

# As mulheres comentadoras na imprensa de referência portuguesa

Rita Figueiras

**N**os últimos anos, a mudança dos valores e costumes em Portugal tem contribuído para a profunda transformação da condição feminina no país. A qualificação acadêmica das mulheres tem-se traduzido no desempenho de atividades que exigem maiores competências e que mobilizam conhecimentos especializados; mas também na entrada de mulheres em carreiras tradicionalmente masculinas. Estas alterações da situação da mulher na sociedade portuguesa têm vindo a proporcionar importantes mudanças, como a conquista de autonomia e de segurança pessoal, bem como a transposição da fronteira da domesticidade, ampliando o seu espaço de liberdade e de realização pessoal.

No entanto e apesar dos progressos assinalados, o gênero ainda é um fator de discriminação: a taxa de analfabetismo das mulheres mantém-se mais elevada que a dos homens; o desemprego afeta mais as mulheres; em alguns setores, o trabalho delas é pior remunerado no exercício das mesmas funções que os homens e os cargos de chefia mantêm-se majoritariamente masculinos.

À imagem do que se verifica noutros países do sul da Europa, o processo de modernização em Portugal tem sido desigual e este desequilíbrio é particularmente visível quando se trata das diferenças entre homens e mulheres, o que torna a análise das “desigualdades” de gênero uma questão pertinente por si só, mas também quando entendida como um obstáculo à qualidade da democracia portuguesa (Baum e Espírito-Santo, 2004).

A diversidade de assuntos, a pluralidade de correntes de opinião e a representação do gênero são indicadores importantes da democraticidade do espaço público em qualquer sociedade (Habermas, 1984; Fraser, 1990; Inglehart e Norris,

2003; Freire et al., 2004). É neste enquadramento que analisamos o gênero no espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa, tendo por base um conjunto de interrogações: Qual é a presença de mulheres no espaço *Opinião*? Como tem evoluído a sua presença ao longo dos anos? Quem são as comentadoras e de que campos sociais são provenientes?

Este artigo está dividido em quatro partes. Começamos com um breve resenha da literatura sobre o gênero e os *media* e de seguida retratamos a condição feminina na sociedade portuguesa. Depois desta contextualização entramos na parte empírica do artigo. Iniciamos com a apresentação da metodologia adotada, para depois nos centrarmos na análise dos dados. Primeiro avaliamos a presença das mulheres no universo do comentário na imprensa de referência portuguesa e como essa participação tem evoluído nos anos estudados, entre 2000 e 2005; na segunda parte identificamos o perfil das comentadoras. Pretendemos saber quem são e em que campos sociais são recrutadas. Num terceiro momento, concluímos o estudo dando resposta às questões que estiveram na base desta pesquisa que, mais do que enfatizar o papel de cada título analisado, visa extrair as tendências gerais no que diz respeito à presença das mulheres no espaço público da imprensa de referência portuguesa, enquanto elemento constitutivo da vida pública e da democracia em Portugal.

### **A mediatização das mulheres**

No passado a sociedade atribuiu papéis distintos a ambos os sexos, dando aos homens responsabilidades na esfera pública, nomeadamente na política e na economia, e às mulheres um papel central do domínio privado, como o lar e a família. Ainda que estas normas de gênero tenham vindo a sofrer mutações ao longo dos tempos e variem em termos de geografia cultural, a divisão ou o “dualismo” (Van Zoonen, 2005: 89) público-privado continua a persistir na atualidade.

Na literatura sobre o gênero e os *media* essa dualidade reflete-se nas diferenças de abordagem aos homens e mulheres. De acordo com Gaye Tuchman (1978 e 2009), a “aniquilação simbólica” das mulheres nos *media* reflete-se nos mais diversos gêneros mediáticos.

Os homens tendem a ser representados de forma mais positiva do que as mulheres em todos os gêneros televisivos, mesmo em países em que a presença de mulheres na vida pública e em lugares de decisão é muito superior ao dos restantes países ocidentais, como é o caso do Norte da Europa. Variados autores, como Eie (1998), Brikse (2004), Moustgaard (2004) ou Boyle (2009) assinalam a representação desigual e estereotipada dos gêneros na televisão daquela região. Enquanto os políticos e os especialistas são majoritariamente homens, as mulheres surgem associadas a *status* sociais mais baixos, nomeadamente no papel de cidadãos comuns e vítimas.

As pesquisas sobre a forma como os *media* fazem a cobertura do gênero em contexto eleitoral têm-se focado no volume de cobertura, na viabilidade, temas e características dos políticos (Bystrom, 2006; Carroll & Fox, 2006; Semetko & Boomgaarden, 2007; Falk, 2008). Genericamente, os resultados demonstram que em termos quantitativos as candidatas tendem a receber a mesma cobertura do que os seus adversários homens, mas em termos qualitativos os estudos registram diferenças assinaláveis. As mulheres são mais associadas a temas considerados femininos ou temas sociais e em notícias leves, por contraposição às consideradas notícias sérias – peças centradas nas questões de interesse público (Patterson, 2003). É também mais comum as candidatas serem tratadas de forma menos séria e representadas como perdedoras. Os *media* tendem ainda a descrever as mulheres pela sua aparência, emoções e família em detrimento das suas profissões e competências.

Os estudos de Brikse (2004) revelam também que o jornalismo tende a promover uma perspectiva estereotipada das mulheres que exercem atividade política. Elas surgem em maior número em reportagens de “interesse humano”, enquanto os políticos homens são convidados a expressarem-se sobre os chamados *hard issues*, como as finanças, a economia ou a política internacional.

Os dados do *The Global Media Monitoring Project* (GMMP, 2005)<sup>1</sup> ajudam-nos a compreender a distribuição por gênero no que diz respeito aos profissionais do jornalismo, aos protagonistas das notícias e aos assuntos tratados na televisão, rádio e imprensa em 76 países, de entre os quais Portugal. Esta pesquisa permite-nos extrair tendências internacionais da representação das mulheres no *media* e perspetivar a realidade portuguesa no contexto global.

Em termos gerais é possível concluir que os homens são os protagonistas da maioria das peças, surgindo as mulheres em apenas 21% do número total de matérias jornalísticas (ainda que este valor signifique um aumento face a 1995, ano em que as mulheres protagonizaram 17% das notícias. GMMP, 2005: 17). Para cada notícia em que uma mulher surge como protagonista encontram-se cinco peças com homens.

As mulheres são protagonistas principalmente em dois polos opostos: na qualidade de estrelas (43%) ou enquanto cidadãs anônimas (34%) (GMMP, 2005: 22). Em terceiro lugar as mulheres surgem como vítima (33%) em ocasiões que afetam ambos os sexos, como acidentes, crimes, guerras. Nestas situações, 19% das peças têm mulheres como protagonistas e apenas 8% de homens. Todavia, em questões mais relacionadas com as mulheres, como violência sexual ou doméstica, as mulheres têm cobertura reduzida. Nestes casos, as vozes predominantes são masculinas, 64% dos protagonistas das peças (GMMP, 2005: 17-18). Em “assuntos económicos” 20% das peças são protagonizadas por mulheres e em *estórias* referentes à “política e governo” apenas 14% referem-se a mulheres.

Os dados também revelam que as mulheres raramente são apresentadas enquanto figuras de autoridade, como especialistas (17%) ou representantes de instituições/organizações (13%) (GMMP, 2005: 18).

Em 2005, 37% das peças jornalísticas foram feitas por mulheres (GMMP, 2005: 19), predominando em dois grandes tipos de peças: meteorologia (52%) e *estória* sobre pobreza, habitação e estado providência (51%). De todas as notícias sérias sobre política e o governo, com ângulos de abordagem enquanto questões de interesse público (Patterson, 2003) apenas por 32% delas foram cobertas por mulheres.

No que diz respeito aos resultados referentes especificamente a Portugal, os dados deste estudo tornam-se ainda mais relevantes tendo em conta que existem muito poucos dados sobre as mulheres e os *media*, nomeadamente sobre os *media* noticiosos, contexto em que este estudo se insere.

Segundo os dados do GMMP, as notícias em Portugal constroem um mundo composto por 80% de homens e 20% de mulheres, verificando-se no país as tendências registradas em todo o mundo: poucas mulheres nas notícias (20%), mas uma grande percentagem de mulheres jornalistas (51%). Importa também salientar que foram as mulheres quem produziu 57% das notícias portuguesas – uma média superior ao total dos países, 37% (GMMP, 2005: 119).

O tema que mais presente no dia em análise foi “governo e política” (45%). Neste tema, as mulheres apareceram em 10% das notícias, um valor inferior ao global dos restantes países – que se situa nos 14%. Acima da média mundial surgiram as mulheres portuguesas no tema “social e legal”, com 38%, mais 10% do que a média global.

*Quem faz as notícias?* (2006) analisa também os papéis que os homens e as mulheres têm nas notícias. O estudo registra que os homens são as autoridades, especialistas ou representantes, enquanto as mulheres nessa função surgiram apenas em 15% e 8% do total das peças, respectivamente (GMMP, 2005: 129). As mulheres preenchem nas notícias funções mais pessoais, como a de apresentarem a sua experiência, nomeadamente enquanto representantes da *vox populi* (44%) ou no papel de vítima (10% de mulheres para 4% de homens) (GMMP, 2005: 130).

Uma leitura geral dos dados permite-nos concluir que em todos os países verifica-se uma grande disparidade entre os gêneros no que diz respeito aos produtores da informação, protagonistas das notícias e temas tratados.

A literatura empírica sobre o gênero e os *media* apresenta-se-nos como um ponto de partida contextual para a análise empírica discutida neste artigo. O espaço *Opinião* é um local de poder que confere estatuto e legitimidade às opiniões nele produzidas e projetadas pelos *media* noticiosos (Nimmo e Combs, 1992; Wolton, 1999; McNair, 2003). Deste modo, a análise que se segue vai permitir-nos avaliar como a relação entre os *media* e as mulheres em Portugal, cruzadas com os progressos verificados na condição feminina no país, enquadram a presença das mulheres num dos lugares de maior poder simbólico na sociedade portuguesa – o espaço *Opinião* – e, decorrentemente, aferir a democraticidade do espaço público em Portugal. Mas primeiro vamos fazer um breve retrato da condição das mulheres na sociedade portuguesa.

## ***As mulheres na sociedade portuguesa***

Nas últimas décadas, a mudança dos valores e costumes em Portugal tem contribuído para a profunda transformação da condição feminina no país, nomeadamente com a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho e a sua crescente escolarização (Viegas e Faria, 2001; Barreto, 2002; Baum e Espírito Santo, 2004; Cardoso e Costa, 2005).

Se em meados dos anos 1960, Portugal era ainda um país muito tradicional relativamente aos direitos das mulheres<sup>2</sup> (Torres, 2004), a Revolução de 1974 (que deu origem à instituição do regime democrático em Portugal) deu origem a um conjunto de mudanças sociais que alteraram em muito a condição da mulher na sociedade portuguesa (Lisboa et al., 2006: 170).

A revisão da Concordata entre Portugal e a Santa Sé, em 1974, passou a permitir a dissolução dos casamentos católicos e a Constituição de 1976 estabeleceu a igualdade de direitos entre homens e mulheres na esfera privada e pública. No casamento, impediu os maridos de abrir a correspondência das mulheres ou de terem o poder de autorizar a sua ausência do país; aboliu as restrições de voto e no trabalho e relações laborais, a legislação passou a ter princípios de igualdade contra a discriminação e proibição de disposições contratuais que fizessem distinção entre os sexos, possibilitando às mulheres o acesso a carreiras profissionais até então exclusivamente masculinas.

A profunda mudança da condição feminina no país está também associada à sua crescente escolarização. Apesar das faixas etárias mais elevadas manterem níveis de qualificação académica baixos, as mulheres mais jovens estão já em maioria entre os estudantes e recém-diplomados do ensino secundário e superior. Se em 1960 encontrávamos 29,5% de mulheres a estudar, em 2001 elas representam 56,4% da população estudantil. Portugal é, assim, um dos primeiros países europeus a inverter a tradicional hegemonia masculina nos níveis superiores de escolaridade (Machado e Costa, 1998: 48).

A qualificação académica das mulheres tem-se traduzido no desempenho de atividades que exigem maiores competências e que mobilizam conhecimentos especializados. É o caso das profissões intelectuais e científicas, em que a presença de ambos os sexos é mais equilibrada, confirmando, à semelhança do que se passa noutros países desenvolvidos, a crescente feminização destas profissões. A entrada de mulheres nas carreiras tradicionalmente masculinas, como a política, as magistraturas, as polícias, a diplomacia ou o assumir de funções empresariais<sup>3</sup> tem, também, vindo a aumentar significativamente, ainda que se mantenha a disparidade entre os gêneros.

No total, a participação de mulheres no mercado trabalho, em menos de 30 anos, passou de 15% para 45% (*Census* 2001). Estes níveis de mão de obra feminina tende a aproximar a realidade portuguesa mais do padrão identificado no norte da

Europa, do que nos países tradicionalmente mais próximos de Portugal em termos geoculturais (como a Espanha, a Itália e a Grécia). Esta circunstância explica-se por fatores históricos, como a emigração e a mobilização militar dos homens nas décadas de 1960 e 1970; por fatores econômicos, devido aos constrangimentos financeiros vividos por muitas famílias, mas, também, pelas recentes dinâmicas de autonomia e emancipação das mulheres portuguesas (Barreto, 2002).

Destas alterações decorreram três importantes consequências para as mulheres: a conquista de autonomia e de segurança pessoal, proveniente de um salário próprio e de outros direitos conexos, anulando a condição de dependência em relação ao homem (pai ou marido); a transposição da fronteira da domesticidade, ampliando o seu espaço de liberdade e de realização pessoal, mas, também, o acumular de novas responsabilidades profissionais com as tarefas domésticas e familiares, tradicionalmente desempenhadas pelas mulheres (Viegas e Faria, 2001: 17). O aumento da presença de mulheres no espaço público não teve correspondência na entrada crescente de homens no espaço privado (Nunes de Almeida, 2003: 61).

Apesar dos progressos assinalados, principalmente no trabalho, na educação e no campo familiar (Barreto, 2002), o gênero ainda é um fator de discriminação: a taxa de analfabetismo das mulheres mantém-se mais elevada que a dos homens<sup>4</sup>; o desemprego afeta mais as mulheres<sup>5</sup>; em alguns setores, o trabalho delas é pior remunerado no exercício das mesmas funções que os homens<sup>6</sup> e os cargos de chefia são majoritariamente masculinos, como ilustra bem a disparidade entre os gêneros na ocupação de cargos empresariais e políticos.

Dados de 2005 (Lisboa et al., 2006: 173-174) revelam-nos que 8,7% (64 mulheres e 675 homens) de todas as posições de direção nas 50 maiores empresas em Portugal são ocupadas por mulheres. Esse valor diminui para 4,7% (16 mulheres) quando olhamos para as posições de topo da administração das empresas (Presidentes, Conselhos Executivos, Membros da Assembleia-Geral, Administradores e Vogais). A título ilustrativo, podemos verificar como estes dados contrastam com os registrados no Reino Unido no ano de 2004, onde 69 das 100 maiores empresas têm pelos menos uma mulher na administração e estas representam 36% de todas as posições de direção (Singh e Vinnicombe, 2004).

No entanto, nas profissões tradicionalmente associadas às mulheres também encontramos indicadores que denunciam tendências discriminatórias. No ensino, por exemplo, a percentagem de mulheres aumenta na proporção inversa do nível escolar onde lecionam: 36,1% no ensino superior, 42% no politécnico, 75,4% no básico e secundário e 99,1% no ensino pré-primário. O mesmo se passa no setor da Saúde. Na carreira médica encontramos 47,1% de mulheres e na enfermagem 80% (Viegas e Faria, 2001: 22).

No que diz respeito à política, e confirmando as tendências internacionais, os homens portugueses estão significativamente mais envolvidos na política do que

as mulheres (Baum e Espírito-Santo, 2004; Cabral, 2003 e 2004). Em comparação com outros países da União Europeia, antes do alargamento a Leste, Portugal apresentava as mais baixas taxas de participação feminina na política, nomeadamente no Parlamento Nacional e no Governo (Viegas e Faria, 2001).

Ainda que haja uma elevada sub-representação das mulheres nas instituições políticas em Portugal, a presença das mulheres no Parlamento tem aumentado ao longo dos anos (Freire, 2003). Em 1976 as mulheres representavam 5% dos deputados eleitos, em 1995 a sua quota subiu para 12,2% (Viegas e Faria, 2001). Nas mais recentes eleições legislativas de 2009, 28% dos assentos passaram a ser ocupados por mulheres (CNE, 2009).

A presença de mulheres em cargos governativos, nos últimos 30 anos, foi de 27% (659 mulheres e 1559 homens) (Lisboa et al., 2006: 179). Uma análise pelo tipo de cargos revela-nos que a presença feminina é superior nos cargos intermédios de apoio à decisão, como Chefes de Gabinete (17,8%), Adjuntas e Assessoras, onde as mulheres estão em maioria (51,1% e 51,9%, respectivamente). Nas posições de topo, apenas 7,1% são ocupadas por mulheres. A escassez é bem ilustrada pelo cargo de Primeiro-Ministro, apenas ocupado por uma vez, e por nomeação presidencial, uma mulher em 1978.

Variados autores (Norris e Inglehart, 2003; Norris, Lovenduski e Campbell, 2004; Baum e Espírito Santo, 2004) têm sistematizado os fatores explicativos da escassa presença de mulheres na política, cuja conjugação ajuda-nos a compreender a reduzida presença de mulheres no exercício de funções políticas em Portugal (Viegas e Faria, 2001).

Em primeiro lugar, encontramos fatores estruturais ou de recurso, relacionados com as condições socioeconômicas das mulheres, como as infraestruturas de apoio social e o seu nível educacional (nomeadamente as mais velhas). Em segundo lugar, o impacto das instituições políticas, como consequência do sistema eleitoral e da forma de organização dos partidos, não privilegiam a angariação de mulheres e a democratização dos partidos e dos parlamentos. Em terceiro lugar, correlacionado com o anterior, a permanência de fatores culturais que privilegiam atitudes discriminatórias de papéis baseados no gênero.

A estes fatores devemos juntar ainda um outro relacionado com o processo de socialização. Este, estruturado no gênero, contribui para que a política tenha uma relevância diferente na vida dos homens e mulheres. Tal como afirmam Norris, Lovenduski e Campbell (2004: 20):

The process of partisan dealignment may potentially have gone further and faster in eroding loyalties among women than men. Gender differences common in informal social networks and lifestyles, as ubiquitous as those found in membership of football clubs, women's institutes and art societies,

may also lead women and men to differ in their interests and thus in their membership of different types of community groups and associations because the rules deterred them.

Mulheres e homens não partilham as mesmas hipóteses no acesso a posições de topo e exercício de poder. Quanto mais subimos na escala hierárquica, menor é a probabilidade de encontrarmos mulheres. Por outro lado, o acesso aos *media* e o perfil dos atores com protagonismo midiático, nomeadamente no espaço de comentário, são um reflexo da estrutura de poder social, econômico, político e cultural da sociedade onde se inserem. Neste enquadramento, pretendemos saber qual é a distribuição dos gêneros no espaço *Opinião* e o que este lugar de poder nos diz acerca da democraticidade da sociedade portuguesa.

## **Análise empírica**

### *Metodologia*

Neste estudo definimos por comentadores o conjunto de colaboradores permanentes que cada jornal assume como os seus produtores formais de opinião. Podemos identificar os comentadores de acordo com a sua apresentação gráfica: caixa em destaque, com ou sem foto, e que aparecem em páginas cujos títulos referenciais remetem para o espaço *Opinião* e identificamo-los, igualmente, tendo em conta a assiduidade e periodicidade da sua colaboração.

Para esta pesquisa foram analisados quatro jornais de referência portugueses: os diários Diário de Notícias (DN) e Público e os semanários Expresso e Visão, entre 2000 e 2005. Estes são os principais *agenda-setters* das várias agendas públicas portuguesas, nomeadamente da política e dos outros *media*. Os títulos foram ainda escolhidos tendo em conta a sua orientação ideológica, oscilando entre o centro-esquerda (Público e Visão) e o centro-direita (Diário de Notícias e Expresso).

A escolha do período temporal deve-se ao fato de pretendemos avaliar em que medida as transformações da condição da mulher na sociedade portuguesa visíveis de forma mais notória a partir dos anos 1990, e já identificadas, se refletiram no espaço *Opinião* na primeira metade do novo milênio, entre 2000 e 2005.

Esta investigação tem como principal objetivo captar as tendências evolutivas do nosso objeto de estudo. Consideramos que a utilização de uma metodologia quantitativa-extensiva é a que melhor se adequa ao tipo de recolha de informação que efetuamos. O espaço *Opinião* é uma seção fixa do jornal que vive, precisamente, da assiduidade, compromisso e rotina da participação dos seus colaboradores permanentes. Por esta razão construímos um período-amostra: janeiro, maio e setembro de cada ano. Consideramos que os dados recolhidos em três meses de cada ano são

suficientes para fazer o levantamento exaustivo dos colaboradores permanentes, entre 2000 e 2005.

Começamos por efetuar o levantamento exaustivo das colaboradoras permanentes nos jornais referidos. Este levantamento permite-nos saber quantas são as colaboradoras permanentes do espaço *Opinião* e como evoluiu a sua presença ao longo dos anos analisados.

Num segundo momento pretendemos saber quem são as comentadoras da imprensa de referência portuguesa e saber onde são prioritariamente recrutadas. Sabemos que o recrutamento tem duas vias possíveis: dentro da profissão jornalística ou externa ao campo dos *media*. Pretendemos saber como se tem processado esse recrutamento e conhecer o perfil das comentadoras.

Para traçarmos o seu perfil construímos uma biografia profissional de cada uma das colaboradoras a partir das seguintes categorias (Mills, 1981; Bottomore, 1974): Academia (docência, investigação ou publicações científicas); Cultura (atividades relacionadas com as artes (atores, artistas plásticos, escritores,...)); Igreja (sacerdócio ou grupos afetos à Igreja); Jornalismo (profissionais do jornalismo); *Media* (profissionais dos *media* que não são jornalistas); Militar (membros das forças armadas); Política (deputados, governantes, militantes); Profissões Liberais/Quadros Superiores (profissionais liberais, quadros superiores de instituições públicas/privadas).

Na base desta pesquisa encontramos um conjunto de interrogações: Qual é a presença de mulheres no espaço *Opinião* e como tem evoluído a sua presença ao longo dos anos? Quem são as comentadoras na imprensa de referência portuguesa e de que campos sociais são provenientes? Na seção que se segue apresentamos os dados que nos permitirão responder às questões que estão na base desta investigação.

## O gênero no espaço *Opinião*

Pelo espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa passaram, entre 2000 e 2005, 249 comentadores, 217 homens e 32 mulheres (Quadro 1). Os dados demonstram que existe um grande desequilíbrio entre os gêneros nos títulos analisados. Esta é uma seção marcadamente masculina, com os homens a ocuparem 87% e as mulheres 13% do espaço de comentário dos jornais analisados.

**Quadro 1: Comentadores por gênero (2000-2005)**

Comentadores	V.A.	V.R.
Homens	217	87%
Mulheres	32	13%
Total	249	100%

O Quadro 2 permite-nos acompanhar a presença das comentadoras em cada um dos anos analisados. Numa primeira análise, em termos evolutivos podemos afirmar que o número de mulheres aumentou. No último ano em estudo, em 2005, encontramos mais 5 mulheres a escrever do que em 2000, passando de 12 para 17 colaboradoras.

**Quadro 2: Evolução da presença das Comentadoras (2000-2005)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005
12	21	22	20	17	17

Os dados permitem-nos, todavia, verificar que o crescimento da presença feminina se torna residual quando comparado com os colaboradores homens (Quadro 3). Entre 2000 e 2005, a presença masculina aumentou de 84 para 135 elementos, enquanto a feminina subiu de 12 para 17.

**Quadro 3: Evolução da presença dos comentadores por gênero, 2000-2005**

Comentadores	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Homens</b>	84	94	104	101	102	135
<b>Mulheres</b>	12	21	22	20	17	17
<b>Total</b>	96	115	126	121	119	152

A comparação entre 2000 e 2005 permite-nos constatar que a presença masculina foi sempre significativamente superior à das mulheres e que esta disparidade não só se manteve como aumentou ao longo dos anos.

Numa perspetiva longitudinal, entre 2000 e 2005, verificamos que houve uma ligeira subida da presença feminina no universo dos comentadores da imprensa de referência portuguesa. Todavia, essa subida é muito pouco significativa, tendo em conta que a disparidade entre os gêneros se mantém extremamente elevada.

No cômputo geral, podemos afirmar que o investimento nesta seção foi feito principalmente através do convite a comentadores-homens, que a carteira de comentadores tem sido marcadamente masculina e que a política de investimento neste espaço foi feita à margem das mulheres.

### **O perfil das Comentadoras**

Na primeira metade dos anos 2000, a maioria das mulheres colunistas foram recrutadas nas redações dos jornais (Quadro 4). Das 31 comentadoras do espaço *Opinião* que conseguimos identificar, 19 provêm do Jornalismo, 5 da Política, 3 da Academia, 3 da Cultura e 2 da área dos *Media*.

#### Quadro 4: Perfil das Comentadoras (2000-2005)

Academia	Cultura	Jornalismo	Media	Política
3	3	19	2	5

Verificamos assim que a maioria das colaboradoras são recrutadas internamente ao campo jornalístico e exercem a profissão no jornal onde escrevem a coluna de opinião, à exceção de Maria Elisa que fez a carreira de jornalista na RTP e é comentadora no Diário de Notícias. As colunistas oriundas da Política repartem-se entre 3 do Partido Socialista (PS), uma do Centro Democrático Cristão (CDS) e uma outra do Bloco de Esquerda (BE).

O fato da maioria destas colaboradoras ser profissional no próprio jornal revela-nos que elas são recrutadas “via” redação do jornal, no contexto profissional dos recrutadores. Este dado pode também dar-nos uma leitura de autosuficiência ou política de satisfação das necessidades internas de reconhecimento e reforço de estatuto simbólico das mulheres jornalistas das publicações em análise. Mas, por outro lado, o fato de a minoria destas colunistas não pertencer ao campo jornalístico, não deixa de nos levar a concluir que as direções dos jornais não conseguem “identificar” na sociedade portuguesa mulheres com relevo público nas mais variadas áreas para as tribunas de opinião.

Verificamos que no que diz respeito às mulheres presentes no espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa que os títulos analisados revelam ter uma política de fechamento e não de abertura e visibilidade às mulheres com protagonismo nos mais variados campos sociais em Portugal e que este espaço simbólico reproduz a sub-representação das mulheres nos mais variados poderes na sociedade portuguesa (Baum e Espírito-Santo, 2004; Lisboa et al., 2006).

#### **Discussão dos resultados**

Tendo em conta o enquadramento social, cultural e político da condição feminina em Portugal, já apresentado, consideramos que para a explicação da escassa presença de mulheres no espaço *Opinião* e para o seu perfil profissional concorrem vários fatores que passamos a descrever.

Um elemento determinante para a explicação desta realidade é a sub-representação das mulheres nos campos sociais de poder, espaços de onde provêm tradicionalmente os comentadores, como o campo político. Na sociedade portuguesa os obstáculos de cariz formal já foram removidos e a igualdade de oportunidades adquirida, mas a sub-representação feminina nas diversas esferas de decisão económica, social e cultural mantém-se, revelando-se nestes centros de poder sinais de disparidade com base no gênero (Viegas e Faria, 2001).

Importa também ter em conta a persistência na sociedade portuguesa dos papéis tradicionais sustentados no gênero e que afastam as mulheres dos lugares de decisão e de intervenção pública. Existem elementos culturais que enformam as representações sociais dos homens e das mulheres em características “essencialistas” (Vala, 2003).

Estas representações afastam as mulheres dos lugares de decisão e de intervenção pública, quer pelo fato de não serem escolhidas para determinadas funções, quer por autoexclusão, por terem interiorizado um conjunto de possibilidades para si estruturadas numa concepção tradicional e estrita do gênero.

Este aspecto é reforçado pelo discurso midiático. Tal como referiu pela primeira vez Gaye Tuchman em 1978, os *media* noticiosos tendem a efetuar uma *aniquilação simbólica* das poucas mulheres que se movem nos espaços de poder. A incapacidade de conseguirem fazer chegar o seu discurso ao grande público (por causa da invisibilidade a que os *media* as sujeitam) e a perpetuação de conteúdos que trivializam ou vitimizam as mulheres, tal como os dados do GMMP (2005) o demonstram, reforçam as imagens estereotipadas que tendem a sedimentar representações sexistas.

Este fator pode ser relacionado com o perfil profissional das comentadoras. Os espaços privilegiados de recrutamento dos comentadores homem, como a política, academia, profissões liberais (Figueiras, 2008) são assim diferentes dos das mulheres, tal como este estudo assinala. Tendo em conta a aniquilação simbólica exercida pelos *media*, compreende-se que a redação se apresente como o local privilegiado de angariação de mulheres para o espaço *Opinião*. Esta perspectiva ajuda-nos a perceber porque é que das 32 mulheres colunistas 19 vêm do jornalismo, estando elas também em maioria nas redações portuguesas (GMMP, 2005: 119).

Devemos, também, ter em conta o papel dos *opinion gatekeepers* no reforço desta tendência. Estes são os elementos nas redações que têm o poder de escolha e decisão nos convites efetuados, nomeadamente, a direção. Sendo a direção dos jornais, desde sempre, dominada por homens, os critérios de recrutamento tendem a privilegiar valores e normas masculinas. Neste sentido não surpreende que nos espaços de *Opinião* predominem, igualmente, os homens.

Importa ainda equacionar o fator de identificação jornal-leitor. O perfil de leitores da imprensa, de acordo com os dados de 2004 da Tempo-OMD, caracteriza-se por ser majoritariamente masculino (71% de homens e 29% de mulheres) e daí pode também decorrer um fator adicional que, conjugado com todos os outros anteriormente referidos, ajuda a explicar e a compreender o perfil profissional das comentadoras e a sub-representação das mulheres nas colunas de opinião.

## **Conclusão**

Nos últimos anos, e na maioria dos países democráticos ocidentais, a presença de mulheres em múltiplas atividades aumentou consideravelmente. No entanto, pra-

ticamente todos os estudos são também unânimes em considerar que há diferenças de oportunidades entre homens e mulheres no acesso a lugares de decisão da vida pública e que o controle das posições de topo é crucial para a manutenção destas desigualdades.

No que diz respeito ao caso português, os estudos apresentados permitiram-nos constatar que a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho e a sua crescente escolarização (Viegas e Faria, 2001; Barreto, 2002; Baum e Espírito Santo, 2004; Cardoso e Costa, 2005) ainda não permitiram superar os obstáculos do acesso das mulheres aos círculos de poder. Tal como vimos, as elites portuguesas têm-se renovado pouco (Costa Pinto e Freire, 2003). A disparidade entre os gêneros é elevada no mundo empresarial (Lisboa et al., 2005), na política (Viegas e Faria, 2001) e, tal como o nosso estudo demonstra, ainda muito mais acentuada no espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa.

Entre 2000 e 2005, as mulheres ocuparam uma quota de 13% no universo dos comentadores. Este é ainda mais expressivo tendo em conta a disparidade existente entre os gêneros no comentário e as profundas transformações da condição feminina que se têm assistido nas últimas décadas em Portugal.

E ainda que algumas destas mulheres, nomeadamente as comentadoras identificadas neste estudo, tenham uma elevada visibilidade na sociedade portuguesa, não deixam de encarnar o que os estudiosos do gênero definem por “mulheres-álibi” (Baum e Espírito-Santo, 2004). Esta designação refere-se às “poucas mulheres muito bem sucedidas nos meios de comunicação ou noutras áreas inesperadas, dando a impressão de que a condição feminina em Portugal é melhor do que a verificada efetivamente” (Baum e Espírito-Santo, 2004: 270).

Os dados que apresentamos neste trabalho permitem-nos concluir que existe um claro fechamento dos círculos de maior concentração de autoridade e poder às mulheres. À imagem do que se verifica noutros campos de poder, que revelam um grave déficit democrático, também o espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa é uma espécie de *no woman's land* (Viegas e Faria, 2001; Costa Pinto e Freire, 2003). E sendo este um local de reconhecimento social, a escassa presença de mulheres leva-nos a afirmar que neste espaço de poder verifica-se uma desigualdade de gêneros de segunda ordem.

A persistência destas características tende a dificultar algumas das transformações em curso no país, reforçando a percepção social dos papéis tradicionalmente associados à mulher. No entanto, e tendo em conta as variadas conquistas e transformações ocorridas na condição feminina em Portugal, espera-se que esteja para breve a erosão definitiva da barreira invisível que tem bloqueado o acesso das mulheres aos mais variados lugares de topo na sociedade portuguesa.

Rita Figueiras

Professora da Universidade Católica Portuguesa (UCP)

## Notas

1. Portugal participou pela primeira vez no projecto *The Global Media Monitoring Project* (GMMP) em 2005. Os dados referentes à televisão, rádio e imprensa são recolhidos num dia aleatoriamente escolhido precisamente para captar as práticas dominantes na rotina jornalística, sem estar marcado por nenhum aniversário ou comemoração em particular.
2. O Código Civil de 1967 definia o homem como líder da família, com o poder de tomar todas as decisões em relação ao cônjuge e restantes membros. In: Lisboa *et al*, 2005.
3. A percentagem de mulheres em funções empresariais e de direção, quase residual (6,6%) no início dos anos 1960, mais do que quadruplicou entre 1960 e 1991 (27,1%) do empresariado e dos quadros diretores nacionais. In: Leite Viegas e Faria, 2001: 20.
4. A taxa de analfabetismo das mulheres foi sempre mais elevada que a dos homens. Em 1991 o analfabetismo atingia 14,1% de mulheres e 7,7% dos homens. Em 2001 estes valores desceram em ambos os casos, afetando 11,5% das mulheres e 6,3% dos homens. In: Barreto, 2002.
5. No que diz respeito à população sem trabalho, ao longo dos últimos 25 anos o desemprego global nunca ultrapassou os 10%, sendo a taxa de desemprego feminina, no entanto, superior à masculina em cerca de 15 a 20%. In: Barreto, 2002.
6. Dados de 2000 dizem-nos que os homens recebem 130,3% mais do que as suas companheiras de trabalho. In: Inquérito do Emprego, média anual 2000, INE.

## Referências bibliográficas

- BARRETO, António. *Tempos de incerteza*. Lisboa: Relógio d' Água, 2002.
- BAUM, Michael e ESPÍRITO-SANTO, Ana. Desigualdades de gênero em Portugal: a participação política das mulheres. In: FREIRE, André, MAGALHÃES, Pedro e LOBO, Marina (eds.). *Portugal a votos. As eleições legislativas de 2002*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2004. p. 111-56.
- BYSTROM, Dianne. Advertising, Web Sites, and Media Coverage. In: CARROLL, Susan e FOX, Richard (eds.). *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. p. 239-62.
- BOYLE, Karen. As meninas da *Playboy* e a Cultura Porno. In: *Media & Jornalismo*, 15, 8(2), 25-42, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- BRIKSE, Inte. *The Role of the Mass Media in the (Re)distribution of Power*. EU Report, Brussels: EU, 2004.
- CABRAL, Manuel Villaverde. O exercício da cidadania política em perspectiva histórica (Portugal e Brasil). In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 51, 31-60, 2003.
- \_\_\_\_\_. Confiança, mobilização e representação política em Portugal. In: FREIRE, André, MAGALHÃES, Pedro e LOBO, Marina (eds.). *Portugal a votos. As eleições legislativas de 2002*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2004. p. 301-31.
- CARDOSO, Gustavo, COSTA, António Firmino, CONCEIÇÃO, Cristina Palma e GO-MES, Maria do Carmo (eds.). *A sociedade em rede em Portugal*. Porto: Campo das Letras, 2005.

- CARROLL, Susan e FOX, Richard. *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
- COSTA PINTO, António e FREIRE, André (eds.). *Elites, sociedade e mudança política*. Oeiras: Celta Editora, 2003.
- EIE, Birgit. *Who Speaks in Television? A Comparative Study of Female Participation in Television Programmes*. Oslo: NRK, 1998.
- FALK, Erika. *Women for President. Media Bias in Eight Campaigns*. Chicago: University of Illinois Press, 2008.
- FAUSTINO, Paulo. *A imprensa em Portugal*. Lisboa: Media XXI, 2004.
- FIGUEIRAS, R. *O comentário político e a política do comentário*. Lisboa: Paulus, 2008.
- FRASER, Nancy. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In: *Social Text* (Duke University Press) 25 (26): 56–80, 1990.
- Global Monitoring Projec. *Who Makes the News?* In: <http://www.whomakesthenews.org/>. Acessado a 25 outubro 2010, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- INGLEHART, Ronald e NORRIS, Pippa. *Rising Tide. Gender Equality and Cultural Change Around the World*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- LISBOA, Manuel, FRIAS, Graça, ROQUE, Ana e CEREJO, Dalila. Participação das mulheres nas elites políticas e econômicas no Portugal democrático. In: *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*, 18: 163–87, 2006.
- LOUW, Eric. *The Media and Political Process*. London: Sage Publications, 2005.
- LUHMANN, Niklas. *Poder*. Barcelona: Editorial Anthropos, 1995.
- MACHADO, Fernando e COSTA, António Firmino. Processos de uma modernidade inacabada. In: LEITE VIEGAS, José Manuel e COSTA, António Firmino (eds.). *Portugal, que modernidade?* Oeiras: Celta, 1998.
- McNAIR, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge, 2003.
- MOUSTGAARD, Ulrikke. *The Handbag, the Witch and the Blue-eyed Blondes: Mass Media in (Re)distribution of power*. EU Report, 2004.
- NIMMO, Dan e COMBS, James. *The Political Pundits*. New York: Praeger, 1992.
- NORRIS, Pippa, LOVENDUSKI, Joni e CAMPBELL, Rosie. *Closing the Activism Gap. Gender and Political Participation in Britain*. Cambridge: Harvard Press, 2004.
- NUNES DE ALMEIDA, Ana. Família, conjugalidade e procriação: valores e papéis. In: VALA, Jorge. *Valores sociais: mudanças e contrastes em Portugal e na Europa*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003. p. 47–93.
- PATTERSON, Thomas. Tendências do jornalismo contemporâneo. In: *Revista Media & Jornalismo*, Coimbra: MinervaCoimbra, 2, 2003, 19–47.
- SEMETKO, Holli e BOOMGAARDEN, Hajo. Reporting Germany's 2005 Bundestag Election Campaign: Was Gender an Issue?. In: *Press/Politics* 12(4): 154–71, 2007.
- SINGH, Val e VINNICOMBE, Susan. *Why So Few Women Directors in Top UK Boardrooms? Evidence and Theoretical Explanations*. Blackwell Publishing, 2004.
- TORRES, Anália. *Vida conjugal e trabalho*. Oeiras: Celta Editora, 2004.

TUCHMAN, Gaye. Introduction: the Symbolic Annihilation of Women. In: TUCHMAN, Daniels and BENET, James (eds.). *Hearth & Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press, 1978. p. 3-38.

TUCHMAN, Gaye. Media, gênero, nichos. In: *Media & Jornalismo*, 15, 8(2), 15-24, 2009.

VALA, Jorge. Introdução. In: VALA, Jorge. *Valores sociais: mudanças e contrastes em Portugal e na Europa*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003. p.27-44.

VAN ZONEN, Liesbet. *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, 2005.

VIEGAS, José Manuel e FARIA, Sérgio. *As mulheres na política*. Oeiras: Celta, 2001.

WOLTON, Dominique. *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel, 1999.

## **Resumo**

Nas últimas décadas, a mudança dos valores e costumes em Portugal têm contribuído para a profunda transformação da condição feminina no país. Neste artigo analisamos a presença das mulheres no universo dos comentadores da imprensa de referência portuguesa tendo por base um conjunto de interrogações: Qual é a presença de mulheres no espaço *Opinião*? Como tem evoluído a sua presença ao longo dos anos? Quem são as comentadoras e de que campos sociais são provenientes? Os resultados mostram-nos que existe uma grande disparidade entre os gêneros e à imagem do que se verifica noutros campos de poder, o espaço *Opinião* da imprensa de referência portuguesa é uma espécie de *no women's land*.

## **Palavras-chave**

Gênero; Comentadores; Imprensa de referência; Democracia.

## **Abstract**

*Women as Pundits in the Portuguese Quality Press*

In recent decades, the position of women in Portugal has undergone major transformation due to changes in values and practices. In this article women's presence in the op-ed section in the Portuguese mainstream press will be analyzed. This study aims to answer several questions: Is this a balanced gender space? How has their presence evolved throughout the years? Who are these women? And from which social fields are they being recruited? The results show that there is a huge disparity between genders and as in other fields of power, this space is a no woman's land.

## **Keywords**

Gender; Pundits; Mainstream Press; Democracy.