

# GÉNERO E REPRESENTAÇÃO PÚBLICA:

Realidades e Desejos

JUANA GALLEG

UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE BARCELONA

## Resumo

Os meios de comunicação são, actualmente, o grande fórum estratégico onde se tratam a maioria das questões públicas e mesmo privadas. Este texto reflecte sobre a representação informativa global que se faz das questões de género e sobre o desigual tratamento que se atribui a homens e mulheres, e que tanta incidência pode ter na manutenção e perpetuação da desigualdade. A confusão que se pode observar na representação pública dos temas de género produz-se porque estamos a assistir a profundas transformações que têm que ver com o que até há pouco parecia imutável: os papéis sexuais. Os papéis sociais que durante séculos se tinham atribuído a homens e mulheres já não servem, e ainda não parece que seja muito claro qual vai a ser a mudança.

Porque se continua a reproduzir uma disparidade de tratamento informativo entre homens e mulheres? Porque se recorrem, repetidamente, a estereótipos obsoletos? Porquê essa assimetria na representação? E, mais importante, porque se converte essa representação assimétrica em sanção? Este texto procura responder a estas questões.

## Palavras-chave

Género; representação pública; jornalismo.

### 1. Género, jornalismo e sociedade

Tal como eu o entendo (Gallego, 2003), o *jornalismo social* é aquele que aborda, trata e dissecá os desafios mais importantes que uma qualquer sociedade enfrenta num momento concreto, com a intenção de fazer com que esses temas passem a integrar a agenda pública e sejam debatidos e conhecidos pelos cidadãos. O objectivo não pode ser outro que não o de procurar as causas e a resolução – mediante a exposição e/ou tratamento informativo – dos problemas sociais que a sociedade en-

frenta. Para que mais serviria a actividade de tantos profissionais, homens e mulheres, que se dedicam a fazer um acompanhamento informativo dos diversos assuntos que acontecem no mundo?

Se, em geral, isto deveria ser assim nas múltiplas vertentes e especializações do jornalismo, torna-se fundamental quando se trata do âmbito daquilo a que se chamou *jornalismo de interesse social* ou, segundo a minha definição, *jornalismo de sociedade*, que, longe de ser aquele que dá conta das andanças, festas e enlaces matrimoniais – ou suas dissoluções – das celebridades, é o espaço de relação onde convergem a acção da sociedade civil, dos indivíduos e das instituições sociais.

As páginas ou espaços da área de sociedade são os cenários que acolhem – ou deveriam acolher – os assuntos que exigem ser debatidos pela cidadania, já que quase sempre são temas que afectam *toda a sociedade* e não apenas uma parte dela. Enquanto outros âmbitos da actividade jornalística recolhem assuntos que podem interessar a alguns grupos concretos, mais ou menos numerosos, não há tema de interesse social que não afecte, de uma forma ou outra, todos os cidadãos. É impossível pôr em marcha iniciativas políticas que afectem a sociedade sem contar, de alguma maneira, com ela: seja uma nova lei de educação, uma reforma das pensões, as prestações da segurança social, a política de imigração ou a violência contra as mulheres e outros, exercida no âmbito privado.

## 2. Representação actual de homens e mulheres nos meios de comunicação

Seguindo esta lógica, um dos problemas sociais a que há que fazer face é a persistente desigualdade entre homens e mulheres que ainda, e apesar de todos os avanços legais, constitui um desafio fundamental, tanto a nível nacional como internacional.

Naturalmente, esta é uma desigualdade transversal, na medida em que não se limita apenas a alguns âmbitos sociais, mas que é evidente em qualquer sector da actividade humana.

Neste texto vamos centrar-nos não apenas nos temas ou problemas que afectam a desigualdade entre homens e mulheres e que são abordados em geral nas páginas de sociedade – maus tratos, violência, desigualdade laboral, discriminação em função do sexo, etc. – mas na representação informativa das questões de género e no tratamento que se dá às mulheres, e que tanta incidência pode ter na manutenção e perpetuação da desigualdade. Dito de outra forma, a desigualdade social continua

a reproduzir-se porque há um tratamento desigual quando se representam homens e mulheres nos meios de comunicação, por um lado, e, por outro, porque existe um grande desconhecimento e confusão sobre como abordar as questões de género.

Esta confusão surge porque estamos a assistir a profundas transformações que têm que ver com o que até há pouco parecia imutável: os papéis sexuais. Os papéis sociais que durante séculos se tinham atribuído a homens e mulheres já não servem, e ainda não parece muito claro qual será a mudança.

Porque se produz a disparidade de tratamento informativo para homens e mulheres? Porque se recorre, repetidamente, a estereótipos caducos e anacrónicos? Porquê essa assimetria na representação? E, mais importante, porque se converte essa representação assimétrica em sanção informativa?

#### Nós e elas

Os meios de comunicação produzem um discurso que toma como centro o ponto de vista dominante na sociedade. Nesta perspectiva masculina define-se o centro (Nós) e a periferia (Elas). Fixemo-nos no facto de este *nós* ser composto por homens e mulheres profissionais que partilham uma mesma cultura profissional jornalística e de ele não ser outra coisa senão os pressupostos em que assenta a actividade informativa que, entre outros factores, escolhe o que é significativo em termos de proeminência, interesse, novidade, curiosidade, pertinência, distanciamento, significação, facticidade, etc.

#### Ele é verbo. Ela atributo

Nesta cosmovisão dominante pela qual o discurso informativo se produz, os homens são verbo, e o verbo é acção. Os homens são sujeitos que agem, que fazem coisas, que se movem, que protagonizam factos e este fazer é narrado mediante verbos na voz activa. Elas, as que não são *nós*, são o objecto observado, que não fazem parte do centro a partir do qual se observa e se narra. Daí que as mulheres sejam apresentadas pelo que são, não pelo que fazem. Elas são atributo, ou complemento do verbo ser. “Uma *sex-symbol* ao volante” era o título da versão electrónica do *El Mundo* (21/04/2008) para a vitória de Danica Patrick numa carreira de automobilismo, sem que consigamos saber pelo título se estava a passear ou se tinha tido um triunfo.

Como objecto observado que é, adquire muita importância a sua indumentária, os seus gestos, a sua atitude, numa palavra, o seu aspecto físico, enquanto objecto que é minuciosamente observado a partir do exterior. A diferença entre verbo e atributo é

enorme, porque não é o mesmo apresentar os protagonistas na sua acção, ou como uma qualidade do ser. O verbo implica acção, dinamismo, mudança, possibilidade de evoluir, rectificar. O ser não muda, permanece impassível, estático, imanente em si próprio, sem possibilidade de avanço ou progressão.

Qualquer mulher que se destaque em alguma coisa pode ser coroada como rainha, um dom que se atribui com demasiada frequência nas páginas dos jornais. A *rainha* pode ser sucessivamente Isabel Preysler, María Sharapova, Venus Williams, Justine Henin, Yelena Isinbayeva, Madonna, Julieta Venegas, Carme Ruscalleda ou... a mais famosa narcotraficante do México: "Uma rainha da coca entre grades" (*El País*, 1/10/07). Muda a pessoa, mas não o título. A mais recente rainha quando se escrevem estas linhas é Josephine Onya, "A herdeira, no trono", num título do *El Mundo* (2-06-2008).

A mulher como género. O homem como indivíduo

Esta representação é, além disso, desigual, dado que os homens são representados na sua acção individual. Nenhum homem se vê representado na acção de outro. As mulheres são representadas como género, colectivamente. Daí que as mulheres com muita frequência se sintam envolvidas e julgadas como género, o que não se passa com os homens, porque cada homem se torna responsável apenas pela sua actuação. Títulos como "As mulheres dão o salto", "Elas ao poder", "Mulheres, não, Mulheres ao comando", "Uma mulher ao ataque", "Uma mulher para governar a Alemanha", "Mulheres no exército", todos saídos em jornais nos últimos anos, falam definitivamente, não de uma mulher concreta, com nome e apelidos, mas de *uma mulher, qualquer mulher, as mulheres* em geral.

Mulheres excepcionais

Dado que definimos que a informação é construída do ponto de vista masculino e representa a cosmovisão dominante (do *nós*), as mulheres que conseguem fazer algo significativo nesse centro conseguem-no porque são *excepcionais*, e daí que o resultado sejam títulos como "Paquistão: A primeira mulher presidente do parlamento", (20/03/08), "Chacón, primeira mulher à frente da Defesa", (12-04/08), "Ángela Murillo, primeira mulher à frente dos julgamentos da ETA" (16-04/08, todos eles no jornal *El País*).

Neste sentido, deveremos dizer que o jornalismo é, por definição, o discurso da excepcionalidade, e tudo o que em princípio rompe o quotidiano, inverte o estereóti-

po ou vai contra a norma converte-se em significativo, informativamente falando. Daí que também se possa intitular “Um homem dirigirá a luta contra a violência machista” (*El País*, 18/04/08), um dos poucos títulos em que se utiliza o género masculino para sublinhar o facto extraordinário de que um varão esteja a chefiar um departamento que, em teoria, seria *próprio* que estivesse em mãos femininas. Ao colocar em relevo a ruptura da norma, afirma-se implicitamente que tal não deveria acontecer, que constitui uma exceção e que seria necessário restaurar a norma ou, pelo menos, ficar na expectativa, vigilante, para ver o que acontece. Creio que não deveria aplicar-se o mesmo esquema quando *o excepcional* é um homem. Defendo que homens e mulheres possam ocupar qualquer cargo ou lugar sem assinalar implicitamente que o normal seria o contrário.

É evidente que o que é feminino ou masculino sofreu uma transformação com a evolução social. As identidades de género mudaram e vão continuar a mudar, de forma que o que é próprio de homens ou mulheres vai deixar de ser transcendente num futuro próximo. Por isso, creio que já não podemos continuar a falar de um primeiro sexo (os homens) e um segundo (as mulheres). Nem de um sujeito, o homem, que define o mundo e um objecto, a mulher, que é definida por ele, à medida que o novo estado de consciência das mulheres nos leva a considerar que elas se vêem a si próprias como sujeitos de pleno direito, cidadãs com plena capacidade para agir e traçar o seu próprio projecto de vida. Por tudo isso, os meios de comunicação deveriam fazer um esforço para modificar os velhos esquematismos, reposicionar os seus procedimentos e produzir um discurso que servisse como acicate de uma plena equiparação entre homens e mulheres. Em vez disso, parece que continuam a ser perpetuadores e reprodutores de velhos clichés que não correspondem à realidade, clichés que por vezes são anacrónicos, outras ridículos, sempre insidiosos, e, com frequência, injustos e discriminatórios.

### 3. Opções para o futuro: a perspectiva de género aplicada à informação

Proponho alguns mecanismos muito fáceis de introduzir que poderiam ajudar a melhorar a representação informativa das mulheres, na medida em que não se trata de formas de agir individuais, mas colectivas.

a) *Representar as mulheres como sujeito que actua, e não como objecto observado.* Isso implica deixar de considerar o homem como o sujeito que define e observa o

mundo, e ver as mulheres como sujeitos autónomos que actuam nos mesmos cenários que eles. Comparemos estes dois títulos, de um mesmo evento e publicados numa mesma página do *El País* (8/06/07): “Ténis Roland Garros: ‘Nadal evita a técnica porque é o mais forte’”; em baixo: “A rainha de Paris contra a princesa da água”. É fácil dar-se conta que, no primeiro caso, é um sujeito com nome próprio que age, e, no segundo, dois títulos honoríficos que se confrontam, mas não sabemos nem quem são, nem por que confrontam. As consequências desta linguagem metafórica (e, além disso, vulgar) é que se escamoteia o esforço realizado, neste caso, pelas tenistas Justine Henin e Anna Ivanovic, a quem se atribui *graciosamente* uma distinção. À audiência escamoteia-se a informação básica. Igualmente, no título “Hamilton arrasa no caos” vemos um sujeito que faz algo. Em “A sirene da Europa” (ambos títulos no *El País*, 17/03/08) não sabemos de quem se fala, nem por quem foi protagonizada. Como em “A primeira dama” (*El País*, 1-06-2008), título gentil sob o qual poderia falar-se de qualquer mulher consorte de algum político actual, incluindo Carla Bruni, mas que, no entanto, fala da campeã hípica Beatriz Ferrer-Salat. “A viúva negra portuguesa” (*El Mundo*, 25-04-08) é a alcunha atribuída às sucessivas mulheres que mataram ou tentaram matar o marido ou o parceiro, equiparando-as a essa temível aranha, mas nada se diz da acção concreta protagonizada por essa tarântula, a não ser que é portuguesa.

b) *Representar as mulheres na sua acção individual, e não como género ou grupo.* Pela simples razão de que cada pessoa tem que ser responsável pelos seus actos. A acção de uma mulher não tem que ser representativa de todas as outras. Como no caso dos homens. Se uma mulher fizer alguma coisa bem, elogia-se, se fizer mal, critica-se, mas sempre pela acção individual que protagonizou, e não pela sua pertença ao género feminino. As mulheres que protagonizem uma notícia deverão ser reconhecidas pelos seus méritos ou deméritos pessoais, que apenas a ela incumbem, tornando-se assim responsável pela sua própria actuação. “Uma mulher chega ao poder em África” (*El País* 12/11/05), “Uma mulher para o Eliseu” (ADN, 27/11/07); digamos o seu nome e assim saberemos que se trata de uma mulher, porque não é *uma mulher qualquer*, mas Ellen Johnson-Sirleaf e Sérgolène Royal, respectivamente, mulheres concretas com nome e apelidos que não são representativas de ninguém que não elas próprias.

c) *Deixar de representar as mulheres como protagonistas de factos excepcionais.* Poder-se-á objectar ao que acima dissemos, dizendo que o que se pretende é pôr em

relevo os êxitos femininos, já que em alguns casos representam autênticos marcos históricos. Pode ser que a princípio fosse necessário destacar a *excepциональность* do que as mulheres faziam pela primeira vez, mas actualmente essa monotonia de “ser a primeira” em alguma coisa produz o efeito de estar sempre a começar, de não ter história nem genealogia, de ausência de avanço ou progressão. Haverá sempre uma mulher a ser primeira em alguma coisa. Que uma mulher chegue a qualquer área de poder, político, económico, cultural ou desportivo, já não deve espantar, deve ser assumido como parte do quotidiano. Já passou a época das pioneiras, não é em vão que estamos no século XXI.

d) *Dar o mesmo tratamento informativo no que toca a identificação, respeito, perguntas formuladas, etc.* Às mulheres é preciso dar informativamente o mesmo respeito com que se informa acerca dos homens. Haverá que identificá-las pelo seu nome ou apelido (ou com o seu apelido), como pode ser habitual. Não é adequado falar de Ségolène (Royal), de Hillary (Clinton), de Cristina (Fernández), de Esperança (Aguirre), de Soraya (Sáenz de Santamaría), de Condi (Condolezza Rice), de Ingrid (Betancourt), de Rita (Verdonk, ministra holandesa) como se fossem a nossa vizinha, sendo quase todas elas presidentes ou políticas de reconhecida actividade pública. Da mesma forma que não se fala de José Luís (Rodríguez Zapatero), José M. (Aznar), Nicolás (Sarkozy), Mariano (Rajoy), Juan José (Ibarretxe), José (Montilla) ou Vladimir (Putin), etc. Isto não deve ser apenas por mimetismo, mas porque no fundo o que está subjacente às fórmulas de tratamento é a seriedade, rigor e credibilidade que se atribui a cada pessoa. Deixemos os diminutivos para a intimidade, para os nossos familiares e amigos.

e) *Introduzir a perspectiva de género em todas as questões colectivas que sejam significativas.* Por último, proponho um instrumento ou ferramenta que possa servir aos profissionais para abordar adequadamente as questões de género na sua vertente colectiva. O facto de as mulheres terem conseguido êxitos sociais evidentes ou se ter generalizado um novo estado de consciência que faz com que as mulheres se vejam a si próprias como sujeitos em pé de igualdade com os homens não implica que estejam na mesma posição social. Isto é, continua a existir desigualdade. Ou mesmo que homens e mulheres têm diferentes experiências e atitudes perante a vida. Por isso, dado que homens e mulheres – ainda que iguais em direitos e deveres – continuam a ocupar posições sociais diferentes, faz falta introduzir a perspectiva de gé-

nero em todas as questões colectivas que afectem diferentemente uns e outras. A perspectiva de género aplicada à informação é a ferramenta que torna possível dar sentido à desigualdade e à diferença entre os géneros. Por exemplo: "Os homens têm empregos melhor remunerados quando saem da universidade" (*El País*, 17/02/06); "O cancro castiga mais os homens" (*El Periódico de Catalunya*); "Os rapazes prestam mais atenção aos objectos, as raparigas às pessoas" (*El País*, 25/03/08); "As mulheres já criam mais empresas que os homens" (*La Vanguardia*, 25/08/02); "36 países mantêm a discriminação das mulheres nas suas leis nacionais" (*El País*, 07/03/06), etc.

Com este instrumento conceptual não se está a dizer que os profissionais tenham que fazer um jornalismo *a favor das mulheres*, mas trata-se simplesmente de reconhecer que as diferenças de posição social entre homens e mulheres existem e, dado existirem e serem significativas, também têm que ser percebidas no momento de informar. A perspectiva de género atribui um lugar às desigualdades que ainda, e em muitos aspectos da vida, continuam a perpetuar-se.

#### 4. A quem de direito: a responsabilidade dos profissionais perante as questões de género

Como já realcei em outros trabalhos anteriores (Gallego Ayala, 2001), a *cultura jornalística* é um conglomerado de ideias, crenças, convenções, pressupostos profissionais, rotinas e procedimentos que dão coesão ao trabalho das pessoas que se dedicam profissionalmente ao jornalismo. Entre esses pressupostos informativos, como dizia em parágrafos anteriores, não existe um lugar, nem um conceito a partir do qual se possam situar as questões de género. Daí que haja uma disparidade de tratamento tão notória e que se misturem sem um critério claro abordagens assimétricas, estereótipos anacrónicos, clichés caducos, por vezes juntamente com uma perspectiva de género aplicada intuitivamente.

Os profissionais, homens e mulheres, não são responsáveis pela desigualdade no mundo, nem por haver discriminação social, nem deveremos atribuir-lhes uma maldade intrínseca ao reproduzirem a realidade. É simplesmente um colectivo heterogéneo produto de uma determinada socialização, que possui uma cosmovisão que cimenta a sua actividade e que, juntamente com os outros, partilha o substrato cultural e ideológico do lugar do mundo onde nasceu e que bebe de uma larga tradição patriarcal. Mas se não são responsáveis por tudo isso, têm um acréscimo de responsabilidade,

dado terem nas suas mãos a possibilidade de apresentar aos outros propostas de leituras dessa realidade que eles e elas observam a partir de uma posição privilegiada. Já não podem escudar-se sob o clássico recurso de invocar a objectividade: são uma parte importante na construção da realidade e as suas escolhas, pontos de vista e enfoques são variáveis, na mesma medida em que o são os valores sociais e humanos que sustentam. Não há uma realidade exterior que eles reflectem, como se de um espelho se tratasse, dado que os e as profissionais, com as suas escolhas, contribuem para criar essa realidade e para orientar a forma como outros a irão perceber.

E não se trata, como alguns sectores propuseram, de haver mais mulheres nos media ou, pelo menos, maior presença nos cargos de responsabilidade. Creio que a maior ou menor presença feminina não é determinante para que haja um tratamento mais igualitário entre homens e mulheres nos conteúdos. São dois aspectos que há que começar a diferenciar: o primeiro está relacionado com o direito das mulheres a aspirar aos lugares que legitimamente possam, desejem ou queiram ocupar, e o segundo faz parte de como o colectivo de profissionais da informação aproxima, aborda ou representa as mulheres protagonistas da informação ou os temas colectivos que as afectam.

As mulheres representam, segundo os últimos estudos (cf. Livro Branco da Profissão Jornalística na Catalunha), 37% dos profissionais da informação na Catalunha, baixando para quase 26% entre os cargos directivos; noutro estudo publicado em Aragão, as mulheres têm 55% de presença entre as redacções dos meios de comunicação dessa comunidade, sendo 19% entre as direcções (Hervás Moreno, 2006) e, segundo o boletim anual da profissão jornalística da Associação da Imprensa de Madrid (2007), os homens representam 57% nas redacções de todos os media (imprensa, rádio, televisão, revistas, agências e Internet) enquanto as mulheres são 43%. As mulheres vão-se juntando pouco a pouco à profissão, ainda que menos nos meios que têm mais prestígio e poder<sup>1</sup>, e nos níveis mais baixos da profissão, mas mantêm-se as dificuldades para aceder aos níveis mais altos de responsabilidade. Esta lenta incorporação de profissionais é surpreendente, quando desde há mais de dez anos, nas faculdades de jornalismo, as mulheres representam mais de 70% da população estudantil.

---

1. Em 1992 as mulheres representavam 31% das salas de redacção e 11% nos cargos de responsabilidade na imprensa diária, segundo *El Sostre de Vidre* (Gallego Ayala & del Rio, 1994), o que significa que em 16 anos não se avançou nada no número de mulheres na imprensa escrita, elevando-se para 17,2% o número de mulheres com cargo. Parecem, por outro lado, mais permeáveis à mudança na rádio, na televisão e nas agências.

QUADRO COMPARATIVO: HOMENS E MULHERES NOS DIFERENTES MEIOS  
(COM EXPRESSÃO DE CARGOS), 2007-2008

	HOMENS	%	CARGOS	%	MULHERES	%	CARGOS	%	TOTAL H+M
<b>IMPRENSA</b>	774	68,5%	226	82,8%	356	31,5%	47	17,2%	1130
<b>TELEVISÃO</b>	185	53,3%	33	56,9%	162	46,7%	25	43,1%	340
<b>RÁDIO</b>	221	56,5%	108	69,2%	170	43,5%	48	30,8%	391
<b>AGÊNCIAS</b>	45	51,1%	10	45,5%	43	48,9%	12	54,5%	88
<b>TOTAL</b>	1225	62,6%	377	74,1%	731	37,4%	132	25,9%	1949

Fonte: Elaboração própria com dados do Anuário da Comunicação, editado pelo Colegio de Periodistas de Cataluña, 2007-2008

Isto no que toca à presença quantitativa, mas não há ainda nenhum estudo mais ou menos rigoroso que se tenha centrado nos aspectos qualitativos, isto é, que tenha demonstrado que os e as jornalistas abordam a informação de forma diferenciada segundo a sua pertença a um ou outro género. Não podemos afirmá-lo nem negá-lo, mas temos indícios (alguns títulos que incluí neste texto pertenciam a notícias escritas por mulheres) de que homens e mulheres assumem os mesmos postulados profissionais e abordam a informação pela mesma perspectiva androcêntrica (Gallego Ayala, 2007).

Creio que a inclusão da perspectiva de género e as outras recomendações oferecidas neste texto poderiam ser uma boa ferramenta profissional para, sem contradizer os pressupostos profissionais relativos à veracidade, interesse, imparcialidade, novidade ou neutralidade que os profissionais defendem como *valores inherentes ao facto noticioso*, oferecer uma informação com um acréscimo de rigor e profissionalidade.

Acredito firmemente que o desaparecimento dos velhos e anacrónicos estereótipos femininos dos meios de comunicação seria uma contribuição dos e das jornalistas que, não apenas as mulheres, mas toda a sociedade agradeceria.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAVV. (2006), Llibre Blanc de la professió periodística a Catalunya, Barcelona: Colegio de Periodistas de Cataluña.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2007), Informe de la profesión periodística, Madrid.
- Gallego, J. (2003), Información de sociedad. Del suceso a la calidad de vida, Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gallego Ayala, J. (ed.) (2001), La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género, Barcelona: Libros de la Frontera..

- Gallego Ayala, J. (2002), La incorporació de les dones al periodisme, *Dones Periodistas* 9, Dezembro.
- Gallego Ayala, J. (2007), De reinas a ciudadanas, (o la dificultad de dejar el género colgado en la puerta de la redacción), *Género y comunicación* 9, Julho.
- Gallego Ayala, J. i del Río, O. (1994), *El sostre de vidre. Situació sòcio-professional de les dones periodistas a Catalunya*, Barcelona: ICD.
- Hervás Moreno, M. (2006), *El techo de cristal. Presencia y ausencia de las mujeres periodistas en Aragón*, Gobierno de Aragón.
- Menéndez Menéndez, I. (2003), *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?*, Oviedo: Milenta Muyeres.