



Helga Neida, editora da revista Capital entrevistando o Director Nacional da Indústria.

Foto de Luís Muianga

GÉNERO NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

O GMBS de 2003 revelou que as mulheres constituíam 17% das fontes de notícias na região e 18% em Moçambique. As mulheres foram caracterizadas num conjunto de papéis limitado, maioritariamente como objectos de sexo ou como vítimas da violência. As mulheres eram mais vistas do que ouvidas.

Este capítulo vai explorar como é que tem sido o progresso desde o GMBS. O capítulo analisa se as mulheres e os homens são igualmente representados nas notícias. Ele olha para o sexo; tópicos; idade; funções e ocupações das fontes e imagens nas notícias. Uma questão adicional de investigação é a proporção das fontes femininas e masculinas que são identificadas pela etiqueta pessoal (ex: mãe, pai, esposa, marido, etc.)

Cegueira do género



As disparidades de género no conteúdo editorial da comunicação social diz respeito a o que é incluído e o que não é incluído nas notícias e como notícias. Os pecados da omissão ou “cegueira do género” são reflectidos de várias maneiras onde os pontos de vistas das mulheres são ignorados.

O artigo “O olho de vencedor” é um exemplo de reportagem cega ao género, aquela que, por excluir a opinião de um dos sexos, perde a oportunidade de contar a estória por completo. No caso em apreço, este artigo ignora o papel jogado pela esposa de Coelho (cujo nome nem sequer é mencionado no artigo) que foi ela quem, de facto, foi responsável pela proeza de o escritor ter recebido o prémio Leya. O próprio Coelho confessa que não estava interessado em concorrer, mas a sua esposa insitiu que ele devia submeter o seu livro para escrutínio.

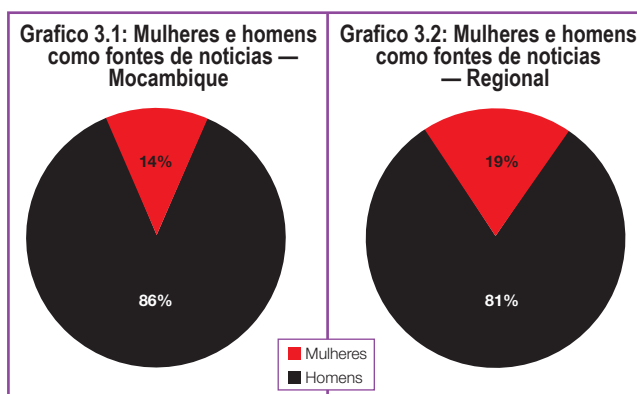
O artigo apenas concentra-se no resultado final e não reconhece o papel importante jogado pela esposa do vencedor, ao ponto de nem sequer o seu nome ser referenciado no artigo. Há oportunidades perdidas neste artigo que, certamente, teriam dado um outro toque a estória. Por exemplo, poderia se ter trazido a perspectiva da esposa de Coelho para apresentar as razões que lhe levaram a insitir para que o livro fosse submetido ao concurso.

Pode se questionar se o autor do artigo teria usado a mesma abordagem se os papéis estivessem invertidos? Se o vencedor do prémio fosse a esposa e a pessoa que tivesse insitado para que o livro fosse submetido fosse o marido. Eventualmente, nesta hipótese o marido teria sido destacado como a figura chave para que a esposa tivesse ganho o prémio.

Fontes por sexo no geral

Esta é a medida individual mais importante com relação ao género e comunicação social, bem como até que ponto a sociedade dá voz às mulheres. Como é que Moçambique se posiciona em relação à região?

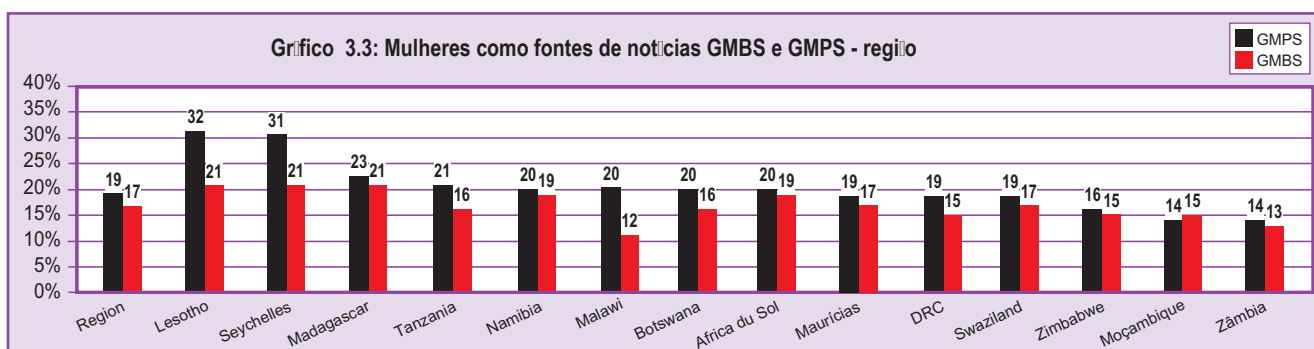
O gráfico 3.1 sobre mulheres e homens como fontes de notícias em Moçambique mostra que as mulheres constituem apenas 14% das fontes de notícias na comunicação Moçambicana monitorada, contra os



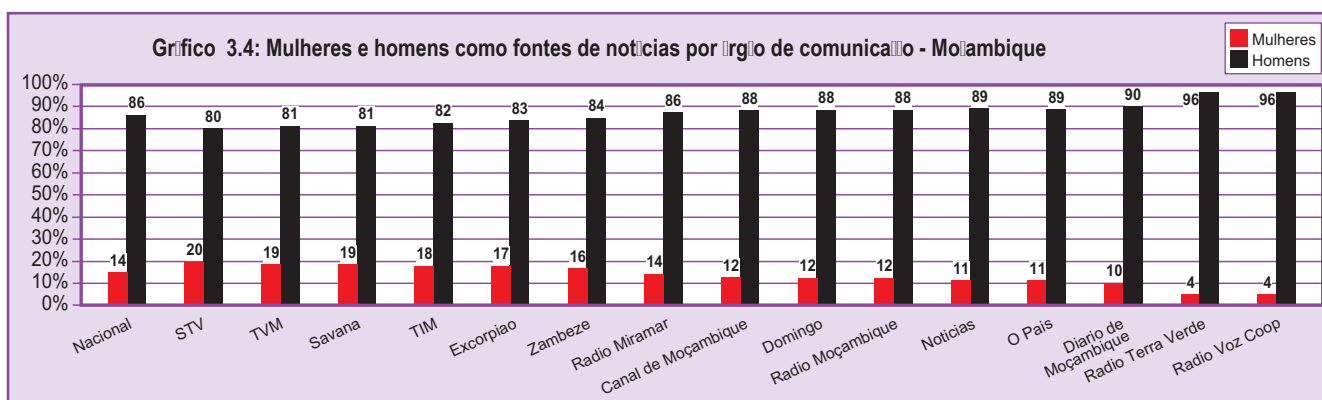
19% da média regional do GMPS, conforme ilustra o gráfico 3.2 sobre mulheres e homens como fontes de notícias na região. A participação das mulheres como fontes de notícia em Moçambique, regista uma ligeira queda quando comparado com o GMBS, onde a percentagem das fontes de notícias femininas situava-se em 15%.

Fontes por sexo comparando o GMBS e GMPS

Gráfico 3.3 compara o desempenho por país entre GMBS e BPF pelo país. Houve um aumento marginal de fontes de mulheres na região nos últimos sete anos na região. Fontes de mulheres aumentou apenas dois pontos percentuais, passando de 17% no GMBS a 19% no BPF. Moçambique é o único país que registrou um declínio de 15% para 14% neste estudo. Seychelles registrou o maior aumento de 25% para 31%.



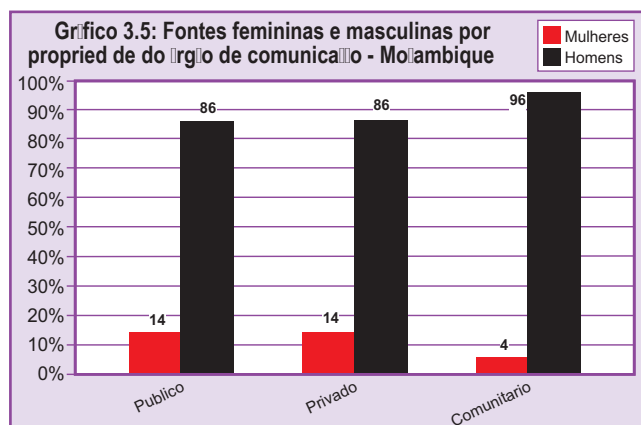
Fontes de notícias por sexo e por órgão de comunicação social



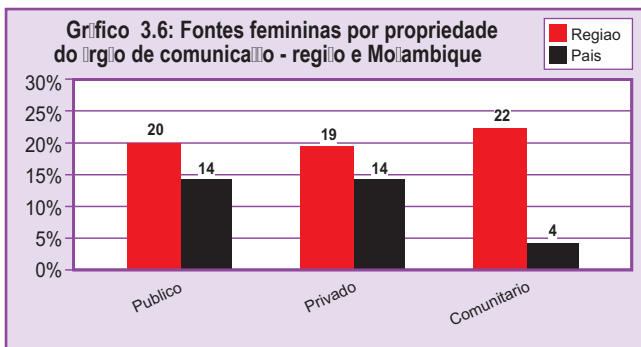
Desagregando os dados por órgão de comunicação social em Moçambique, o gráfico 3.4 acima mostra uma tendência geral da predominância das fontes masculinas na produção noticiosa de todos os órgãos de comunicação. Mas existem diferenças entre eles, como são os casos da *STV*, *TVM*, *Savana*, *TIM*, *Escorpião* e *Zambeze*, que se posicionam acima da média nacional de 14% de fontes femininas.

No outro extremo estão a *Rádio Terra Verde* e a *Rádio Voz Coop* com a menor percentagem de fontes femininas nos seus serviços noticiosos, com apenas 4% de vozes femininas nos seus intems noticiosos monitorados.

Fontes de notícias por sexo e por propriedade de órgão de comunicação



O gráfico 3.5 ilustra a representatividade das fontes femininas e masculinas por propriedade do órgão de comunicação. Constatase que não existem nenhuma diferença entre os órgãos de comunicação do sector público e os do sector privado. Ambos são responsáveis por 14% das fontes femininas e 86% masculinas. A única diferença que se observa é em relação aos órgãos de comunicação comunitários, neste caso a Rádio Voz Coop, onde apenas 4% das fontes são femininas, contra 96% de fontes masculinas.

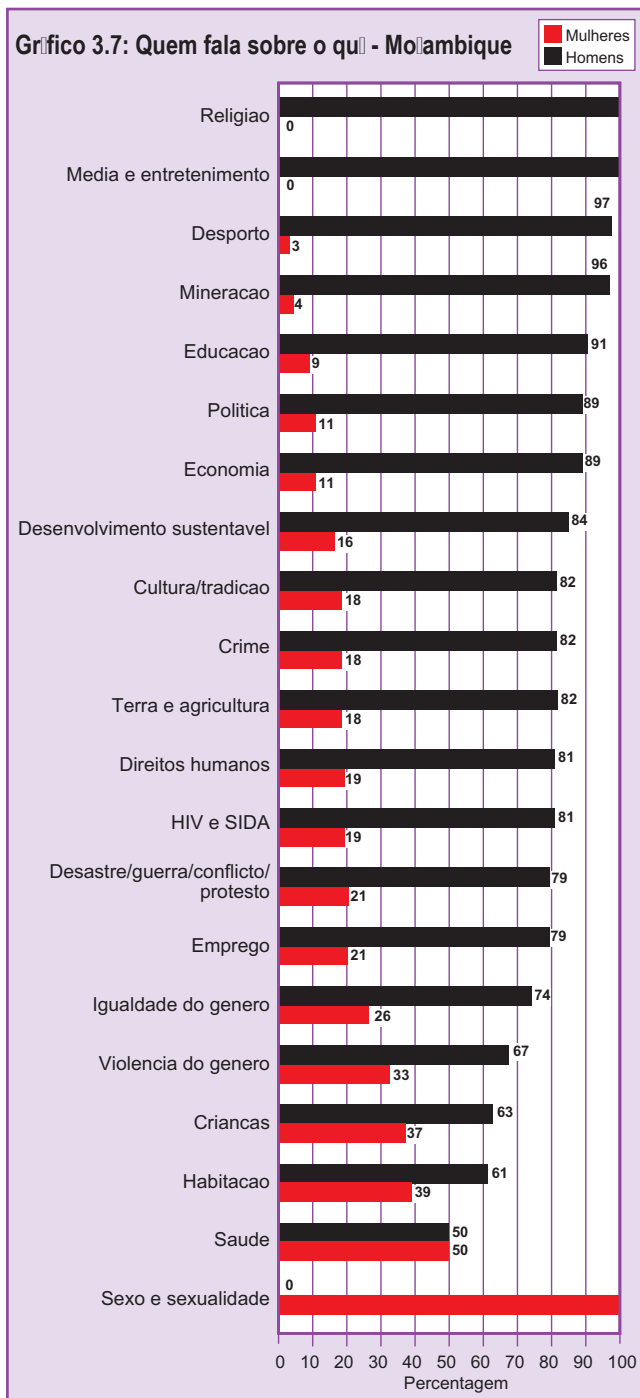


O gráfico 3.6 compara Moçambique ao resto da região em relação às fontes femininas por tipo de propriedade dos órgãos de comunicação. A proporção das fontes femininas entre os órgãos do sector público (20%) e do sector privado (19%) ao nível da região é a mesma verificada em Moçambique, havendo uma diferença abismal em relação às fontes femininas nos órgãos de comunicação comunitários, onde em Moçambique elas representam apenas 4%, e na região superam todos os outros sectores, com uma representação de 22%.



Jornalista Salane Muchanga em plena reportagem. Foto de Mercedes Sayagues

Quem fala sobre o quê

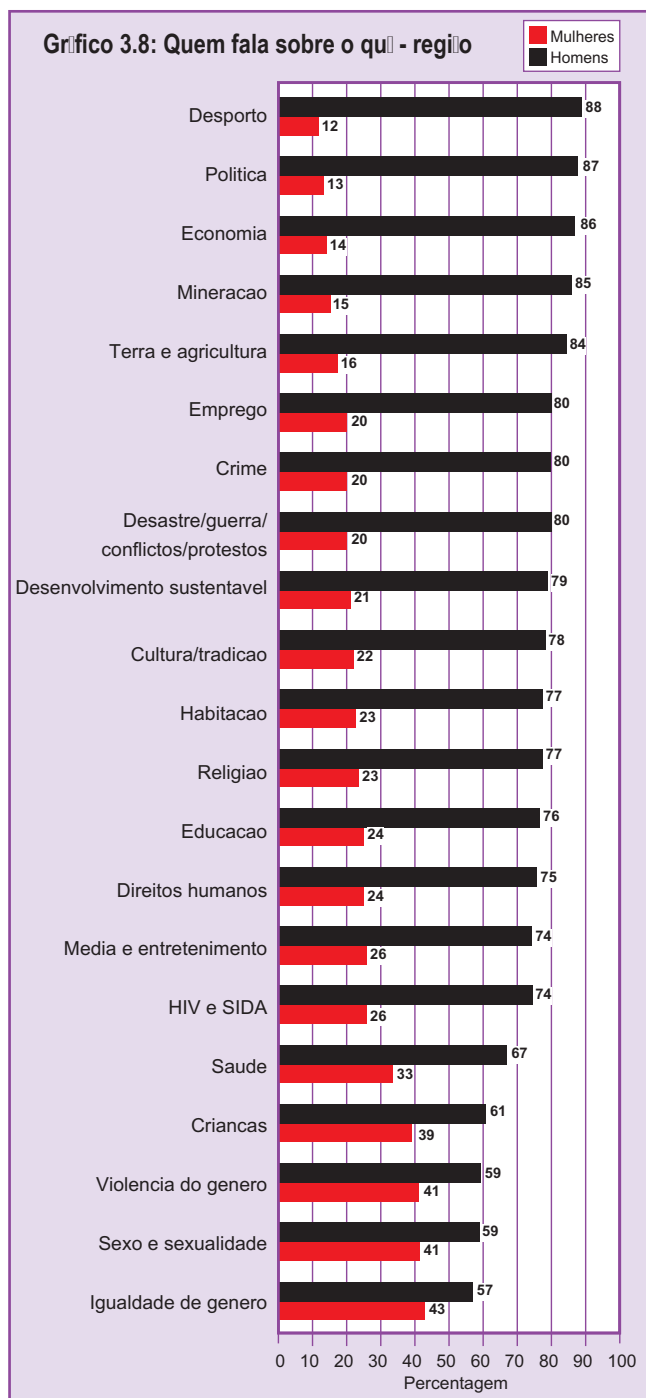


O gráfico 3.7 revela que os assuntos sobre religião, comunicação e entretenimento são abordados exclusivamente por homens, enquanto que os assuntos sobre sexo e sexualidade são abordados exclusivamente por mulheres.

Há um equilíbrio das fontes nas estórias sobre saúde, onde 50% das fontes são mulheres e 50% homens.

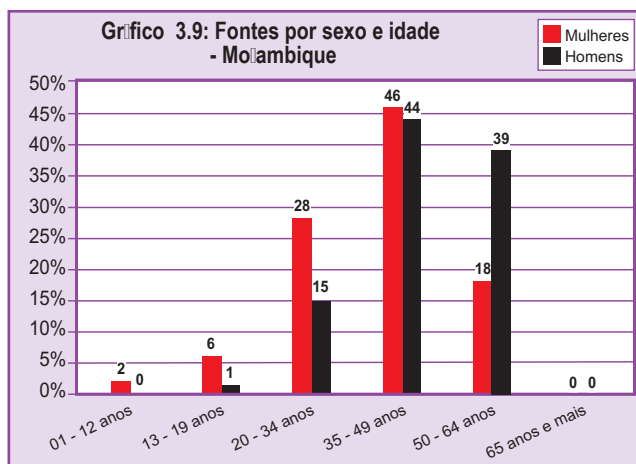
Em todos os outros assuntos nota-se um domínio das vozes masculinas, principalmente nas estórias sobre desporto, mineração, educação, política e

economia, onde as vozes masculinas são ouvidas em quase 90% dos casos.

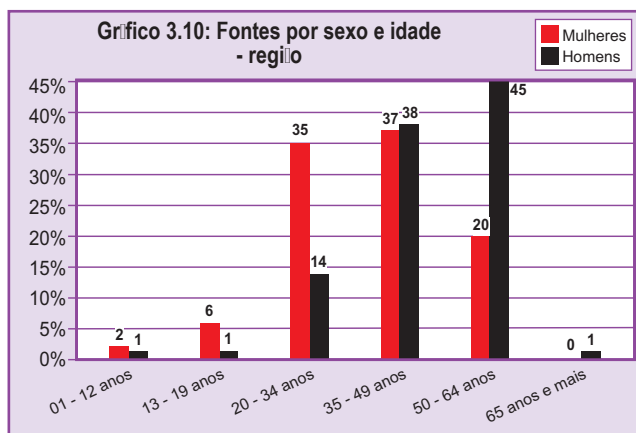


A nível da Região da SADC verifica-se a mesma tendência em que em todos os assuntos as vozes masculinas são predominantes. Mas há uma grande acentuação nos assuntos sobre desporto, economia e terras e agricultura, onde a maioria das vozes são masculinas, em 88%, 87%, e 86%, respectivamente. De igual modo, as vozes femininas são mais ouvidas nas histórias sobre igualdade de género, violência de género e saúde, numa proporção de 43%, para o primeiro tópico e 41%, para os dois últimos.

Fontes por sexo e idade



Os gráficos 3.9 acima mostra que a probabilidade de as mulheres serem contactadas como fontes de notícias na comunicação social em Moçambique está na faixa etária de 35-49 anos, enquanto que os homens que são mais acessados como fontes de notícias pertencem a faixa etária dos 50-64 anos. A faixa etária dos 20 e 34 anos é também dominada por fontes femininas.



Ao nível da região da SADC as mulheres que são mais acessadas como fontes de informação são aquelas que têm idades compreendidas entre os 20 e 34 anos, numa proporção de 35%, contra os 14% de homens nesta faixa etária. Há um equilíbrio das fontes femininas e masculinas na faixa etária dos 25 e 49 anos, onde a proporção é de 37% de mulheres e 38% de homens.

A faixa etária dos 50-64 anos é maioritariamente dominada por fontes do sexo masculino, numa proporção de 45%, contra os 20% de mulheres nesta faixa.

Esteriótipos subtís e descarados

Os esteriótipos são expressos de forma subtíl e descarada. As formas subtís incluem as várias estórias que enfatizam os papéis domésticos e tradicionais das mulheres de tal forma que isso parece normal.

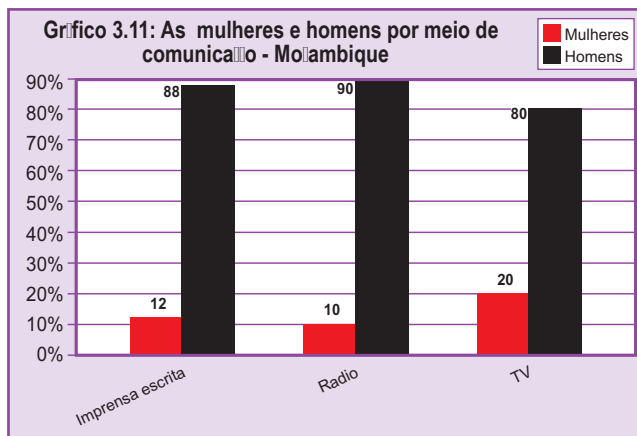
Esta caricatura, que foi publicada no semanário Savana, na sua edição de 30 de Outubro de 2009, mostra um exemplo de linguagem que menospreza as mulheres. A imagem mostra uma repórter como um objecto sexual. A mensagem aqui transmitida é de que para uma repórter mulher conseguir uma entrevista com um membro do governo ou alto dirigente do Estado, precisa se vestir de forma que as suas partes sexuais sejam reveladas.



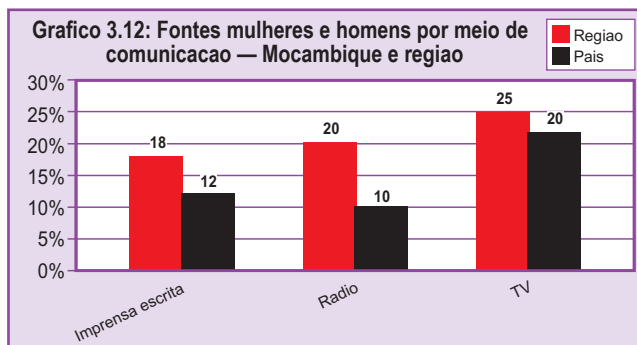
Esta caricatura é um exemplo de um esteriótipo descarado. Neste caso o esteriótipo é em relação aos novos jornalistas, particularmente as mulheres, chamando-as de ignorantes. No primeiro balão a repórter diz "...e a nossa moeda, o dólar está sempre a subir, não é?" dando a entender que ela não sabe se quer que dólar é uma moeda estrangeira. Transmite também a mensagem de que os jornalistas mais velhos com as suas barigas, não tem chances de ter acesso aos membros do governo porque eles preferem ser entrevistados pelas jornalistas mais jovens, *sensuais*.

Quem fala em que meio de comunicação

O gráfico acima mostra que as fontes de informação masculinas predominam em todos os



meios de comunicação, com maior predominância na rádio, onde as fontes masculinas neste meio constituem 90%, contra 10% de mulheres. A televisão é o meio onde as mulheres aparecem mais como fontes de notícia, chegando a atingir uma percentagem de 20%.

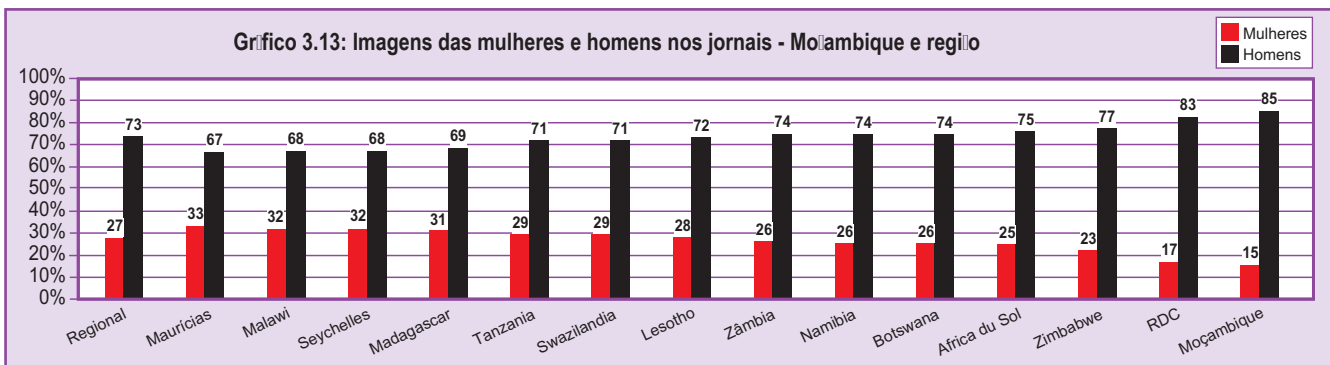


As fontes masculinas também dominam as notícias produzidas nos órgãos de comunicação social da região da SADC, com maior destaque para os meios de comunicação impressos, onde 82% das fontes são masculinas, contra 18% de mulheres.

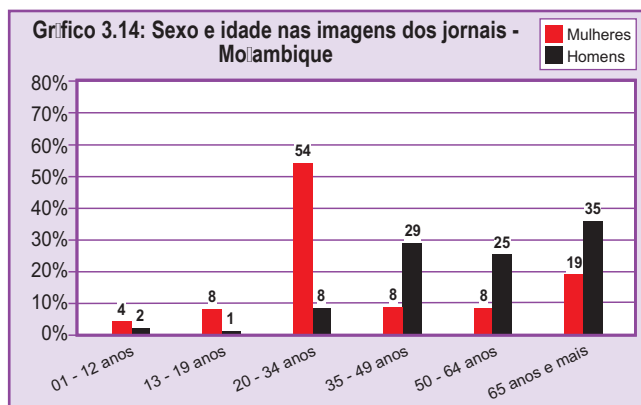
As fontes de notícias femininas, embora em número inferior ao dos homens, predominam na televisão onde elas representam 25% do total das fontes.

Vistos mas não ouvidos?

O gráfico 3.13 revela que em Moçambique a maioria das imagens que acompanham os itens noticiosos são de homens, numa proporção de 85%, contra 15% de mulheres. As mulheres são mais vistas do que ouvidas na imprensa escrita, uma vez que elas constituem apenas 12% de fontes de notícias e aparecem em 15% das imagens.

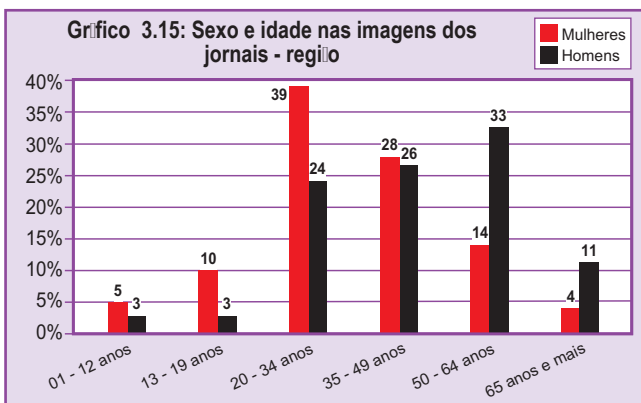


As mulheres mais idosas desaparecem



O gráfico 3.14 mostra que as imagens das mulheres que aparecem nos jornais são daquelas que têm idades compreendidas entre os 20 e 34 anos, portanto as mais jovens, numa proporção de 54%.

Na faixa etária mais adulta, a partir dos 35 anos as imagens das mulheres aparecem nos jornais em números bastante reduzidos. Portanto as imagens das mulheres de idade superior a 35 anos estão ausentes das páginas dos jornais. As imagens dos homens em idade superior a 35 anos são as que predominam nos jornais Moçambicanos.

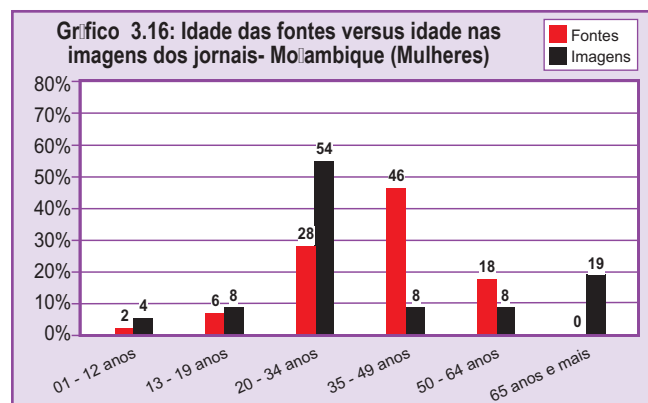


Ao nível regional as mulheres idosas também não estão nas páginas dos jornais. As mulheres jovens,

entre os 20 e 34 anos são as que mais presença marcam nas páginas dos jornais da SADC, com uma percentagem de 39%.

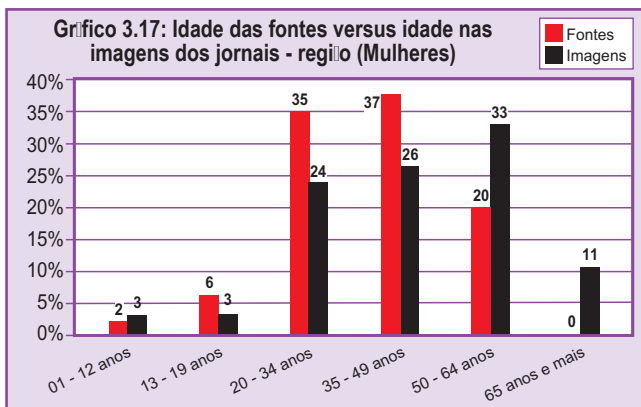
As únicas faixas etárias em que as imagens dos homens sobressaem é nas idades acima dos 50 anos, numa proporção de 44%.

Há um relativo equilíbrio nas imagens da faixa etária entre os 35 e 49 anos, com uma ligeira ascensão para as imagens das mulheres (28%) em relação as dos homens (26%).



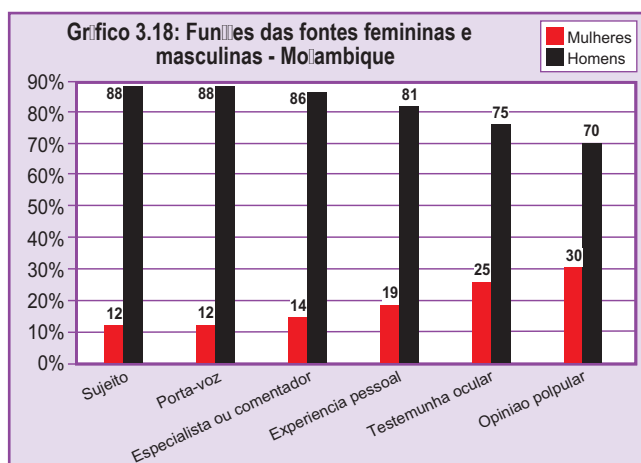
O gráfico 3.16 acima revela que a maioria das fontes femininas de notícias são mulheres com idades compreendidas entre os 35 e 49 anos idade, numa percentagem de 46%, mas as imagens das mulheres reflectidas nos jornais são de mulheres mais jovens, de idades compreendidas entre os 20 e 34 anos, numa percentagem de 54%.

Em relação às fontes verifica-se uma semelhança com a realidade da região, onde a maioria das fontes femininas se situam na faixa etária dos 35-49 anos, mas em relação às imagens de mulheres nos jornais, a realidade na região da SADC, onde constata-se que a maior percentagem das imagens de mulheres encontra-se no grupo etário dos 50-64 anos, com uma percentagem de 33%, é diferente.



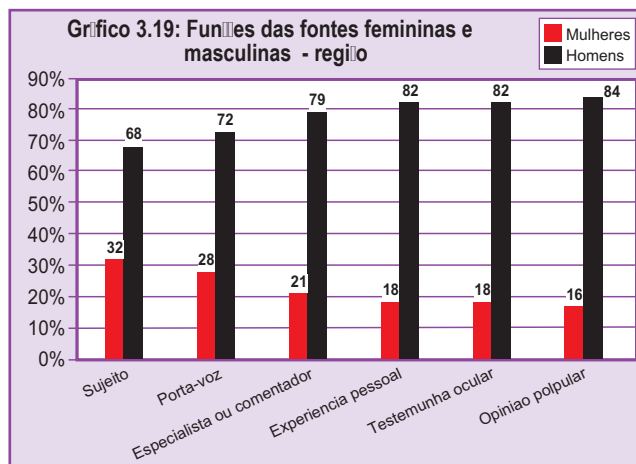
Ao nível regional verifica-se um ligeiro equilíbrio entre a idade das fontes femininas, nas faixas etárias dos 20-34 anos (35%) e 35-49 anos (37%), mas a maioria das imagens de mulheres publicadas nos jornais da região situam-se na faixa de 50-64 anos, com 33%.

Funções



O gráfico acima ilustra que a maioria das fontes masculinas são sujeitos das acções reportadas nas

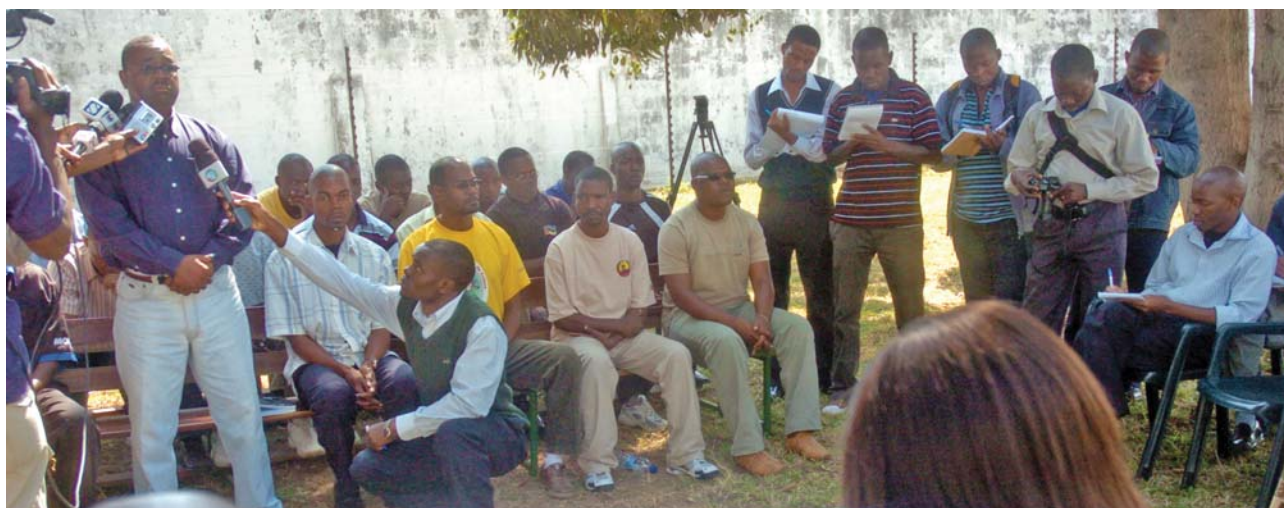
notícias e porta-vozes, ambos numa proporção de 88%, e especialistas e comentadores (86%); enquanto que as fontes femininas são mais pessoas que emitem opiniões populares, testemunhas oculares e pessoas que contam as suas experiências pessoais, com 30%, 25% e 19%, respectivamente.



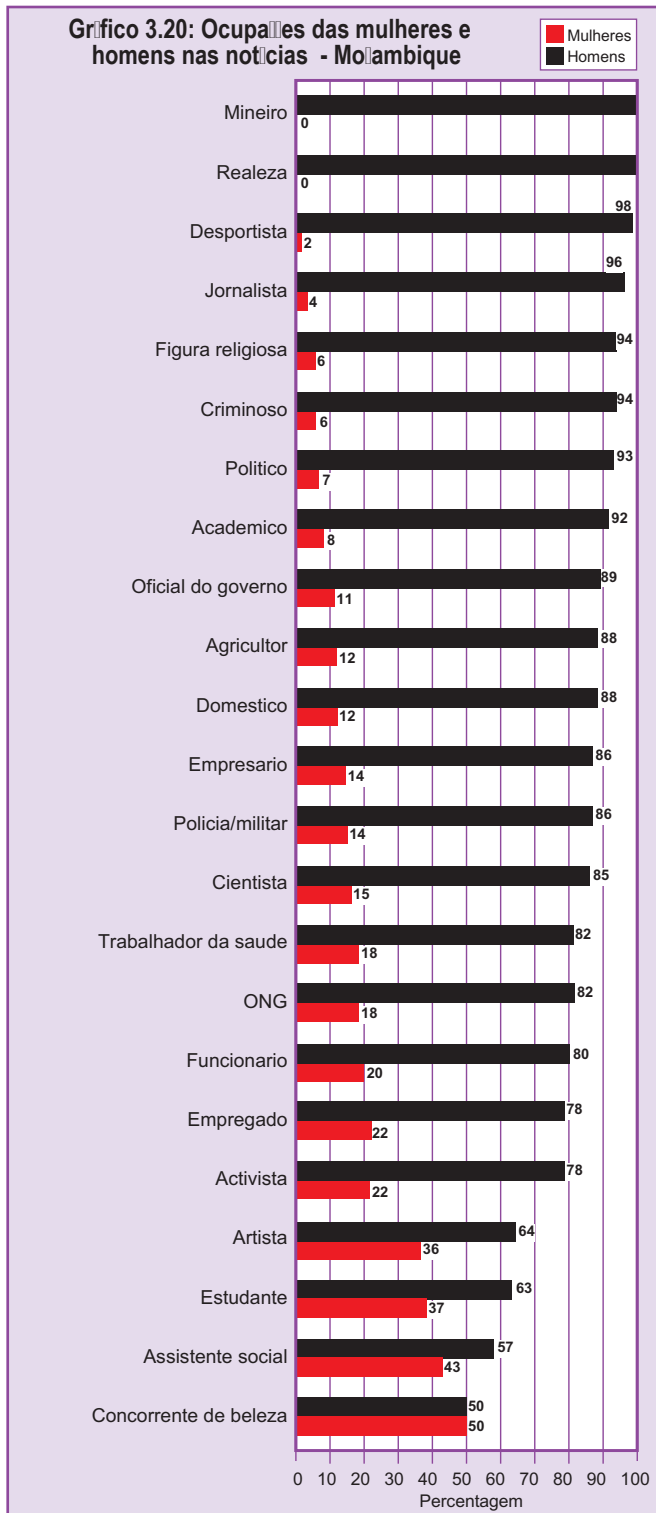
A realidade ao nível regional é diferente da realidade de Moçambique. As funções onde predominam mais as fontes femininas são sujeitos porta-vozes.

As fontes masculinas dominam as funções de opinião popular, testemunha ocular e experiência pessoal.

Esta tendência pode encontrar explicação no facto de que na comunicação social, quer ao nível nacional, assim como ao nível regional, as mulheres são muitas vezes caracterizadas como vítimas, e os homens como pessoas ligadas ao poder ou pessoas que detém o conhecimento das situações reportadas.

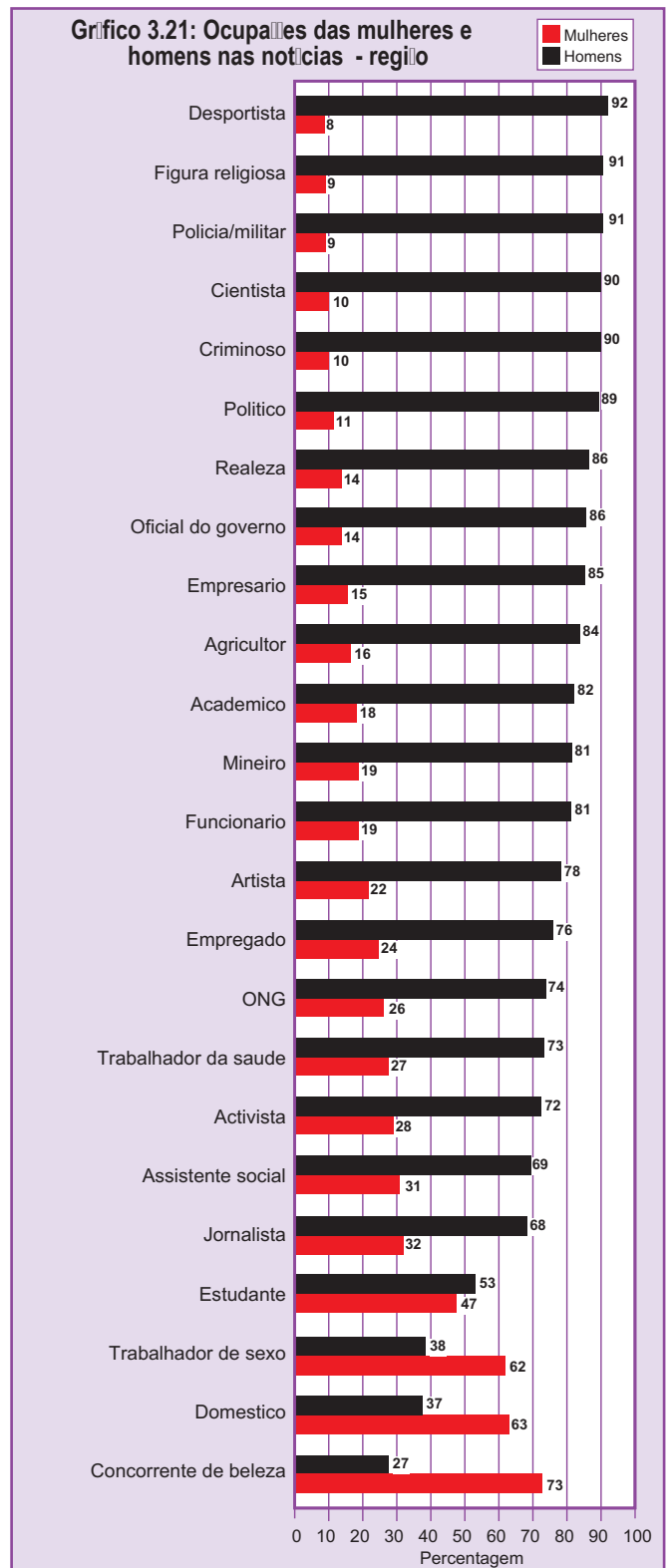


Ocupação



O gráfico 3.20 acima ilustra a proporção das mulheres e homens nas diferentes ocupações reportadas nos órgãos de comunicação social em moçambique durante o período da monitoria. A única categoria onde as mulheres são reportadas em maior número, é na função de trabalhadoras de sexo, numa proporção de 80%.

Todas as outras categorias ocupacionais são dominadas por homens, incluindo agricultura, saúde e trabalho social, onde as mulheres desempenham a maior parte das actividades. Há também um grande desequilíbrio na categoria das ONGs que são vistas como mais progressivas em relação às questões do género.



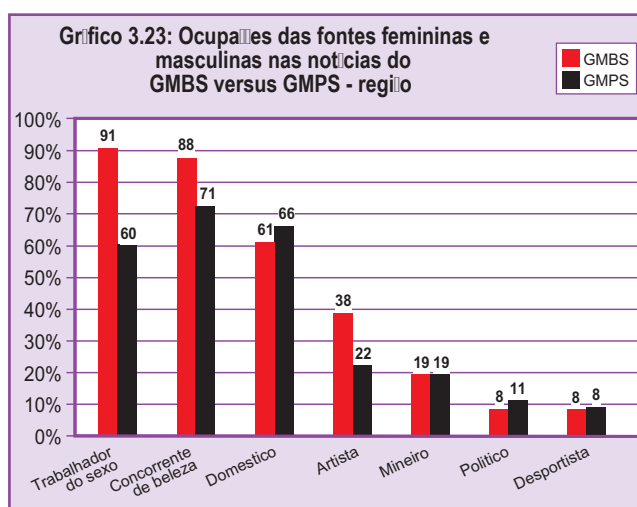
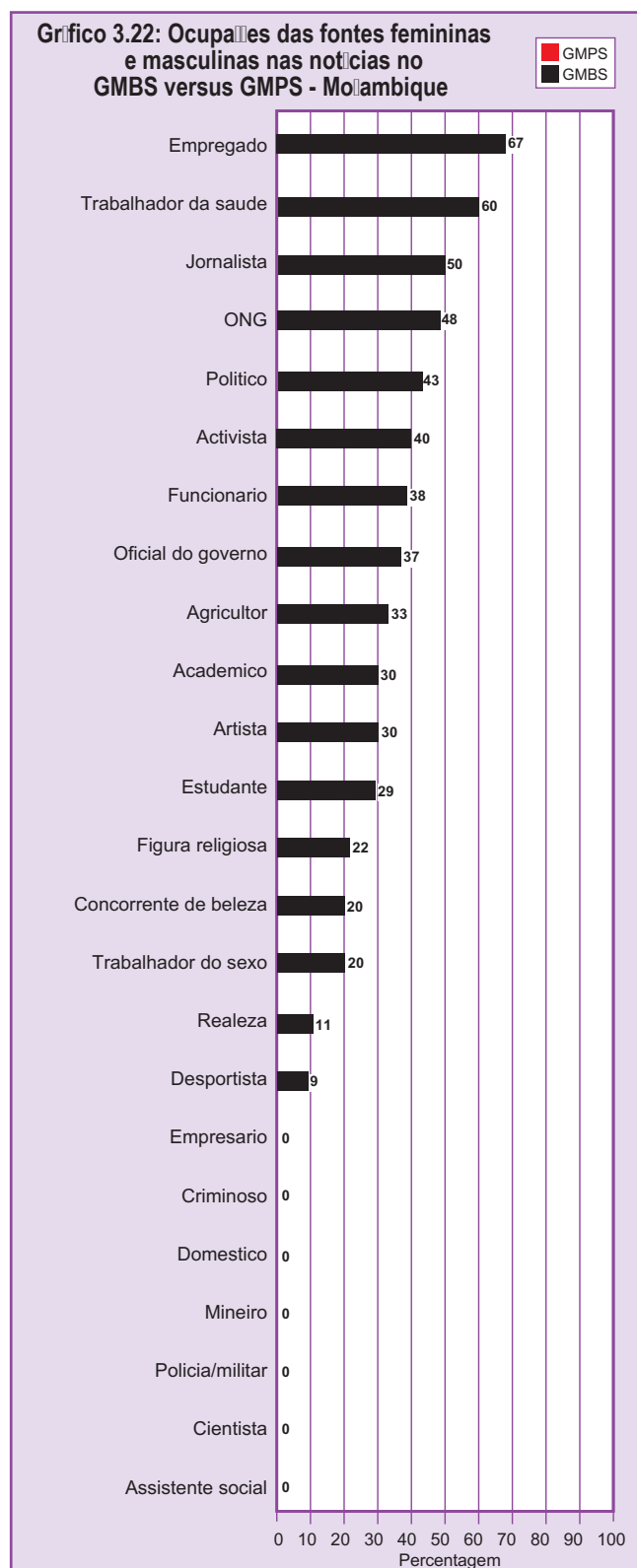
A única categoria ocupacional onde existe um equilíbrio é na categoria de modelos, onde as mulheres e os homens são reportados na mesma proporção de 50%.

Na região da SADC as mulheres dominam na categoria de concorrentes de beleza com 71%, e como trabalhadoras do sexo, numa proporção de

60%. Enquanto que os homens, e a semelhança de Moçambique, dominam todas as outras categorias profissionais, principalmente como figuras religiosas, cientistas, políticos, mesmo na categoria da agricultura onde, segundo a FAO, as mulheres desempenham a maior parte das actividades na machamba. Esta tendência parece se manter em relação aos estudos anteriores do GMBS, em que a predominância dos homens nestas categorias profissionais é evidente.

O gráfico 3.22 acima ilustra as ocupações profissionais das fontes de informação na comunicação social Moçambicana. A intenção era de comparar os dados do actual GMPS e do GMBS, mas a indisponibilidade dos dados do GMBS para Moçambique torna impossível essa análise.

Os dados do GMPS mostram que as fontes femininas consultadas pela comunicação social em Moçambique durante o período em estudo, são na sua maioria funcionárias públicas, numa percentagem de 67%, seguindo-se as trabalhadoras da saúde, em 60%. Verifica-se também uma representação significativa de fontes femininas que estão na política, em 43%.

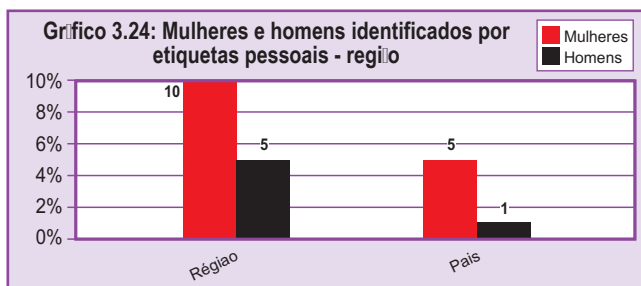


O gráfico 3.23 acima mostra que no estudo GMPS, ao nível da região da SADC as mulheres dominam nas categorias profissionais de concorrentes de beleza ou modelos (71%), domésticas (66%) e trabalhadores de sexo (60%). Estes dados, embora revelem a mesma tendência verificada no GMBS, há uma significativa redução das fontes femininas na categoria de trabalhadoras do sexo, que era de 91% no GMBS.

À semelhança do que acontece em Moçambique, as fontes femininas raramente aparecem nas

categorias porta-voz, mineiro e político. Isto tende a reforçar a noção de que essas profissionais são consideradas masculinas.

Etiquetas pessoais



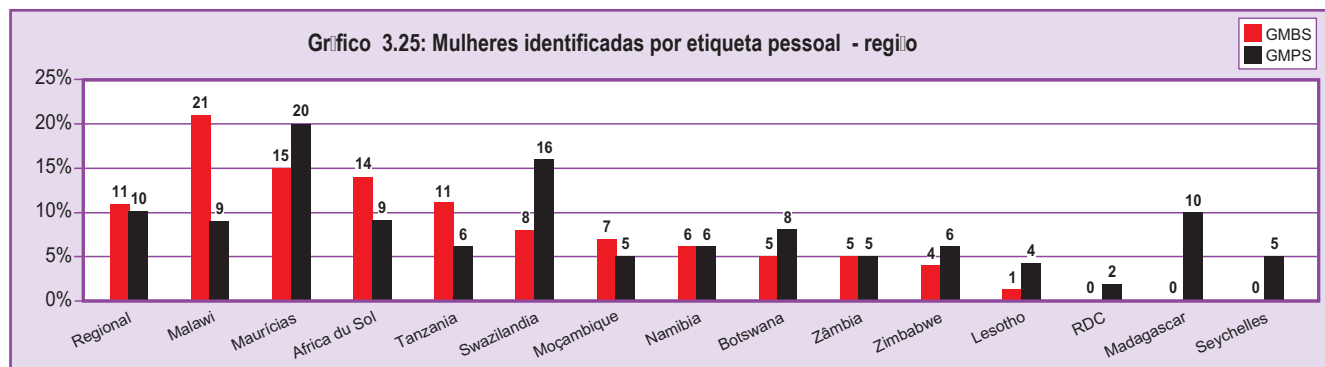
O gráfico 3.24 ilustra como as mulheres e os homens são identificados através das suas relações pessoais. A regra profissional da reportagem é que a referência à filiação familiar só deve ser feita quando se mostrar relevante para a notícia. O gráfico mostra até que ponto as fontes são identificadas por relações familiares. Em ambos os casos, quer ao nível nacional, quer ao nível regional, as mulheres são mais propensas a serem identificadas por relação familiar, quer como

esposa de, mãe de, filha de, do que os homens serem identificados como *marido de, pai de, ou filho de*.

Em Moçambique, 5% das fontes femininas são identificadas pela sua relação familiar, enquanto que das fontes masculinas, apenas 1% é que é identificada por relação familiar. Esta tendência é a mesma ao nível regional onde 10% das fontes femininas são identificadas por relação familiar contra 5% de fontes masculinas que são identificadas por relação familiar.

Embora essas percentagens sejam muito abaixo daquilo que é a média global, que é de 21% para as mulheres e 4% para os homens, este cenário ilustra que ainda há identificação tendenciosa das fontes de notícias na comunicação social de Moçambique e da região.

Estas constatações revelam que para a comunicação social em Moçambique assim como na região, os homens guardam as suas vidas privada enquanto estiverem na arena pública, enquanto que as mulheres são obrigadas a carregar a sua identidade privada mesmo quando em funções públicas.



O gráfico 3.25 acima posiciona os países da região em relação a identificação das fontes de notícias femininas. Moçambique regista uma redução na percentagem de mulheres identificadas por filiação pessoal, de 7% no GMBS para 5% no GMPS.

Conclusões

Como acontece no resto da região da SADC a grande disparidade nos conteúdos editoriais em Moçambique são as vozes de mulheres que não são ouvidas na cobertura diária.

Durante o workshop consultivo, a questão das vozes femininas que não são ouvidas na comunicação social moçambicana foi um aspecto bastante mencionado, o que revela uma consciência dos profissionais e formadores da comunicação social sobre a importância do equilíbrio de vozes. Foi referenciado que se as mulheres constituem a maior audiência, principalmente para a televisão, seria de esperar que elas estivessem em número também elevado como fontes de informação.

O jornalista desportivo da TVM, Gilberto Nhantumbo, contou que aquando da copa do mundo foi solicitado a fazer uma reportagem com instruções precisas de que devia ouvir mulheres e homens, e o resultado foi surpreendente. “Constatei que as opiniões das mulheres e dos homens sobre um determinado assunto, como era o caso da copa do mundo, podiam ser muito diferentes”, disse Nhantumbo, acrescentando que “descobri nesse trabalho que os homens tinham posições fixas em relação ao desempenho das equipas na copa do mundo, independentemente do seu desempenho os homens sempre apoiavam as

suas equipas e sempre consideravam que elas jogavam melhor; enquanto que as mulheres faziam análises mais objectivas, despidas de emoções, julgando as equipas de acordo com o seu desempenho”.

Concluiu-se durante o workshop consultivo que estudos regulares sobre a participação das mulheres na comunicação social como fontes de notícias deveriam ser desenvolvidos pelos próprios órgãos de comunicação para aferir se eles estão ou não a dar igual tratamento aos homens e mulheres nos seus conteúdos.