



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Departamento de Sociologia

Mulheres nos Media: representação no espaço público de opinião

Florbela Rosa Barão da Silva

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientador(a):

Doutor Vania Baldi, Professor Associado com Agregação
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Mulheres nos Media: representação no espaço público de opinião

Florbela Rosa Barão da Silva

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientador(a):

Doutor Vania Baldi, Professor Associado com Agregação

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2023

Agradecimentos

Ao meu núcleo familiar pelo apoio, à equipa docente do mestrado, às colunistas entrevistadas que tanto me inspiraram e ao meu orientador o meu profundo agradecimento.

Esta jornada começou em 2000, nos primeiros anos do Mestrado em Cultura, Comunicação e Tecnologias de Informação do ISCTE-IUL, coordenado pelo meu saudoso Professor Paquete de Oliveira e composto por uma excecional equipa de docentes, nomeadamente José Barreiros, José Rebelo, Gustavo Cardoso, José Luís Garcia, Idalina Conde e António Alexandre Melo. E um magnífico painel de professores convidados, tais como, Maria Augusta Babo, Eduardo Prado Coelho, José Bragança de Miranda e colegas de turma como Diana Andringa, Óscar Mascarenhas, Orlando César, Eduardo Cintra Torres, Vera Ferreira, Cláudia Pacheco e Nuno Goulart Brandão. Em 2001, apresentei o projeto de trabalho sobre a *novilíngua* resultante da apropriação da tecnologia pela linguagem utilizada nos chats e SMS pelos jovens, numa alusão ao livro *1984* de George Orwell, mas por vicissitudes e exigências da fase profissional, não consegui na altura conciliar com a dissertação.

Em 2023 reingresso ao mestrado, na fase pós Bolonha, surge-me um novo tema sobre a representação de género nos media, após ter frequentado o curso de Escrita de Textos de Opinião no IPPS do ISCTE-IUL, com Bárbara Reis.

*“Why do I write?
‘Cause I have to.
‘Cause my voice,
in all its dialects
has been silent too long”.*

(SAM-LA ROSE, 2002: p.60)

Resumo

Na presente investigação de mestrado procura-se evidenciar o papel desempenhado pelas colunistas no jornalismo contemporâneo, tendo como ponto de partida a sub-representatividade das mulheres jornalistas nos media, aspeto que tem sido objeto de estudos globais como demonstrado pelos relatórios publicados *The Missing Perspectives of Women in Media*, publicado em 2017 e, no *Global Media Monitoring Project*, publicado em 2020. Neste sentido, será analisada a presença jornalística feminina na imprensa tradicional ou mainstream, mas sem descurar um olhar analítico sobre esta mesma questão, nos espaços emergentes de jornalismo ditos de alternativo ou de investigação.

Foram efetuadas entrevistas a uma amostra de nove colunistas para conhecer as suas perspetivas em relação ao papel que desempenham e representam. Para além destas colunistas entrevistadas foram analisadas fontes secundárias, através de entrevistas realizadas por outros a três jornalistas-colunistas de referência. A pesquisa tenta esclarecer os percursos e os desafios profissionais das jornalistas entrevistadas. Através dos seus testemunhos pretende-se compreender melhor algumas das características que afetam a relação entre trabalho jornalístico, questões de género e representatividade no debate público. Será importante comparar os seus percursos para analisar como passaram a desempenhar o papel de colunistas, como concebem as suas próprias posições no espaço de opinião, quais as implicações das questões de género no seu trabalho e quais as repercussões na agenda mediática.

Palavras-chave: colunistas, mulheres, media, opinião, representação

Abstract

This master's research aims to highlight the role played by female columnists in contemporary journalism, taking as its starting point the underrepresentation of female journalists in the media. This aspect has been the subject of global studies as demonstrated by the reports published in *"The missing perspectives of women in media"*, published in 2017, and in the Global Media Monitoring Project, published in 2020. In this sense, the presence of women in the traditional or mainstream press will be analysed, but without neglecting an analytical look at this same issue in the emerging spaces of so-called alternative or investigative journalism. Interviews were carried out with a sample of nine female columnists to get to know their perspectives on the role they play and represent. In addition, secondary sources analysed interviews with three journalists who were considered references. The research endeavours to shed light on the professional journeys and challenges faced by the journalists interviewed. The aim is to understand better some of the characteristics that affect the relationship between journalistic work, gender issues, and representativeness in the public debate.

It will be important to compare these paths to analyse how they came to play the role of columnists, how they conceive of their positions in the opinion space, what the implications of gender issues are for their work, and what repercussions in the media agenda.

Keywords: opinion makers, columnist, women, media, representation

Índice

Capítulo 1 – Enquadramento teórico	8
1.1 Estado da arte	9
1.2 Opinião pública e opinião publicada	10
1.3 Agenda-setting	11
1.4 Poder e o lugar de fala	13
1.4.1 Espaço de opinião das mulheres nos media em Portugal	14
1.5 Os media alternativos em Portugal	16
Capítulo 2 – Metodologia	20
2.1 Objetivos gerais e específicos	20
2.2 Problemática	21
2.3 Objeto da pesquisa	22
2.3.4 Perfis entrevistas semi-diretivas	24
2.3.5 Perfis fontes secundárias	27
Capítulo 3 – Análise de resultados	29
3.1 Núcleos temáticos	29
3.1.1 Trajetórias	29
3.1.2 Relações profissionais	29
3.1.3 Noção de poder	30
3.1.4 Fatores que influenciam na seleção de colunistas	31
3.1.5 Causas que as movem	32
3.1.6 Fatores-chave para escrever uma boa crónica	33
3.1.7 Representação do género no espaço de opinião	33
3.1.8 Referências nos media tradicionais e alternativos	34
Principais conclusões	37
Referências bibliográficas	40
Anexos	43

Introdução

A presente dissertação aborda a participação das mulheres através da escrita nos media nacionais enquanto colunistas. A coluna de opinião representa um espaço público conquistado pelas mulheres nas últimas décadas, e contribui para a inversão do ciclo da invisibilidade feminina, conferindo reconhecimento à autora.

As mulheres são consideradas nesta abordagem agentes ativos na produção de crónicas de opinião no processo de comunicação mediatizada. A função de colunista tem em si um papel de cidadania se considerarmos a comunicação como um bem público. Escrever uma opinião nos media contribui para a construção da realidade social e é uma forma de exercer o direito à liberdade de expressão.

O ponto de partida desta análise é a sub-representação das mulheres nos media. Os dados da 6ª edição do *Global Media Monitoring Project* (GMMP) demonstram que os homens assinam mais do dobro de artigos no jornalismo de informação do que as mulheres. No formato opinião verifica-se a mesma tendência. Tem sido demonstrado a crescente feminização do jornalismo em Portugal (59,3% eram homens e 40,7 mulheres em 31 de dezembro de 2009). À data segundo o INE, a população ativa portuguesa dividia-se em 50,5% de mulheres e 49,5% de homens (Rebelo, 2011: 45). Esta distância foi-se diluindo e intensificou-se a feminização da atividade jornalística. Não obstante a representatividade das mulheres no espaço de opinião, importa analisar a perspetiva das mulheres colunistas portuguesas em relação à sua participação na esfera pública, as práticas discursivas, aos mecanismos e lógicas de mediação e relações profissionais nos jornais.

Qual o percurso que tornou possível serem colunistas? Que relações profissionais existiram para ocupar um espaço de opinião? Que motivações ou causas as mobilizam? Que perceção do poder da coluna de opinião?

O panorama dos media em Portugal abrange uma imprensa *mainstream* ou tradicional, que são do conhecimento geral e, mais recentemente, os media de carácter alternativo. Os media alternativos assentam num modelo de jornalismo participativo, onde o consumidor pode participar na sustentabilidade económica e que os posiciona como independentes. São exemplos a nível nacional os meios como o *Gerador*, o *Fumaça*, o *Divergente*, o *Setenta e Quatro*, o *Shifter*, o *Comunidade Cultura e Arte*, e outros. O formato *podcast* tem assinalado uma tendência crescente e alternativa, ou mesmo complementar à rádio, e aborda temas como a diversidade e a igualdade de género.

Capítulo 1 – Enquadramento teórico

As mulheres estão sub-representadas nas notícias, assim como, no formato de opinião, em debates, nos comentários ou apresentações públicas na informação. Em 2010, a nível global a presença das mulheres na informação representou apenas 24% (23% em Portugal), segundo o *GMMP*. A edição do último relatório verifica que “a marginalização da voz das mulheres mantém-se hoje” e “as vozes de mulheres especialistas são ainda pouco presentes em temas como a política e a economia” (GMMP; 2020: 24).

A opinião é um dispositivo mediático que confere visibilidade. Logo, o espaço de opinião conquistado pelas mulheres vem quebrar a invisibilidade feminina no espaço público e exigir os plenos direitos humanos¹. Pretendeu-se compreender o processo em Portugal através de algumas das referências existentes. “A questão é mais complexa do que espelhar a sub-representação existente, uma vez que se encontra diretamente associada às lógicas da mediação” (Martins; 2015: 12). De acordo com Mário Mesquita “o jornalismo é a componente dos dispositivos mediáticos que mais de perto se relaciona com a visibilidade dos atores políticos, económicos, culturais, artísticos e desportivos”. (Martins, 2015: 12 [Mário Mesquita, “Quando o Superman se disfarça de Clark Kent”, jornal Público, 26/09/2004]).

Estudos de sociologia do jornalismo identificam a “notoriedade do agente principal do acontecimento” como um dos mais principais valores-notícia na seleção informativa” (Martins: 12 [Traquina, 2002: 188]). O desempenho de cargos de direção, o poder de decisão e as responsabilidades inerentes, “assegura uma presença regular nos media e qualifica quase automaticamente os seus ocupantes como interlocutores privilegiados dos jornalistas” (Martins: 12 [Batista, 2012: 69-70]).

“Na produção jornalística há uma tensão entre o compromisso com os princípios da igualdade e da não-discriminação e o trabalho quotidiano, em que o critério de seleção informativa pode agudizar, as desigualdades entre homens e mulheres na distribuição de poder na sociedade. Há dinâmicas do dia-a-dia em que as lógicas editoriais contemporâneas poderão contribuir para agravar o *glass ceiling*, ao dar voz quase exclusivamente a titulares das posições de topo... às quais, e será forçoso repetir esta ideia, raramente as mulheres chegam” (Martins: 12-13).

“O género dos atores políticos (enquanto pessoas públicas) interfere, explicita ou implicitamente, nas práticas discursivas do jornalismo?” (Martins, 2015: 13) E no formato de opinião, o género do autor interfere nas práticas discursivas? Martins refere os estudos que indicam que “as mulheres estão, à

¹ Artigo 2º Todos os seres humanos podem invocar os direitos e as liberdades proclamados na presente Declaração, sem distinção alguma, nomeadamente de raça (Brasão, 2019: 7)

partida menos disponíveis para a vida política, porque esta exige aptidões específicas, militância continuada nos partidos e grande disponibilidade de tempo, não sendo *family friendly*” (Martins: 62). Menos habituadas à exposição e argumentação pública, estarão menos familiarizadas com as qualificações exigidas no exercício político. Segundo Manuel Villaverde Cabral *et al* (Apud Viegas e Faria, 2001 [1999]: 22-23), a) “é superior nos homens a mobilização cognitiva (capacidade de formular, sustentar e defender opiniões próprias, nomeadamente de ordem política); b) as mulheres são mais afetadas pela sensação de impotência política; e c) estão mais distantes do poder” (Martins: 63).

1.1 Estado da arte

A categoria género tem sido utilizada para referir a organização social das relações entre sexos e a importância do género enquanto categoria de análise histórica tem sido destacada por vários autores “é um caminho para dar significado às relações de poder” (Joan Scott). Para Alain Touraine *et. al.* o conceito é amplamente aceite e a organização social é considerada o fator preponderante. Na opinião de Ana Macedo e Ana Amaral (2012) cada vez mais se vê aplicada a palavra género com o sentido de categoria sexual socialmente construída. Estudos sobre mulheres, também conhecidos como estudos de género, difundiram o conceito de género enquanto categoria de análise. O primeiro estudo de género em Portugal é de autoria de Manuela Tavares² que defende o valor da oralidade enquanto fonte privilegiada de construção da memória coletiva.

A presente dissertação de mestrado inspirou-se nos estudos centrados na mediação jornalística da política a partir de uma perspetiva de género (Martins; 2015: 7). Debruçou-se sobre a condição feminina na perspetiva da visibilidade pública no espaço de opinião nos media. Domínios sociais dos quais as mulheres estiveram ausentes, como refere Carla Martins citando Maria Silveirinha “Do prisma das representações simbólicas veiculadas, as ligações entre a comunicação e as desigualdades estiveram sempre presentes nas diversas articulações no feminino” (Martins: 11 [Silveirinha, 2012: 92]).

O estudo intitulado “O Género no Discurso de Opinião na Imprensa Portuguesa” que decorreu da tese de doutoramento em Ciências da Comunicação de Marlene Loureiro (2014), faz uma síntese das abordagens sobre as diferenças comunicativas entre homens e mulheres. Verificou que são maioritariamente de cariz linguístico e fortemente influenciadas pelos trabalhos feministas.

² Que decorre da tese de doutoramento de Manuela Tavares, publicada e intitulada *Feminismos*

Isabel Vicente (2012) apresentou um estudo de caso de seis mulheres jornalistas que conquistaram o seu lugar num território social de homens num tempo de opressão. Em 1960, as mulheres jornalistas sindicalizadas eram apenas dez, confinadas à secção de sociedade, páginas culturais, aos suplementos juvenis, outras apenas em funções de apoio (e.g. Maria Lamas foi diretora da revista *Moda & Bordados*). As primeiras jornalistas estavam em áreas temáticas e suplementos separadas das redações. Os anos 60 e 70 permitiram a entrada das mulheres na imprensa. Com alguma frequência algumas mulheres entram nos media ainda pelas mãos dos seus pares masculinos, tal como acontecia na entrada das redações como jornalistas nos anos 60 e 70. A presença destas mulheres deve-se em grande parte aos seus percursos notáveis que lhes conferem um lugar de fala, menos a quaisquer fatores sociológicos (Ventura: 107 [Correia, Fernando e Batista, Carla]).

As mulheres eram “produto de uma educação virada para o lar e para a família, o que teve como consequência o reduzido número de mulheres que [...] tomaram consciência da sua importância cívica e política. O acesso à profissão deixou de estar vedado às mulheres e o regime mostra alguma abertura à comunicação social, com a autorização do arranque do jornal *Expresso* em 1973».

1.2 Opinião pública e opinião publicada

No século XIX, uma mulher que pretendesse publicar um livro ou expor a sua arte tornava-se pública, isto é “expunha-se, assim, aos perigos do julgamento de todos, aceitava ser excluída do grupo, tornando-se uma mulher pública” (Brasão; 2019: 7). A mulher esteve durante muito tempo confinada ao espaço privado. Hoje, a divisão entre esfera pública e a privada é menos vincada entre homens e mulheres (Loureiro, 2014: 256).

O conceito de público em oposição ao privado remete para o campo do território que Anthony Giddens designa de “transformações da intimidade” (Brasão; 2019: 13). Quando é referido “escrever de forma pública” é ao espaço simbólico de Pierre Bourdieu³, segundo a sua noção de poder simbólico.

Segundo Jürgen Habermas⁴, a “opinião pública” existia através da comunicação pública. Trata-se de uma visão do espaço social como espaço de relações desiguais, que pode coexistir com a partilha dos espaços. Habermas foi criticado no enunciado do seu conceito de opinião pública por excluir da sua análise franjas da sociedade, face ao contexto à época de crescimento das desigualdades sociais.

³ BOURDIEU, P. (1989)

⁴ HABERMAS, J. (1971)

“Social deprivation and cultural exclusion of citizens explain the selective access to and uneven participation in mediated communication, whereas the colonization of the public sphere by market imperatives leads to a peculiar paralysis of civil society” (Habermas, 2006: 425).

Hoje o conceito de opinião pública “mantém a capacidade crítica, implicando maior vigilância por parte dos cidadãos e pela comunicação social”, (Correia, 2005). Refere o autor citando Habermas “os cidadãos comportam-se como um público quando dialogam sem restrições – ou seja, com a garantia de liberdade de associação de reunião e de exprimirem em público as suas ideias – acerca de assuntos de interesse geral” (Correia, 2005: 6). A esfera pública mediatizada se por um lado é fundamental numa democracia, por outro é objeto de alguns constrangimentos. “Graças à estrutura assimétrica dos processos de comunicação mediática, as possibilidades de participação encontram-se distribuídas de forma iníqua entre os que têm acesso ao uso da palavra pública e os recetores”.

A caracterização do *self* proposta por Anthony Giddens é um projeto reflexivo pelo qual o indivíduo é responsável. “Assim, não somos o que somos, mas o que fazemos de nós” (Santos e Correia, 2004: 213). Assim, a identidade pressupõe uma narrativa. “Contar a nós mesmos ou ao outro quem somos é, afinal, contar narrativas sobre como conseguimos chegar *áquilo que somos e para onde vamos* a partir daqui” (Santos e Correia, 2004: 215 [(Ricoeur, 1990: 176).

Em *L’opinion publique n’existe pas*, Bourdieu afirmava que “entre opinião pública e opinião publicada, verificamos que a marca distintiva corresponde ao acesso aos media, i.e., distingue os grupos que tem acesso aos media e aqueles para quem esse acesso é barrado”.

“O conceito de opinião pública refere-se ao sistema social da sociedade. Não se refere ao que realmente acontece na(s) consciência(s) das pessoas individuais, ou de muitas pessoas, ou de todas, num momento particular do tempo. Portanto, não remete para o que as pessoas reais realmente pensam, o que elas compreendem, o que atrai a sua atenção ou o que conseguem lembrar” (Luhmann, 1992: 69).

1.3 Agenda-setting

A teoria liberal comportamental que explica a formação da opinião pública através das capacidades de receção de cada indivíduo em relação ao mundo à sua volta, foi responsável pela elaboração do conceito de *agenda-setting* que assenta no pressuposto de que os media são a ponte para o real. As imagens construídas nas cabeças de cada indivíduo provêm das imagens oferecidas pelos media.

“The intellectual father of agenda-setting theory is Walter Lippmann, whose book, Public Opinion (1922), began with a chapter titled ‘The world outside and the pictures in our heads. ‘The

central thesis of Public Opinion is that the news media are the primary bridge between the vast array of events in the external world and the truncated views of these events in our minds” (McCombs: 1).

As opiniões e os comportamentos são uma resposta às imagens produzidas pelos media e não no mundo real. O processo de *agenda-setting* envolve a participação dos media na seleção e publicação e a participação do público. McCombs and Shaw⁵ definem o conceito pela importância e a quantidade com que determinado tema surge nas notícias:

«In choosing and displaying news, editors, newsroom staff, and broadcasters play an important part in shaping political reality. Readers learn not only about a given issue, but also how much importance to attach to that issue from the amount of information in a news story and its position. In reflecting what candidates are saying during a campaign, the mass media may well determine the important issues».

A teoria do *agenda-setting* pretende explicitar como se faz a passagem de um tema da agenda dos media para a agenda pública. Os efeitos do *agenda-setting* relacionam-se com a utilização que se faz dos media. A agenda nos media é medida pela recolha de informação dos temas em agenda durante um determinado período. “Os jornalistas recolhem informação e tomam decisões acerca da seleção e apresentação de “programas” e projetos, controlando, mas só em certa medida, a entrada de tópicos, contributos e agentes na esfera pública. A pressão seletiva exercida pelos *media* exerce-se seja do lado da oferta seja do lado da procura” (Correia, 2005: 7). No momento seguinte, os temas apresentados na agenda dos media podem ser observados pela forma como são apresentados. O que é dito sobre cada tema? Qual a ênfase? Como é descrito? O atributo é uma ou um conjunto de características utilizadas para descrever um tema nas notícias. Uma segunda dimensão de análise prende-se com o tom ou sentido da mensagem. Cada atributo pode ser expresso num tom positivo, neutro ou negativo.

Os *mass media* têm um papel na definição da agenda política, relação que pode ser mensurada através da construção de indicadores e da análise da congruência entre a agenda política e a agenda mediática através de interligações. Em entrevista realizada a Judite de Sousa respondia à questão se são os jornalistas que fazem a agenda «não são os jornalistas que fazem a agenda. Os jornalistas, eventualmente, poderão ter uma agenda própria, muito poucos porque a maioria está condicionada à agenda fixada. E a agenda é fixada pelas fontes – fontes institucionais – e tu não podes deixar de ir a

⁵ <https://doi.org/10.1086/267990>

jogo, tal a avalanche de acontecimentos que te surgem diariamente» (Rebelo, 2011: 621). Se os jornalistas são condicionados por questões políticas, também os jornalistas condicionam os políticos.

“O desempenho dos media é vital para que seja possível aos cidadãos apreender as origens, os modos de atuação e os resultados concretos da regulação social e política, o que os qualifica como atores de um proeminente desempenho na configuração da vida pública, da democracia e da cidadania, de quem se espera responsabilidade condizente” (Rebelo, 2011: 31). Em entrevista, Judite de Sousa refere ainda que na sua profissão «somos os maiores responsáveis agentes na formação da opinião pública e é nesse sentido que considero o jornalismo como uma profissão em que a responsabilidade social é muito acentuada, talvez aquela em que é maior.» (Rebelo: 612-613).

1.4 Poder e o lugar de fala

O conceito de poder pode assumir diferentes abordagens, poder social, poder económico, poder político, entre outros. A abordagem de Pierre Bourdieu resultou na teoria sociológica que define o conceito de poder simbólico como a capacidade de impor significados e valores que são aceites como legítimos pela sociedade. A definição do conceito de poder social considera a existência de diferentes camadas analíticas. “O poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível que só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que estão sujeitos a esse poder ou mesmo daqueles que o exercem”. (Bourdieu, 1989: 7). O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer um sentido do mundo, supõe um conformismo lógico, uma conceção homogénea que torna possível a concordância entre as inteligências. Bourdieu considera que “as relações de comunicação são sempre relações de poder que dependem do capital material ou simbólico acumulado pelos agentes”.

A noção de discurso de Foucault é apresentada como um sistema que estrutura determinado imaginário social, de poder e controle (Djamila Ribeiro, 2017: 23). Na hipótese apresentada pela filósofa Djamila Ribeiro, é possível falar de *lugar de fala* a partir da teoria do ponto de vista feminista. Citada por Djamila Ribeiro, de acordo com Patricia Hill Collins (Ribeiro, 2017: 35) os pontos de partida referem-se às condições sociais que permitem ou não que grupos de indivíduos tenham acesso a lugares de cidadania. É um debate estrutural que consiste em entender de que forma o lugar social ocupado por certos grupos pode restringir oportunidades e menos de afirmar as experiências individuais.

“Pensar o lugar de fala é uma postura ética, pois “saber o lugar de onde falamos é fundamental para pensarmos as hierarquias, as questões de desigualdade, pobreza, racismo e sexismo (Rodrigo: 47 [Rosane Borges, O que é o lugar de fala e como ele é aplicado no debate público] Ribeiro, 2017: nota 51). Como nos explicita a autora, todos possuem lugares de fala, ou seja, a sua localização social. Na

sua articulação do “lugar de fala” (Ribeiro: 11) discute as relações de poder presentes no discurso e o viés implícito na posição ocupada pelo orador. Com o objetivo de desmistificar o conceito de lugar de fala, Djamilia Ribeiro contextualiza o sujeito universal numa sociedade “*cis heteropatriarcal eurocentrada*” para que seja possível identificar as diversas vivências específicas e, assim, diferenciar os discursos de acordo com a posição social de onde se fala. O lugar de fala é importante para analisar o papel das colunistas e a sua localização social. Ao conceito de lugar de fala contrapõe-se o de representatividade. O critério de representatividade no jornalismo está relacionado a número de pessoas que determinada mulher pode representar. Quanto maior a representatividade, maior a probabilidade de se ser entrevistado em *prime time*.

1.4.1 Espaço de opinião das mulheres nos media em Portugal

As mulheres têm vindo a conquistar espaço de opinião, assim como, lugares de direção nos media. A jornalista Bárbara Reis foi diretora do jornal *Público*, de 2009 e 2016. A jornalista Rosália Amorim foi diretora cinco anos do *Diário de Notícias*, tendo assumido recentemente a direção de informação da rádio TSF; Ana Cáceres Monteiro em dupla com José Júdice passaram a assumir a direção do centenário *Diário de Notícias*; Diana Ramos está nos últimos anos na direção do *Jornal de Negócios*, que contou também com a participação de Helena Garrido na direção do jornal⁶. A jornalista Joana Petiz assumiu recentemente a direção no jornal *NOVO* e a jornalista Mafalda Anjos está na direção da revista *Visão* há uns anos. O jornal *Expresso* tem nos últimos quatro anos a diretora-adjunta, Paula Santos, a convite do diretor, João Vieira Pereira. São referências de género e de brechas no *glass ceiling*.

A editoria de opinião é uma função jornalística. No jornal *Público*, assim como, no *Jornal Económico* existe editoria de opinião. Nos media em Portugal não existe uma figura de editoria de género. No início⁷ eram as jornalistas que escreviam crónicas, como é o caso de Teresa de Sousa há mais de 30 anos no jornal *Público*, de Clara Ferreira Alves há mais de 20 anos na revista do jornal *Expresso* com a crónica *Pluma Caprichosa* e, de Bárbara Reis que a escrever crónicas que está desde o início dos anos 2000 no caderno *P2* do jornal *Público*. Há cada vez mais mulheres a assinar opinião tanto nos media generalistas, como nos media económicos, como é o caso da economista Susana Peralta com uma coluna semanal no *Jornal de Negócios* (e em paralelo no jornal *Público*), por onde já passaram as colunistas Helena Garrido e Helena Matos.

⁶ https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/helena-garrido/detalhe/ate_sempre

⁷ VENTURA, I. (2012)

Em 2022, um episódio curioso sucedeu com a colunista Clara Raposo, ao ceder uma edição do seu espaço de opinião semanal no Jornal de Negócios para dar voz a mais mulheres. As mulheres escrevem opinião nos media na área da economia à gestão e negócios, da política à guerra, da sociedade à cultura e educação.

Na maioria dos países, os homens assinam 50% mais notícias do que as mulheres, segundo o relatório da LLYC “*Mulheres sem Nome: avanços na presença da mulher nos meios de comunicação e o desafio pendente*”. Fazem-no 50% mais e tendem a fazê-lo em secções e temas associados à economia, à política, à tecnologia e ao desporto, enquanto as mulheres tendem a escrever sobre cultura, saúde ou sociedade (LLCY; 2023: 5).

Os dados obtidos segundo o relatório da *Women’s Media Foundation* e *AKAS Consulting, The Missing Perspectives of Women in News*⁸ corroboram a marginalização de mulheres especialistas e os homens mantêm-se a vasta maioria de especialistas referidos e fontes. Apenas 25% dos especialistas apresentados nas notícias dos EUA são mulheres e apenas 15% dos leitores nos EUA estão insatisfeitos com este desequilíbrio. Os homens assinam mais do dobro do que as mulheres, mas no México, em Portugal e no Equador assinam acima da média. De acordo com o relatório do *Instituto Reuters* que analisa a desigualdade de género na liderança das redações, proporcionalmente menos mulheres lideram do que as que exercem a profissão. Especificamente, apenas 21% dos postos hierárquicos nos 12 mercados analisados pelo relatório Reuters são ocupadas por mulheres, pese embora o facto de estas representarem 40% dos profissionais que trabalham no jornalismo (Reuters, 2022).

Atualmente, as mulheres constituem metade dos profissionais no jornalismo, que resulta num processo de feminização, mas em relação a cargos de topo os dados não diferem dos verificados nas restantes áreas profissionais. A jornalista Ana Sousa Dias afirmava em entrevista ser «bom haver mais mulheres no jornalismo, porque se trata de uma visão diferente...uma sensibilidade diferente e o cruzamento da visão feminina com a visão masculina é útil. Quanto mais diversidade, melhor» (Rebelo org. 2011: 180).

Entre as pioneiras em Portugal, identifica-se a colunista Vera Lagoa (Maria Armada Pires Falcão), que começou por assinar crónicas de cariz social no *Diário Popular* sob pseudónimo, as jornalistas Diana Adringa, Alice Vieira e Maria Teresa Horta. Diana Adringa manteve crónicas semanais no *Diário de Notícias* (1983-89), no *Público* (1993-95) e na *RDP* (até 1999) e presidiu ao Sindicato dos Jornalistas, em 1997. Graça Franco escreveu crónicas para a revista *Invista* e para o *Público* (2002-2003). Realça

⁸ <https://www.iwmf.org/missing-perspectives/>

em entrevista o cuidado que tinha em reservar as opiniões para as suas crónicas, afastando-as da informação, na qual se preocupava em dar “os dois lados, para as pessoas avaliarem” (Rebelo *org.* 2010: 309). Defensora de um jornalismo de inspiração anglo-americana, no sentido da separação estrita entre os factos e as opiniões, rejeita que um jornalista, enquanto profissional, defenda causas [...] Daí que eu não seja uma “jornalista de causas”. Em entrevista, a jornalista Simone Carvalho defendeu a sua posição acerca da “duvidosa compatibilidade quando encontra “empresários como colunistas em jornais económicos», (Rebelo *org.* 2011: 855).

A jornalista e colunista do *Público*, Teresa de Sousa, quando questionada sobre a forma “como o facto de ser uma *opinion maker* em assuntos europeus e uma referência influente na cena política, se reflete no seu estatuto nas práticas profissionais, na relação com os políticos e na relação com a escrita, respondeu «a capacidade de influência das suas análises produz, por vezes, polémicas e desavenças com figuras públicas. O preço a pagar quando se tem maior capacidade de influência por se afetar relações de amizade, ou ter amigos no campo político que se critica publicamente, pela profissão». Considera gratificante a capacidade de influenciar e suscitar reações ao nível das altas esferas políticas. «Toda a gente gosta de ter influência na sociedade, não é?» (*ibid, idem*).

1.5 Os media alternativos em Portugal

No campo dos estudos sobre comunicação social surgem muitas abordagens aos media alternativos. Atton (2002) interroga-se se o termo “alternativos” não dá importância a mais aos media tradicionais por os colocar no centro da definição dos parâmetros para uma forma “alternativa” à comunicação de massas. Os media alternativos são identificados também como “independentes”, “comunitários”, “participativos” ou “autónomos”, entre outros termos (Pajnik e Downing; 2008). Independente do termo, a principal característica comum a todas as definições é a de um veículo produzido por indivíduos ou grupos que são normalmente excluídos social, cultural e ou politicamente do discurso dominante, e que procuram desenvolver outras formas de comunicação (Kenix; 2011). O objetivo comum é dar voz a quem não a tem e transcender os filtros impostos pelos monopólios mediáticos (Fuchs; 2010). Um aspeto transversal às teorias é a ênfase no processo de comunicação que não é apenas feito para pessoas, mas também feito por pessoas (Vatikiotis; 2005). Neste sentido, o seu papel é apresentar na esfera pública uma visão crítica da realidade, diferente daquela que é projetada pelos media tradicionais. O papel do jornalista nestes meios de comunicação é diferente, já que no sistema de comunicação de massas tradicional, a produção de conteúdo é condicionada por regras e estruturas instituci-

onais, por relações de poder e confrontado com pressões políticas e corporativas. O modelo alternativo desafia esse *modus operandi* através do jornalismo cidadão, no qual os indivíduos participam no processo de produção de conteúdo, livre desse tipo de condicionamentos. Assim, a categoria “media alternativos” é mais comum e consensual⁹. Esta geração de media em Portugal veio inovar as narrativas e formatos, propõe outras formas de financiamento e atrai comunidades com espírito crítico e vontade de intervir.

Surgidos no ambiente digital, tiram partido dos baixos custos de distribuição e das potencialidades de participação do público. Num rápido crescimento, os media alternativos utilizam plataformas de crowdfunding ou financiamento coletivo como modelo de garantir a sua sustentabilidade. Estas plataformas permitem o patronato e não alojam nem publicam conteúdo, mas estão inseridas num ecossistema com outras plataformas que visam obter dados e transformá-los em valor económico¹⁰.

Os media alternativos propõem a interatividade entre o público e os produtores, produção coletiva e preocupação com a vida quotidiana. Proclamam-se como alternativos aos meios comerciais, e mesmo aos media públicos, para se aproximarem das comunidades. Os veículos alternativos podem, portanto, ser definidos em sua estrutura como “produção mediática que desafia, pelo menos implicitamente, concentrações reais de poder dos média, independentemente da forma que essas concentrações possam tomar em diferentes locais” (Couldry & Curran, 2003: 7). Os meios independentes são “formas de media em menor escala, mais acessíveis e participativas, e menos constrangidas pela burocracia ou interesses comerciais do que os principais meios de comunicação e, muitas vezes, de alguma forma em oposição explícita a eles” (Cover *et al.*, 2007:1).

Estes media são direcionados sobretudo às comunidades, abordando temáticas voltadas para a defesa dos direitos humanos, temas menos abordados pelos meios de comunicação tradicionais, como a agenda de pessoas portadoras de deficiência, dos sem abrigo, da comunidade LGBTQI+, das minorias étnicas e das mulheres. A representatividade dos assuntos e das comunidades, com menos espaço nos media tradicionais, surge como necessária para uma maior participação e mudança social.

“Por conseguinte, a independência dos media alternativos ao nível de conteúdos tem implicações no seu financiamento, deslocando a base da sua sustentabilidade financeira para o público ou para o terceiro setor. O financiamento da produção dos media tem consequências para as narrativas e representações do domínio público e para o acesso do público a eles”, segundo refere Golding & Murdock (1991). O financiamento da produção dos media (e outras organizações culturais) tem consequências

⁹ <https://mediaalternativos.pt/> (consultado a 07/10/2023)

¹⁰ <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/2863>

tangíveis para a gama de discursos e representações do domínio público e para o acesso do público a eles (Golding & Murdock, 1991) e, face a isso, “para a qualidade dos sistemas democráticos” (Sousa, 2008; 5). Constatando a mercantilização generalizada na sociedade, a que o setor da comunicação não escapa, apontam-se as formas em que empresas jornalísticas cedem aos interesses do mercado¹¹ como um todo produzindo, sobretudo, conteúdos “vendáveis”. A distribuição desigual de recursos materiais e simbólicos não pode deixar de ser problemática na medida em que “pode influenciar a capacidade de determinar ou influenciar o conteúdo dos produtos dos media e significados transportados por eles”, argumenta Natalie Fenton (2007: 12).

É neste enquadramento que os media alternativos procuram oferecer jornalismo de investigação com responsabilidade e padrões de qualidade, praticando um jornalismo de interesse público lado a lado com as organizações de notícias tradicionais, com recurso à prática de financiamento coletivo (Carvajal *et al.*, 2012). Utilizam plataformas para solicitar fundos para a realização das suas atividades jornalísticas diárias e extraordinárias. Esta mudança para o financiamento coletivo foi anunciada como uma forma de colocar o público em posição de poder, como “produtor e investidor nas notícias” (Hunter, 2015, p. 273). Mas, Hunter questiona “que tipo de controle o público tem para moldar as notícias? Como o papel e a identidade do jornalista profissional mudam ao abrir mão de algum controle do processo de notícias?” (idem: 273).

A jornalista, Ana Patrícia Silva, em entrevista para esta dissertação explicava «somos um órgão de comunicação social sem fins lucrativos, o *Setenta e Quatro* está formado quase como uma rede em que tanto trabalhamos com jornalistas mais *mainstream* que trabalham em meios de comunicação com esse cariz, como com jornalistas de media alternativos, como o *Shifter* e o *Gerador*. É o melhor dos dois mundos, pois tanto trabalha como uma frente mais *mainstream*, porque as investigações que fazemos em parcerias com o *Público* e com a *SIC*, por exemplo, e que fogem deste universo que é o alternativo. Este meio traça estas pontes para ser mais completo. [...] Abrangente a todos os níveis da população, numa perspetiva de classe. Defendemos que a informação deve ser pública e, portanto, é um direito».

Em relação à importância dos media alternativos, Margarida David Cardoso¹², jornalista do projeto independente *Fumaça*, respondeu da seguinte forma à questão colocada sobre o perfil editorial:

¹¹ *Jornal de Negócios*, *Observador*, *ECO*, entre outros, são exemplos que encaixam na categoria de media que servem interesses empresariais e suas estratégias de poder

¹² Resposta recebida a 11 de setembro de 2023

“Todas as decisões editoriais, incluindo em matéria de artigos de opinião, são subjetivas e condicionadas pelo nosso contexto, experiências e bolha social em que nos inserimos. Por mais esforços que façamos para os contornar, esses fatores influenciam as pessoas que conhecemos, os artigos que lemos, os lugares onde chegamos. Por isso, embora haja em potência um enorme número de pessoas com competência e domínio numa determinada temática – o que poderíamos considerar como mérito –, a nossa escolha editorial é sempre condicionada pela fatia da realidade que conhecemos. Tendo isso em conta, quando convidamos pessoas a escrever na nossa *newsletter* semanal, procuramos pessoas com opiniões ou experiências que nos pareçam urgentes ouvir ou explorar com mais profundidade. Preocupam-nos questões de representatividade, seja em termos de género, orientação sexual, origem ou classe – quão frequente é ouvirmos pessoas como ela em espaços de opinião? Quão frequente é alguém refletir sobre este assunto desta forma? Também na análise e opinião, procuramos a dissidência, cultivando a necessidade de ir para lá da agenda mediática vigente”.

Capítulo 2 – Metodologia

2.1 Objetivos gerais e específicos

A pergunta de partida deste trabalho é de compreender o mecanismo através do qual as mulheres se tornam colunistas. O objetivo geral é caracterizar as perceções e práticas discursivas de género no processo de comunicação e identificar o que impedirá as mulheres de participarem mais no espaço público de opinião? Em termos de objetivos específicos, pretende-se perceber as motivações e representações estão na base desta prática ou atividade, remunerada ou não.

A escolha dos textos de opinião passou pela condição destes serem assinados, procurando ter um painel diversificado de autoras e temas. Aceitando a distinção tripartida dos textos jornalísticos em três géneros: informativo, interpretativo, de opinião e ameno-literário (Rei 2000b: 120 [Loureiro, 2014: 182]), inseriu-se o *corpus* textual no género interpretativo ou de opinião, que engloba crónicas e artigos de opinião. Esta tipologia de textos interpretam os acontecimentos da atualidade, valorizando os factos “[...] em função de uma posição pessoal, com o objetivo de fomentar um estado de opinião favorável aos seus juízos e conclusões, quer dizer, orientar a opinião pública” (Rei 2000b: 121 [Loureiro, 2014: 183]).

Os textos de opinião pautam-se pela subjetividade e pelo estilo próprio de cada autora, não sendo, por isso, estandardizados. De acordo com (Gradim 2000 [Loureiro, 2014: 183]), os textos de opinião são pessoais e subjetivos, mas pretendem chegar a um público alargado. Permitem ver ideias, ideologias, crenças e maneiras de ser do seu autor. Da mesma forma, permitem aferir as características discursivas dos seus autores, tendo em conta o género. Por outro lado, as autoras de textos de opinião publicados na imprensa nacional que abordam temas diversos. Não necessariamente sobre questões de género, mas sobre a sua área de especialidade.

O *corpus* em análise inserir-se-á no género de comentário, que concorre com o género informativo, de fantasia e “nobre” (Martin-Lagardette 1998: 62 e ss.). 2) Cf.:

“Estamos perante uma prática discursiva mediatizada, onde quem fala/escreve tem consciência de que está a ser ouvido por um grupo heterogéneo de pessoas que julga e avalia. Esta comunicação mediatizada é, por isso, mais pensada e cuidada, por forma a ser facilmente interpretada pelo público heterogéneo” (Loureiro: 258-259). Pode existir alguma perceção social de que se mistura opinião com informação. E a opinião tem um teor ideológico que a informação não deve ter. O que pode remeter para o peso ideológico que a opinião no feminino pode assumir. Em entrevista a jornalista Ana Sousa Dias referia “acho que há muita editorialização das notícias, há muita opinião dentro da notícia, que

era uma coisa própria da imprensa do século XIX. [...] Queres fazer editoriais ou dar opinião, tens outros espaços para isso.” (Rebelo *org.*: 179).

Foram selecionadas autoras de colunas de opinião nos media nacionais (online e impressos) e podcast. Consiste numa pequena amostra com base nos jornais *mainstream* e jornalismo de investigação e, ainda, um *podcast*. Os temas que as autoras abordam podem ser livres, como de economia, política nacional, igualdade de género, diversidade e marketing. A categorização foi feita segundo a participação das autoras na esfera pública procurando alguma diversidade do tipo de media. Identificou-se numa primeira fase uma lista de cerca de 50 colunistas em diferentes media, sobretudo tradicionais, e numa segunda fase, nos media alternativos foram sobretudo jornalistas coordenadoras da secção de opinião ou que também escrevem crónicas de opinião no meio onde colaboram e na imprensa local.

A metodologia recorreu à aplicação de entrevistas semidirectas realizadas a nove colunistas de jornais de referência portugueses (*Público, Expresso, Jornal Económico, Observador e Jornal de Negócios*) e a jornalistas-colunistas nos media alternativos (*Gerador, Setenta e Quatro e Gender Calling*). Recorreu-se ainda a fontes secundárias através da recolha de entrevistas a três colunistas publicadas em formato *podcast*, totalizando uma amostra de 12 mulheres singulares ligadas à palavra escrita no jornalismo e na crónica.

Categorizou-se a participação destas mulheres na esfera pública por tipologia de media (tradicionais ou alternativos). Registe-se não se ter considerado a opinião no Editorial, da autoria ou não da direcção do órgão de comunicação social. A opinião no Editorial é mais presa ao tema do dia e da actualidade política, tem um tom mais neutro e o estilo baixa. Nos editoriais não assinados existe um tom mais analítico e menos opinativo.

2.2 Problemática

No campo da produção distinguiu-se as categorias opinião e notícia não só pelo espaço ocupado nos jornais ou revista, mas também pela forma como é paginada, identificada e ilustrada com foto ou imagem do autor. O formato notícia refere o padrão da narrativa no qual o item é classificado. A categoria opinião incorpora níveis diferentes de interpretação. Cada meio pode dar mais ou menos importância em termos da mancha ocupada pelas crónicas de opinião. O formato representa em geral menos de 50% do espaço de histórias, espaço para a representação de ideias nas quais os leitores podem ou não estar de acordo.

O Livro de Estilo do jornal *Público* descreve que “uma opinião é por definição isso mesmo: um texto em que se dá uma opinião sobre determinado assunto, avaliando positiva ou negativamente um qualquer desenvolvimento da atualidade”. O jornal deverá evidenciar a diferença entre informação e opinião. Informação e opinião têm espaços demarcados nos jornais e sites de notícias. A opinião divide-se em três géneros de acordo com a atualidade diária, o editorial assinado por um diretor¹³, editor ou jornalista; o comentário assinado por um diretor; e a opinião assinado por um convidado.

“O denominador comum é a interpretação dos factos e a opinião do autor sobre a matéria em causa. Essa opinião deverá ser sempre fundamentada, não se inspirando em razões exteriores ao objeto do comentário. (...) Sem prescindir dos critérios mínimos de qualidade e atualidade jornalística, o jornal solicita ou aceita outro tipo de opinião externa, de colaboradores regulares e/ou ocasionais. Com características mais intemporais ou de tema livre, esta opinião será paginada em colunas específicas e personalizadas e/ou editada no Espaço Público”.¹⁴

O autor de opinião terá de reunir alguma credibilidade pelos leitores e audiência que lhe é reconhecida pelo jornal que convida. Pode ser uma participação pontual por autoproposta para publicação de um artigo sujeito à apreciação da direção ou do editor de opinião. O espaço de comentário ou opinião confere visibilidade ao seu autor ou de poder simbólico no sentido de Bourdieu.

“O conceito de género é amplamente aceite, segundo Alain Touraine *et al.* (org.)¹⁵ e a organização social é considerada o fator esmagadoramente preponderante” cada vez mais utilizada no sentido de categoria sexual socialmente construída. Os estudos de género ou sobre as mulheres difundiram o conceito de género enquanto categoria de análise. São mulheres com consciência cívica do seu papel na sociedade e do impacto do que escrevem. Que representação têm de si próprias enquanto tal. “No formato opinião o género do autor interfere na prática narrativa”, segundo Marlene Loureiro (2014). Percorrer a emergência da cidadania feminina e discutir a pertinência da categoria de género para descrever a participação na esfera pública (Martins: 16).

2.3 Objeto da pesquisa

Os sujeitos da análise são protagonistas e autoras de espaços de opinião em jornais e plataformas digitais (*opinion maker* ou *experts feature*), de forma regular no período entre maio e setembro de 2023, nascidas a partir dos anos 60 até ao final dos anos 90.

¹³ Enquanto diretora, Bárbara Reis interrompeu a coluna semanal *Coffee break* e uma coluna partilhada na revista do *Público*, escrevendo apenas no editorial

¹⁴ Critérios, géneros e técnicas, em Livro de Estilo, jornal *Público* https://static.publico.pt/nos/livro_estilo/

¹⁵ Touraine, A. *et al* (org.) (1996)

O critério de seleção das autoras para entrevista foi serem colunistas residentes com crónicas nos jornais ou plataformas online. Numa primeira fase foi feito um mapeamento de colunistas em Portugal nos jornais generalistas e económicos de maior circulação ou de referência nos media tradicionais. Tentou-se uma representação de cada meio *mainstream*. No jornal *Público* existem duas colunistas referências, Bárbara Reis e Teresa de Sousa, mas foi preciso optar por motivos de reduzir a amostra de análise e simplificar o processo. Alguns convites foram endereçados a colunistas com quem já existiam contactos. Numa segunda fase, alargou-se a pesquisa aos media alternativos com alguma expressão na sociedade portuguesa. Primeiro o *Gerador* referido pela Clara Não, onde se iniciou na escrita de crónicas e, de seguida o *Setenta e Quatro* referido pela Sofia Craveiro do *Gerador* tendo sido uma referência indicada na academia.

Foram ainda feitos convites a protagonistas de referência como as colunistas Fernanda Câncio, Susana Peralta, Maria João Avillez e Clara Ferreira Alves, que não foram aceites ou aos quais não se obteve resposta.

Procurou-se ter uma pequena amostra de entrevistas para uma análise simples comparativa. Para tal, foram realizadas entrevistas semiestruturadas por *zoom* e uma presencial a nove autoras de artigos de opinião: Bárbara Reis, Clara Não, Sofia Vale, Helena Matos, Sofia Craveiro, Catarina Marques Rodrigues e Ana Patrícia Silva, Joana Garoupa e Paula Cardoso.

Foram analisadas três entrevistas áudio realizadas a colunistas em *podcasts* conduzidas por jornalistas do mesmo meio onde estas trabalham: Clara Ferreira Alves, Maria João Avillez e Helena Garrido.

Os media generalistas e tradicionais têm um público mais abrangente e heterogéneo, ao contrário dos media alternativos como o *Gerador* ou o *Fumaça*, que são mais dirigidos a públicos de nicho e destinados a criar comunidade. Foram publicados nos jornais nacionais diários, como o *Público*; em jornais semanais, como o *Jornal Económico* e o *Expresso*. O critério que se utilizou na metodologia das entrevistas foi uma análise comparativa das respostas com base nas reflexões sobre os temas. A seleção não se baseou em se ter considerado que eram representativas das colunistas ativas. Das nove colunistas entrevistadas, cinco são jornalistas e cinco escrevem para os media tradicionais e quatro para os media alternativos.

A análise a três autoras em entrevistas já publicadas nos media tradicionais (fontes secundárias) são autoras e jornalistas, para além de colunistas. Nas fontes secundárias as três entrevistadas selecionadas são referências como colunistas ativas em Portugal, na política, na economia e na literatura e encontram-se na faixa etária entre os 60 e 70 anos.

Partindo de um guião de eixos temáticos orientadores, avançou-se para entrevistas semi-diretivas, permitindo às entrevistas acrescentar questões ou abordagens que fizessem uma projeção de si próprias. No caso das três jornalistas de media alternativos, as questões foram mais dirigidas sobre este tipo de jornalismo e a sua particularidade. Pretendeu-se como se veem, de que forma entraram no mundo do jornalismo ou no mundo dos media, qual a forma de acesso à categoria/função de colunista, o que leem e qual a sua representação das mulheres colunistas e do seu papel na sociedade. Pretendeu-se situá-las no seu «lugar de fala». É importante perceber o capital social e cívico enquanto cidadãs e jornalistas, quando é o caso. São mulheres que têm facilidade com a palavra escrita e a organização do pensamento e que tiveram acesso ao espaço público. Mais especificamente, procurou-se resposta às seguintes perguntas sobre os temas sobre os quais escrevem, o poder ou influência que consideram ter, a representação de si próprias face ao papel que desempenham no espaço de opinião dos media.

2.3.4 Perfis entrevistas semi-diretivas

As entrevistas semi-diretivas foram realizadas no geral videochamada e, apenas uma presencial, entre junho e outubro de 2023, tendo sido algumas gravadas ou registadas em papel e posteriormente transcritas. A duração média de cada entrevista foi de 45 minutos¹⁶. Perfilamos de seguida uma curta biografia ou apresentação de cada uma das colunistas da amostra.

Bárbara Reis

Aos 17 anos foi trabalhar para o jornal *Expresso* porque queria ser fotógrafa, mas acabou por aprender a escrever. Dois anos depois nascia o jornal *Público* e foi “levada” pelos fundadores do jornal onde é jornalista desde 1989. Passou pela editoria Internacional, correspondente em Nova Iorque (1995-2000), editora de Cultura (2002-2007), editora do caderno *P2* (2007-2008), executiva da direção (2008-2009) e diretora (2009-2016). Atualmente é redatora principal e escreve duas crónicas semanais, *Livre de Estilo*¹⁷, uma *newsletter* sobre o outro lado do jornalismo e dos media e *Coffee Break*¹⁸. Tem ainda uma crónica mensal numa revista de ideias¹⁹ onde denuncia a misoginia que existe. Licenciou-se em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. Em 2019 criou o curso de Escrita de Textos de Opinião que leciona hoje no ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa e é autora de dois livros. É mãe

¹⁶ A transcrição encontra-se nos anexos no final da dissertação

¹⁷ <https://www.publico.pt/2023/07/12/newsletter/livre-estilo>

¹⁸ <https://www.publico.pt/coffee-break>

¹⁹ *Almanaque Mag* disponível em <https://almanaquemag.com/>

de três filhos. Bárbara Reis leciona o curso Escrita de Textos de Opinião frequentado pela autora desta dissertação.

Clara Não

Clara Não é uma autora e ilustradora profissional. Começou a escrever opinião numa coluna própria no *Gerador*, tendo sido convidada em dezembro de 2022 para ser colunista residente no *Expresso* onde assina as crónicas com o título *Geração E*. Antes de ser colunista partilhava nas redes sociais as suas ilustrações e opiniões tendo chegado a um público amplo gerando muitas partilhas. Formou-se na Faculdade de Belas Artes do Porto, em Design e Comunicação, e tem um mestrado em Desenho e Técnicas de Impressão, explorando a relação entre desenho e escrita. Clara Não representa a nova geração, é controversa, suscita comentários oponentes e assumiu a pasta da diversidade e igualdade de género.

Sofia Vale

Economista, investigadora e professora auxiliar do Departamento de Economia no ISCTE- IUL. Assumiu em 2022 pela primeira vez um cargo de direção como vice-reitora com o pelouro da gestão financeira. Trabalha há 28 anos no meio académico, referindo ser “muito comum encontrar perfis que trabalham a vida inteira no mesmo local”. Escreve numa coluna quinzenal, desde agosto de 2020, no *Jornal Económico*, sobre macroeconomia intitulada *Econoplastias*. A escolha resultou do facto de escrever num meio económico sobre macroeconomia e ter sido colega da autora desta dissertação no curso de Escrita de Textos de Opinião.

Catarina Marques Rodrigues

Licenciada em Ciências Políticas e Relações Internacionais e iniciou uma pós-graduação em jornalismo multiplataforma que descontinuou quando foi trabalhar como jornalista e colunista no jornal digital *Observador* com 21 anos. A seguir foi para a RTP, trabalhar como jornalista e saiu, em abril de 2022, para criar o *podcast* e a plataforma *Gender Calling*. O *Gender Calling* é um projeto de jornalismo especializado numa área desenvolvido pela autora segundo a qual existem os *mass media* e depois há o jornalismo especializado que aborda questões de género e as desigualdades LGBT, etc. Participou numa *Tedx Talk*²⁰ em 2021, intitulada “Na Primeira Página”: (In)visibilidade é fundamental para atingir a igualdade, tendo como ponto de partida o facto de que só 25% das mulheres são fonte e sujeito das notícias sobre como a visibilidade das mulheres contribui para a igualdade de género. Especialista em

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Yz3CdY63jGk>

igualdade de género, diversidade e inclusão, faz moderação em debates a convite de instituições académicas e governamentais e é convidada por empresas para dinamizar sessões sobre igualdade de género, comunicação inclusiva e preconceitos inconscientes. Coautora de um livro e autora da 1ª série do *podcast* "Chicas Poderosas".

Sofia Craveiro

Licenciada em Ciências da Comunicação, tem ainda um mestrado em Branding e Design Moda. É jornalista a tempo inteiro no *Gerador* que acumulou até ao momento da entrevista com a escrita de opinião no jornal, que iria deixar por questões de política editorial ser apenas feita por convidados. Escreve opinião "há bastante tempo", criou um *blog* que está inativo e escreve para a imprensa regional sobre a região da Covilhã onde vive.

Ana Patrícia Silva

Formada em Ciências da Comunicação e da Cultura tendo escolhido a opção de jornalismo. Fez uma pós-graduação em escrita para cinema, e frequenta um mestrado sobre Estudos de Mulheres. É coordenadora da Opinião no *Setenta e Quatro* e faz a ponte com os colunistas convidados.

Helena Matos

Licenciada em Estudos Portugueses pela Universidade Nova de Lisboa, começou a sua carreira como professora de latim no ensino secundário. Consultora de história, jornalista, comentadora na CNN e colunista no Observador. Na Rádio Observador divide o programa contracorrente com José Manuel Fernandes. Antes do jornal *Observador* passou por vários meios de comunicação e escreveu artigos no jornal *Público*, no jornal *Diário Económico*, entre outros. Escreve atualmente artigos de opinião para vários media. As suas crónicas no jornal *Observador* são as mais lidas e mais comentadas, de acordo com a autora do *podcast* *Observadores como Nós*, Maria João Simões²¹. É mãe e avó de dois netos.

Joana Garoupa

Formada na área das Ciências Sociais e uma apaixonada pelo mundo da comunicação, marketing e comunicação. Começou o seu percurso em agências de publicidade e passou depois para o mundo empresarial como diretora de marketing e comunicação e de formação (Siemens, Galp, Sonae e OM-

²¹ <https://observador.pt/programas/observadores-como-nos/helena-matos-oh-mae-nao-facas-voz-de-radio/> (EP. 1 "Mãe, não faças voz de rádio")

NICOM media. Criou em 2023 a sua própria empresa de consultoria em sustentabilidade e comunicação, a Garoupa Inc. Escreve quinzenalmente para o *Jornal de Negócios* e mensalmente para o *M+* do jornal digital *ECO*. Colunista recente num meio económico.

Paula Cardoso

Licenciatura em Relações Internacionais e um ano no curso do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR), tendo estagiado três meses no semanário *Sol*. Como jornalista trabalhou na revista *Visão*, onde foi escrevendo pontualmente, nomeadamente na revista *Visão História*. Voltou ao jornal *Sol* para assumir a ligação a Angola com a coordenação do jornal e revista, tendo permanecido naquele país sete anos. Em 2020, entregou a carteira de jornalista porque queria se dedicar a um projeto pessoal, o *Afrolink*, uma plataforma de produção de conteúdos. Como colunista começou a escrever no *Setenta e Quatro*, e pouco depois no *Gerador*, a convite de uma jornalista daquele meio. Participa no *podcast* “Os Comentadores” da *AbrilAbril*²², onde comenta o comentário na oralidade, juntamente com a dupla Pedro Tadeu e Nuno Ramos de Almeida.

2.3.5 Perfis fontes secundárias

Clara Ferreira Alves

Foi como jornalista trabalhar para o Expresso nos anos 80, e fez parte da equipa do jornal com Vicente Jorge Silva, responsável pela revista. Escreve há mais de 20 anos na coluna Pluma Caprichosa, semanalmente na revista do Expresso onde escreve também crítica literária. Colunista e repórter de guerra. Comentadora no programa *Eixo do Mal*. Foi diretora da Casa Fernando Pessoa e da revista *Tabacaria* e tem seis livros publicados. “É a mais notável colunista portuguesa. Soube conquistar essa voz e esse poder”, citação de Bernardo Mendonça²³ na introdução ao *podcast* “A Beleza das Pequenas Coisas”.

Maria João Avillez

Escritora, autora, comentadora e jornalista. Autora de biografias de políticos nacionais. Escreve opinião no jornal *Observador* e comenta política nacional na *CNN Portugal*. Tem uma carreira de quase 60 anos na comunicação social desde o programa juvenil da Radiotelevisão Portuguesa onde começou muito jovem. Colaborou com o jornal *Público*, a *Rádio Renascença*, o jornal *Diário de Notícias*, o jornal

²² <https://www.abrilabril.pt/podcasts/os-comentadores>

²³ Entrevista conduzida em 2018 no *podcast* “A Beleza das Pequenas Coisas”, de autoria e conduzido por Bernardo Mendonça, no *Expresso* <https://open.spotify.com/episode/0tE0Je1VnKXlnr85fLfF8Q>

Expresso, a *TSF*, a *RTP*, a *SIC Notícias* e a *TVI24*. Foi homenageada com o Prémio Carreira nos Prémios Dona Antónia que destaca as mulheres com uma carreira notável, pelo “percurso de vida consolidado e merecedor de inequívoco reconhecimento público” como “uma das maiores referências no jornalismo político nacional” e “reconhecida como a ‘cronista da política portuguesa’”, citação em entrevista ao podcast “*Observadores como nós*”, conduzido por Maria João Simões²⁴.

Helena Garrido

Colunista, autora, jornalista e professora de jornalismo económico e jornalismo digital na Universidade Lusófona. Foi aluna do Mestrado em Economia quando já estava no jornalismo, mas não chegou a terminar a sua dissertação de mestrado²⁵. Fez parte da direção do *Jornal de Negócios* de onde saiu em 2016 e passou por outros meios de comunicação social. Quando não havia mulheres a fazê-lo, foi diretora num mundo masculino em meios económicos.

²⁴ Entrevista a 20 de fevereiro de 2023 no podcast “Observadores como Nós”, conduzido por Maria João Simões, na *Rádio Observador*. <https://observador.pt/programas/observadores-como-nos/maria-joao-avillez-pre-firo-sofrer-sozinha/>

²⁵ Entrevista a 28 de maio de 2023 no podcast “Observadores como Nós”, conduzido por Maria João Simões, <https://observador.pt/programas/observadores-como-nos/helena-garrido-sou-jornalista-por-acaso/>

Capítulo 3 – Análise de resultados

3.1 Núcleos temáticos

3.1.1 Trajetórias

Em termos dos percursos das colunistas entrevistadas, a maioria começou a escrever opinião por convite ou sugestão de um par ou elemento na estrutura hierárquica num meio de comunicação social. A jornalista Helena Matos, atualmente no *Observador*, foi a única entrevistada a indicar ter proposto os seus textos ao jornal *Público*, mas para ficar colunista residente neste jornal foi por convite.

O jornalismo é a profissão mais frequente entre as entrevistadas, quando começaram a escrever opinião e a ter o seu espaço. Acumulam atualmente com funções como o comentário, a crítica ou a escrita literária, a consultoria histórica, etc. As colunistas mais recentes não são jornalistas, como é o caso da colunista Clara Não, Sofia Vale e Joana Garoupa, respetivamente ilustradora, professora e empresária. No caso de Sofia Vale, o seu percurso profissional decorre no meio académico como professora, investigadora e, mais recentemente, na qualidade de vice-reitora na instituição de ensino superior onde sempre trabalhou. A colunista Helena Matos iniciou a sua carreira como professora de português e latim, mudando posteriormente para o jornalismo. Por último, a colunista Bárbara Reis teve o seu início profissional como fotógrafa e repórter de guerra. Em relação ao percurso para obter um espaço de opinião, a primeira experiência foi a escrever crónicas de costumes como correspondente numa coluna partilhada “visto de outra cidade”. Duas entrevistadas deixaram o jornalismo para abraçar os seus projetos pessoais de comunicação, Catarina Marques Rodrigues e Paula Cardoso.

Homens e mulheres estão sujeitos a pressões e a vivências diferentes no acesso ao emprego, no acesso à saúde, no assédio, pelo que em certos momentos as mulheres vão trazer pontos de vista diferentes de um homem não vive essas experiências.

3.1.2 Relações profissionais

As entrevistadas foram praticamente todas convidadas a serem colunistas residentes. A coluna de opinião surgiu por convite ou recomendação de elemento da direção editorial ou da editoria de opinião dos respetivos meios de comunicação social, quase sempre um par masculino. Destaque-se o caso de Helena Matos que referiu que começou por enviar para o *Público* um texto de opinião sobre os manuais escolares durante o verão, apesar de já ter escrito opinião noutros media para os quais colaborou. Começou por ser a autora a propor os seus textos para o meio onde passou mais tarde ser colunista

residente, nessa altura a convite de José Manuel Fernandes de quem era amiga. Bárbara Reis foi convidada a escrever opinião de forma regular por Vasco Câmara. Mas a jornalista já se encontrava no jornal e acumulou jornalismo com a(s) coluna(s) de opinião, exceto quando foi diretora.

Das duas colunistas foram diretoras de jornais, Bárbara Reis e Helena Garrido, sendo que apenas a primeira permanece no mesmo jornal, enquanto a segunda, saiu para outro jornal, mas agora online.

“Acredito que é possível um jornalista ser colunista, mas não o ocuparia num meio onde sou jornalista, mas noutro órgão de comunicação social. Um Ensaio tem uma constituição de contra-argumentação e seleção de informação. Opinião acaba por de ser mais determinante no sentido em que nos colocamos de forma política ou socialmente. Não vai contaminar o meu trabalho como jornalista. Acredito que atualmente como o que se passa na informação e opinião é cada vez mais fácil dissociar o que é opinião e informação, isso é perigoso. Posso escrever opinião noutro meio, porque ali sou colunista”, referiu na entrevista Ana Patrícia Silva.

3.1.3 Noção de poder

Esta categoria pode ser considerada ambígua, confundindo-se com a autorrepresentação ou a imagem percecionada pelas próprias. As colunistas entrevistadas em geral, à exceção feira de Paula Cardoso, não reconhecem no geral que a coluna seja um espaço público de poder, mas antes “que contribui para a reflexão, ajudar a pensar, e, eventualmente influenciar”. Segundo a filósofa Djamilia Ribeiro²⁶ “...o facto de uma mulher ser uma mulher não significa que ela tenha uma consciência crítica sobre o seu lugar”. Aqui remete para a perceção de si, “... não somos o que somos, mas o que fazemos de nós” (Santos e Correia, 2004: 213).

“Não há forma de medir. Nunca pensei ser uma pessoa que tenho coisas a dizer para a humanidade”, refere Bárbara Reis. É mais uma questão de cidadania, exercer um direito de liberdade de expressão. Remete-nos este núcleo temático para a concetualização de Gradim “quem escreve opinião está ciente da parcialidade das suas posições, mas simultaneamente, admite e deseja que estas sejam partilhadas e adotadas por um grande número de recetores dessa opinião – é esse o sentido da argumentação: converter, convencer, arregimentar” (2000: 75). Pode ser uma ajuda numa nova fase profissional posicionando a autora, como no caso de Joana Garoupa que criou em 2023 a sua empresa de consultoria. Por outro lado, referem nos comentários que escreve de forma clara e tem métricas do Jornal de Negócios de quais as suas crónicas com mais leituras.

²⁶ <https://www.publico.pt/2023/09/10/culturaipilon/entrevista/djamila-ribeiro-feministas-negras-tambem-sujeitos-politicos-2062467>

Os comentários numa crónica podem medir o impacto e as partilhas nas redes sociais levam os artigos a um público mais alargado. Veja-se o caso de Clara Não que começou no Gerador onde criou uma comunidade e quando passa para o Expresso ganha um alcance e projeção que não se verificava antes. No início da sua opinião ganhou alcance pelas redes sociais onde começou. Interessante do ponto de vista do resultado, mas o que é mais importante, escrever para esse nicho ou alargar e falar para outras pessoas? “Estamos perante uma prática discursiva mediatizada, onde quem fala/escreve tem consciência de que está a ser ouvido por um grupo heterogéneo de pessoas que julga e avalia. Esta comunicação mediatizada é, por isso, mais pensada e cuidada, por forma a ser facilmente interpretada pelo público heterogéneo” (Loureiro, 258-259). “Sim, às vezes esse poder está ligado ao número de pessoas que se alcança. A constância ajuda a ter mais impacto do que fazer apenas uma coisa de vez em quando”, afirma Catarina Marques Rodrigues. Segundo Paula Cardoso na “ocupação do espaço de opinião mainstream, existem os que vieram das redes sociais, há sempre esse lugar, quanto vale essa pessoa se se tratar de uma figura pública. Existem comentadoras alinhadas com determinada linha editorial”. Sofia Vale referia a influência do discurso dominante nas nossas vidas.

3.1.4 Fatores que influenciam na seleção de colunistas

“É mais uma opinião comprometida com ou sem agenda” foi a resposta de Bárbara Reis à questão se as mulheres em cargos públicos ou privados de topo têm mais facilidade em terem um espaço de opinião. O desempenho de cargos de topo nos media tradicionais, “assegura uma presença regular nos media e qualifica quase automaticamente os seus ocupantes como interlocutores privilegiados dos jornalistas” (Martins: 12 [Batista, 2012: 69-70]). Nos media alternativos não se verifica estes fatores na escolha dos protagonistas, mas a diversidade de opiniões e temas menos balizados. Ou seja, já não é a “notoriedade do agente principal do acontecimento” como um dos mais principais valores-notícia na seleção informativa” (Martins: 12 [Traquina, 2002: 188]). Helena Garrido afirmava que se começava a notar verdadeiramente a discriminação é em certos patamares de poder. Os homens têm cumplicidades que as mulheres ainda não conseguiram ter”. Acrescentando “hoje já há muitas mulheres em lugares de topo que têm a coragem de falar sobre isso. Ana Patrícia Santos referia-se ao processo nos media alternativos relacionado com o espaço de reflexão, não no sentido de seleção, mas de inclusão. É importante que saiba escrever [Sofia Vale deu o exemplo da cronista Carmen Garcia, A Mãe Imperfeita, como exemplo de alguém que se afirmou sem ter um cargo dirigente ou ser académica].

3.1.5 Causas que as movem

Bárbara Reis “não tem um tema nem área específica, é imprevisível [...] O texto só é útil se trazer alguma coisa nova”, privilegiando a diversificação de temas e o fator surpresa, mas a autora vai marcando um compasso nos temas que afetam a vida das mulheres. Clara Não diz estar “com a pasta da diversidade e da juventude” escrevendo no *Expresso* sobre as mesmas coisas que fazia no *Gerador*.

“A ideia no *Expresso* é abrir mais ao público à opinião dos jovens, para o alerta, para a diversidade e de pessoas que não iriam procurar estes temas. A grande diferença que vejo é o tipo de público. “As típicas personas que leem o *Gerador* e o *Expresso* não têm nada a ver. No *Gerador* estava muito mais a falar para pessoas que pensavam como eu ou de forma similar. Havia menor retração em mim de escrever sobre certas coisas de escrever no *Gerador* porque sabia que as pessoas não me iriam interpretar mal. No *Expresso* há essa possibilidade que traz um desafio maior de quebrar estereótipos sociais. Um público que não tem a cultura que existe no *Gerador*”.

A identidade de género e social pressupõe uma narrativa. “Contar a nós mesmos ou ao outro quem somos é, afinal, contar narrativas sobre como conseguimos chegar áquilo que somos e para onde vamos a partir daqui” (2004: 215 [(Ricoeur, 1990: 176). “Uma mulher colunista mais tarde ou mais cedo escolhe ou tropeçam em coisas que tocam as mulheres. Não existe uma perspetiva feminina, são milhares de perspetivas”, segundo Bárbara Reis.

É raro não escrever sobre economia, mesmo que não escreva sobre economia, tenho sempre de terminar com uma reflexão económica de contexto” comentava Sofia Vale.

Da mesma forma, permitem aferir as características discursivas dos seus autores, tendo em conta o género. Por outro lado, são autoras de textos de opinião publicados na imprensa nacional abordam temas diversos. Não necessariamente sobre questões de género, mas sobre a sua área de especialidade, fundamentalmente.

«As mulheres tiveram de ser criativas e perspicazes o suficiente para escrever sobre temas, que não fosse exclusivamente sobre o universo do feminino, justificados pela representação que têm do que o seu público quer. Algumas não lhes interessa escrever sobre temas femininos, para não serem conotadas como feministas ou porque a questão da igualdade formal passa precisamente por poderem escrever sobre tudo e naquilo em que são especialistas. Obter o reconhecimento dos pares e do público é uma forma de reconhecimento e de igualdade, que não passa necessariamente por reivindicar o feminismo ou escrever sobre mulheres ou temas de género» (Ventura: 100).

3.1.6 Fatores-chave para escrever uma boa crónica

Escrever bem, gostar de escrever e ler muito, foram algumas das referências das entrevistadas. Saber escrever, ler e pesquisar, rever. Escrever bem, para isso é importante ler, como no geral responderam, e a colunista Helena Matos referiu que é importante “gostar de escrever”. Estar informada, dominar uma área de especialidade. Um espaço de opinião regular requer muita disciplina e organização. Joana Garoupa referiu deixar duas crónicas preparadas quando vai de férias. Estar num cargo importante pode conferir-lhe um espaço para escrever, um lugar de fala²⁷, mas não a habilidade para escrever bem. A opinião deve ser muito fundamentada, não escreve sem pesquisar referências a notícias e citações dizia Sofia Craveiro, que dava como referência Bárbara Reis. Considera importante ler opinião. Não é simplesmente dizer o que se pensa. Há várias formas de se escrever. Para se sustentar a opinião convém ter uma referência ou citação de base. Percebeu através de colunistas mais experientes que fazem. Convém ter consciência de onde se encaixam, qual é o seu lugar de fala.

A apropriação da escrita no espaço público foi materializada no texto de opinião, por vezes também na literatura. Inevitavelmente homens e mulheres estão sujeitos a pressões e a vivências diferentes, do acesso ao emprego, acesso à saúde e assédio. Neste sentido, em certos momentos as mulheres vão trazer pontos de vista diferente das de homens que tendem a não viver tanto essas experiências. Um espaço de opinião regular requer muita disciplina e organização. Na entrevista realizada com Joana Garoupa, esta afirma que “quando vai de férias tem de deixar duas crónicas preparadas”. Sofia Vale é da mesma opinião e afirma que “só o faz porque não está na fase de filhos pequenos”. Catarina Marques Rodrigues sonhava ter o seu projeto, mas quando trabalhava na RTP não tinha possibilidade de dedicar tempo.

3.1.7 Representação do género no espaço de opinião

Bárbara Reis escreveu no Público uma série de sete textos sobre temas que afetam as mulheres em termos de desigualdades sociais. «Não sei dizer, há talvez escolha de temas sobre “a vida como ela é. Pode ser sobre o sistema fiscal irlandês, não temos interesse só sobre questões das mulheres. Não existe uma perspetiva feminina, são milhares de perspetivas». Tem uma crónica mensal para denunciar a misoginia que existe na revista de ideias o *Almanaque Magazine* onde escreveu a primeira crónica feminista que escolheu como tema fixo.

²⁷ https://www.researchgate.net/publication/329228888_Lugares_de_Fala_um_conceito_para_abordar_o_segmento_popular_da_grande_imprensa

Bárbara Reis fala da necessidade de existir um equilíbrio a todos os níveis. Importante existir a preocupação na diversidade e no pluralismo dos colunistas, género, estilos, etnia, ideologias e bases de interesse. “Não posso fugir da experiência que tenho como mulher”, referiu Clara Não. [...] É importante a diversidade do autor, para não correremos o risco de ter opiniões normalizadas no jornal. Se eu estivesse sempre a falar com pessoas que concordam comigo seria aquilo que se chama um *Eco Chamber*”. Daí a importância do pluralismo de géneros na prática discursiva.

As mulheres têm uma opinião que pode ser discordante e querem contribuir para o espaço de reflexão e discussão pública: “não estou muito alinhada com o discurso dominante. E por isso a motivação para escrever é poder contestar e questionar algumas ideias feitas”, referiu Sofia Vale, acrescentando “poder questionar um pouco aquilo que é a visão dominante das coisas” e, ainda, “não consigo ter uma visão masculina das coisas, embora a economia seja dominada por homens e a área de macroeconomia é ainda mais dominada por homens”. “Não é uma perspetiva feminina, até porque uma mulher não representa todas as mulheres. Quanto temos diversidade de opinião vamos ter outras perspetivas. Mulheres e homens vão ser interpretados de forma diferente pela sociedade”, indicava Catarina Marques Rodrigues. “A representatividade é uma prioridade. Estamos a cumpri-la” no Gera-dor, referia Sofia Craveiro.

3.1.8 Referências nos media tradicionais e alternativos

Nos media tradicionais nacionais, o jornal *Público* está entre as referências mais referidas pelas entrevistadas nas suas leituras diárias nos media tradicionais. As colunistas mais novas dos media alternativos, referem nos meios internacionais o *Washington Post*, *Elephant Journal*, *The Guardian*, *New York Times* e, o *Propublica*, o *Intercept Brasil*, o *Aljazeera*. Helena Matos optou por não identificar, referindo ter leituras obrigatórias na imprensa nacional e internacional.

O jornalismo alternativo trouxe à opinião mais liberdade, permitindo falar de nichos para nichos e criar comunidade. Pegando no exemplo de Bárbara Reis para a escolha do nome da sua crónica mensal no *Almanaque Magazine*²⁸, recorreu-se ao cálculo do rácio para avaliar a representatividade de mulheres e homens nos media tradicionais e alternativos:

²⁸ “Quando o Vasco Barreto me desafiou a escrever para a *Almanaque*, disse-me que queria ‘convidar muitas mulheres’ porque “a paridade” era ‘um ponto de honra’. Na altura, tinha 18 mulheres e 23 homens confirmados como colunistas, um rácio de 0,71. Tive de perguntar como ler o número. Resposta: ‘0,71 quer dizer que temos 10 homens por cada 7 mulheres’. A ideia, disse Barreto, era ‘ser praticamente escandinavo’. Assim foi. O rácio viria a subir e a *Almanaque* nasceu com 51 cronistas: 32 homens e 26 mulheres. Com a troca de emails, cheguei ao nome da crónica (0,71) e, como pedido, ao ‘tema nicho’”.

Quadro I - Rácio da representatividade de género na opinião

Media	Tipologia	Mulheres	Homens	Rácio
Gerador	Alternativo	18	12	1,5
Observador	Tradicional	14	24	0,58
Público	Tradicional	16	38	0,42
Setenta e Quatro	Alternativo	3	7	0,42
Diário de Notícias	Tradicional	17	42	0,4
Expresso	Tradicional	10	32	0,31
Média		10.3	25.8	0,6

Verifica-se um rácio mais baixo nos media tradicionais do que nos media alternativos. No *Gerador* regista-se uma relação inversa à tendência nos restantes media, com uma equipa de colunistas composta por mais mulheres do que homens. A representatividade é considerada uma prioridade no Gerador, não só de mulheres, mas também de jovens que constituem a maioria dos colunistas e jornalistas.

Nos media tradicionais na vertente generalista, o rácio com o valor mais alto verifica-se no jornal *Observador* e o mais baixo no temático *Jornal de Negócios*. No *Expresso*, por cada dez homens existem três mulheres, nos jornais *Público* e *Diário de Notícias* há quatro mulheres, nos jornais *Observador* e *Jornal Económico* cinco mulheres, no *Jornal de Negócios* existem duas mulheres e, este resultado é interessante, no *Gerador* em cada 15 mulheres existem 10 homens. É constituído por uma equipa jovem na faixa etária dos 30. No jornal *Expresso* a escolha de Clara Não como colunista, o pressuposto foi o de alargar a opinião de jovens ao público, daí o título da coluna “*Geração E*”.

No *Expresso* o colunista com mais leitores é Miguel Sousa Tavares e no *Público* Miguel Esteves Cardoso (MEC), vencedor do Prémio Crónica 2023, e talvez o colunista mais lido em Portugal. No *Observador* a colunista com mais leituras e ouvintes na *Rádio Observador* é Helena Matos e no jornal *Expresso* a colunista Clara Ferreira Alves, ambas sexagenárias. Os temas abordados são da política nacional e internacional ao jornalismo do quotidiano no caso do MEC. Têm longas carreiras e experiência no jornalismo, berço dos colunistas. Mas o facto de estarem ligados à fundação de jornais e serem ou terem sido comentadores na televisão não será alheio a este sucesso. Conquistaram público na televisão na sua relação com a imprensa de referência.

Quadro II - Rácio de vozes especialistas por temática (economia)

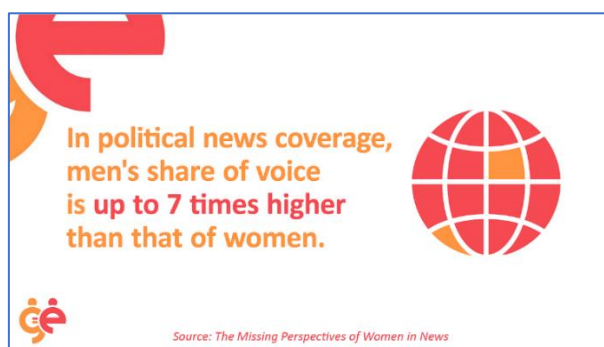
Media	Mulheres	Homens	Rácio
Jornal Económico	12	17	0,70
Dinheiro Vivo	8	23	0,35
Jornal de Negócios	7	27	0,26
Expresso Economia	2	8	0,2

O caderno de Economia do jornal *Expresso* tem duas mulheres colunistas residentes, Manuela Ferreira Leite e Sandra Maximiano, e oito colunistas homens residentes. “Dos economistas que conheço e estou a ver que participam geralmente no jornal *Expresso*, são homens. Mesmo no caderno principal. No jornal *Público* já há mais mulheres”, segundo a perceção de Sofia Vale.

Quadro III - Rácio de vozes especialistas por temática (política)

Media	Mulheres	Homens	Rácio
Diário de Notícias	4	9	0,44
Observador	6	16	0,37
Expresso	3	9	0,33
Público	2	6	0,33
Média	15	40	0,37

“As vozes de mulheres especialistas são ainda pouco presentes em temas como a política e a economia” (GMMP, 2020)



Fonte: *The Missing Perspectives of Women in News* (2019)

Principais conclusões

A presente dissertação de mestrado abordou a representatividade das mulheres na opinião escrita, com enfoque no processo de formação como colunistas e nos fatores que facilitam ou dificultam alcançar o espaço público.

A partir deste estudo foi possível concluir que o espaço de opinião das mulheres tem vindo a evoluir em Portugal, apesar de estar aquém do espaço conquistado pelos homens. Um pequeno grupo não representa todas as mulheres. Representa uma amostra da diversidade de mulheres que participam no espaço de opinião nos media. Estar de forma consistente no espaço de opinião requer autoridade e credibilidade. A presença de mais mulheres confere mais poder de intervenção e cidadania. As redes sociais projetam os colunistas e a sua voz, da mesma forma a televisão tem esse papel ao dar espaço a comentadores. O poder pode advir do número de pessoas que se alcança ou pode chegar pela regularidade da presença nesses espaços, algo que uma coluna com periodicidade ajuda a garantir. Esse poder mede-se, em primeiro lugar, pelo número de leitores que alcança, comentários favoráveis e partilhas da opinião nas redes sociais e que se pode assumir como influência ou reconhecimento. Há ainda a camada do poder simbólico associado ao ato cívico de participação no espaço público e o capital de reputação da colunista.

Uma das principais conclusões é o fato da evolução da feminização nas notícias não ser ainda acompanhada proporcionalmente pela feminização de opinião nos media tradicionais. Nos media alternativos a relação entre vozes femininas e masculinas encontra-se quase equilibrada e, em casos pontuais, ultrapassa a dos seus pares masculinos. A marginalização das mulheres mantém-se nas vozes especialistas nos media tradicionais sobretudo em política e, cada vez menos em economia, apesar de se verificarem mais vozes de mulheres a escrever sobre esses temas.

A experiência e a idade conferem credibilidade nos media tradicionais onde a “idade é um posto”. Nos media alternativos a experiência e a idade têm muito menos peso. Algumas colunistas mais experientes nos media tradicionais constituem referências para as mais jovens e que começaram há menos tempo, nomeadamente nos media alternativos. As colunistas com mais experiência têm como referência as mulheres da sua faixa etária. As mulheres que escrevem nos media tradicionais leem menos opinião nos media alternativos.

O jornalismo constituiu o berço das primeiras colunistas e das que permanecem ativas. A feminização no trabalho, e no jornalismo em particular, terá contribuído para o acesso e a ocupação do espaço público da escrita pelas mulheres. As colunistas representadas têm em comum a escrita na sua atividade profissional. Escrevem sobre temas que dominam e que escolheram como causa.

As suas trajetórias de vida contribuíram para criar as condições favoráveis para se tornarem colunistas, aliado ao facto de escreverem bem, lerem de forma regular e estimularem o pensamento crítico sobre a sua área de atividade e o mundo à sua volta, conferindo-lhes uma voz única num coro de muitas vozes. Escrever ajuda a pensar e vice-versa. Não é tanto a criatividade que está em jogo, mas ter consciência cívica de si próprias e um sentido crítico. As colunistas formam-se pelo seu pensamento crítico, capacidade de argumentação e prática de escrita.

A opinião é mais escrutinada do que a notícia, por ser mais ideológica e subjetiva. Existe por parte de algumas colunistas a perceção de que pode ser problemático escrever opinião e ser jornalista no mesmo meio, entendido como jornalismo de causas.

Existe ainda o risco de julgamento que decorre da exposição pública, da sujeição aos comentários e críticas, razão pela qual algumas mulheres arriscam menos. No comentário em público ou na televisão a exposição é muito maior e implica a avaliação da imagem física das mulheres penalizada pelo idadismo. O protagonismo das mulheres no processo comunicativo implica confiança.

O que impede ou permite mais as mulheres de participarem no espaço público de opinião que também é relevante na vida política, está relacionado com a falta de tempo das mulheres relativamente aos homens, que despendem mais horas com trabalho doméstico e a vida familiar que constitui um trabalho invisível. Escrever requer tempo de leitura, reflexão, escrita e de planeamento e é ainda um ato de cidadania

Na produção jornalística existem dinâmicas em que as lógicas de editoriais agravam o *glass ceiling* ao dar voz a titulares das posições de topo, às quais as mulheres têm dificuldades em chegar. Foram os pares masculinos ou elementos das direções dos grupos de media, ainda muito masculinizadas, que convidaram as entrevistadas. As mulheres abordadas foram desafiadas e convidadas a terem uma coluna de opinião. A chegada aos cargos de topo nas editorias e de direção editorial de mais mulheres, poderá ter sido um fator que contribuiu para o aparecimento de algumas frechas no *glass ceiling* e na conquista do espaço de opinião.

Não existe uma perspetiva feminina na opinião específica, mas uma variedade de perspetivas, uma vez que cada mulher tem uma experiência e consciência de si únicas. Por outro lado, ser mulher é

indissociável da forma como se escreve, da sua vivência do que é ser mulher. O género é uma construção social e uma narrativa da identidade, é contar aos outros quem se é.

O jornalismo alternativo trouxe mais liberdade de expressão sobre determinados temas, vocacionado a um público que não está tão preso à atualidade. Dá palco a um pluralismo de vozes, não só de mulheres, mas de jovens, de quem vive no interior do país, de etnias e culturas à margem do *mainstream*, assim como, de estrangeiros ou nómadas em Portugal. Procura ter vozes de todos os territórios e refletir sobre temas que os meios tradicionais, devido à atualidade não têm interesse nem tempo para desenvolver. Os media alternativos podem, assim, contribuir para mitigar a perspetiva esquecida das mulheres. Há uma evolução da feminização da opinião evidente sobretudo nos media alternativos. Persistem desequilíbrios de vozes femininas entre os media tradicionais ou os também designados *legacy media* e as plataformas online onde vivem os media alternativos. Neste estudo registou-se uma média no rácio da representatividade de género de 0,6 ou seja, por cada dez homens colunistas existem seis mulheres colunistas nos media tradicionais e alternativos.

A opinião corresponde a menos de 50% de espaço nos media comparativamente à informação. Sendo um espaço restrito existe uma segregação e disputa apesar do maior enfoque público na diversidade. A progressão na carreira na profissão tem sido mais difícil para as mulheres do que para os homens. Mas ganharam progressivamente consciência da importância do seu papel de cidadania pela opinião.

Estas conclusões permitem responder à questão de investigação enunciada, em relação à auto-representação das mulheres na opinião, que podemos traduzir das palavras de Isabel Ventura: “O que as mulheres produzem, reflete quer os seus percursos de vida, quer as oportunidades sociais que têm” (Ventura, 2012: 96). O percurso das autoras de opinião reflete-se nas posições ideológicas e práticas discursivas adotadas.

Numa perspetiva de aprofundamento desta análise teria interesse entrevistar as direções dos jornais e de plataformas independentes para compreender as práticas das relações sociais do processo de comunicação como um todo. O desafio seria no mapeamento das relações sociais nos media mais extensivo aos vários atores e uma análise ao estado da arte dos media face à crise atual e à existência de mais mulheres em cargos de topo, do que as mulheres na profissão como um todo.

Referências bibliográficas

Livros:

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: SAGE.

Bourdieu, P. (1980). L'opinion publique n'existe pas. *Questions de Sociologie*. Paris: Éditions Minuit, 222-235.

Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico. Memória e Sociedade* (4ª edição), Algés: DIFEL

Brasão, A. (2019). *fêmea*. Lisboa: Santillana.

Cobb, R. (1976). Agenda Building as a Comparative Political Process. *American Political Science Review*, 70(1).

Esteves, J. P. (2005). *O Espaço Público e os Media: Sobre a Comunicação entre Normatividade e Facticidade*. Lisboa: Edições Colibri.

Habermas, J. (1989 [1962]). The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: Polity Press.

Habermas, J. (1971). Comunicação, opinião pública e poder. Em G. Cohn (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*. SP: Companhia Editora Nacional.

Sam-La Rose, J. (2002). Poetry, *In Sable: The Literature Magazine for Writers*. p.60.

Lippmann, W. (1922). The world outside and the pictures in our heads. Em *Public Opinion*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.

Luhmann, N. (1992). *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Veja.

Macedo, A. G., e Amaral, A. L. (org.) (2005). Género. Em *Dicionário da Crítica Feminista*. Porto: Edições Afrontamento.

Maurício, M. J. (2005). *Mulheres e Cidadania: alguns perfis e ação política – 1949/1973*. Lisboa: Caminho.

Martins, Carla (2015). *Mulheres: Liderança Política e Media*. Alêtheia, col. Media e Jornalismo.

Rebelo, J. (coord.) (2011b). *Ser Jornalista em Portugal: Perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.

Ribeiro, D. (2017). *O que é lugar de fala?* Belo Horizonte: Letramento.

Santo, S. E. (2003). *Adeus, até ao Teu Regresso: o Movimento Nacional Feminino na Guerra Colonial 1961-74*. Lisboa: Livros Horizonte.

Santos, J. M. e Correia, J. C. (org.) (2004). *Teorias da Comunicação*. Covilhã: Estudos em Comunicação.

Salman, G. (1995). *Public Opinion and the Communication of Consent*. New York/London: The Guilford Press.

Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *American Historical Review*, 91(5).

Sobreira, R. C. (2001). *Os Jornalistas Portugueses 1933-1974: Uma profissão em construção*. [Dissertação de Mestrado em Ciências de Comunicação]. Universidade Nova de Lisboa.

Tavares, M. (2011). *Feminismos: Percursos e desafios (1947-2007)*. Lisboa: Texto Editores.

Touraine, A. et al (org.) (1996). Género. Lessa, R.; Santos, W. G. & Zaher, J. (eds.). Em *Dicionário do Pensamento Social do século XX* (pp. 332-335). Rio de Janeiro: Edições Dinalivro.

Ventura, I. (2012). *As Primeiras Mulheres Repórteres: Portugal nos anos 60 e 70*. Lisboa: Tinta da China.

Artigos científicos online e sítios na web:

Barreiros, J. J. (2010). *Públicos, media e vida pública: Uso e opinião sobre media e informação em Portugal*, na 1ª década do século XXI [Tese de doutoramento em Sociologia, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/2311>

Correia, J. C. (2005). *A fragmentação do espaço público: novos desafios ético-políticos*. UBI <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-fragmentacao-do-espaco-publico.pdf>

Cova, A.; Pinto, A. C. (1997). O Salazarismo e as Mulheres: uma abordagem comparativa. *Revista Penélope*, (17), 71-94. https://www.researchgate.net/publication/28223756_O_Salazarismo_e_as_mulheres_uma_abordagem_comparativa

Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>

McCombs, Maxwell, and Shaw (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(Issue 2), 176–187. <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/36/2/176/1853310>

LLYC (2023, março). *Mulheres sem nome - avanços na presença da mulher nos meios de comunicação e o desafio pendente* https://ideaspt.llorenteycuenca.com/2023/03/01/mulheres-sem-nome/?hsamp_network=LINKEDIN&hsamp=b48XnJAF7vi%2B

Loureiro, M. (2014). *O Género no Discurso de Opinião na Imprensa Portuguesa* [tese de doutoramento, Universidade da Beira Interior]. LabCom. <https://labcom.ubi.pt/livro/114>

UNESCO. World trends in freedom of expression and media development: Global Report 2017/2018, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261065>

Reuters Institute (2022, março). *Mujeres y liderazgo en los medios informativos en 2022: evidencias de 12 mercados*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/mujeres-y-liderazgo-en-los-medios-informativos-en-2022-evidencias-de-12-mercados#header--4>

Kassova, L; The Bill & Melinda Gates Foundation (2020, novembro). The Missing Perspectives of Women in News: A report on women's under-representation in news media; on their continual marginalization in news coverage and on the under-reported issue of gender inequality. <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>

Teixeira, Lina Moscovó, Jorge, A. (2021). Plataformas de Financiamento Coletivo na Economia Política dos Média Alternativos. *Comunicação e Sociedade*. <https://revistacomsoc.pt/index.php/revista-comsoc/article/view/2863>

Anexos

Anexo A – Guião de entrevista (eixos temáticos orientadores)

- Como foi o processo de integração na secção de opinião? Foi por convite ou autoproposta?
- Que causas a movem ou temas a interessam?
- Acha que é importante haver no espaço público vozes femininas?
- Considera que escreve como cidadã ou como mulher?
- Já idealizava ter um espaço de opinião?
- Acha que escrever e ser lida confere-lhe algum poder de cidadania?
- O que é preciso para escrever opinião?
- Sente responsabilidade em representar temas sobre as mulheres?
- Considera importante haver mais mulheres a escrever opinião nos media?
- O que facilita no processo de seleção para se ter espaço de opinião?
- Lê e dá importância aos comentários?
- Que jornais lê?

As questões dirigidas às jornalistas-colunistas dos media alternativos foram adaptadas para ir ao encontro do tipo meio e obter uma caracterização do mesmo:

- Qual o papel trouxe o jornalismo alternativo para a sociedade e para as mulheres?
- Critério para a escolha das colunistas no vosso media alternativo?
- Foi propositado ter uma equipa de colunistas muito equilibrada?
- Que papel é que o jornalismo de opinião trouxe para o formato de opinião?
- Acompanha e lê media alternativos?

Anexo B – Entrevistas semi-diretivas

#1 Bárbara Reis realizada por *zoom* a 27.06.2023

- Em relação ao percurso para obter um espaço de opinião, referiu ter sido convidada para escrever opinião de forma regular pelo Vasco Câmara, editor do caderno P2 que ajudara a lançar quando regressou ao jornal. Estava no caderno P2 quando morreu Eduardo Prado Coelho, que publicava uma crónica diária sobre literatura no suplemento literário do jornal *Público*.
- Que causas a movem ou que temas a influenciam? Não tem um tema ou área específica, é imprevisível, pode ser um livro que leu. O método para escolher um tema é “fugir daquilo que pensa que as pessoas vão querer ler, fugir da agenda cultural”. Tem obsessão por ser original. “O texto só é útil se

trouzer alguma coisa nova”. “Título deve ser uma coisa leve, despretensiosa, descomplicada, entrar com leveza, efeito surpresa. Serviu para gerar efeito surpresa, pelo feedback das pessoas”.

- Procura temas que afetam as mulheres? No jornal *Público* escreveu uma série de sete textos sobre temas que afetam as mulheres em termos de desigualdades sociais (pay gap, viés na saúde, etc.).

- Idealizava ou tinha pensado vir a ter um espaço de opinião? “Nunca tinha pensado, não era uma ambição”.

- Acha que confere mais poder de intervenção e cidadania? Considera não existir forma de medir. “Nunca pensei ser uma pessoa que tenho coisas a dizer para a humanidade. Nunca tive essa ambição”.

- O que acha que é preciso para escrever opinião? É preciso saber escrever, ler e pesquisar e rever.

- Escreve como mulher ou cidadã. O género é relevante numa opinião? Não sei dizer, há talvez escolha de temas sobre “a vida como ela é”. “Pode ser sobre o sistema fiscal irlandês, não temos interesse só sobre questões das mulheres. Mulher colunista mais tarde ou mais cedo escolhe ou tropeçam em coisas que tocam as mulheres. Não existe uma perspetiva feminina, são milhares de perspetivas”.

– Considera relevante haver mais mulheres a assinar opinião? Defende um equilíbrio a todos os níveis. “É importante a variedade de colunistas, haver essa preocupação género, estilos, etnia e ideologias. Deveria existir uma obrigação de equilíbrio. É mais provável que as mulheres tragam coisas diferentes”.

– Mulheres em cargos públicos ou privados de topo têm mais facilidade em terem um espaço de opinião? “É uma opinião mais comprometida com ou sem agenda”, relacionada com o valor-notícia dos atores na opinião.

#2 Clara Não realizada por zoom a 10.07.2023

- Causas que a movem? Fala das mesmas coisas no Expresso que falava no Gerador. No *Expresso* a ideia foi alargar mais a opinião dos jovens ao público, para o alerta para a diversidade e de pessoas que não iriam procurar os mesmos temas:

“Estou com a pasta da diversidade. A grande diferença que vejo é mesmo o público. As típicas personas que leem o Gerador e o Expresso não têm nada a ver. No Gerador estava muito mais a falar para pessoas que pensavam como eu ou de forma similar. Havia menor retração em mim de escrever sobre certas coisas de escrever no Gerador porque sabia que as pessoas não me iriam interpretar mal. No Expresso há essa possibilidade que traz um desafio maior de quebrar estereótipos sociais. Um público que não tem a cultura que existe no Gerador. Fez sentido eu começar no Gerador”.

- Considera que há uma voz feminina na escrita, como mulher ou como cidadã? “Não posso fugir da experiência que tenho como mulher”.

- O género é importante numa crónica? “É importante a diversidade do autor, para não correremos o risco de ter opiniões no jornal normalizadas. Se estiver sempre a falar com pessoas que concordam comigo, seria o que se chama de *Eco Chambers*”.

- Que papel acha que o jornalismo participativo e alternativo trouxe à opinião? Considera que o jornalismo participativo e alternativo trouxe à opinião liberdade sem restrições. Fala de nichos para nichos, cria comunidade.

- É importante haver mais mulheres a escrever? “Sem dúvida, também têm uma experiência da sociedade e do mundo diferente, pessoas de várias orientações sexuais, cada pessoa com estas características diferentes vai trazer perspetivas diferentes. Ter mais mulheres já seria um bom princípio”.

- Como foi o seu percurso até ser cronista? Foi sempre por convite, quer no *Gerador* como no *Expresso*. “No Gerador acumulei trabalho [...] e depois convidaram-me para o *Expresso*”.

“Perguntaram-me se me sentia à vontade para escrever de forma regular e ser residente. Sou apolítica. Ser feminista é um ato político. E não tenho sempre a mesma opinião, também vai mudando, não na base, que é a igualdade de género, mas posso ajustar”.

- Já sonhava ou idealizava? Criou um espaço de opinião nas redes sociais, e já tinha pensado numa maneira de alargar a pessoas que não a iriam ler e no Instagram há limites de caracteres.

- Confere mais poder de intervenção e cidadania? Sim.

- Temas que a influenciam para além de igualdade de género? Já escreveu sobre o machismo que afeta as mulheres, mas também no machismo que afeta os homens.

- Mulheres no topo do poder tem mais facilidade em ter espaço de opinião? Talvez possa ser mais fácil, pois já provaram que têm valor e que fizeram 31 para ter esse direito.

- O que é preciso para escrever? “Para escrever é preciso ler. Ter um cargo importante pode conferir-lhe um espaço para escrever, um lugar de fala²⁹, mas não a habilidade para escrever bem”.

- Assina ou segue algum jornal ou site? Segue nos nacionais o *Expresso*, o *Público*, o *Gerador*, o *Setenta e Quatro*, a *Comunidade Cultura e Arte*, e a nível internacional o *Elephant Journal* e o *New York Times*.

²⁹ https://www.researchgate.net/publication/329228888_Lugares_de_Fala_um_conceito_para_abordar_o_segmento_popular_da_grande_imprensa

#3 Sofia Vale (realizada por zoom a 22.08.2023)

- Na resposta à questão que causas a movem na escrita, respondeu que tem uma visão da economia que não é muito ortodoxa, “não estou muito alinhada com o discurso dominante”. A motivação para escrever é poder contestar e questionar algumas ideias feitas. O gosto de escrever, talvez venha daí. A disciplina de escrever é um desafio muito interessante. Começou porque a desafiaram e apreciou o desafio. “O *leitmotiv* é poder questionar um pouco aquilo que é a visão dominante das coisas. A economia é muito decisiva, para moldar a política económica. As nossas *vidas são muito* influenciadas por aquilo que é dito no discurso dominante. A questão da inflação, do aumento das taxas de juro. A questão de poder ir contracorrente”.

- Escreve como mulher ou cidadã? Escreve como cidadã, mas é indissociável o facto de ser mulher. “Não consigo ter uma visão masculina das coisas, embora a economia seja dominada por homens e a área de macroeconomia é ainda mais dominada por homens. No Twitter existe, por exemplo, um grupo chamado ‘Mulheres Macroeconomistas’”.

- Considera que o género pode ser importante numa crónica?

“É indissociável da forma como escrevemos, como mulher é difícil contornar isso. Se calhar o tipo de moderação que tenho é tipicamente feminina. Os homens são talvez mais treinados para expor a racionalidade. Como nos não somos tanto treinadas para isso, é indissociável. Se calhar se for ler um artigo sem ver quem é o autor poderia não saber identificar”.

Escreve quinzenalmente, o que perfaz 20 artigos por ano, e escreveu mais de 70 artigos em três anos, e não se lembro de ter escrito sobre questões de género. “Escrevo frequentemente sobre a desigualdade, provavelmente poderei ter escrito alguma linha sobre desigualdade, como a que existe entre o homem e mulher. Mas normalmente não é o meu tema, mais transversal. Não domino o assunto, não tenho dados para poder escrever”. Prefere escrever sobre assuntos sobre os quais se documentou previamente.

- Considera importante haver mais mulheres a escreverem opinião nos media? Acha que sim. É de fato uma forma de igualdade e de alterar o que é o padrão geral. Dá como referência o *Expresso* que ainda considera ser dominado por um pensamento masculino, por homens cronistas residentes no caderno de Economia (como Ricardo Reis, Louça, Duque, Aguiar Confraria). “Dos economistas que conheço e estou a ver que participam geralmente no *Expresso*, são homens. Mesmo no caderno principal. No *Público* já há mais mulheres”.

- Qual foi o processo para começar a escrever opinião? Foi convidada. Eram necessárias pessoas para serem colunistas do Jornal Económico e foi desafiada a escrever uma coluna *online* muito solta com um limite de caracteres. Passados nove meses passou a ter uma coluna no jornal impresso.

- Era algo que já idealizava? Não, mas escrever faz parte do seu dia-a-dia na academia.

- Confere-lhe mais poder de intervenção como cidadã? “Talvez, mas é um jornal muito específico e não estou a ver fora da economia pessoas a lerem o jornal”.

- O que acha que é preciso para escrever opinião?

“Estar informado, manter sempre o interesse pelo que está a acontecer. Antecipar que é algo mais difícil. Não falar sobre temas que estejam requentados. E é preciso muita disciplina e alguma capacidade de não desistir. De facto, é uma coisa que consome bastante tempo. Se estivesse numa fase da minha vida, por exemplo, com filhos pequenos não me envolveria nisto. Não me considero muito criativa, mais tenho algum sentido crítico sobre aquilo que acontece”.

- O que a influencia mais para os temas dos artigos de opinião, o calor dos dias ou uma atualidade sem ser a mais presente?

“Mais o calor dos dias, do que vou lendo. Por exemplo, escrevi há 15 dias sobre energias renováveis. Um amigo mandou-me um artigo de um *think tank* e achei graça. Pensei como me posicionava. Falo muito sobre a Europa na perspetiva de Portugal. Estou aqui um pouco cerceada. De vez em quando há assim um tema que me chama a atenção. Por exemplo, estou a trabalhar num artigo sobre segurança alimentar. A minha editora pediu-me um título para a crónica, e eu chamei-lhe Econoplas-tias. É raro não escrever sobre economia, mesmo que não escreva sobre economia, tenho sempre de terminar com uma reflexão económica de contexto”.

- Acha que as mulheres com cargos públicos ou cargos de relevância tem mais facilidade em ter um espaço de opinião? Não sabe. A si aconteceu antes. “As académicas têm vantagem. Normalmente são cientistas e a opinião é tida em consideração. Fora da academia, já é diferente ser uma *partner* ou CEO de uma consultora ou uma funcionária”. Considera importante saber escrever.

#4 Catarina Marques Rodrigues (realizada por zoom em 05.09.2023)

A autora deixou de ser colunista de opinião escrita desde que saiu do Observador, mas considerou-se ser uma *opinion maker* da oralidade pelo seu projeto pessoal em que comenta, modera e apresenta temas pertinentes para a dissertação. É uma exceção do espaço da opinião escrita para a oralidade.

- Que causas a movem?

“Move-me as questões de igualdade de género, que passa pela visibilidade, estar nos media como comentadoras, serem ouvidas, mesmo sobre assuntos que não têm a ver com mulheres, comentar questões, dar voz às mulheres, que muitas vezes não a têm. Já tivemos homens que faziam parte da comunidade LGBT ou eram negros”.

- Considera que há uma voz feminina?

Inevitavelmente, homens e mulheres estão sujeitos a pressões e a vivências diferentes, do acesso ao emprego e à saúde, de assédio, tendo em conta isso, em certos momentos as mulheres vão trazer pontos de vista diferentes dos de um homem que não vive essas experiências. Não é uma perspetiva feminina, até porque uma mulher não representa todas as mulheres. Quanto temos diversidade de opinião vamos ter outras perspetivas. Mulheres e homens vão ser interpretados de forma diferente pela sociedade.

- Considera importante haver mais mulheres a terem um espaço de opinião nos media?

“Mais importante do que ter mais mulheres na opinião, importa a diversidade de mulheres. O que vemos é a mulher branca, a professora universitária, a mulher com formação superior, com cargo de topo. Podem trazer pontos de vista diferentes dependendo da sua vivência. Já nota essa preocupação, mas a maior parte das direções ainda vão buscar aquela pessoa mais previsível”.

- Acompanha alguns meios especializados alternativos? Refere o Gerador e o Fumaça porque trazem temas diferentes, como os da geração *millennium* que fica até mais tarde em casa dos pais. Explica que os meios generalistas querem chegar ao maior número de pessoas, e por isso falam para uma maioria que é branca, heterossexual...e é preciso mostrar que essa minoria também consome jornais, televisão, quer ser ouvida, vai valorizar sentir-se representada, e os media alternativos já nascem com essa perspetiva.

Não é tanto criar comunidade [sobre a colunista Clara Não]. No Gerador só angariava comentários positivos, no Expresso já não é assim. O Expresso é um *mass media* onde vai suscitar todo o tipo de reações. Interessante do ponto de vista do resultado, mas o que é mais importante, escrever para esse nicho ou alargar e falar para outras pessoas?

- Já idealizava criar esta plataforma?

“Já pensava ter o seu projeto próprio sobre temas que fazem parte da sua paixão. Naturalmente, quando se trabalha num *mass media* existe uma agenda semanal a cumprir e não tinha possibilidade de dedicar tempo. Criou em maio de 2022, o *Gender Calling* que sabia ser um caminho que queria fazer, onde tem mais liberdade e sente a sua missão a ser cumprida”.

- Confere-lhe mais poder de intervenção, de cidadania? “Sim, às vezes esse poder está ligado ao número de pessoas que se alcança. A constância ajuda a ter mais impacto do que fazer apenas uma coisa de vez em quando”.

- Que temas aborda o *Gender Calling*? As questões das mulheres constituem 90% dos temas abordados seguida da intersexualidade, isto é, dar voz a vários tipos de mulheres. Um produto *premium* da plataforma *Gender Calling* é o *podcast*. Traz pessoas com histórias diferentes. Procura mostrar que é possível ser-se muitas coisas e está tudo bem, não é preciso seguir só um caminho porque é a maioria.

- Que jornais ou meios é que segue? Nos *mass media* refere o Público pela integração dos temas sociais, considera ser aquele que mais se preocupa. Segue também o Expresso. E entre os mais específicos, o *Gerador*. O Fumaça defende viver mais do *podcast* e o *Setenta e Quatro* uma abordagem diferente, não sendo tanto o tipo de jornalismo que afirma consumir.

#5 Sofia Craveiro (realizada por zoom em 06.09.2023)

- Qual a importância do meio como o *Gerador* para a sociedade e para as mulheres? Respondeu que os assuntos abordados não são tanto a espuma dos dias, que a equipa considera importante tratar, mas também consideram dar espaço aos jovens, não só espaço de opinião. Tentam colmatar algumas falhas nos temas que consideram existir nos meios tradicionais, como é o da assimetria demográfica.

“Não vemos muito espaço nos outros media [*mainstream*] para tratar assuntos que não sejam os fogos e o despovoamento. Procuramos trazer pessoas desses territórios, fazendo eventos e dando voz a associações e, de uma maneira geral, refletir sobre temas que outros meios generalistas, devido à atualidade, não têm tempo para desenvolver. São sempre os mesmos comentadores que vão buscar. O nosso público não é necessariamente hétero normativo, temos um público LGBT”.

- A vossa equipa de colunistas está muito equilibrada, foi propositado? É normal porque têm sempre esse fator em consideração, tentarem ter também pessoas racializadas, de uma faixa etária mais jovem que não tenham espaço noutros meios, LGBT, nunca ter homens brancos em maioria.

- Já ocupou posições de chefia? É jornalista a tempo inteiro no *Gerador* e era colunista [até à véspera da entrevista]. Ficaria remetida apenas ao jornalismo numa nova fase. Chegou a ter um blog, que já não se encontra atual e escreve colunas de opinião na imprensa regional sobre a Covilhã, onde vive.

- Que causas é que a movem? Muitas afirma serem comuns com o *Gerador* e daí que se sinta confortável: mulheres e igualdade de género e todas as questões de não discriminação.

“Estou a trabalhar uma questão que tem a ver com sexualidade de pessoas com deficiência e, uma em particular é a da assimetria demográfica. Acho importante sensibilizar e mostrar que Portugal não é só Lisboa”.

- Escreve com uma voz feminina ou como cidadã? Depende do tema em que está a trabalhar, mas afirma que na maioria das vezes deve notar-se tratar-se de uma voz feminina quando escreve sobre as mulheres. Sobre outros temas considera que talvez não se note [a última crónica intitulada “Meu Querido Mês de Agosto” sobre a questão regional].

- Considera importante haver mais mulheres a escrever opinião nos media? Não considera que seja generalizado e afirma existir já alguma sensibilidade. Existem exceções nos meios de comunicação como o Divergente.

- Que papel é que o jornalismo alternativo trouxe para o formato de opinião? Não estar preso à questão da atualidade e da espuma dos dias e, ter mais liberdade para tratar assuntos como o feminismo.

“É relevante enquanto sociedade termos meios de comunicação social que não tenham interesse apenas no *bitaite* de Marcelo Rebelo de Sousa. O direito das mulheres são das primeiras coisas a serem atacadas pelas extremas-direitas, como vimos nos EUA com o aborto. Podemos no Gerador dar-nos ao luxo de dar atenção a outros assuntos, dar voz a outras mulheres como as mulheres negras, e a especialistas que não sejam só académicas...”

- Começou a escrever por convite ou porque queria? Tinha um *blog* porque sentiu a necessidade de opinar sobre determinados assuntos. Não iria escrever sobre a Síria ou a Ucrânia. Quando entrou no *Gerador* foi algo que lhe foi pedido. Há quem não se sinta tão confortável em escrever opinião por causa da imparcialidade. Pelos temas que escrevia no Gerador veio a ser convidada pela imprensa regional. Defende que a opinião deve ser bem fundamentada, não escrever sem pesquisar referências a notícias e citações.

- Era algo que idealizava ou aconteceu? Aconteceu por acaso, mas afirma ter sido um acontecimento feliz. Não mistura as duas atividades, ao escrever reportagem tem muito cuidado, a linguagem nunca poderá ser a mesma, mas escrever opinião é algo que gosta muito de fazer, poder exprimir livremente aquilo que pensa.

- Tem mais poder de intervenção e de cidadania? Não sabe se é um poder, tem consciência que a sua opinião não vai influenciar tanta gente como alguém com mais reconhecimento [CFA], é uma forma de se posicionar. No caso de Bárbara Reis, que respeita imenso e lê religiosamente, considera ser um excelente jornalista e colunista com um longo percurso.

- O que acha é preciso para escrever opinião?

“Ler opinião e não simplesmente dizer o que se pensa. Há várias formas de se escrever. Para se sustentar a opinião convém ter uma referência ou citação de base, a Bárbara Reis faz muito isso. Percebi isso através de colunistas mais experientes que fazem isso. Convém perceber onde é que nós colunistas nos encaixamos. No *Gerador* falamos muito do lugar de fala. Por muito que eu queira falar dos direitos das pessoas negras, racializadas, não me posso meter na pele, seria arrogante. Temos de ter autoridade para falar, o lugar de fala. Tenho autoridade para falar sobre o interior, porque vivo no interior. Depois a argumentação, gosto de a sustentar em alguma referência, notícia, e um pouco de narrativa, que não seja aborrecido.

- Considera que uma mulher com cargo de chefia tem mais facilidade em ter espaço de opinião? “Qualquer pessoa que represente uma associação tem mais facilidade ter espaço num jornal generalista do que alguém anónimo que tente pedir esse espaço. Um jovem, só se for líder partidário”.

- Mas no *Gerador* isso não acontece? “Temos pessoas que se auto sugeriram”.

- Que jornais lê ou assina? É assinante do Público que lê diariamente, e ocasionalmente o Expresso. Tenta ler um pouco de tudo, referindo ainda o jornal *Diário de Notícias* e a revista *Visão* [que comprava para ler as reportagens do seu amigo Miguel Carvalho, que saiu da revista]. No jornalismo alternativo, listou a *Fumaça*, o *Divergente*, o *Shifter*, para onde já escreveu pontualmente, e o *Setenta e Quatro*.

#6 Ana Patrícia Silva (realizada por zoom a 08.09.2023)

- Que causas é que vos movem no *Setenta e Quatro*?

“Não diria causas, cada um de nós tem um trabalho mais aprofundado em determinadas áreas. Enquanto jornalista o que defendo é que não devemos ser jornalistas ativistas. Porque contamina a nossa opinião, ou seja, a nossa opinião contamina aquilo que vamos escrever. O facto de eu me dedicar a causas sociais, claro que me aproxima, há de facto uma ligação que crio com estes universos, mas é uma linha que temos de ter consciente. Distinguimos jornalistas de causas, de causas no jornalismo. A particularidade do *Setenta e Quatro* é a aposta em questões de liberdade de imprensa, de expressão, o escrutínio da extrema-direita, o escrutínio financeiro.

- Procuram o equilíbrio de género na equipa de colunistas?

“Sem dúvida. Sou eu quem faz a ponte de comunicação com os colunistas no que toca às edições semanais. É uma preocupação do *Setenta e Quatro* existir uma paridade não só de igualdade de género, mas também de classe, de etnia. A representatividade é uma prioridade. Estamos a cumpri-la. Temos os colunistas de base, que publicam todas as semanas e, uma segunda crónica publicada pelos

Ladrões de Bicicletas, onde existe uma única mulher a escrever. Neste núcleo aqui não podemos qualquer intervenção, pois não depende de nós. Na nossa fórmula mais de base, existe desde o início essa preocupação e acredito que está igualada e tentamos acompanhar e integrar a representatividade de outras questões de outras causas. É de facto uma preocupação nossa desde a equipa em si aos temas exteriores que veem de fora.

- Que papel trouxe o jornalismo alternativo trouxe para a sociedade e para o feminismo? *No Setenta e Quatro* procuram que a representatividade de género seja tanto no conteúdo jornalístico, como na opinião. O trabalho que desenvolvem é criar um espaço de reflexão e debate cada vez mais urgente. Dá como exemplo a investigação “Paredes frágeis em lugares de dor” (sobre os abusos sexuais na área da saúde), que constitui um marco das questões dos movimentos feministas, violência de género, violência sexual que gera um espaço de reflexão que liga à questão de opinião que se levanta para reflexão. Apesar de os preocupar gerarem impacto, não é o que nos move. Projetam essa preocupação nas edições semanais, mas também nas pessoas que contactam e que podem contribuir com conteúdo que suscite a reflexão sobre esses temas.

- Qual o critério para escolha das colunistas mulheres?

Para nós o cargo que desempenham não é relevante ou o papel que as colocam de uma forma mais hierárquica não é um fator. O que procuramos não é tanto o historial académico, mas de que forma podemos partilhar experiências e reflexões que fazem sentido. Só a Paula Cardoso [entrevistada para esta dissertação] tem uma rubrica que se dedica a questões de racismo, a Teresa Coutinho é mais voltada para as questões culturais, a falta de financiamentos, a abertura do meio cultural. Há um processo mais relacionado com o espaço de reflexão, não no sentido de seleção, mas de inclusão.

- Já escreveu opinião?

“No caso do *Gerador* onde já trabalhei, os jornalistas ocupam também um lugar de opinião. Sou um pouco resistente a isso, acredito que é possível um jornalista ser colunista, mas não o ocuparia num meio onde sou jornalista, mas noutro órgão de comunicação social. Um Ensaio tem uma constituição de contra-argumentação e seleção de informação. Opinião acaba por de ser mais determinante no sentido em que nos colocamos de forma política ou socialmente. Não vai contaminar o meu trabalho como jornalista. Acredito que atualmente como o que se passa na informação e na opinião, é cada vez mais fácil dissociar o que é opinião e informação, e isso é perigoso. Posso escrever opinião noutro meio, porque ali sou colunista. A literacia mediática tem de ser instituída e integrada na sociedade no dia-a-dia sociedade. Os leitores confundem ensaios com peças jornalísticas. Enquanto não existir uma sociedade educada para perceber o cariz das coisas, o espaço de opinião pode ser muito nebuloso”.

- Sobre quais as leituras que faz habitualmente, referiu a nível nacional a preocupação de leitura diversificada, o *Público*, o *Expresso*, o *Shifter*, o *Gerador*, o *Observador*, principalmente a *Rádio Observador*, e nos internacionais, o *Propublica* (*Investigative Journalism in the Public Interest*), o *Intercept Brasil* e aleatoriamente o *New York Times*, *Washington Post*, *The Guardian* e o *Aljazeera*, que considera muito importante do ponto de vista do feminismo e das causas sociais.

Entrevista #7 Helena Matos realizada de forma presencial, nas instalações do jornal *Observador*, em Lisboa a 12.09.2023 não tendo sido gravada

- Como começou no espaço de opinião?

“Já escrevia artigos de opinião para a revista feminina *Máxima*, onde trabalhei, sobre ambiente para a revista *Fórum Ambiente* e uma rubrica de opinião na extinta *Correio da Manhã Rádio*, com o Rui Pego. Mas um verão, enviei um artigo para o *Público* sobre reutilização de manuais escolares e gostaram. Tive a oportunidade porque os colunistas nessa altura do ano estão de férias. Foi anterior aos blogs. Quis começar a escrever textos de opinião. Achei que as pessoas podiam estar interessadas nas minhas opiniões. Já estava a escrever para outros jornais e comecei a enviar para o *Público* do qual ele [José Manuel Fernandes] era diretor.

- Como surgiu o *Observador*? Surgiu quando o José Manuel Fernandes saiu do *Público* para o *Observador*, e existiam muitos projetos para o online. Entretanto, a direção editorial do *Público* decidiu que não manter os seus textos.

- Temas ou causas que a interessam da atualidade política? “Há causas que me movem. Sou contra a regionalização e não excluo a hipótese de participar em ações e perturba-me muito a Procriação Medicamente Assistida”.

– Sobre o poder da opinião não tem noção de qual é o poder quando escreve, não acredita poder mudar nada, mas pode levar as pessoas a pensar.

- O que é preciso para escrever? “Gostar de escrever e sentir que se deve fazer”

Acha que acerta a bola na baliza naquilo que escreve opinião? “Numa entrevista isso pode acontecer, e sabe-se que aquele é o texto, é como uma dança”.

- Lê ou dá importância aos comentários? Afirma ler apenas alguns. Lia nos blogs os comentários.

- Uma crónica é só uma crónica ou um poder? “É uma crónica, as redes sociais vieram mostrar um outro poder. Uma sociedade sem opinião é menos livre”.

- O género é importante numa crónica? “É mais o sexo, o género é uma construção social. Escrevo sobretudo como cidadã, mas como mulher algumas coisas que escrevo e penso são condicionadas (e.g. o idadismo)”.
- Considera que deveriam existir mais mulheres a escrever opinião? “Sim, se somos metade da população, deveriam existir mais mulheres a dar opinião. As mulheres não estão dispostas ao grau de exposição pública”.
- Que papel acha que o jornalismo independente trouxe para o formato de opinião? “Nasci nos anos 60. É importante perceber quem paga? E não deveria todo o jornalismo ser independente? A oferta é que traz a independência financeira”.
- Em relação aos temas sobre os quais escreve, o que a influencia? Procura o equilíbrio sobre temas que afetem as mulheres, por exemplo? Não.
- Considera que as mulheres com cargos públicos ou académicos têm mais facilidade em terem [um espaço de] opinião? “Não. Há o medo de dizer muito, por isso, têm um discurso muito redondo. E numa conferência ou palestra ainda mais porque há a exposição física aos olhos dos outros, ao julgamento e escrutínio da imagem, do aspeto, da idade.
- O que lê nos media? “Inúmeros jornais nacionais, dois espanhóis, dois ingleses, um norte-americano e um jornal improvável, da África do Sul...”

#8 Joana Garoupa (realizada por zoom a 21.09.2024, não tendo sido gravada)

- O que é preciso para escrever uma boa crónica?
 “Um bom tema, relevante para as pessoas, boa narrativa, polidez do texto. Escrever requer tempo e disciplina. É uma hora para pensar, uma hora para estruturar, uma hora para escrever e depois cortar o texto. Não faço tudo no mesmo dia, faço em dois ou três dias. Quando vou de férias deixo logo dois textos preparados”.
- Como foi o processo para ter um espaço de opinião no *Jornal de Negócios*? Foi desafiada a escrever opinião por um elemento da direção da Cofina.
- As causas que a movem para escrever são questões comportamentais, de liderança, a lógica das organizações e o contexto das empresas como a mudança, a sustentabilidade.
- Idealizava ter um espaço de opinião? “Surgiu naturalmente”.
- Acha que lhe confere poder de intervenção e de cidadania? “Poder não sei, mas sinto-me empoderada”.

- Que efeito pretende com os seus textos (influenciar)? “Não sei. Dá trabalho ter um tema. Tem impacto e ajuda-me como profissional”.
- Considera haver um género na opinião? “O artigo de opinião tem sempre um traço de quem escreve, interessa é se o traço agrada, agarra o leitor”.
- Considera importante haver mulheres a escrever e a terem espaço de opinião? “Espaço existe e já começa a existir da parte dos media essa preocupação...”
- Considera importante existirem mais mulheres a escrever opinião nos media? “Acho que sim, havendo essa possibilidade, em áreas pouco comuns. O elemento feminino adicionou valor. Não há um motivo definido, é mais um contexto cultural”.
- Procura escrever sobre temas que afetam as mulheres? “Tento misturar, não sou muito apologista, não quero ser moralista”.
- Acha que é mais fácil as mulheres com cargos de chefia terem um espaço de opinião? Pela função talvez. No seu caso tem feedback positivo nos comentários, dizem que escreve de forma clara.

#9 Paula Cardoso (realizada por *zom* a 27.10.2023, não tendo sido gravada)

- Considera importante o papel dos media alternativos? “São fundamentais porque no caso dos media mainstream são reféns de uma série de interesses que têm impacto nos alinhamentos editoriais (agenda)”.
- “Tenho uma lente como leitora e como jornalista e sei que para a comunicação social é fácil fixar narrativas. A nível de opinião não há preocupação em trazer vozes que estão sub-representadas. É uma forma de opressão, não ter voz. Dá nota da ausência de cobertura no julgamento de Mamadou Ba”.
- “Os meios *mainstreans* estão esvaziados de crítica. [...] Nichos têm essa reflexão como o *Gerador* e o *Setenta e Quatro*, vozes e narrativas, possamos avançar a discussão de certas pautas, nos alternativos”.
 - Que causas a movem? “A humanização em todas as experiências de vida, o racismo, o ser vista como um ser humano. Dentro da humanidade, a questão do racismo e o impacto da proposta de mudança. Combater a discriminação”.
 - “A questão de género chegou mais tarde à minha consciência”.
 - “A minha expressão pública vem desse lugar, racismo, cor. Na estrutura das relações de poder, ser mulher negra está lá atrás (intersexualidade). Existe um a narrativa da mulher negra como guerreira”.
 - No *Setenta e Quatro* não tem obrigação de escrever sobre racismo, deram-lhe liberdade. A regra do que acontece na nossa sociedade, como a violência de género (refere o caso de Cláudia Simões e da polícia).

- “São tipicamente jornalistas a ocupar o espaço de opinião. Quem tem direito à opinião? É um espaço nobre nos media. É importante existir curadoria do espaço de opinião.”

- “Também na televisão sinto falta de vozes femininas, não só de mulheres, mas vozes feministas. Não só políticos de carreira ou vozes mais velhas”.

- Falta um processo de reflexão, um confronto de fontes, não quero só ouvir pessoas que dizem o mesmo, falta esse exercício, o espaço de opinião está muito ocupado pela direita, patriarcado, clima temáticas que trazem causas, e estes media novos conseguem romper este padrão de normalidade.

“Não idealizava ter um espaço de opinião, não era algo que idealizasse. Vivenciou racismo em Angola quando o editorial da revista desapareceu após assumir a coordenação editorial. Uma coisa era estar no jornalismo, outra era ter um espaço de opinião”.

- “Sim, sem dúvida tem poder e repercussões, alguns textos são muito partilhados. Dar visibilidade ajuda a colocar muitas das causas no lugar certo”.

- Em relação ao que é preciso para escrever opinião, refere ajudar o exercício do jornalismo na imprensa escrita, a relação com o prazo, o fazer o melhor dentro daquele tempo. Tem dificuldade a ler sobre temas que não são a atualidade e não escreveria opinião de temas que não dominasse. Escreve sobre temas a partir desses lugares de onde vem.

- Sobre o conceito referido de “lugar de fala” explica que existem dimensões que nos atravessam enquanto mulheres, a saúde mental, o silenciamento das opressões, o mito da “mulher guerreira”, e escreve desse lugar as questões como mulher. O lugar de fala é o ponto de partida, a autoridade, o conhecimento, a consciência, no seu caso o das mulheres negras, grupo oprimido sub-representadas.

- Escreveu sobre as camadas na sororidade e a relação com adversárias, a competição, o assédio do caso de Coimbra. A perspetiva do olhar como mulher para um conflito traz um lado mais humanizado, tem sempre essas lentes diferentes, são sensibilidades diferentes.

- “Na ocupação do espaço mainstream, existem os que vieram das redes sociais, há sempre esse lugar, quanto vale essa pessoa se se tratar de uma figura pública. Existem comentadoras alinhadas com aquela determinada linha editorial, como no jornal *Observador*. O espaço de opinião deve trazer mais diversidade”.

- Em relação aos jornais que lê, refere o *Público*, nomeadamente das colunistas, subscreve a Luísa Semedo e a Cristina, a Clara Afonso menos; a *Visão*, a *Sábado* e o *Expresso*, de forma menos constante e alguma opinião no Diário de Notícias. Nos media internacionais é mais variável, a *BBC*, *Pioli*, a *Folha de S. Paulo*, o *The Guardian*. E dos media alternativos consome habitualmente o *Gerador* e o *Setenta e Quatro*.

10# Clara Ferreira Alves (podcast “A Beleza das Pequenas Coisas” em 2018,³⁰):

- “O que move hoje esta colunista que é também comentadora, crítica, romancista, repórter de guerra”?

“Já não faço jornalismo e reportagem já não faço há algum tempo, embora goste, a reportagem é o género mais nobre no jornalismo com expressão escrita. (...) O jornalismo que comecei a fazer era muito factual. O ‘eu’ não se podia. O jornalismo era um coletivo, era completamente proibido dizer ‘eu’. Hoje é um coletivo de opiniões. Toda a gente tem e expõe uma opinião. E não tem CV e aparece como aquilo que chamamos *opinion maker* ou fazedores de opinião. Estão na moda, em cada esquina existe um *opinion maker*.”

- “A Clara também é uma [*opinion maker*]”?

“Também sou, mas acho que tenho algum CV para ser. Sempre dei e vendi as minhas opiniões. Preparo as minhas opiniões que contém obrigatoriamente essas reflexões. Há uma profusão de opinião, citação que passa a ser banal, impercetível. As crónicas hoje evoluem, são curtas e têm de ser eficazes, são boas ou não são. É preciso meter a bola na baliza, se não entramos em derivação”.

- “Enquanto cronista sente que tem pontapeado muitas vezes a bola para a baliza”?

“Acho que sim. Tenho uma técnica. Estou muito tempo a pensar, demoro três dias a pensar. Escrever é depois muito mais rápido. Tenho um método para a crónica como para outro texto. Estou sempre a pensar inconscientemente. Um escritor disse-me que aquilo que fica esquecido, que se vai embora, é aquilo que não é importante. O tempo e o cérebro apuram a importância, aquilo que se torna repetitivo. José Cardoso Pires dizia que não dava importância às notas, e eu antes tomava muitas notas de tudo”.

- “E quais são os requisitos para escrever uma boa crónica”?

“Depende dos temas que podem ser diversos. Se for sobre política, tem de estar bastante informado sobre os meandros da política, aquilo que não está à vista. É preciso conhecer o assunto sobre o qual se escreve e se fala. Não ser pretensioso. Não se usar esse espaço para o ego. O ego é a última coisa que interessa. As pessoas são muito espertas e percebem imediatamente o que é um exercício de egocentrismo”.

³⁰ declarações obtidas no âmbito do podcast “A Beleza das Pequenas Coisas”, da autoria de Bernardo Mendonça e conduzido por si, no Expresso <https://open.spotify.com/episode/0tE0Je1VnKXInr85fLfF8Q> (consultado em maio de 2023)

- “O que quer fazer com os seus textos, produzir, influenciar?”

“Influenciar? Acho que não. Mas um dos papéis dos colunistas é esse mesmo, o de influenciar, ajudar a pensar. Escrevo para mim, o efeito que tem nos outros [...] Não gosto do momento da gratificação”.

- “Gosta de ter um público e de ter relevância?”

“Claro que gosto de ter um público e que me digam que gostam.

- “Uma crónica é apenas uma crónica ou um poder?”

“Um poder...?”

- “Mas sabe que é um poder?”

“Um poder fácil de ser retirado pelo jornal, pelo diretor... É um espaço que tenho de preencher, um buraco, de forma atinada e em que as pessoas se revêem e se sentem. Técnica é trabalho, não reescrevo muito, se à quinta vez não vou lá, apago e volto a escrever”.

11# Maria João Avillez³¹

- “Na altura em que começou não havia muitas mulheres no jornalismo”?

“Eu na revolução entrava em todo o lado, trabalhei com homens, militares das mais diversas proveniências. Não tenho um lado frágil. Crio defesas, habituei-me. Sinto hoje pouco apreço da classe jornalística. Ainda me cobram, o berço ou as facilidades, mas foi tudo feito a pulso”. [...] Quando fui trabalhar para o Expresso, o Dr. Balsemão disse ‘vens fazer o mapa de setembro mal-organizado, dá aqui uma ajuda, mas depois não me peças para ficar’. Graças ao 28 de setembro fiquei no Expresso porque arranjei montes de cachas”.

“Comecei nas crónicas de opinião, opus-me muito à Geringonça, opção politicamente legítima e isso afastou mais António Costa de mim do que eu dele. Foi sempre uma das minhas maiores fontes e mais sérias no PS.

- “A Maria João é comentadora na CNN e nossa cronista no *Observador*, como é que foi o convite”?

“A camisola está vestidíssima. Acompanho o José Manuel Fernandes, o Dr. Rui Damião, o Manuel Carrapatoso. O Observador é um misto de porto de abrigo, lugar de escolha, vivi o início e o que foram as dificuldades e depois ter este projeto de pé tão rico”.

³¹ Excertos de entrevista recolhidos no âmbito do *podcast Observadores como nós* <https://observador.pt/programas/observadores-como-nos/maria-joao-avillez-prefiro-sofrer-sozinha/> (consultado em 17.10.2023)

#12 Helena Garrido³²

“Temos de ser capaz de simplificar no jornalismo económico e para isso temos de ter um conhecimento técnico. Informa-se, pesquisa-se e só depois se escreve uma opinião. Confirmar os dados e alguns detalhes. Faço mais análise e comentário. Forço-me atualmente a não ir tanto ao detalhe”.

“Gosto muito do que faço. Sou jornalista por acaso. O meu professor Dr. Orlando Abreu perguntou-me se não queria escrever para um jornal de economia, o *Jornal do Comércio*. Foi a partir daí que fiquei no jornalismo e fiquei viciada. Hoje já tenho alguma notoriedade.

- “Ocupou lugares de direção muito antes de haver mulheres a fazê-lo. Como era ser mulher entre homens?”

“O peso dos homens nas empresas é ainda muito pesado. Sou jornalista desde 1986. A minha área é mais a macroeconomia. O que notei foi a mudança dos temas de conversa nos últimos 20 anos. Antes os temas de conversa antes das entrevistas, eram sobre o tema sobre o qual se ia falar. Nos últimos 20 anos os temas são o futebol. E de futebol eu não percebo nada. A ascensão das mulheres em Portugal é ainda muito lenta nos lugares de topo, mesmo nas empresas cotadas. Noutros países este machismo é frontal, mas em Portugal é muito disfarçado. Não se consegue perceber porque é que as mulheres não sobem. Durante muito tempo fui contra as quotas, mas agora sou a favor. Onde se começa a notar verdadeiramente a discriminação é em certos patamares de poder. Os homens têm muitas cumplicidades que as mulheres ainda não conseguiram ter. Hoje já há muitas mulheres em lugares de topo que têm a coragem de falar sobre isso. A Dra. Leonor Beleza é uma referência”.

- Como surgiu o convite para ser colunista no *Observador*? “Foi o José Manuel Fernandes, no início do *Observador* quando deixei a direção do *Jornal de Negócios*. Gosto muito de escrever”.

³² Podcast *Observadores como nós* <https://observador.pt/programas/observadores-como-nos/helena-garrido-sou-jornalista-por-acaso/> (consultado em 17/10/2023)

Anexo E - Mapeamento de representações de género na opinião³³

- Público: Susana Peralta, Santana Castilho, Roberta Metsola, Paula Teixeira da Cruz, Maria João Marques, Margarida Prado, Leonor Poeiras, Isabel Stilwell, Irina Vilcu, Ines Meneses, Eva Oliveira, Carmo Afonso, Carmen Garcia, Bárbara Reis, Ana Stilwell, Ana Cristina Leonardo, Graça Castanheira, Teresa de Sousa, São José Almeida, Ana Sá Lopes. <https://www.publico.pt/opiniao>
- Expresso: Alexandra Leitão, Clara Ferreira Alves, Clara Não, Eugénia Galvão Teles, Isabel Moreira, Luísa Schmidt, Manuela Ferreira Leite, Maria Manuel Mota, Sandra Maximiano, Teresa Violante. <https://expresso.pt/opiniao>
- Observador: Andreia Costa, Diana Sollerpri, Filipa Rebelo, Eugénia de Vasconcellos, Helena Garrido, Helena Matos, Ines Domingos, Mafalda Pratas, Patrícia Fernandes, Raquel Abecasis, Ruth Manus, Sofia Afonso Ferreira, Solomiia Ryfiak, Maria João Avillez. <https://observador.pt/colunistas/>
- Diário de Notícias: Fernanda Cândia, Lauren Mendingueta, Nelma Fernandes, Maria João Fernandes, Margarida Marques, Joana Amaral Dias, Ana Cristina Silva, Ana Paula Laborinho, Maria da Graça Carvalho, Inês Sousa Real, Jenny M. Hoobler, Sara Milheiro Tavares, Rute Agulhas, Margarida Correia, Ana Gomes, Cristina Castel-Branco, Paula Santos. <https://www.dn.pt/opiniao.html>
- Jornal Económico: Alexandra Paio, Miriam Costa, Lígia Simões, Francisca Guedes de Oliveira, Inês de Sousa Real, Maria Rosa Borges, Safaa Dib, Sofia Vale, Sofia Santos, Sónia de Sá, Cátia Miriam Costa, Joana Santos Silva, Maria da Conceição A. Silva. <https://jornaleconomico.pt/categoria/opiniao/>
- Jornal de Negócios: Clara Raposo, Cristina Casalinho, Isabel Stilwell, Margarida Balseiro Lopes, Maria de Fátima Carioca. https://www.jornaldenegocios.pt/institucional/detalhe/ficha_tecnica
- Gerador: Ana Serrão, Sofia Craveiro, Matilde Alvim, Amanda Lima, Shahd Wadi, Marta, Paula Cardoso, Shenja Karlsson, Leonor Rosas, Mafalda Fernandes, Sandra Baldé, Cátia Vieira, Miriam Sabjaly, Ana Pinto Coelho, Margarida Freitas, Noa Brighenti, Mariana Braz. <https://gerador.eu/categoria/ultimas/opiniao/>
- Setenta e Quatro: A fenda (Teresa Coutinho), A ocupação do mundo pelas rosas (ex-Sara Barros Leitão), Ladrão de bicicletas (Vera Ferreira), Mutuação (Paula Cardoso). <https://setentaequatro.pt/cronicas>

³³ Recuperado das fichas técnicas online dos media referenciados a 08.09.2023