



Relatório Anual de Género na Mídia

2023



"Muitas vezes, embora trabalhemos com os direitos humanos, nem sempre temos a oportunidade de manifestar a nossa sensibilidade relativamente a questões de género. A representação de mulher na mídia não é apenas importante para a igualdade de género, mas sim para que homens e mulheres possam definir o seu papel na sociedade. Temos de construir um mundo em que todos são representados, incluindo as pessoas com deficiência. A forma sectorizada como trabalhamos com a igualdade de género faz com que não avancemos para o alcance de tal objectivo."

Eva Trindade
Apresentadora de televisão e Directora Executiva do Movimento Womanidade

Índice

Prefácio	2
Introdução	3
Objectivos	3
Metodologia	3
Análise de Género na Redacção	6
Presença de homens e mulheres nos órgãos de mídia	7
Género e posição de liderança nas Redacções	9
Recomendações para melhorar a representação das mulheres nas Redacções	10
Tendências de género nas estações televisivas	12
Publicação de artigos de género	16
Representatividade de género nos jornais	17
Avaliação dos artigos de género	19
Recomendações para melhorar a cobertura de questões de género na mídia	20
Inclusão de Pessoas com Deficiência	22
Recomendações para melhorar a inclusão de PcD na mídia	24
Entrevistas	26
Entrevista a gestor de órgão sensível ao género: Aunício da Silva	27
Explorando a fronteira do jornalismo sensível ao género: Uma conversa com Farcelina Cumbe	28
Lista de painelistas especialistas	29

Prefácio

As transformações do mundo actual estão a provocar mudanças no tecido social. No mercado de trabalho, em particular, tais mudanças têm um impacto significativo na construção da identidade e na ocupação de espaços pelas mulheres. Embora estas tenham conquistado o direito de trabalhar, ainda mantêm as suas responsabilidades como cuidadoras e reprodutoras, resultando numa sobrecarga, na maioria das vezes sem um salário justo ou reconhecimento adequado.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, surgem novos desafios, como a ocupação de cargos em igualdade com os homens, principalmente os de liderança. Ainda há fortes vestígios da divisão de papéis baseada no género, com os cargos de chefia sendo associados aos homens, considerados naturalmente capazes de liderar e comandar, enquanto as mulheres são frequentemente designadas para funções auxiliares, hierarquicamente submissas aos homens e, consequentemente, com salários mais baixos.

Apesar do crescimento de oportunidades para as mulheres, em sectores específicos como a comunicação social, elas continuam sub-representadas. Na mídia, as prioridades e a produção de conteúdo reflectem, amiúde, influências das estruturas internas das organizações - mais homens na linha de frente resultam em mais conteúdo produzido numa perspectiva masculina.

Enquanto os meios de comunicação, em muitas ocasiões, invisibilizam a contribuição das mulheres, também perpetuam estereótipos e reforçam as desigualdades, acentuando as assimetrias de género. Essas disparidades vão desde os diferentes níveis de produção de conteúdo até o que é efectivamente publicado, criando uma hierarquia no âmbito das organizações e nos conteúdos que reflectem os papéis de género socialmente atribuídos a homens e mulheres. A ausência de mulheres em posições de liderança reforça estereótipos associados à capacidade de liderança das mulheres e influencia a percepção que outras mulheres têm do seu papel na organização.

As decisões sobre quem deve fazer, as prioridades dos assuntos abordados, o destaque e o ângulo de abordagem são questões que influenciam directamente o que é visto, lido ou ouvido nos meios de comunicação e podem contribuir para a perpetuação de estereótipos de género. Quando as decisões são tomadas predominantemente por homens, há uma maior probabilidade de os conteúdos seguirem uma perspectiva masculina. Devido ao poder associado à comunicação social, essa representação estereotipada influencia a maneira como os indivíduos percebem o seu papel na sociedade, reforçando as disparidades de género.

Se mais mulheres ocuparem posições de liderança, mais mulheres terão referências e passarão a conceber esse espaço como alcançável, dissipando gradualmente as barreiras existentes. A diversidade de perspectivas resultará numa agenda mediática mais ampla, inclusiva e abrangente, o que pode desconstruir estereótipos de género e ressignificar os papéis de homens e mulheres.

Farida Ustá

Farida Ustá

Directora do Projecto Asas

Introdução

O Relatório Anual de Género na Mídia 2023 é o resultado de um estudo que avalia as tendências de género na mídia moçambicana, com foco nas rádios comunitárias, televisões e jornais. Este relatório é produzido com base em dados recolhidos através da análise de conteúdos de jornais, com vista a avaliar a representação de género; num inquérito a órgãos de mídia com vista a aferir o nível de participação das mulheres como colaboradoras ou em cargos de liderança, e o seu poder de decisão; na realização de entrevistas com informantes chave; e na realização de um painel de especialistas, no qual profissionais de género e mídia discutem os resultados da pesquisa e apresentam recomendações.

Este é o terceiro relatório, de uma série de quatro a serem produzidos no âmbito do Projecto Asas¹ implementado pela h2n e financiado pelo Alto Comissariado do Canadá. Este documento fornece um panorama actualizado da situação da igualdade de género na mídia moçambicana, apresentando também os desafios, boas práticas e recomendações com vista a promover maior igualdade de género na área de mídia.

Objectivos

- › Revelar os principais desafios e lacunas dos jornalistas na cobertura de questões ligadas ao género.
- › Contribuir para o aumento da produção de reportagens sobre género, desigualdade de género e empoderamento das mulheres e raparigas;
- › Contribuir para a melhoria da qualidade na cobertura de questões relacionadas com o género, através de recomendações;
- › Sensibilizar os órgãos sobre a importância do equilíbrio de género na mídia e, deste modo, constituir um aporte para o aumento da representatividade de mulheres neste domínio;
- › Contribuir para que os conteúdos publicados na mídia sejam mais sensíveis ao género e mais inclusivos;

Metodologia

A elaboração do presente Relatório Anual de Género na Mídia seguiu a metodologia descrita a seguir:

- Análise dos órgãos de comunicação quanto à igualdade e equidade de género na Redacção:** Foram inquiridos representantes de 20 jornais impressos, seis órgãos televisivos e 42 rádios comunitárias (RCs) ao longo do país. Usou-se um questionário para se aferir o número de colaboradores (homens e mulheres) na Redacção e sua representação em posições de liderança.
- Avaliação dos artigos sobre género na imprensa escrita:** Avaliaram-se 312 edições de nove jornais, designadamente: Evidências, Generus, Ikweli, Diário de Moçambique, Zambeze, Domingo, Notícias, O País, e Savana, cobrindo o período de Janeiro a Dezembro de 2023. Para se garantir uma amostra representativa, relativamente aos quatro semanários, procedeu-se à análise de duas edições de cada jornal por mês (os da primeira e terceira semanas), num total de 120 edições. No que se refere aos cinco jornais diários, foram avaliadas quatro edições de cada um, por mês, seleccionando-se, aleatoriamente, uma edição por semana, num total de 192 jornais. A pesquisa foi levada a cabo por uma equipa de avaliadores, com recurso a um questionário no *Kobo Collect*². Esta análise compreende duas partes, a saber:

¹O projecto Asas é destinado à promoção da igualdade de género e ao empoderamento das mulheres jovens em Moçambique por meio de advocacia e comunicação. O projecto desenvolve acções específicas na mídia (jornais e rádios comunitárias) com iniciativas que visam promover o crescimento da presença de mulheres na Redacção e em posições de lideranças, e a inclusão de conteúdos sobre igualdade de género.

²É uma ferramenta online usada para recolha de dados.

- › **Análise da edição do jornal:** foram contabilizados todos os artigos publicados em cada uma das edições avaliadas e desagregados os artigos de género. Fez-se igualmente uma avaliação das fontes e fotos usadas nos artigos, desagregando por sexo, e a inclusão de Pessoas com Deficiência.
- › **Análise de artigos sobre género³:** procedeu-se à análise de todos os artigos relacionados com género constantes nas edições dos jornais acima mencionados. Para os casos em que uma edição apresentou acima de três artigos, foram seleccionados os três mais destacados. O objectivo desta avaliação é aferir a quantidade de temas mais frequentemente abordados na área de género e como os jornalistas tratam essas temáticas.

iii) Análise da inclusão social de pessoas com deficiência (PcD) na mídia: com vista a garantir a perspectiva de inclusão de PcD na análise de género na mídia e contribuir para uma representação justa e inclusiva, foi realizado um levantamento do número de homens e mulheres com deficiência nos diferentes órgãos, desagregados por sexo. Simultaneamente, na avaliação de jornais, foi contabilizado o número de artigos que têm PcD como fonte e o número de artigos de género com foco ou que inclui PcD.

iv) Análise da grelha de programas de TV: para compreender a representação e a influência que as mulheres exercem na produção de conteúdos televisivos, foram seleccionados programas de destaque e com estruturas similares nos quatro órgãos televisivos de maior audiência (TVM, STV, TV Miramar e TV Sucesso). Procedeu-se à recolha de informações referentes a 11 programas por emissora, divididos em áreas de entretenimento, telejornais, debates e desporto. Os dados foram recolhidos com base em fichas técnicas, tendo sido mapeado o número de apresentadores, produtores e coordenadores destes programas, desagregados por sexo.

v) Painel de especialistas: para assegurar uma análise mais ampla dos dados recolhidos, foi realizada uma sessão de discussão em plenária dos resultados de pesquisa, envolvendo um painel de 14 especialistas das áreas de género, mídia e inclusão social, oriundos de diversos pontos do país. O evento teve a duração de um dia e obedeceu a um formato híbrido (presencial e online). Os especialistas fizeram uma análise da situação e evolução do equilíbrio de género no período de 2022 a 2023 e apresentaram, com base em experiências, recomendações para tornar a mídia moçambicana mais inclusiva.

vi) Entrevistas: foram realizadas entrevistas individuais com objectivos distintos no âmbito do relatório:

- › Levaram-se a cabo entrevistas compreendendo oito mulheres da área de produção de conteúdos televisivos (jornalistas, editoras, produtoras, apresentadoras), no que diz respeito ao capítulo da análise das tendências de género nas televisões. Estas entrevistas visavam explorar factores que influenciam a permanência ou ausência de mulheres em diferentes posições, o nível de poder de decisão pelas mulheres e outros aspectos relevantes com vista a compreender as dinâmicas relacionadas com o género naquele ambiente profissional.
- › Realizadas duas entrevistas para o capítulo de entrevistas: a primeira a um jornalista experiente, que actualmente se encontra em posição de liderança e trabalha na promoção de igualdade de género ao nível dum órgão de mídia; e a segunda a uma jornalista que lida frequentemente com a produção de reportagens sobre género, sendo esta área a que dedica a sua prioridade.

³ Considerou-se reportagem de género para o relatório todo o artigo que aborda assuntos que se enquadram nas seguintes áreas temáticas do Projecto Asas: Prevenção de uniões prematuras e gravidez precoce; fomento da educação e das oportunidades educacionais de meninas; e redução do abuso e da exploração sexual de raparigas por professores. Simultaneamente, devem-se incrementar as oportunidades de participação das mulheres na economia, sociedade civil e nos processos democráticos a todos os níveis, reduzindo-se a violência baseada no género. Também foram considerados artigos de género aqueles que abordam assuntos socioeconómicos resultantes da igualdade/desigualdade de género ou ainda artigos relacionados com a (des) igualdade de género, em geral, e com o empoderamento da mulher e da rapariga, em particular.



Análise de Género na Redacção

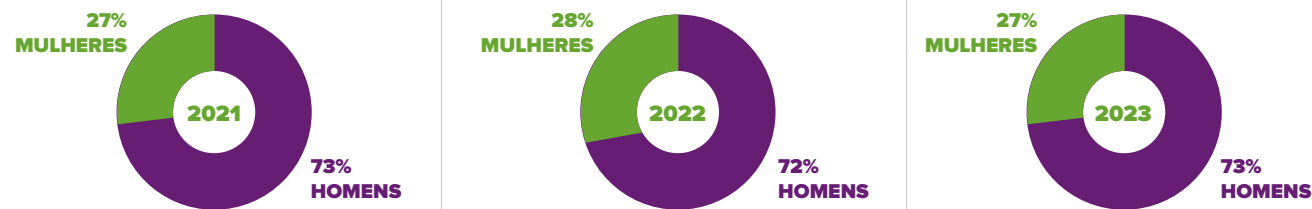
Análise de Género na Redacção

Presença de homens e mulheres nos órgãos de mídia

Para a análise da igualdade de género nas Redacções, foram mapeados mais de 60 órgãos de mídia, incluindo rádios, estações televisivas e jornais, com o intuito de avaliar a presença de homens e mulheres no seu quadro de pessoal. Embora a predominância masculina nas Redacções seja um factor sobejamente conhecido, os relatórios de 2021 e 2022 revelaram uma ligeira tendência de crescimento no que diz respeito a colaboradores do sexo feminino, que registou um aumento de 1%, de 27% em 2021, para 28% em 2022. Entretanto, os dados de 2023 indicam um ligeiro retrocesso, ao ilustrar uma representação igual à observada em 2021.

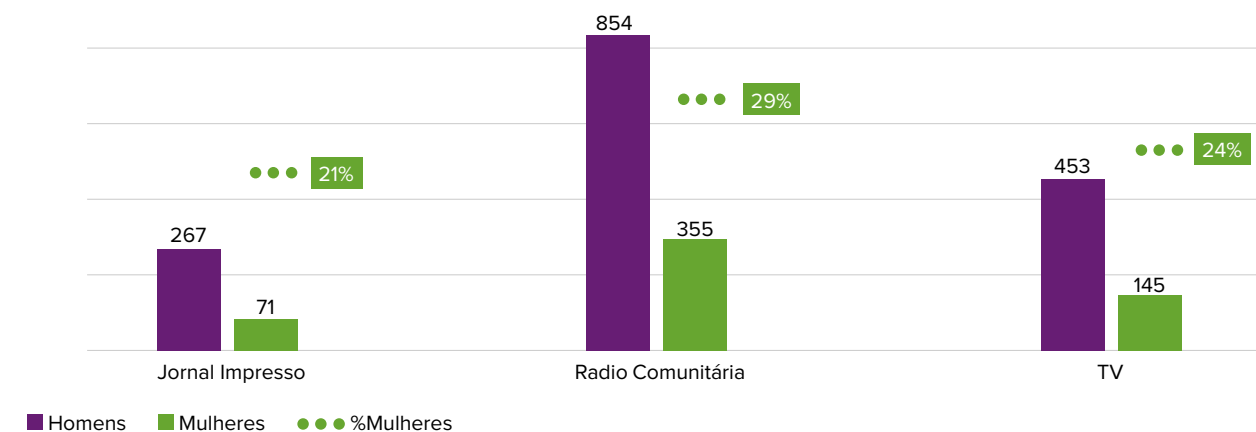
Apesar de se manter a predominância masculina em todos os órgãos, destaca-se um aumento na representação feminina em termos de números absolutos, com um aumento de 78% no número de mulheres, que passou de 320 em 2022, para 570 em 2023. Ainda assim, são evidentes os desafios na luta por uma equidade de género efectiva nos meios de comunicação, bem como a necessidade de criação de estratégias mais robustas, visando promover uma representação mais equilibrada.

PRESENÇA DE COLABORADORES MASCULINOS E FEMININOS NAS REDACÇÕES AO LONGO DOS ANOS



Ao analisar a distribuição de género de acordo com o tipo de órgão de mídia, são constatadas algumas variações. As rádios comunitárias apresentam a maior proporção de colaboradoras, com 29%, seguidas pelos órgãos televisivos, que revelam uma representação de 24%, enquanto os jornais impressos indicam menor predominância, designadamente 21%. Esta tendência tem sido constante desde a divulgação do primeiro Relatório Anual de Género na Mídia e ressalta a importância de implementar acções específicas para cada tipo de órgão.

PRESENÇA DE HOMENS E MULHERES POR TIPO DE ÓRGÃO



Apesar da falta de progresso quando se considera o universo dos órgãos, observa-se uma evolução em 42 rádios e 4 jornais, nos quais o projecto Asas tem implementado acções com vista a reforçar a capacidade institucional, melhorar a representação das mulheres e incluir questões de género nos conteúdos produzidos. Nestes órgãos, a proporção de colaboradores do sexo feminino aumentou de 27% nas rádios e 35% nos jornais, em 2022, quando comparado com 2021. Para 2023, registou-se um aumento de 45% e 59%, respectivamente. Este panorama sugere que a implementação de programas ao nível dos órgãos de mídia pode contribuir para uma maior representação de mulheres.



a proporção de colaboradores do sexo feminino aumentou de 27% nas rádios e 35% nos jornais, em 2022, quando comparado com 2021. Para 2023, registou-se um aumento de 45% e 59%, respectivamente.

Estes dados foram analisados e discutidos no painel de especialistas, que consideram que as mulheres estão a conquistar gradualmente o seu espaço nas Redacções. Entretanto, apesar das mudanças positivas que se vêm verificando, alcançar as transformações desejadas é um processo que vai levar alguns anos, devido à prevalência de desafios estruturais. Os painelistas citaram também as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no âmbito das Redacções devido ao contexto social e aos papéis atribuídos às mulheres. Estes acrescentam que a transformação efectiva que se pretende em matérias de género está directamente ligada à mudança de mentalidade da sociedade.

Membro do painel, Olivia Massango, directora de informação da STV, enfatizou a necessidade de um investimento gradual na participação feminina ao nível da sociedade. Ela alertou para o impacto da balança nas relações entre ambos os sexos, que muitas vezes leva as mulheres a abdicarem dos seus sonhos para cumprir o papel que tradicionalmente lhe é atribuído ao longo dos tempos. Massango instiga os órgãos de comunicação social a reflectirem sobre a exiguidade de investimentos na preparação das mulheres e a escolha do homem em detrimento da mulher.

Por sua vez, Hermínia Machele, jornalista e formadora na TVM, apresentou uma perspectiva crucial ao destacar a disparidade entre o número de candidatas mulheres nas universidades e cursos de formação profissional, em áreas como jornalismo e apresentação, em comparação com as oportunidades de emprego efectivas. De acordo com o que defende, "nas universidades e nos cursos de formação profissional há mais candidatas, tanto para a área do jornalismo como para a apresentação, mas a tendência muda quando se avalia a Redacção." Machele ressaltou que há muitas barreiras no que diz respeito a oportunidades de emprego, sendo a sobrecarga doméstica um factor determinante. Apesar de os jornalistas beneficiarem de uma jornada de trabalho flexível, tal oportunidade contrasta com a realidade enfrentada por muitas mulheres, que, devido a obrigações domésticas, não são capazes de se dedicar integralmente ao trabalho. Segundo Machele, este cenário reflecte a prevalência de uma sociedade machista.

A jornalista destacou também o preconceito dos homens, que têm as mulheres como rivais na progressão na carreira, pautando pela competição e inviabilizando a colaboração. Machele também mencionou o problema do assédio sexual por parte das chefias, um desafio enfrentado por muitas mulheres na indústria jornalística.

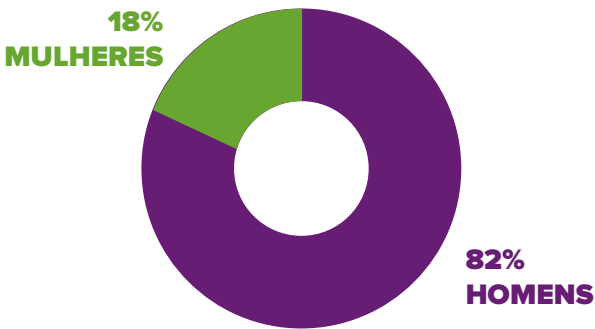
Em jeito de conclusão, Anabela Adrianopoulos defendeu que para promover efectivamente a igualdade de género nas Redacções e superar desafios como assédio, insegurança e sobrecarga de trabalho, é essencial investir em programas e iniciativas que capacitem as mulheres com vista a que sejam capazes de desafiar e quebrar os padrões sociais estabelecidos. Ao proporcionar educação e apoio, criar-se-á um ambiente propício para a transformação cultural e para a construção de uma sociedade mais igualitária, na qual as mulheres possam prosperar profissional e pessoalmente.

Género e posição de liderança nas Redacções

Os dados revelam uma persistente desigualdade de género nas posições de liderança na mídia em Moçambique, o que resulta numa sub-representação significativa de mulheres em comparação com os homens. Essa disparidade é igualmente constatada nos três tipos de mídia avaliados, em que os homens ocupam 82% e as mulheres 18 % dos cargos de liderança.



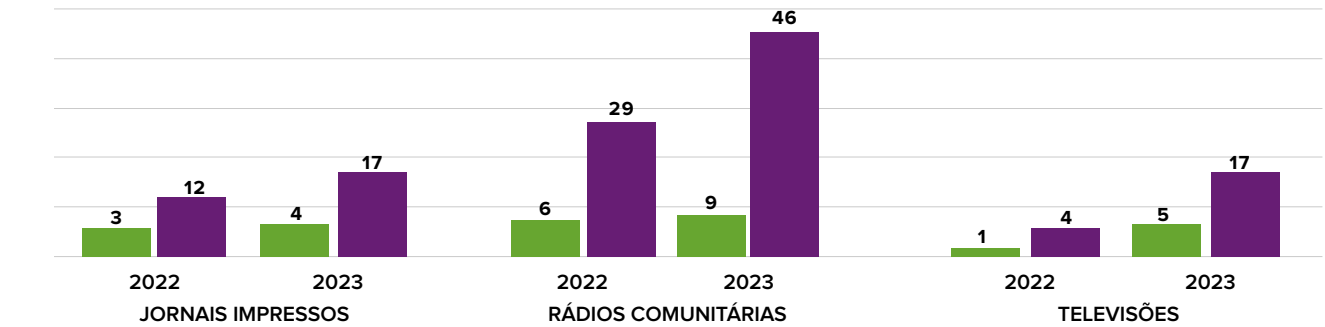
GÉNERO E POSIÇÕES DE LIDERANÇA NAS REDACÇÕES



Entretanto, embora não tenha havido progressos no que diz respeito à percentagem geral, em termos de dados brutos, verifica-se um acréscimo do número de mulheres em posições de liderança. No referente ao jornalismo impresso, apenas quatro mulheres ocupam cargos de liderança (comparando com três em 2022), o que contrasta com o número de 17 homens em tais posições. Nas rádios comunitárias, a presença feminina é ainda menor, com apenas nove mulheres em posições de liderança, e 46 homens; contudo, considerando o ano de 2022, constata-se a existência de um incremento de três mulheres que assumem um papel de chefia. Da mesma forma, na área de televisão, há somente cinco mulheres dirigentes, contrariamente a 17 homens; porém, este dado representa um crescimento, que se verifica desde 2022, quando havia uma única mulher em cargo de direcção.

A desigualdade de género nas posições de liderança na mídia é preocupante, pois não permite que haja diversidade de pontos de vista e perspectivas na produção de conteúdos e na tomada de decisões. A fraca ou nula representação feminina em tais cargos também pode influenciar a forma como as questões de género são abordadas pela mídia.

POSIÇÕES DE LIDERANÇA POR SEXO NOS DIFERENTES ÓRGÃOS DE MÍDIA



■ Feminino ■ Masculino

Recomendações para melhorar a representação das mulheres nas Redacções

- › Implementar políticas e práticas nas Redacções que fomentem as oportunidades de emprego para mulheres em todos os níveis na área de mídia;
- › Desenvolver programas de formação e consciencialização no âmbito das Redacções visando prevenir estereótipos de género e promover a igualdade;
- › Estabelecer políticas rigorosas contra o assédio sexual e garantir um ambiente de trabalho seguro, incentivando as mulheres a denunciar tais casos, com recurso a procedimentos claros e seguros que as protegem de possíveis retaliações;
- › Destacar o trabalho de mulheres na mídia, proporcionar-lhes notoriedade e reconhecimento pelas suas contribuições, e garantir que as suas realizações em conteúdos editoriais sejam destacadas;
- › Incentivar a inclusão de perspectivas femininas em todas as fases do processo editorial, desde a selecção de pautas até à produção de conteúdos;
- › Implementar políticas que melhorem a flexibilidade de horários, condições de trabalho e reconheçam as demandas particulares enfrentadas pelas mulheres, especialmente em relação à dupla jornada;
- › Promover uma maior representatividade feminina em cargos de chefia nas Redacções e garantir que estas mulheres tenham poder efectivo na tomada de decisões;
- › Implementar programas de mentoria e oportunidades de desenvolvimento profissional com vista a promover a presença e liderança feminina nas Redacções;
- › Realizar periodicamente a recolha de dados sobre a representação de género nas Redacções e implementar sistemas de monitoria contínua, visando avaliar a igualdade de género ao longo do tempo e tecer recomendações.



A desigualdade de género nas posições de liderança na mídia é preocupante, pois não permite que haja diversidade de pontos de vista e perspectivas na produção de conteúdos e na tomada de decisões. A fraca ou nula representação feminina em tais cargos também pode influenciar a forma como as questões de género são abordadas pela mídia.



Tendências de Gênero nas Estações Televisivas

Tendências de género nas estações televisivas

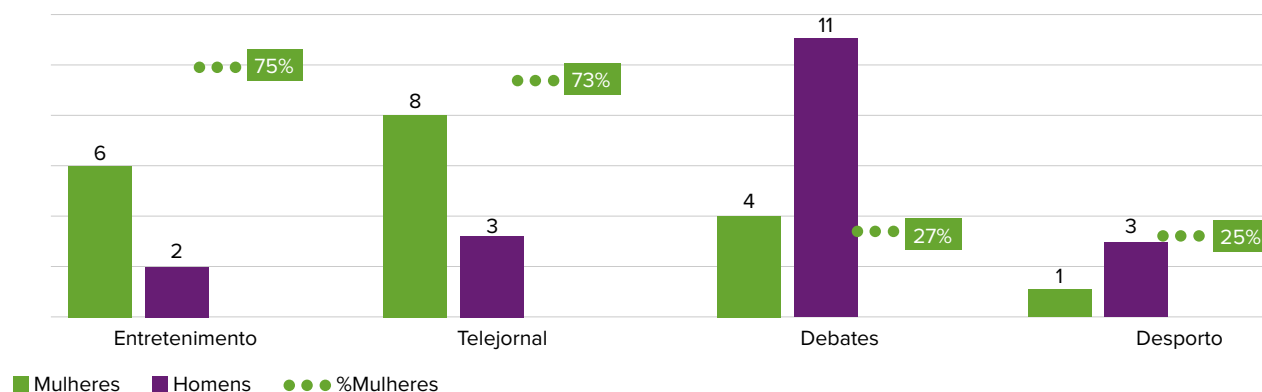
A televisão é uma das ferramentas mais presentes e importantes para a comunicação de massas. A mídia televisiva, assim como outras formas de comunicação reflectem e influenciam as tendências de género na sociedade. Consequentemente, a presença e representatividade das mulheres na



televisão são questões de grande relevância, no contexto da mídia e na sociedade em geral. Ao longo dos últimos anos, é notável o aumento gradual da presença e notoriedade das mulheres na televisão, ocupando diferentes funções. No entanto, ainda representam somente 24% dos colaboradores das quatro principais estações de televisão do país. Por outro lado, é fundamental analisar não apenas a presença quantitativa, mas também a qualidade e o impacto da representação feminina nos diversos aspectos da produção televisiva. Neste capítulo, reflectimos com profundidade sobre a representação de mulheres nos principais canais televisivos do país (Miramar, STV, TVM e TV Sucesso), observando os papéis que estas ocupam diante das câmaras, nos cargos de liderança e a influência que exercem na produção de conteúdos.

A análise feita em relação à representação de género na grelha de televisão em Moçambique, com foco nos campos do desporto, entretenimento, telejornalismo e debates, mostrou uma maior presença de mulheres do que de homens, com uma proporção de 59% mulheres e 41% homens como apresentadores, produtores e coordenadores, nos 43 programas analisados. No entanto, uma pesquisa mais profunda revela uma discrepância significativa relacionada com o local e a função de homens e mulheres em tais esferas, destacando a necessidade de uma maior igualdade de oportunidades, inclusão e diversidade.

PRESENÇA DE MULHERES E HOMENS COMO APRESENTADORES NOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO

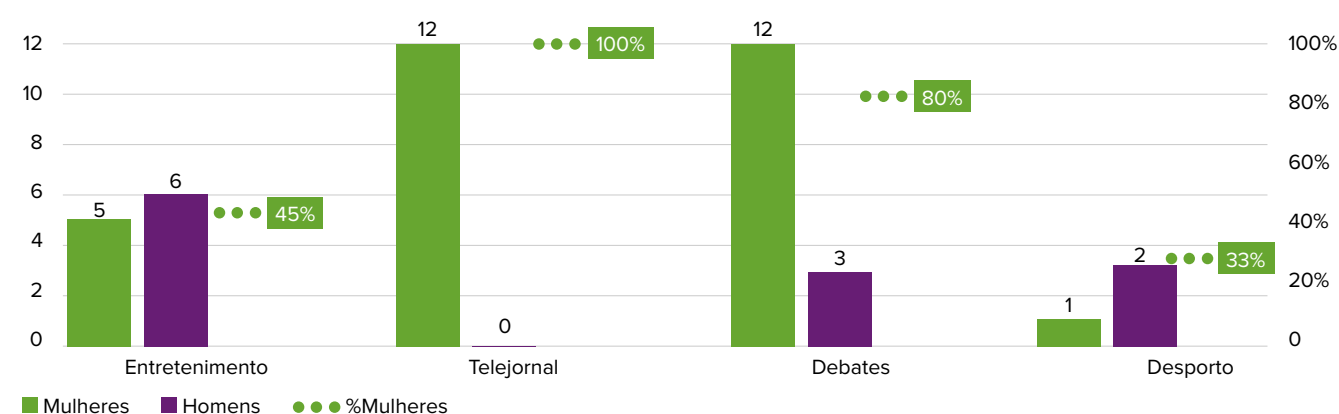


No que diz respeito à apresentação de programas, observou-se uma tendência de as mulheres actuarem predominantemente como apresentadoras de programas de entretenimento e telejornal, enquanto a presença de homens é dominante na área desportiva e em programas de debates. Ou seja, as mulheres representam três quartos do total de apresentadores de programas de entretenimento e telejornal, e os dados são inversos quando se trata de desporto e debates. Esta disparidade é preocupante e demonstra um desequilíbrio na representação de género, enfatizando

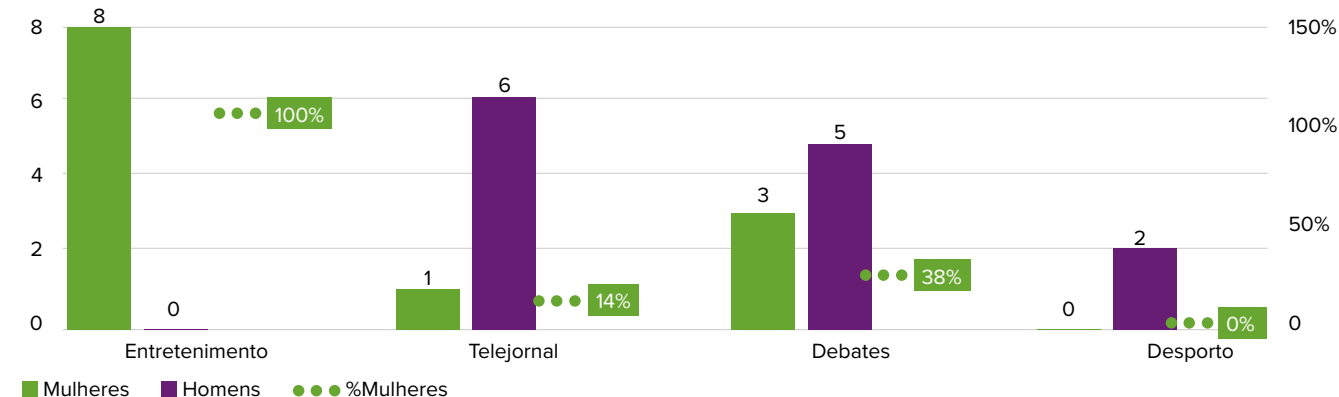
uma divisão estereotipada em relação a programas a ser apresentados por homens ou mulheres.

Considerando o número total de pessoas envolvidas em diferentes aspectos dos programas (apresentação, produção e coordenação), no que diz respeito ao desporto, constatou-se que a presença de homens é dominante, sendo de 80% em comparação com apenas 20% de mulheres. Nos restantes campos, observou-se uma maior presença de mulheres. Os dados revelam a existência de 68% de mulheres e 32% de homens no sector de entretenimento, 65% de mulheres e 35% de homens no telejornalismo e 60% de mulheres e 40% de homens nos programas de debate. Esta maior participação feminina é encorajadora; contudo, é crucial investigar se as mulheres são tratadas de forma igualitária e se as suas opiniões são valorizadas da mesma forma que as dos homens – por exemplo, nos programas de debate, analisar o equilíbrio em termos de sexo dos convidados, e que implicações podem daí advir para o programa.

PRESENÇA DE MULHERES E HOMENS COMO PRODUTORES NOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO



PRESENÇA DE MULHERES E HOMENS COMO COORDENADORES NOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO



A fim de aprofundar a compreensão sobre a representação de género na grelha de televisão em Moçambique, foram conduzidas entrevistas a oito mulheres envolvidas nos diferentes ambientes televisivos mencionados anteriormente. Essas entrevistas anónimas visam contextualizar os dados colectados e verificar até que ponto eles reflectem a realidade enfrentada pelas mulheres que trabalham em tais campos específicos.

As mulheres entrevistadas mencionaram vários factores que contribuem para a discriminação das mulheres ao nível das televisões, incluindo o assédio sexual, falta de confiança nas suas capacidades e de apoio. Entre as preocupações destacadas, figura a sua sub-representação em cargos de liderança e a exiguidade de oportunidades de ascensão profissional.



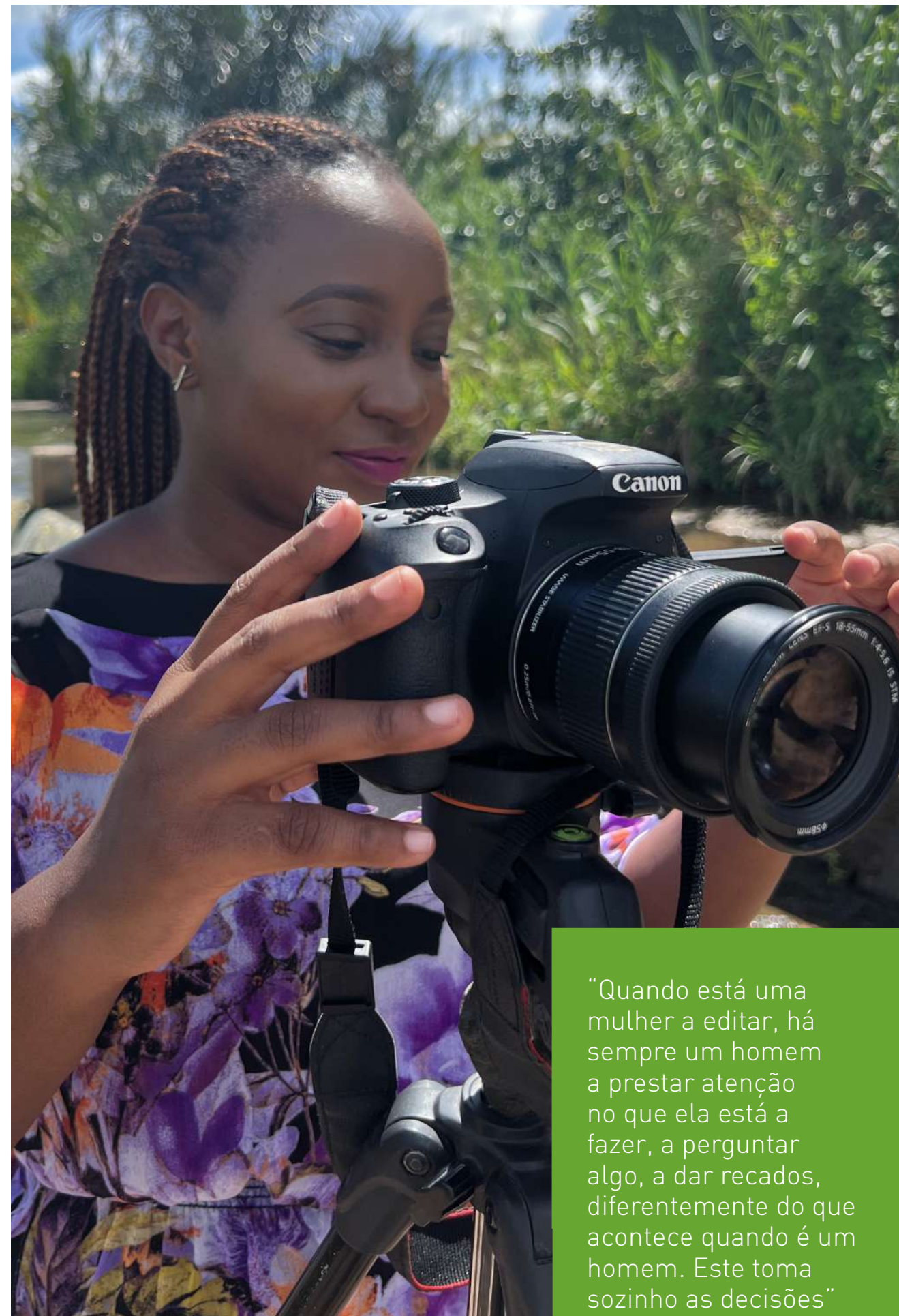
“Não há igualdade de oportunidades, estamos num campo de batalha, onde ganha o mais forte. Quando a mulher granjeia algum destaque é porque fez muito barulho, exigiu os seus direitos, fez valer os anos de experiência e, para não continuarem em confusão, atribuem-lhe o trabalho, as viagens, o cargo de liderança...”, disse uma das entrevistadas.

“Não há igualdade de oportunidades, estamos num campo de batalha, onde ganha o mais forte. Quando a mulher granjeia algum destaque é porque fez muito barulho, exigiu os seus direitos, fez valer os anos de experiência e, para não continuarem em confusão, atribuem-lhe o trabalho, as viagens, o cargo de liderança...”, disse uma das entrevistadas.

No que diz respeito ainda a este ponto, as entrevistadas defenderam que quando ascendem a estes cargos, “as mulheres não têm a mesma influência e o poder de decisão. Ela precisa de ter sempre a validação de um homem”. Com base na sua experiência como dirigente, outra entrevistada secundou a sua colega de profissão. “Falando por mim, que estive na posição de liderança, por mais que desse uma opinião, a decisão final cabia sempre a outra pessoa. Às vezes, tinha de recorrer a outro colega, chefe, para interagir com os demais, porque eles não davam importância às minhas deliberações. Em termos de decisão, não senti que era respeitada”.

As entrevistadas revelaram que, independentemente da experiência de trabalho, sentem que os superiores hierárquicos manifestam insegurança em relação às suas habilidades. “Quando está uma mulher a editar, há sempre um homem a prestar atenção no que ela está a fazer, a perguntar algo, a dar recados, diferentemente do que acontece quando é um homem. Este toma sozinho as decisões”. Uma consequência directa da falta de confiança é o facto de muitas jornalistas sentirem-se ofuscadas pelos homens, tendo autonomia apenas nos casos em que os homens não estão disponíveis, e, ainda assim, com restrições significativas.

Adicionalmente, observou-se uma tendência de escolha de pautas e assuntos diferenciados para homens e mulheres, reflectindo uma estrutura editorial que não promove uma representação equilibrada de género. “As mulheres na minha Redacção são orientadas a fazer trabalhos ligados à mulher, género, criança, a assuntos que se consideram mais sensíveis, porque há o entendimento de que as mulheres tratam melhor estes assuntos, então estes são entregues primeiro às mulheres. Quando o assunto é ligado à política e economia, a mulher vai em último caso. Mesmo que o homem esteja de folga, é, frequentemente, solicitado. Se a mulher faz parte desta equipa que vai cobrir tal evento, ela vai fazer um serviço de apoio.”



“Quando está uma mulher a editar, há sempre um homem a prestar atenção no que ela está a fazer, a perguntar algo, a dar recados, diferentemente do que acontece quando é um homem. Este toma sozinho as decisões”



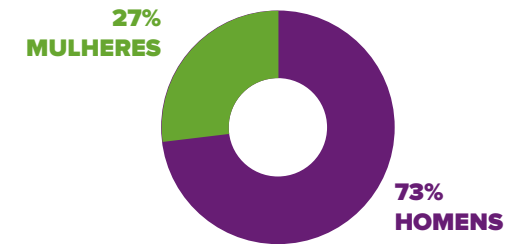
Publicação de artigos de género

Publicação de artigos de género

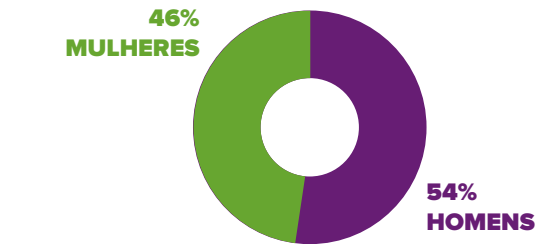
Representatividade de género nos jornais

Para analisar a representação de género e as tendências de publicação de artigos jornalísticos de género na mídia impressa, foram avaliadas 312 edições de jornais, de Janeiro a Dezembro de 2023, dos quais mereceram análise 7336 artigos publicados. Os dados revelaram, mais uma vez, uma disparidade entre homens e mulheres. Considerando-se as fontes a que se recorreu nos artigos, 73% das constantes no jornal são constituídas por homens, contra 27% por mulheres. A representação de homens e fotos não apresentam um cenário diferente. Nas imagens, 54% são figuras masculinas, enquanto apenas 46% revelam indivíduos do sexo feminino. Estes dados ilustram uma sub-representação em termos de opinião e notoriedade das mulheres.

REPRESENTAÇÃO DE HOMENS E MULHERES COMO FONTE NO JORNAL

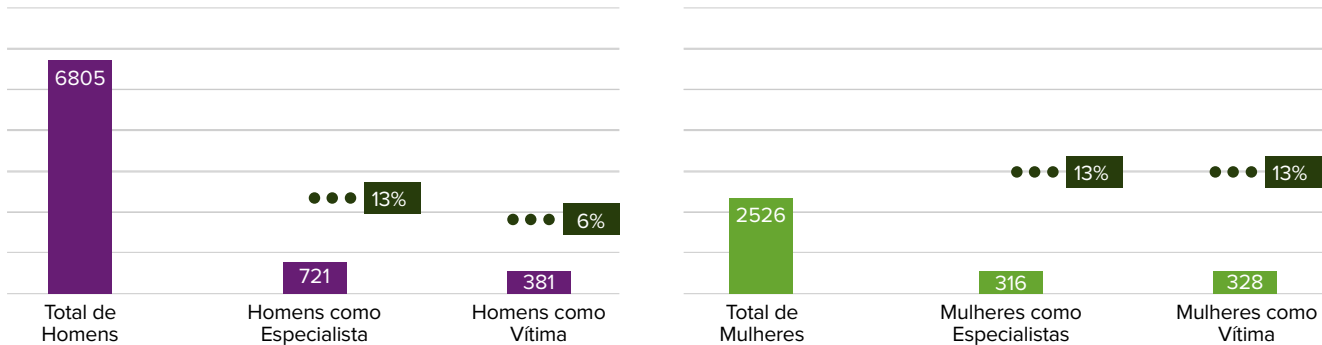


REPRESENTAÇÃO DE HOMENS E MULHERES NAS FOTOS DO JORNAL



Das fontes masculinas identificadas nos jornais, 6% são apresentadas como vítimas, enquanto 11% são referidas a título de especialistas. Por outro lado, as que dizem respeito ao sexo feminino figuram em 13% dos casos como vítimas e mantêm a percentagem, na qualidade de especialistas. Uma possível explicação para a diferença na representação de fontes masculinas e femininas deriva do facto de que as mulheres são frequentemente consultadas quando se encontram em posições incontornáveis, por exemplo, no caso de serem o rosto de alguma instituição ou organização.

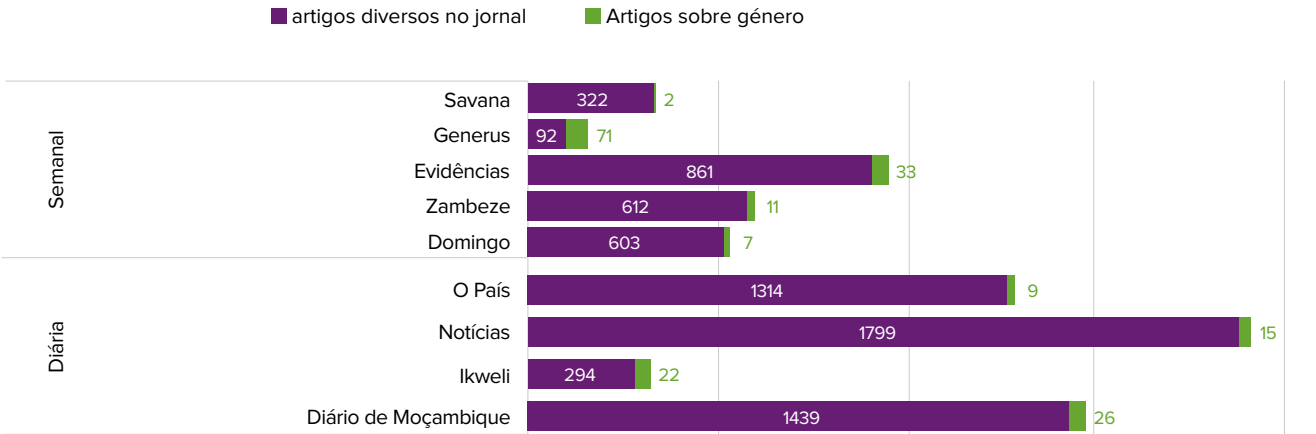
REPRESENTAÇÃO DE HOMENS E MULHERES COMO FONTES NO JORNAL



publicação de artigos de género

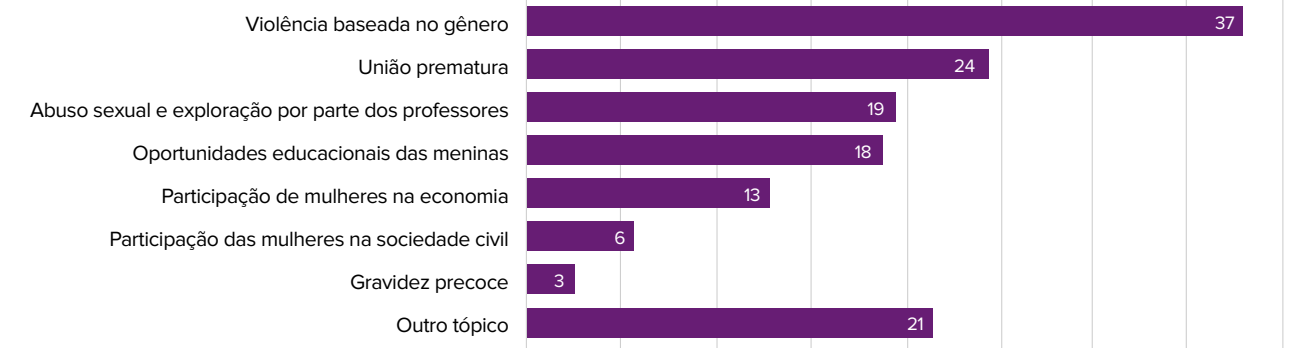
Dos 7.336 artigos publicados pelos jornais nas edições avaliadas, apenas 196 abordavam questões de género, o que representa 4% do total. Embora tenha havido um aumento de 1%, comparando com os dados de 2022, os números evidenciam que a mídia impressa continua sem dar o devido espaço à cobertura jornalística desta área temática. Dos nove órgãos avaliados, o jornal Savana continua, pelo terceiro ano consecutivo, a ser o que menos artigos sobre género produz, não tendo sido identificado nenhum tipo de artigo referente à área em todas as 24 edições do jornal apreciadas. Genus e Evidências foram os semanários com mais publicações, 71 e 33 artigos, respectivamente, em 24 edições. Por sua vez, o Ikweli e Diário de Moçambique são os diários com maior produção de artigos de género, apresentando 26 e 22, respectivamente.

NÚMERO DE ARTIGOS POR JORNAL



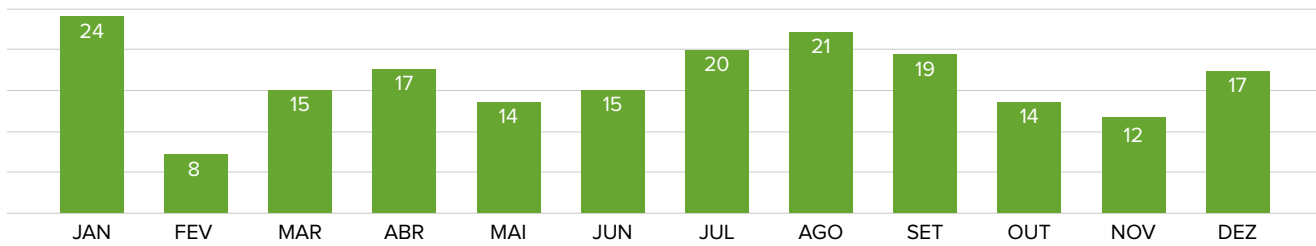
Apesar de se manter uma predominância de artigos sobre a violência baseada no género (VBG), em 2023 houve uma maior variedade e equilíbrio de assuntos, se comparado com os anos anteriores. Em 2022, por exemplo, 27% dos artigos de género publicados diziam respeito à VBG, reduzindo para 19% em 2023. Os restantes tópicos mereceram uma publicação aproximada, com excepção da gravidez precoce, que foi o tema que constituiu 1,5% dos artigos de género, e participação cívica (3%).

NÚMERO DE ARTIGOS POR TÓPICO



A avaliação dos artigos de género de 2023 mostra uma tendência de variação em que alguns meses apresentam um maior número de conteúdos publicados que outros. No mês de Janeiro foram produzidos 24 artigos, o maior número de publicações, abordando, na sua maioria, questões relacionadas com a educação da rapariga, facto que pode estar ligado ao início do ano lectivo. A continuidade na cobertura sobre VBG e o destaque dado à questão do feminicídio, iniciado durante os 16 dias de activismo, também pode ter influído nestes números. Os meses de Julho, Agosto e Setembro destacaram-se com um aumento na publicação de artigos, designadamente 20, 21 e 19, respectivamente. Este fenómeno pode ser atribuído ao Dia Internacional da Rapariga, efeméride celebrada a 11 de Agosto, que proporciona vários debates com cobertura jornalística ao nível do país, facto evidenciado pelo tipo de pautas que foram publicadas em maior número neste período, com destaque para o assédio sexual nas escolas, a violação sexual de raparigas, as uniões prematuras, e violência baseada no género. Nos meses sem eventos específicos ou com baixa consciencialização, os números de artigos publicados tendem a diminuir.

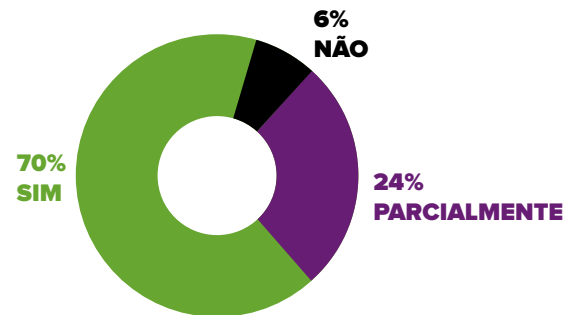
NÚMERO DE ARTIGOS DE GÉNERO PUBLICADOS POR MÊS



Avaliação dos artigos de género

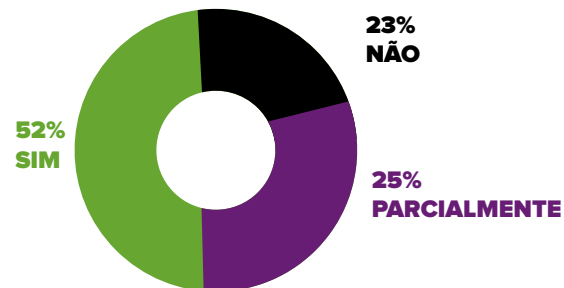
Tendo em conta as fontes a que se teve acesso no respeitante a artigos de género na mídia em Moçambique, podemos concluir que a maioria é considerada credível. Dos 141 artigos analisados, 99 foram classificados como tendo sido obtidos de fontes dignas fiáveis. No entanto, é importante destacar que um número significativo de fontes foi considerado como parcialmente credível (34) e não credível (8). Estes dados indicam que há uma parte de artigos que pode apresentar informações questionáveis ou tendenciosas.

AS FONTES SÃO CREDÍVEIS, QUALIFICADAS E RELEVANTES?



Um número considerável de depoimentos nos artigos relacionados com o género na mídia em Moçambique não é suportado por evidências (33 artigos), ou é parcialmente suportada por evidências (35 artigos). Por outro lado, na maioria dos artigos (73), os depoimentos são suportados por evidências. A existência de informações não verificadas ou com evidências que devem merecer confirmação nos artigos analisados ressalta a importância de se garantir uma abordagem rigorosa na verificação dos factos e na obtenção de informações de fontes confiáveis.

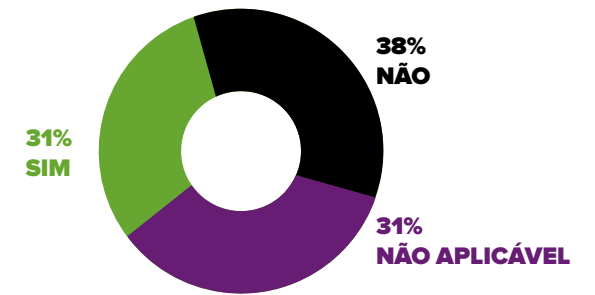
OS DEPOIMENTOS SÃO SUPORTADOS POR EVIDÊNCIAS?



Garantir que os depoimentos sejam obtidos de fontes credíveis e sejam suportados por evidências é fundamental para se fornecer informações precisas e evitar-se a disseminação de informações enganosas ou prejudiciais. Além disso, é importante promover uma cultura de transparência e responsabilidade na mídia, incentivando a divulgação de fontes e evidências utilizadas com vista a validar-se as informações apresentadas nos artigos.

Apenas 31% dos artigos de género fazem referência a instâncias jurídicas, policiais, políticas e outras, o que indica uma lacuna na cobertura destes assuntos. A reportagem sobre questões de género não se deve limitar a relatar problemas, mas também fornecer informações sobre os mecanismos de denúncia disponíveis, referenciar as entidades responsáveis, mencionar as leis pertinentes e apresentar as possíveis sanções e os desfechos dos casos. Esta abordagem serve para formar e informar a sociedade e pressionar quem de direito, com vista à responsabilização de infractores.

A HISTÓRIA FAZ REFERÊNCIA A ESTRUTURAS JURÍDICAS/ POLÍTICAS QUE PODEM AJUDAR A RESOLVER O PROBLEMA?



O painel de especialistas reconheceu os desafios apresentados e propôs, em jeito de recomendações, algumas acções que podem influenciar na melhoria deste cenário. Hermínia Michele argumenta que "as nossas Redacções são chefiadas por homens e são eles que ditam a agenda; infelizmente não priorizam as questões de género." A inexistência de artigos de género em períodos que não coincidem com datas comemorativas é vinculada à ausência de incentivo por parte dos chefes de Redacção, apontando para a importância de mudanças nas prioridades editoriais. Além disso, foi ressaltado o papel fundamental dos gestores de mídia na definição de conteúdos. De acordo com Eva Trindade, "Quem determina os conteúdos de mídia são os gestores de mídia e muitas vezes isso está relacionado com os compromissos comerciais, sendo que hoje isso é mais importante que o jornalismo em si." Os painelistas reiteraram a necessidade da presença de mais mulheres em posições de liderança para que as agendas de órgãos de comunicação estejam voltadas para a igualdade. Estes enfatizaram a importância de uma mudança de mentalidade, liderança feminina e uma abordagem mais consciente visando garantir uma cobertura de género mais equitativa e representativa.

Recomendações para melhorar a cobertura de questões de género na mídia:

- › Desenvolver e implementar políticas editoriais que incentivem a inclusão de artigos de género nas pautas, regularmente;
- › Estabelecer metas específicas e mensuráveis pode ser uma estratégia eficaz, como, por exemplo, a inclusão de pelo menos uma pauta de género em cada uma das edições do jornal;
- › Encorajar a realização de reportagens investigativas sobre questões de género com vista a analisar os problemas de forma mais profunda, mas também apresentar possíveis soluções;
- › Incluir uma variedade de fontes femininas em diferentes áreas, designadamente especialistas, líderes comunitárias e mulheres em diversas profissões, tendo em conta as perspectivas e experiências retratadas nos conteúdos jornalísticos, em general, e nos de género em particular;
- › Envolver os decisores ao nível dos órgãos de informação em seminários, formação, mentorias e rodas de partilha de boas práticas para que estes percebam a importância da integração de conteúdos de género e promoção de igualdade de género, e pautem por uma representação equilibrada de homens e mulheres no jornal.



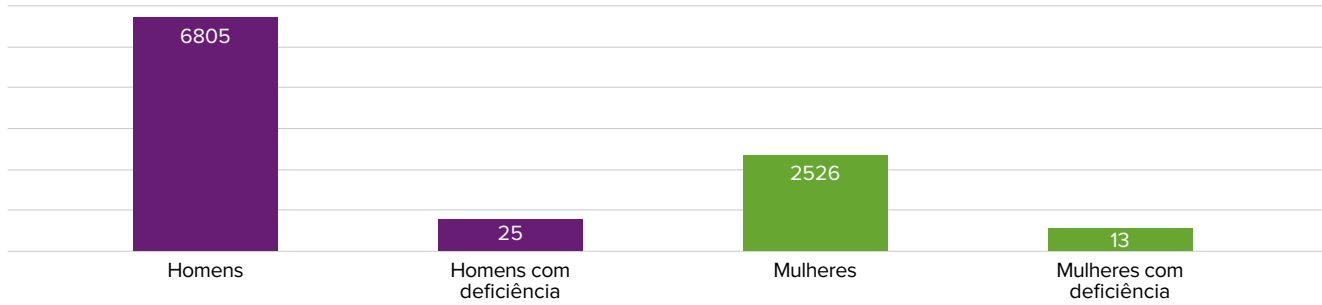
**Inclusão de Pessoas
com Deficiência**

Inclusão de Pessoas com Deficiência

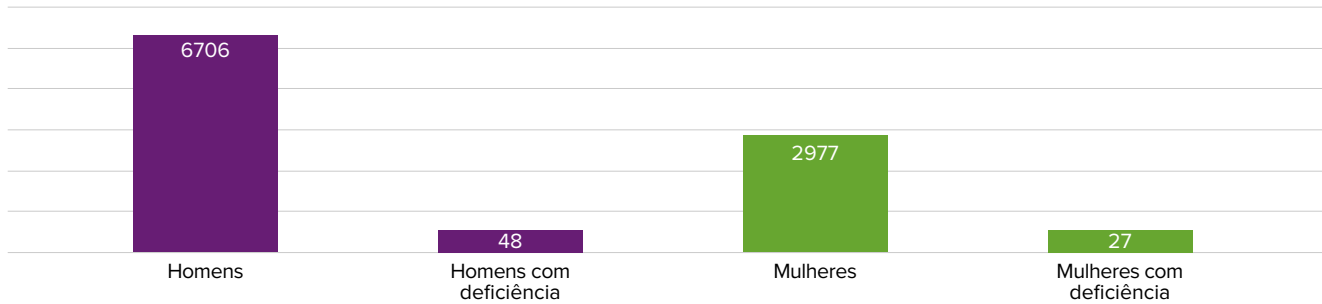
A inclusão de PcD (pessoas com deficiência) na mídia, em geral, ainda representa um grande desafio. A fraca representatividade e atenção dada às PcD, as barreiras relacionadas com a inserção de matérias inerentes à sua condição nos conteúdos produzidos, a representação estereotipada, dentre outras situações que lhe são desfavoráveis, perpetuam lacunas que comprometem a oportunidade de um tratamento mais inclusivo. No contexto da discussão de género na mídia, a interligação entre género e deficiência é deficitária, o que impossibilita que as experiências específicas enfrentadas por homens e mulheres com deficiência sejam reflectidas nos meios de comunicação.

Foi realizada uma análise a 312 edições dos nove principais jornais do país, numa perspectiva de inclusão das PcD. A avaliação incluía a contabilização de artigos, fontes e fotos com representação das PcD, e os resultados revelaram uma situação alarmante. Dos 7.336 artigos contabilizados, apenas 21 abordavam temas relacionados com a PcD, representando 0,3% dos artigos. Embora este número seja baixo, revela um aumento, se comparado com o ano de 2022, em que foram elaborados apenas dois artigos sobre PcD. Estes dados revelam uma representação limitada e desproporcional de PcD na mídia. Em relação aos 196 artigos de género de que se teve conhecimento, somente 3 (1,5%) abordavam questões relacionadas com a PcD. Além disso, a exposição de PcD em fotos e fontes em todos os artigos analisados não alcançou 1%, uma tendência similar pelo segundo ano consecutivo.

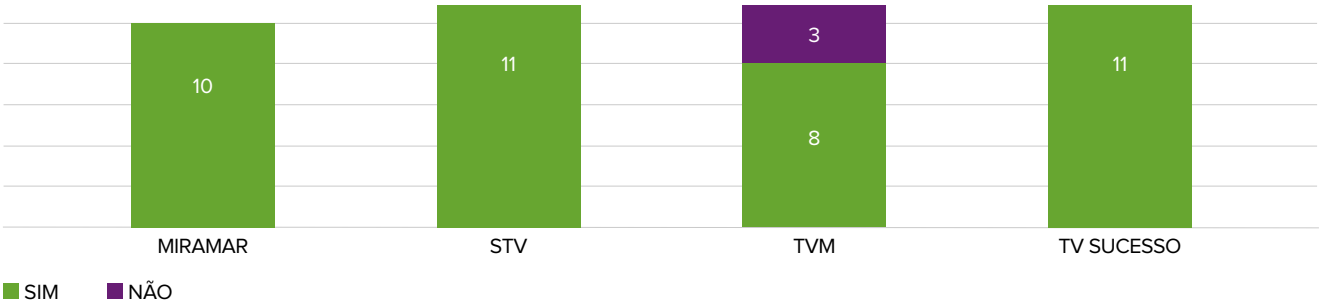
HOMENS E MULHERES COMO FONTES NO JORNAL



HOMENS E MULHERES NAS FOTOS DO JORNAL



Ainda no contexto da avaliação da inclusão de PcD na mídia, realizou-se o mapeamento da sua representação nos quatro principais canais de televisão. Numa mostra de 43 programas, observou-se que somente três destes, associados à TVM e classificados como informativos, incluíam o uso da língua de sinais. A inexistência de interpretação por este meio, bem como rodapés com resumos dos conteúdos a serem veiculados indicam uma limitação na inclusão e falta de diversidade na grelha televisiva.



Na mídia, a interligação entre género e deficiência está claramente sub-representada. Os painelistas especializados neste domínio secundam a necessidade de aprimorar a inclusão de PcD na mídia e apresentam constatações importantes para reflexão e devida acção. Estes salientam que a representação das PcD na mídia ainda é muito limitada e que a exclusão de PcD resulta da ausência de políticas no país e do tratamento marginal de minorias.

Felismina Banze questionou a falta de atenção dos órgãos de comunicação quanto à inclusão de PcD, especialmente no recurso ao serviço de intérpretes. “Como responsáveis de órgãos de mídia, o que pensamos fazer para a inclusão de PcD? Os órgãos de comunicação social desconhecem o básico. Ainda que a fonte com deficiência auditiva venha com um intérprete, eles nem sequer sabem posicioná-los. Parece que os órgãos de comunicação não estão preocupados com a inclusão de PcD”.

Sérgio Albuquerque ressalta que não se deve separar as lutas pela igualdade de género da inclusão de pessoas com deficiência, porque a estratégia e o objectivo são os mesmos, tendo acrescentado que “as políticas devem ser inclusivas e o acesso à informação é um direito de todos. As PcD devem ser expostas na mídia. Existem PcD que podem ser convidadas como fontes, mas o jornalista desconhece a forma adequada de abordar as questões e prefere não se dirigir a pessoas com deficiência para entrevistá-las. As pessoas aprendem com exemplos. Quando se revêem na mídia, acreditam que podem chegar lá, seja por questões empáticas, económicas ou políticas. É crucial desenvolver acções para chamar a atenção da mídia”.

Recomendações para melhorar a inclusão de PcD na mídia

- › Capacitar jornalistas e outros colaboradores das Redacções em inclusão social e língua de sinais;
- › Integrar temas de género e deficiência nos currículos de formação de jornalistas para que futuros profissionais estejam preparados para abordar estas questões;
- › Desenvolver e implementar políticas inclusivas no âmbito das Redacções e garantir que haja directrizes claras para a representação adequada de PcD, em todos os aspectos da produção de conteúdos;
- › Em programas de televisão, promover a inclusão de língua de sinais, legendas e outras ferramentas que garantam a acessibilidade de conteúdos produzidos;
- › Incentivar a participação activa de PcD como fontes e especialistas nos meios de comunicação, com vista a promover uma representação autêntica e diversificada;
- › Colaborar com organizações que defendem os direitos das PcD e género em busca de orientações e apoio na criação de conteúdos inclusivos;
- › Estabelecer metas inclusivas e promover acções de monitoria, visando avaliar a inclusão de PcD de modo frequente



Entrevistas

Entrevistas



Entrevista a gestor de órgão sensível ao género: Aunício da Silva

Entrevista com Aunício da Silva Emília Avalinho, renomado jornalista com 19 anos de experiência e director editorial do jornal online Ikweli. Conheça as suas perspectivas sobre igualdade de género e sensibilidade na mídia, fundamentadas na sua trajectória profissional variada e abrangente.

Sendo o Ikweli um órgão com 80% de colaboradores do sexo feminino, que estratégias de retenção implementa?

Neste jornal, priorizamos um ambiente seguro e harmonioso para todos os colaboradores, com estratégias para prevenir o assédio sexual e a violência contra as mulheres. Reconhecemos os desafios enfrentados por elas na vida profissional e investimos em iniciativas para apoiar a sua retenção, como formação, financiamento de cursos e habilitação para a condução de veículos automóveis. As mulheres são a nossa prioridade em todas as acções, visando o seu desenvolvimento e empoderamento.

Como analisa a baixa presença de mulheres em cargos de liderança na mídia?

As repórteres enfrentam assédio e desafios de liderança. É crucial encorajar as mulheres a buscar conhecimento e ousadia para cargos de chefia. No Ikweli, mulheres já lideram unidades como a mídia social. Nos próximos cinco anos, pretendemos ter uma directora de informação, gestora ou chefe de Redacção feminina.

O que acha da incipiente sensibilidade de género nos decisores?

A sensibilidade de género na produção jornalística é afectada por tabus culturais. A formação contínua dos jornalistas e gestores é essencial para promover a igualdade de género nas Redacções. Programas intensivos de capacitação devem ser implementados até alcançarmos a estabilidade de género. As organizações que se dedicam à igualdade de género devem envolver-se com as Redacções, oferecendo treinamentos no local de trabalho.

Como vê as actuais tendências de género na mídia moçambicana?

Apesar do aumento na publicação de tal conteúdo, é necessário mais trabalho. A falta de agendamento na Redacção resulta em histórias predominantemente negativas sobre mulheres, sem dignidade. Contudo, é essencial ir além dos temas tradicionais e abordar questões de género de forma sensível, evitando representações negativas e dando voz às mulheres.

Porque é relevante para si, como gestor, incluir debates e conteúdos sobre igualdade de género no jornal?

É uma questão de direitos humanos: a igualdade de género influencia o papel de homens e mulheres na sociedade. Temos de informar para construirmos uma sociedade igualitária e alcançarmos um equilíbrio no desenvolvimento. Para tal, devemos ter todos os sujeitos em pé de igualdade perante a lei e os diferentes domínios da sociedade.

O jornal recebeu recentemente uma distinção pela produção contínua de artigos de género. Pode falar-nos um pouco mais sobre este processo?

Foi um processo normal. Na nossa agenda de produção colocámos como prioridade a questão do género e isso foi e é reconhecido por quem nos observa. O nosso propósito é criar equilíbrio e, como director editorial, a minha primeira acção reside na planificação. Fora este aspecto, chamo a atenção dos jornalistas (homens e mulheres) para que se dediquem a esta temática no processo de aprovação de pautas.



Explorando a fronteira do jornalismo sensível ao género: Uma conversa com Farcelina Cumbe

Navegando pelas correntes desafiadoras do jornalismo sensível ao género, mergulhámos numa conversa esclarecedora com a talentosa jornalista e repórter Farcelina Cumbe. Com apenas 25 anos, ela já deixou a sua marca nas páginas do jornal Notícias, destacando-se na cobertura de questões sociais e na promoção da igualdade de género. Numa troca de ideias cativante, Farcelina compartilha a sua jornada, inspirações e desafios enfrentados enquanto se empenha em dar voz às histórias que frequentes vezes permanecem na sombra.

Farcelina, como começou o seu interesse por jornalismo e especialmente pela produção de conteúdos relacionados com a igualdade de género?

O meu interesse pelo jornalismo surgiu ao assistir à actividade de jornalistas como Arsénio Henriques e Atanásio Marcos, na televisão. Isso motivou-me a ingressar na Escola Superior de Jornalismo. Quanto à igualdade de género, a minha experiência pessoal, cresci com a minha mãe e um irmão,

levou-me a observar as lutas das mulheres, inspirando-me a escrever sobre questões de género.

Como começou a escrever sobre género?

Durante o meu estágio no jornal Zambeze, fui incentivada pelo editor a explorar histórias do quotidiano, o que me levou a focar-me em questões sociais. No jornal Notícias, tive a oportunidade de escrever sobre género, especialmente na página reservada a conteúdos relacionados com as mulheres, onde tive um feedback positivo de alguns leitores.

Que tipo de resultados pretende alcançar ao reportar tais conteúdos?

O meu objectivo é criar uma consciência dos problemas, promover mudanças e chamar a atenção das autoridades para a acção. Quero mostrar como diferentes partes podem agir e onde denunciar. Devemos usar a nossa influência para pressionar, com vista a mudanças.

As tendências de género são frequentemente abordadas pela mídia actualmente?

Sim, especialmente devido ao envolvimento do governo e da sociedade civil na luta pela igualdade de género. No entanto, ainda há espaço para iniciativas independentes por parte dos jornalistas.

Os órgãos de comunicação social estão abertos à publicação de conteúdos relacionados com questões de género?

No jornal Notícias, temos uma grande abertura para a abordagem de tais temas, especialmente na página dedicada às mulheres. O jornal tem o propósito de trazer à tona histórias de mulheres que sofrem dos impactos das desigualdades de género, mostrando os seus efeitos à sociedade como um todo. Falta um pouco disto noutros órgãos de comunicação.

Quais são os desafios na produção de conteúdos de género?

Na Redacção, não enfrento desafios, pois há apoio para produzir estes conteúdos. O maior desafio é o acesso a informações e dados importantes para concluir as matérias.

Qual é a importância da representatividade das mulheres nos órgãos de mídia?

A representatividade é fundamental, visando inspirar outras mulheres. No jornal Notícias, vi mulheres em cargos de liderança, o que me motivou. Porém, noutras Redacções, as mulheres encontram-se em desvantagem.

Painel de Especialistas



Anabela Adrianópoulos
Produtora e Directora
de conteúdos



Artur Ricardo
Director
do Diário de Moçambique



Aunício da Silva
Director do Ikweli



Carla da Silva
Coordenadora
da Rádio Chuabo



Cartone Mabote
Director Geral
do Generus



Eva Trindade
Apresentadora de Televisão
e Directora Executiva do
Movimento Womanidade



Felismina Banze
Directora Executiva
da TV Surdo



Hermínia Machele
Apresentadora e Directora
de Formação da TVM



Jacinto Castiano
Coordenador
da Rádio Zambézia FM



Leonor Mabunga
Analista de Mídia do
Observatório das Mulheres



Momade Iahaia
Coordenador
da Rádio Parapato



Nelson Mucanze
Director de Informação
do Evidências



Olívia Massango
Directora de Informação
da Soico



Sérgio Albuquerque
Director Executivo Adjunto
da TV Surdo

FICHA TÉCNICA

Relatório Anual de Género na Mídia – 2023

Direitos de Autor ©2024 por Associação h2n. Av. Kim Il Sung 1170 - Maputo, Moçambique

Redacção: Sheynise Muzé

Revisão Editorial: Rui Lamarques, Farida Ustá, Sally Griffin

Revisão Linguística: Mussagy Mussagy

Coordenação: Sheynise Muzé, Amâncio Finiche, Eduardo Melembe, Farida Ustá, Sally Griffin, Sérgio Albuquerque.

Pesquisa e Análise: Amâncio Finiche, Eduardo Melembe, Sheynise Muzé

Equipa de apoio: Albertina Macamo, Anifa Atumane, António Ndzimba, José Francisco, Manuel Donça, Sénia Vilanculos, Sheila Wilson

Fotos: Arquivos da h2n, Mídia Lab e TV Surdo

Produção Gráfica: LAB

Nº de Registro: 11401/RL/INICC/2023

Nota sobre direitos:

É permitida a exibição, cópia e distribuição total ou parcial deste relatório, desde que: (a) os materiais sejam utilizados com o reconhecimento de que o “Relatório Anual de Género na Mídia 2023” é um produto da Associação h2n financiado pelo Alto Comissariado do Canadá; (b) o relatório seja utilizado para fins educativos e informativos; (c) o relatório seja utilizado somente para fins pessoais/ públicos, não-comerciais; e (d) não se façam modificações ao texto.

Reconhecimento:

Esta publicação foi possível graças ao apoio do Alto Comissariado do Canadá, no âmbito do Projecto de Promoção de Igualdade de Género e Empoderamento de Mulheres e Raparigas (Asas) e em colaboração com a Mídia Lab e TV Surdo.

