têm revelado representações estereotipadas de género das minorias sociais, sobretudo quando os media privilegiam uma factualidade negativa ou lhes negam **visibilidade**;
- ✓ Nas notícias predominam as fontes mais influentes a nível político e económico, assentes numa *masculinidade hegemónica*, reproduzindo a mesma **voz**.
- ✓ A *interseccionalidade* é utilizada como base analítica para compreender como o género, a raça e a classe interagem para moldar as representações mediáticas, ajudando a desconstruir os estereótipos e discriminações nos media, ao identificar quem e como aparece nas notícias

2. Participação das mulheres nos media

Key points:

- Baixa representação das mulheres em cargos de topo de tomada de decisão nas organizações de media
- Mecanismos que promovem igualdade de género são escassos nas organizações de media
- Políticas de igualdade de género nas organizações mediáticas podem ser benéficas para fazer avançar as mulheres para as posições de tomada de decisão

Torna-se imperativo construir um "gender-setting" (Gallagher, 2001; Montiel, 2014) no jornalismo para uma completa e plural representação dos papéis e funções que a mulher ocupa nas sociedades contemporâneas.

3. O projeto

Representações de género de públicos sensíveis: vozes e visibilidades

Públicos sensíveis:

“os que encontram, por motivos de ordem política, económica ou social, por incapacidades cognitivas ou por vulnerabilidade física, dificuldade em aceder ao espaço público e exercer plenamente a sua cidadania”
((http://www.erc.pt/documentos/Conf_08/EMCS/EMCS-Intr.pdf, p. 6).



Na atualidade informativa apresentam uma expressão minoritária
face às temáticas mais habituais

3. O projeto

Representações de género de públicos sensíveis: vozes e visibilidades

Públicos sensíveis:

Incluem os nomeados pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social:

- a) crianças e jovens,
- b) idosos,
- c) imigrantes / minorias étnicas.

Incluimos ainda três outros públicos:

- d) as comunidades LGBTQI+;
- e) as pessoas com deficiência;
- f) as mulheres.



Um acórdão da Relação do Porto arrasa uma mulher que traiu o marido e acabou agredida pelo mesmo e sequestrada pelo amante, ambos condenados a penas suspensas.

3. O projeto

Representações de género de públicos sensíveis: vozes e visibilidade

Objetivos principais:

- 1) Compreender que mensagens sobre questões de género são sugeridas às audiências contemporâneas nas notícias de imprensa sobre públicos sensíveis;
- 1) Explorar os significados que as vozes dos públicos sensíveis e a sua visibilidade na agenda noticiosa têm na construção das representações sociais de género.

4. O projeto: método

- Estudo longitudinal, com a constituição de um observatório da imprensa
- Metodologia mista :
 1. análise de conteúdo (quantitativa):
 1. Caracterizar a **visibilidade**: importância e relevância das notícias;
 2. Identificar as principais **vozes nas notícias**, protagonistas, fontes e direcção.
 2. análise interpretativa de discurso (qualitativa):
 1. Compreender os principais argumentos para uma direcção positiva ou negativa nas notícia
 2. Explorar a forma como as questões de género são representadas para cada público

4. O projeto: método

Corpus

Maiores meios impressos, com 8 jornais e revistas nacionais desde 2014:

- diários (Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e Público),
- semanários (Expresso e Sol) e
- revistas de informação (Sábado e Visão)

Apesar do aumento do consumo dos meios digitais, analisamos a imprensa escrita de informação pelo seu maior potencial de efeito de *agenda setting* nas audiências (Total= >30.000 notícias)

4. O projeto: método

Categorias de análise

A1) número da notícia	
A2) data	A21) dia
	A22) mês
	A23) ano
A3) meio	
A4) ênfase (highlight)	
A5) Secção (lugar do jornal em que aparece a notícia)	
A6) Formato do conteúdo	
A7) Foto/ilustração	
A8) Proeminência (da referência ao público)	
A9) Contagem de palavras	
A10) Espaço	
A11) Local da história/Região	

B1) Tipo de Público
B2) Género do/a protagonista
B2) Idade do/a protagonista
B3) Atributo (o que fez o protagonista aparecer nos jornais)
B4) Contexto
B5) Protagonismo
B6) Continuidade (são histórias conhecidas, sem serem casos isolados?)
B7) Fonte (principal fonte de informação sobre o público)
B8) Voz (quem mais expressa o ponto de vista do protagonista – com citação ou parafraseado)
B9) Direcção /Enfoque
B10) Título
B11) Lead/1º parágrafo
B12) Jornalista/Repórter/Autor Editorial

5. Resultados preliminares do projeto: Mulheres

- Grande número de notícias, com ênfase, **mas**
- Maioritariamente curtas, poderosas na imagem, com fotos de grande plano com pequena dimensão, sem continuidade e na secção de sociedade.
- As representações mediáticas de mulheres na política não são representativas da presença das mulheres que ocupam cargos políticos de relevo na nossa sociedade.
- Objecto das notícias centra-se nas celebridades de 2ª categoria (sem formação), com
- Enfoque essencialmente no corpo – objectificação da mulher – ou em aspectos fúteis da realidade feminina (roupas, cosmética, estética).

5. Resultados preliminares do projeto: LGBTQI+

- Pequeno número de notícias, colocadas em lugares de baixo destaque e breves (300 palavras).
- Masculino é o género mais referido e são identificados principalmente jovens.
- A maioria dos itens de notícias concentram-se em histórias de profissionais públicos, alvo de preconceitos e celebridades.
- Histórias são peças isoladas de notícias que contam apenas com o sentido crítico dos leitores.
- A imagem social transmitida pelos media, independentemente da negatividade das notícias, tende a ser positiva. Mesmo eventos negativos reforçam uma imagem social positiva, porque a maioria das histórias são muito cruéis, o que não permite identificação.
- O enquadramento das notícias leva a inferir que os meios de comunicação têm tido um papel positivo no grande acontecimento nacional (votar o referendo de coadoção para casais homossexuais em Portugal).

5. Resultados preliminares do projeto: Crianças e jovens

- Ser criança é uma condição sensível em termos de representação, mas as meninas dentro deste grande grupo são ainda mais invisíveis.
- As crianças e jovens são maioritariamente representadas como vítimas ou agressoras, com mais rapazes como agressores e mais raparigas como vítimas
- A cobertura noticiosa nem sempre cumpre o disposto na Convenção dos Direitos da Criança (CDC), no que concerne à preservação da sua imagem e identidade.
- Quanto mais velhos, maior distinção de género, com base em papéis tradicionais (instrumentais / expressividade) e Espaço Físico (doméstico / exterior);
- Estereótipos de género estão presentes em todas as formas de representação: ostensivas na negatividade ; subtis na neutralidade e positividade.

5. Resultados preliminares do projeto: Pessoas com deficiência

- Muito fraca representatividade do tema
- Colocação secundária das notícias, sobretudo breves ou pequenas notícias, embora com várias reportagens
- Os principais tipos de deficiência nas notícias são de mobilidade e mental
- Na maioria dos casos não existe qualquer citação da pessoa com deficiência, normalmente associado à falta de desenvolvimento das notícias, menos ainda no feminino
- Existem diferenças de representação da deficiência nos meios impressos seleccionados, sugerindo tratamento diferenciado de acordo com o suporte escolhido
- Notícias maioritariamente negativas; positividade mais restrita a Jogos Paralímpicos e muito focada no masculino
- Maioria das notícias escritas por mulheres

6. O projeto: contributos

Este projecto permite um maior e melhor conhecimento das representações mediáticas de género destes públicos e inferir das suas influências, o que pode contribuir para se repensarem estratégias quer ao nível das políticas públicas como das posições académicas feministas.

7. O projeto: propósito futuro

Este projecto começou a funcionar com um carácter exploratório para medir o seu potencial e impacto.

Entretanto, foi criado um **Observatório de Imprensa para as Minorias** para permitir avaliar o fenómeno de forma:

- sincrónica, comparando com outras realidades a nível internacional, e
- diacrónica, avaliando longitudinalmente a sua evolução em Portugal.

Está em preparação uma candidatura a financiamento, acrescentando explorar as **percepções** das representações mediáticas de género:

- 1) em jornalistas;
- 2) nas comunidades minoritárias;
- 3) No designado “públicos em geral”.

Representações de género de públicos sensíveis: vozes e visibilidades



mjcunha@iscsp.ulisboa.pt



CM: Violência doméstica. Crime, disse ele.