



GMMP+30

RELATÓRIO NACIONAL PORTUGAL



GMMP+30

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2025

O GMMP 2025 está licenciado sob Creative Commons, utilizando uma licença Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações.

O GMMP 2025 é coordenado pela Associação Mundial para a Comunicação Cristã (WACC), uma ONG internacional que promove a comunicação para a mudança social.

Os dados do GMMP 2025 foram recolhidos através do esforço voluntário coletivo de centenas de organizações, incluindo ativistas de género e de comunicação social, grupos de comunicação de base, pessoas investigadoras e estudantes, profissionais de comunicação social, associações de jornalistas, redes de comunicação social alternativas e grupos religiosos. Não comercial. Não pode utilizar este trabalho para fins comerciais. Sem obras derivadas. Não pode alterar, transformar ou desenvolver este trabalho. Para qualquer utilização ou distribuição, deve deixar claros os termos de licença deste trabalho. O seu uso justo e outros direitos não são de forma alguma afetados pelo acima exposto.



creative commons



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE D
COIMBRA



Em parceria com



Com o apoio de



FICHA TÉCNICA

TÍTULO

Global Media Monitoring Project (GMMP) 2025 – Relatório Nacional de Portugal

ENQUADRAMENTO INTERNACIONAL

World Association for Christian Communication (WACC)

Global Media Monitoring Project (GMMP)

UN Women (instituição parceira)

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Rita Basílio de Simões

Professora Associada com Agregação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

AUTORA PRINCIPAL

Rita Basílio de Simões

CO-AUTORAS

Jéssica Neves, Camila Lamartine, Micaela Cabral, Hadassa Oliveira

INSTITUIÇÃO DE ACOLHIMENTO DO PROJETO

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

ENTIDADES PARCEIRAS

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)

Grupo de Trabalho em Género e Sexualidades da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)

CONTACTOS

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Largo da Porta Férrea 3004-530 Coimbra

Email: gmmp2025portugal@gmail.com

AGRADECIMENTOS

Desde a sua origem, o Global Media Monitoring Project (GMMP) depende da dedicação de pessoas que, de forma generosa, colocam ao serviço da investigação o seu tempo, competências e conhecimento, assegurando a qualidade dos dados recolhidos. Esse foi naturalmente o caso do conjunto de voluntárias e voluntários envolvidos na monitorização da paisagem mediática portuguesa, em 2025. A lista completa de pessoas que participaram em alguma das etapas deste processo exigente de observação, codificação e análise de conteúdos noticiosos – antecedido de ações de formação preparatórias – encontra-se disponível no Anexo 2. A todas é devido um primeiro e justo agradecimento coletivo.

Desde que assumi a coordenação nacional da rede e das operações de monitorização do GMMP, tenho procurado pautar a participação portuguesa por uma lógica de cooperação interinstitucional, dinamizada a partir da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC) e, em especial, da Secção de Comunicação do Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, que atualmente dirijo. À semelhança da edição de 2020, a operação de 2025 reuniu docentes, investigadores e estudantes da Universidade de Coimbra, assim como de outras instituições académicas e científicas nacionais, na sua maioria membros do Grupo de Trabalho em Género e Sexualidades da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), um dos parceiros que têm contribuído para a concretização da iniciativa.

A operação de monitorização de 2025 fica também a dever-se ao apoio institucional que mereceu da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) e à colaboração pessoal de profissionais do regulador, no quadro de uma parceria que, desde a edição de 2020, tem fortalecido a ligação entre investigação, análise crítica dos média e regulação da comunicação social, em nome da promoção da qualidade do espaço público e da igualdade de género.

A equipa nacional de 2025 incluiu igualmente jornalistas de diferentes subsectores dos média, cuja participação enriqueceu o processo de observação sistemática da produção informativa e contribuiu para uma leitura contextualizada das dinâmicas de representação de género. A edição de 2025 fica, aliás, marcada pelo reforço do envolvimento da comunidade de profissionais. Pela primeira vez, o GMMP nacional desenvolveu um projeto piloto em parceria com a Lusa, Agência de Notícias de Portugal, S.A. e a respetiva Comissão para a Igualdade entre Mulheres e Homens e não Discriminação, cujos resultados são discutidos na última parte do Relatório.

Contrariar o retrato dos desequilíbrios persistentes que os Relatórios Global e Nacional do GMMP 2025 atualizam supõe justamente a aproximação e a colaboração regular entre diferentes atores e instituições. É das dinâmicas colaborativas que podem emergir, de forma sustentada, a construção de conhecimento crítico e a criação de condições favoráveis à transformação das representações de género, num quadro de responsabilização partilhada.

Também por esta via o GMMP abre caminhos para o reforço de uma cultura mediática mais responsável, inclusiva e atenta às desigualdades de género, ancorada no diálogo continuado entre profissionais dos média, academia, sociedade civil e instituições públicas – um diálogo que importa preservar e aprofundar nos próximos anos, com vista à promoção de transformações duradouras em matéria de igualdade de género, que possam ser refletidas no GMMP 2030.

Rita Basílio de Simões
Coordenadora Nacional do GMMP

Índice

PREFÁCIO.....	1
Contexto Global	1
Contexto Nacional.....	6
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	9
UM DIA DE NOTÍCIAS EM PORTUGAL.....	11
O Contexto	13
TÓPICO NAS NOTÍCIAS.....	17
PESSOAS E FONTES	21
JORNALISTAS E REPÓRTERES.....	30
PRÁTICA JORNALÍSTICA: CENTRALIDADE DAS MULHERES, ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO E ABORDAGENS BASEADAS EM DIREITOS	33
UM DIA NA AGENDA DA LUSA.....	36
CASOS DE ESTUDO.....	39
SUMÁRIO E CONCLUSÕES	44
RECOMENDAÇÕES E PLANO DE AÇÃO 2026-2030	45
REFERÊNCIAS	47
Anexo 1. Metodologia.....	49
Anexo 2. Lista de Participantes	51

PREFÁCIO

Contexto Global

A Declaração e Plataforma de Ação de Pequim partiu do princípio de que “o empoderamento das mulheres e a sua plena participação, com base na igualdade, em todas as esferas da sociedade, incluindo a participação nos processos de tomada de decisão e o acesso ao poder, são fundamentais para a concretização da igualdade, do desenvolvimento e da paz” (ONU, 1995). Especificamente, a Secção “J” da Declaração estabeleceu os seguintes objetivos estratégicos relacionados com as mulheres e os média: Objetivo estratégico J1: “Aumentar a participação e o acesso das mulheres à expressão e à tomada de decisão nos e através dos meios de comunicação e das novas tecnologias de comunicação”; Objetivo estratégico J2: “Promover uma representação equilibrada e não estereotipada das mulheres nos meios de comunicação” (ONU, 1995).

A primeira monitorização global surgiu da necessidade de produzir evidências empíricas sobre o lugar, o papel e a participação das mulheres nas notícias. “Na preparação para Pequim, ativistas feministas dos média, académicas e comunicadoras reunidas em Bangucoque, em 1994, decidiram organizar, no início de 1995, um dia dedicado à monitorização de todos os meios de comunicação e utilizar os dados como base para analisar onde as mulheres estavam e não estavam, uma decisão nascida da frustração com a generalizada falta de respeito pela dignidade das mulheres nos principais meios de comunicação social. A monitorização dos média foi identificada como uma das várias estratégias com potencial para democratizar e descentralizar os media, bem como para promover formas de comunicação capazes de desafiar a natureza patriarcal dos média” (Macharia, 2023)¹.

A Plataforma de Ação de Pequim consagrou, posteriormente, a monitorização dos média como uma estratégia para alcançar o objetivo estratégico J1. As organizações não governamentais e associações profissionais dos média foram encorajadas a criar “grupos de vigilância dos média para monitorizar os meios de comunicação e dialogar com eles, de modo a assegurar que as necessidades e preocupações das mulheres sejam devidamente refletidas” (§ 242a).

O GMMP evoluiu para a maior e mais duradoura iniciativa de investigação e defesa da igualdade de género nos meios de comunicação social e através deles. Em intervalos de cinco anos desde 1995, o GMMP produz um retrato das principais dimensões da igualdade de género nas notícias. Ao longo de trinta anos, o GMMP construiu um *corpus* de dados provenientes de mais de 160 países, com pelo menos uma observação para cada variável e país.

Resultados Globais

O panorama global dos meios de comunicação social mudou profundamente, contudo, o lugar ocupado pelas mulheres não acompanhou essa transformação. Os avanços tecnológicos, as mudanças no comportamento das audiências e a evolução dos modelos de negócio impulsionaram alterações na forma como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas. Os média tradicionais, dominantes em 1995, perderam terreno face às

¹ Vide texto completo da Declaração de Bangcoc, resultado da conferência “Women Empowering Communication” (Mulheres Empoderando a Comunicação) de 1994, na qual nasceu a ideia do GMMP <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20declaration.pdf>

plataformas digitais, enquanto a produção profissional nas empresas de média se viu obrigada a competir com os média alternativos e as redes sociais pela atenção do público. Em 2025, a crescente massificação da inteligência artificial (IA) encontra a indústria noticiosa num momento particularmente frágil, com os média tradicionais a enfrentarem uma crise de sustentabilidade que afeta também o jornalismo profissional. A maior capacidade analítica dos computadores, a expansão das plataformas digitais e a IA introduziram uma nova geração de analistas noticiosos que trabalham na interseção entre desenvolvimento de software, análise de dados e narrativa jornalística (Kosterich, 2020).

Há três décadas, os governos regulavam o setor com mínima supervisão internacional, ao contrário do ambiente regulatório atual, muito mais complexo. As leis de privacidade de dados, a moderação de conteúdos e o alcance da intervenção governamental tornaram-se mais rigorosos. As audiências tornaram-se transnacionais e as colaborações internacionais na produção de conteúdos já são hoje a norma, ao contrário do que sucedia há trinta anos. A evolução das experiências das mulheres no setor ao longo deste período não foi tão dramática. O GMMP revela que, em muitos aspetos, o *status quo* de sub-representação e representação problemática nas notícias se manteve.

Este relatório apresenta os resultados da sétima operação do retrato global do GMMP, baseado em 29.935 peças noticiosas contendo 58.321 pessoas e 26.560 profissionais de comunicação social, recolhidas em 94 países no sétimo dia global de monitorização, 6 de maio de 2025.

Principais Conclusões

- 1. Há trinta anos, o relatório do primeiro GMMP apelava a uma mudança na cobertura para além dos domínios masculinizados do poder político e económico. Não só a hierarquia das “notícias sérias” nos média tradicionais persistiu ao longo do tempo, como também se estendeu aos meios digitais.**

A digitalização não trouxe uma rutura radical com as normas patriarcais do jornalismo tradicional. Pelo contrário, continua a reforçar e a amplificar uma hierarquia noticiosa que privilegia esferas e temas centrados no poder, nomeadamente nas áreas dominadas por homens. O desafio é triplo: em primeiro lugar, desmontar o enviesamento das “notícias sérias”; em segundo, integrar de forma mais intencional espaços e temas de maior relevância para as mulheres; e, em terceiro, proporcionar visibilidade e voz às mulheres presentes em espaços tradicionalmente dominados por homens.

- 2. Após um período de melhoria lenta, mas constante, o progresso rumo à paridade de género nas notícias estagnou desde cerca de 2010, sem alcançar 50% em qualquer tipo de média.**

Trinta anos após Pequim, as mulheres representam 26% das pessoas vistas, ouvidas ou mencionadas nos média tradicionais (29% nos sites de notícias). O indicador deslocou-se 9 pontos nos média tradicionais desde 1995 e 4 pontos nas notícias online nos últimos dez anos.

Os grupos minoritários têm cinco pontos a mais de probabilidade de estarem presentes nas notícias digitais do que nos média tradicionais. A probabilidade de mulheres pertencentes a grupos minoritários serem destacadas nas notícias como protagonistas principais ou entrevistadas é de duas em cada cem em meios tradicionais (3% no caso dos homens) e 4% nos sites noticiosos (5% para homens).

3. A visibilidade das mulheres nas notícias de política e economia aumentou significativamente – 15 pontos em cada área – ao longo das últimas três décadas.

A grave sub-representação observada em 1995 (7% nas notícias de política, 10% nas económicas) melhorou. A presença das mulheres nas notícias de desporto é incipiente, representando apenas 15% dos sujeitos e fontes.

4. A proporção de mulheres que estão presentes nas notícias na qualidade de especialistas cresceu de forma notável, apresentando o maior aumento (+7 pontos) nas notícias digitais desde 2015.

Nos média tradicionais, a disparidade de género em papéis de autoridade, tais como especialistas e porta-vozes, diminuiu mais lentamente do que no caso de pessoas que desempenham papéis como provedoras de “opinião popular” ou “experiências pessoais” – funções comuns que não exigem conhecimento especializado.

5. Os padrões de representação enviesada de género persistem, apesar de décadas de mudanças nos papéis das mulheres no mundo físico.

Desde 2010, as mulheres continuam a ser cerca de duas vezes mais propensas do que os homens a serem retratadas como vítimas. Historicamente, as mulheres foram sempre mais frequentemente retratadas como vítimas de acidentes ou pobreza. Este padrão inverteu-se em 2025, quando “outros crimes” e “violência doméstica” (por parceiros íntimos e familiares) se tornaram as principais categorias de vítimas.

Em estudos anteriores do GMMP, as mulheres retratadas como sobreviventes nos meios de comunicação tradicionais eram mais propensas a terem sobrevivido a “acidentes, desastres naturais, pobreza e doença”. Em 2025, elas são mais representadas como sobreviventes de violência doméstica, em proporção equivalente às sobreviventes de acidentes/desastres. A representação excessiva das mulheres como donas de casa/mães diminuiu de 81% em 2000 para 73% em 2025. Persistem, contudo, enviesamentos jornalísticos na produção informativa que continua a definir as mulheres através de papéis domésticos, apesar do seu envolvimento sem precedentes no trabalho remunerado fora de casa. A sub-representação em profissões e cargos de poder tem-se mantido constante.

A tendência para descrever as mulheres pela sua idade e atributos físicos também persistiu. As mulheres têm sido fotografadas mais frequentemente do que os homens (uma diferença de 7 a 9 pontos) ao longo das últimas duas décadas, mostrando as análises qualitativas padrões de representação sexualizada.

6. A desigualdade de género nas notícias é muito mais acentuada do que na experiência vivida.

A igualdade de género nas notícias, medida pelo Índice GEM, está moderadamente correlacionada com índices de género noutros setores de desenvolvimento, como o Índice de Normas Sociais de Género. Entre 65% e 75% da desigualdade de género nos média não pode ser explicada pela realidade, indicando a presença de outros fatores que se combinam para produzir as narrativas predominantes nas notícias relacionadas com o género.

7. A participação de mulheres como repórteres em matérias publicadas em jornais e transmitidas na televisão e rádio aumentou e estagnou em diferentes momentos desde 1995.

Globalmente, a proporção de mulheres repórteres nos média tradicionais aumentou 6 pontos entre 2000 e 2005, estabilizou em 37% durante 10 anos até 2015, subiu 3 pontos entre 2015 e 2020 e ganhou apenas dois pontos nos últimos cinco anos. As regiões aproximam-se da paridade, mas não a atingem, exceto no caso do Pacífico e das Caraíbas, que atingem exatamente a paridade, e da América do Norte, apenas um ponto abaixo. Os resultados sugerem que a maioria dos sistemas de produção noticiosa está disponível para integrar uma certa proporção de mão-de-obra feminina no jornalismo, mas não a ceder à plena igualdade numérica em termos de género.

Nos média tradicionais, a disparidade de género na cobertura política diminuiu mais rapidamente (+13 pontos em 25 anos) – fora a editoria desportiva –, mas esta continua a ser a área menos coberta por mulheres. Pela primeira vez em 25 anos, as mulheres são agora a maioria (52%) das repórteres nas notícias de ciência e saúde. A partir de uma nova metodologia de análise de notícias de desporto, fica patente uma proporção extremamente baixa de mulheres repórteres neste domínio (17%). A participação das mulheres como repórteres em notícias nacionais e internacionais registou um crescimento significativo a longo prazo (+18 e +16 pontos, respetivamente).

8. O sexo do/a jornalista influencia a perspectiva de género nas notícias.

Historicamente, a perspectiva de género tem sido mais acentuada em artigos assinados por mulheres jornalistas. Ao longo de três décadas, verificou-se uma diferença consistente de 5 a 6 pontos na seleção de fontes, com repórteres mulheres a incluírem mais fontes femininas do que os homens. Esta diferença é ainda maior (9 pontos) nas notícias digitais. A maior disparidade entre jornalistas mulheres e homens surge no indicador relativo à centralidade das mulheres nas notícias. A diferença é de apenas 1 a 2 pontos nos demais indicadores que mensuram a qualidade das notícias sob a lente de género, mas a sua existência constitui um dado relevante.

9. A violência de género é um ponto cego nas notícias. No entanto, quando a violência de género é notícia, a perspectiva de género torna-se mais acentuada do que no noticiário sobre qualquer outro tema.

Menos de 2% das notícias abordam a violência de género. Este valor contrasta com a gravidade do fenómeno, que afeta uma em cada três mulheres e raparigas em todo o mundo. As notícias sobre violência de género produzidas por jornalistas mulheres têm maior probabilidade de abordar questões de (des)igualdade de género do que as produzidas por homens. Embora a perspectiva de género seja mais evidente nas notícias sobre violência de género comparativamente com outros temas, há ainda uma enorme margem para melhoria, caso os meios de comunicação pretendam contribuir para a criação de uma sociedade que reconheça a violência de género como um comportamento desviante, criminoso e uma violação dos direitos humanos fundamentais.

10. Nas dimensões de qualidade de género mensuradas pelo GMMP, a maioria das notícias apresenta vulnerabilidades.

A proporção de notícias que desafiam claramente estereótipos de género aumentou de 3% (2005) para 6% (2010), mas diminuiu e tem permanecido estagnada entre 3% e 4% desde 2015. Isto indica o enraizamento dos estereótipos na cobertura noticiosa e uma falha jornalística persistente em produzir conteúdos que desafiem as narrativas estereotipadas.

As comparações regionais revelam variações significativas. A América do Norte, onde 19% das notícias desafiam claramente estereótipos de género, é uma exceção que contraste com o Médio Oriente, onde apenas 1% das histórias são construídas a partir de narrativas não simplistas sobre papéis, atributos e capacidades das pessoas sob a lente de género.

Os estereótipos de género são mais prevalentes em notícias de política e economia, esferas dominadas pelos homens. Ao longo do tempo, o desafio aos estereótipos permanece sobretudo confinado a temas em que é mais seguro questionar o *status quo* nas relações de poder baseadas no género, como celebridade/artes/média e notícias sociais/jurídicas. Mais do que qualquer outro tema (17%), as notícias sobre violência de género desafiam os estereótipos de género, mas este valor, embora relevante, é insuficiente para transformar representações que perpetuam a violência.

A probabilidade de as notícias citarem enquadramentos de direitos humanos ou igualdade de género tem oscilado ligeiramente entre 7% e 11% ao longo dos 15 anos em que este indicador tem sido medido. A perspectiva dos direitos humanos está ausente em aproximadamente 9 em cada 10 notícias.

As notícias online são menos propensas a integrar enquadramentos de direitos humanos do que as publicadas nos média tradicionais, mas a probabilidade de as mulheres serem protagonistas centrais das notícias é superior nos meios digitais (15%, comparado com 10% nos tradicionais).

À exceção da violência de género, em todos os tópicos de notícias, o sexo do/a jornalista influencia ligeiramente a integração de uma perspectiva de género: 3% das notícias produzidas por jornalistas mulheres desafiam claramente estereótipos de género, em comparação com 2% das produzidas por homens; 12% das notícias de autoria feminina evidenciam questões de (des)igualdade de género, contra 10% de autoria masculina; e 8% das peças escritas por mulheres adotam um enquadramento de direitos humanos, contra 7% dos artigos escritos por homens. No caso das notícias sobre violência de género, por exemplo, as repórteres mulheres são 10 pontos percentuais mais propensas a chamar a atenção para a desigualdade de género do que os seus colegas homens.

Trinta anos após Pequim, a mensagem do GMMP em 2025 é que o progresso rumo à igualdade de género da indústria global de notícias chegou a uma encruzilhada.

O ritmo quase estagnado das mudanças nos últimos 15 anos aponta para a necessidade de uma mudança radical nas estratégias de todos os atores do ecossistema noticioso para quebrar a inércia. Nas condições atuais e com as ferramentas atualmente disponíveis, é improvável que ocorram transformações significativas em direção à igualdade de género. Considerados no seu todo, os impactos negativos da digitalização na indústria noticiosa e nas relações de género online tornam, sem dúvida, ainda mais complexa a tarefa de garantir os direitos das mulheres nas notícias digitais e por meio delas.

Contexto Nacional

As assimetrias relativas à presença e funções assumidas por mulheres e homens nos conteúdos mediáticos têm constituído um eixo central da investigação dedicada às representações de género, bem como um nó problemático de diversos instrumentos internacionais de referência, que articulam a promoção da igualdade social com as dinâmicas de reconhecimento no espaço público. Estabelecendo justamente essa relação, a Declaração e Plataforma de Ação de Pequim, adotada na IV Conferência Mundial sobre as Mulheres, em 1995, instou governos, organizações da sociedade civil e a comunidade internacional a pugnam por mudanças positivas na representação das mulheres nos média, legitimando ao mesmo tempo o desenvolvimento de iniciativas de monitorização sistemática da produção de conteúdos.

É neste enquadramento político e normativo que se inscreve o Global Media Monitoring Project (GMMP) que, desde 1995, tem avaliado a extensão das disparidades de género nos conteúdos noticiosos e que, a partir de 2005, passou a contemplar a paisagem mediática portuguesa. Os relatórios nacionais disponíveis fornecem evidências de natureza longitudinal, permitindo, em simultâneo, a comparação sistemática com os resultados obtidos em outros países e regiões, oferecendo um retrato situado da visibilidade de mulheres e homens como sujeitos e fontes de informação, bem como da sua presença e do seu papel nos processos de produção informativa.

A operação de monitorização de 2025 que este Relatório resume constitui-se como uma oportunidade para aprofundar a análise das continuidades e mudanças nos padrões de representação de género nos média informativos portugueses, bem como para refletir criticamente sobre os desafios persistentes e as estratégias necessárias à promoção da igualdade de género no espaço mediático.

As iniciativas ancoradas no GMMP são reconhecidas, em Portugal, não apenas como motores de consciencialização crítica, mas também como um importante sustentáculo da incorporação da perspetiva de género nas redações e até mesmo na formação superior em jornalismo, um domínio que continua a evidenciar uma integração reduzida desta dimensão nos programas de estudo (Simões et al., 2021a). Tal como em outros contextos geográficos, o trabalho do GMMP é igualmente mobilizado na discussão de políticas públicas (Santos et al. 2022) que concretizem os compromissos em matéria de igualdade de género consagrados em instrumentos normativos de referência, como a Plataforma de Ação de Pequim e outros quadros estratégicos internacionais e nacionais.

As evidências produzidas pelo projeto apontam para a persistência de desigualdades estruturais no campo mediático português, indissociáveis das dinâmicas de composição da própria profissão jornalística. Em 2025, o indicador relativo à participação feminina na produção informativa confirma a tendência de feminização das redações, já identificada em edições anteriores do GMMP, mas revela simultaneamente o seu carácter estacionário, corroborado por outros dados disponíveis. De acordo com a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ, 2026), num universo de 5.100 titulares de carteira profissional, 2.120 são mulheres e 2.980 são homens, o que corresponde a cerca de 41% de mulheres na profissão – uma proporção idêntica à registada em 2020 (Carona & Simões, 2025). Apesar dos avanços verificados ao longo das últimas décadas, os homens continuam a dominar o campo jornalístico, evidenciando que o processo de feminização das redações

em Portugal permanece incompleto e, em larga medida, estagnado (Subtil & Silveirinha, 2021).

Ao longo de três décadas de monitorização, o GMMP tem igualmente demonstrado que o aumento da presença feminina nas redações não se traduziu em transformações estruturais das representações mediáticas, nem encontrou correspondência numa redistribuição efetiva das responsabilidades editoriais, evidenciando que a progressão temporal, por si só, não assegura a igualdade de género. A persistência de desequilíbrios no quotidiano laboral das redações tem sido amplamente documentada pela investigação feminista em comunicação, em Portugal, que sublinha os efeitos conjugados das políticas neoliberais e dos processos de digitalização na intensificação da precariedade e da instabilidade profissional vividas pelas mulheres (Alcantara & Simões, 2023, 2025; Silveirinha et al., 2023). A estes fatores acrescem constrangimentos de natureza estrutural, como a segregação horizontal e vertical e a persistência de barreiras invisíveis que continuam a limitar a progressão profissional, a autonomia e o bem-estar das mulheres no jornalismo (Carona & Simões, 2025; Carvalho & Cunha, 2025).

Este retrato sugere a persistência de desafios significativos no domínio da participação igualitária, que as estratégias públicas de promoção da igualdade, como a Estratégia Nacional para a Igualdade e a Não Discriminação 2018–2030, «Portugal + Igual», e os respetivos Planos de Ação, não têm conseguido ultrapassar. No âmbito do desenho de políticas de igualdade e dos mecanismos de monitorização das recomendações da Plataforma de Ação de Pequim – que identificou doze áreas críticas para a promoção dos direitos das mulheres e para a eliminação da discriminação –, a Área J, relativa às Mulheres e aos Média, tem permanecido menos consequente do que outras áreas consideradas prioritárias de intervenção, em grande medida, como tem sido sugerido (Silveirinha & Subtil, 2017), uma vez que a política nacional neste domínio tem sido largamente orientada por enquadramentos europeus, sem um investimento equivalente na concretização das medidas previstas e na monitorização dos seus efeitos. Apenas uma parcela restrita da paisagem mediática portuguesa, nomeadamente a pertencente ao setor público, se encontra vinculada a instrumentos normativos que preveem, por exemplo, a criação de planos internos para a igualdade de género, permanecendo a maioria do setor dependente de mecanismos de adesão voluntária.

Os indicadores quantitativos como a composição numérica das redações, quando considerados isoladamente, revelam-se frequentemente insuficientes para apreender a complexidade das relações estruturais de género que se reproduzem no quotidiano profissional. Mesmo quando o número de mulheres aumenta, isso não significa uma inversão das assimetrias estruturais na distribuição de funções, hierarquias, condições de trabalho, visibilidade e poder, que podem até agravar-se no atual ecossistema digital, onde as jornalistas tendem a ser desproporcionalmente visadas por práticas de ódio, assédio e violência, com impactos diretos na sua segurança, bem-estar e exercício profissional (Simões et al., 2021b; Alcantara et al., 2024). A compreensão das dinâmicas observadas nos média exige, assim, a sua inscrição num quadro analítico mais amplo, capaz de captar a persistência de desigualdades de facto para além dos avanços registados no plano formal. É neste contexto que os resultados da monitorização do GMMP devem ser interpretados.

A operação de 2025 revela não apenas a continuidade de assimetrias na representação de género, mas também sinais de regressão, com impactos negativos no posicionamento comparativo de Portugal. Após uma década marcada por uma evolução positiva – de 23% em 2010 para 34% em 2020 –, observa-se em 2025 um decréscimo expressivo da presença feminina nas notícias, que se fixa nos 24%, abaixo da média global de 26%. Este retrocesso no principal indicador de representação do GMMP contrasta com os indicadores internacionais de igualdade de género, que posicionam Portugal de forma relativamente favorável em termos comparativos. Em 2025, o país ocupou a 34.^a posição no Global Gender

Gap Report 2025, elaborado na esteira do World Economic Forum (WEF, 2025). De igual modo, no contexto europeu, o *Gender Equality Index* do Instituto Europeu para a Igualdade de Género (EIGE) atribuiu a Portugal 63,4 pontos em 100, posicionando-o na 10.^a posição entre os Estados-Membros da União Europeia (EIGE, 2025).

A aparente dissonância entre indicadores de igualdade de género e os resultados do GMMP pode ser parcialmente compreendida à luz da cultura mediática portuguesa, profundamente entrelaçada com narrativas sociais e normas de género que refletem a história social do país. A construção cultural das identidades de género tem sido moldada por tradições patriarcais que tendem a reforçar papéis sociais diferenciados para mulheres e homens (Monteiro & Ferreira, 2016). Esta perspectiva é central para compreender como, apesar dos progressos institucionais e normativos, as normas culturais persistem e continuam a influenciar as perceções sociais sobre o género, em particular no campo mediático.

O GMMP assume, neste contexto, uma relevância central enquanto instrumento de monitorização sistemática, produção de conhecimento comparável e interpelação crítica e situada das práticas mediáticas. Ao tornar visíveis padrões persistentes de desigualdade, contribui para recolocar a igualdade substantiva no centro do debate público e das políticas dirigidas aos média. Claramente, a edição de 2025 vem reforçar a necessidade de transformações estruturais nas práticas jornalísticas e nas condições de produção da informação articuladas com intervenções públicas e processos de responsabilização institucional.

SUMÁRIO EXECUTIVO

- O GMMP 2025 em Portugal evidencia que a igualdade de género nos média noticiosos portugueses permanece um objetivo distante, marcado por assimetrias persistentes, avanços lentos e sinais claros de regressão face a progressos anteriormente registados.
- Num dia rotineiro de notícias, as mulheres representam apenas 24% das pessoas visíveis no noticiário, o que evidencia um recuo significativo face aos 34% registados na operação de 2020, aproximando a paisagem mediática portuguesa de níveis observados há década e meia (23%) e situando-a ligeiramente abaixo da média global (26%).
- A agenda mediática revela-se fortemente condicionada por um contexto político excecional, com “Política e Governo” a concentrar 43% das notícias, um domínio onde a sub-representação feminina é historicamente mais acentuada. Numa agenda limitada pela forte concentração temática, “Crime e Violência” (17%), “Economia” (13%), “Social e Legal” (10%) são os tópicos com maior expressão a seguir à temática política e também reforçam um imaginário de autoridade masculina.
- Transversal à maioria dos tópicos, a sub-representação de mulheres manifesta-se com maior intensidade em áreas centrais da agenda noticiosa, como “Política e Governo” (22%) e “Economia” (18%), reforçando uma hierarquização temática baseada no género e naturalizando a ideia de que as *hard news* se constroem predominantemente a partir da presença e da voz masculinas.
- O padrão geral de masculinização da agenda noticiosa é intensificado pela regressão verificada no domínio da presença de mulheres nos tópicos “Ciência e Saúde” (28%) e “Social e Legal” (29%), que aprofunda e contraria ao mesmo tempo tendências registadas pela edição anterior e revela um desfazamento negativo face às tendências internacionais.
- A presença feminina em “Ciência e Saúde” é inferior à registada em 2020, em que se situava próxima de um terço (32%), e também à documentada pelo GMMP global, onde constitui uma exceção parcial à regra da masculinização dos temas de maior prestígio simbólico, concentrando 36% da presença de mulheres, e reflete um crescimento significativo face a décadas anteriores.
- Em “Social e Legal”, a presença feminina situa-se próxima da média global (27%), mas contrasta com a registada em 2020, em que o tópico constituía um espaço de relativa paridade, favorável às mulheres (52%), confirmando a persistência de uma sub-representação estrutural mesmo em áreas tradicionalmente associadas a questões sociais e de direitos.
- A maior visibilidade feminina ocorre em temas marcadamente periféricos, como “Violência de Género” e “Celebidades, Artes e Média”, que representam, respetivamente, 2% e 4% do noticiário analisado. A centralidade das mulheres como foco principal da notícia ocorre igualmente em tópicos marginais e explicitamente marcados pelo género, como “Violência de Género”.

- No panorama das fontes, a proporção de fontes femininas varia significativamente consoante o meio, oscilando entre 18% na rádio, 21% na imprensa, 24% nos sites de notícias e 30% na televisão, e mantendo-se em todos os casos abaixo da paridade. Tal como nos dados globais, as mulheres permanecem sub-representadas enquanto produtoras de sentido, provedoras de interpretação e vozes de autoridade.
- À semelhança do retrato global, em Portugal, as fontes femininas concentram-se maioritariamente em ocupações associadas ao campo político e à visibilidade como figuras públicas, permanecendo residual a presença de fontes na qualidade de especialistas técnicas, económicas ou científicas.
- Observa-se uma feminização relativamente estacionária do noticiário, com variações entre meios. A televisão apresenta uma presença feminina maioritária entre repórteres e apresentadoras, enquanto na rádio e nos meios digitais as funções visíveis são dominadas pelos homens. A imprensa destaca-se como o meio com uma participação mais equilibrada na produção informativa. Em comparação com 2020, estes dados indicam estabilidade, ligeiros avanços e retrocessos, particularmente no caso do digital, na composição das redações.
- A feminização da produção informativa contrasta com a persistência de assimetrias no plano da visibilidade, dos papéis desempenhados e do acesso ao discurso dos atores representados e não se traduz em transformações estruturais das representações veiculadas.
- As notícias que desafiam estereótipos de género mantêm uma expressão residual na agenda mediática. Apenas 1,6% do noticiário analisado problematiza de forma explícita os papéis e representações tradicionais associados à feminilidade e à masculinidade, valor inferior ao registado em 2020 (2%), o que evidencia não só a ausência de progressos sustentados, mas também um ligeiro retrocesso face a ciclos anteriores.
- Embora o tópico “Violência de Género” apresente maior sensibilidade à perspectiva de género, a cobertura desta temática permanece maioritariamente ancorada em enquadramentos convencionais e estereotipados, revelando os limites da incorporação efetiva dessa perspectiva no jornalismo português.
- Fica evidente a invisibilidade ou presença residual de pessoas LGBTQIAP+, pessoas com deficiência e pessoas imigrantes ou refugiadas, confirmando a persistência de múltiplos eixos de exclusão simbólica no espaço mediático nacional.
- A inclusão experimental do noticiário da Lusa revelou, a partir de um *corpus* reduzido, padrões de desigualdade ainda mais acentuados do que a média nacional, com uma presença feminina particularmente enfraquecida no noticiário de agência.

UM DIA DE NOTÍCIAS EM PORTUGAL

O dia em que a operação de monitorização foi realizada, 6 de maio de 2025, constituiu um microcosmo particularmente expressivo de narrativas de poder, transição e conflito à escala nacional, europeia e global.

No plano nacional, a recolha de dados coincidiu com um período de intensa campanha eleitoral. Portugal encontrava-se a menos de duas semanas das eleições legislativas antecipadas de 18 de maio, convocadas na sequência da queda do governo da coligação Aliança Democrática (AD), que cumprira apenas um ano de mandato. A agenda noticiosa nacional era, assim, amplamente dominada pela cobertura da campanha e pelas projeções em torno do seu desfecho, que viria a culminar na reeleição da AD.

Figura 1- Primeiras páginas do Público e Diário de Notícias



À escala europeia, o mesmo dia foi marcado por um acontecimento geopolítico de elevada relevância: a eleição de Friedrich Merz para o cargo de Chanceler da Alemanha pelo Bundestag. Após um primeiro escrutínio inconclusivo, o líder da União Democrata-Cristã (CDU) obteve, durante a tarde, a maioria necessária para chefiar uma nova coligação governamental de centro com o Partido Social-Democrata (SPD). A mudança na liderança da maior economia da União Europeia assumiu um lugar central na cobertura política internacional, estruturando de forma significativa o noticiário global.

No plano global, a data coincidiu igualmente com um momento de forte expectativa simbólica e institucional, antecedendo em apenas um dia o início do Conclave no Vaticano, marcado para 7 de maio. Esta proximidade temporal fez com que a cobertura noticiosa analisada pelo GMMP se concentrasse também nos preparativos, nas especulações e nos perfis dos potenciais candidatos à sucessão papal. O desfecho desse processo – a eleição do cardeal Robert Francis Prevost, que assumiu o nome de Leão XIV no quarto escrutínio, a 8 de maio – confere aos dados recolhidos no dia 6 uma relevância analítica acrescida, particularmente no âmbito do tópico Política e Governo, uma vez que desta eleição resultou não apenas o chefe da Igreja Católica, mas também o chefe de Estado do Vaticano.

Em paralelo com estas transições de poder, a cobertura noticiosa manteve-se profundamente estruturada por conflitos armados de longa duração, que continuavam a ocupar um lugar relevante na agenda internacional. Na Ucrânia, os combates prolongados e os debates em torno do apoio ocidental configuravam uma narrativa persistente de desgaste e crise de

segurança europeia. Na Faixa de Gaza, a catástrofe humanitária e as complexas negociações para tréguas permaneciam igualmente no centro das atenções mediáticas. Embora estes conflitos não tenham constituído necessariamente o principal foco do noticiário português no dia 6 de maio, emergem como um segundo eixo de relevância nos resultados da monitorização.

Figura 2 - Primeiras páginas do *Jornal de Notícias* e *Correio da Manhã*



O Contexto

Em 2025, a paisagem mediática portuguesa caracteriza-se por uma forte presença digital complementada pela persistência de meios tradicionais, num contexto em que a convergência tecnológica e as dinâmicas de consumo multiplataforma moldam tanto os padrões de produção como os de receção da informação (Vasconcelos et al., 2025). Marcado por dinâmicas de concentração e reorganização dos principais grupos mediáticos, o ecossistema híbrido e em rápida transformação reflete uma acentuada importância do online e das redes sociais como espaços centrais de produção e circulação de informação e desafios estruturais persistentes em termos de sustentabilidade económica, pluralismo e diversidade de vozes, incluindo desigualdades de género e representação editorial, como os dados do GMMP 2025 evidenciam.

A operação de monitorização incidiu sobre os quatro jornais diários generalistas de circulação nacional existentes em Portugal, nomeadamente *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *Público* e *Diário de Notícias*. No que respeita ao meio televisivo, foram seleccionados cinco canais de televisão generalistas, dois de serviço público – RTP1 e RTP2 – e três de natureza privada – SIC, TVI e CMTV. Foram monitorizados os blocos noticiosos do horário nobre, emitidos a partir das 19h45 do dia 6 de maio de 2025, designadamente o *Telejornal* (RTP1), o *Jornal 2* (RTP2), o *Jornal da Noite* (SIC), o *Jornal Nacional* (TVI) e o *Grande Jornal* (CMTV). Relativamente à rádio, recolheram-se e analisaram-se programas informativos de estações com cobertura nacional, incluindo a Antena 1, rádio generalista do serviço público de radiodifusão; a Rádio Renascença, pertencente ao Grupo Renascença Multimédia, a TSF – Rádio Notícias, integrada no Global Media Group; bem como duas estações de carácter generalista e musical: a Rádio Comercial, atualmente pertencente ao grupo Bauer Media Audio Portugal, e a RFM, igualmente integrada no Grupo Renascença Multimédia. A recolha e a codificação incidiram sobre os blocos informativos de maior audiência de cada estação, procedendo-se à seleção das notícias até perfazer o número de itens definido pelo protocolo de análise.

No meio digital, a seleção dos sites de notícias baseou-se em indicadores de alcance e tráfego. Entre os sites seleccionados incluem-se dois projetos nativos digitais – o *Notícias ao Minuto*, cuja lógica editorial assenta maioritariamente na agregação de conteúdos informativos, – e o *Observador*, concebido desde a sua origem como um projeto jornalístico exclusivamente digital. Foram igualmente seleccionados três sites de órgãos de comunicação social de matriz tradicional – *CNN Portugal*, *Público.pt* e *Expresso* –, que representam a adaptação dos media *legacy* ao ambiente digital. Estas plataformas constituem extensões editoriais dos respetivos títulos e assumem atualmente um papel central na produção e difusão de conteúdos informativos no espaço digital.

No total, foram recolhidos e analisados 319 itens noticiosos: 57 provenientes da imprensa, 65 de sites de notícias, 80 da rádio e 117 da televisão.

Paisagem mediática portuguesa

A imprensa

Em Portugal, a imprensa periódica emerge em meados do século XVII. Ao longo do século XVIII e até ao início do século XIX, o setor foi progressivamente diversificando-se, embora permanecesse sujeito a um regime restritivo assente na censura, na exigência de licenças prévias e em diversas limitações legais. Entre os títulos que marcaram de forma decisiva a paisagem mediática nacional destaca-se o *Diário de Notícias*, fundado em 1864 pelo jornalista Eduardo Coelho, cuja criação introduziu um conjunto de inovações que inauguraram a era do jornalismo moderno em Portugal, caracterizado por uma orientação informativa e por

uma afirmação gradual da independência editorial. Nos anos subsequentes surgiram outros títulos de referência, como o *Diário Popular* (1866), *O Século* (1880) e o *Jornal de Notícias* (1888) (Tengarrinha, 1989).

Com a instauração do regime ditatorial do Estado Novo, em 1933, Portugal entrou num dos mais longos períodos autoritários da Europa contemporânea, durante o qual a liberdade de imprensa foi severamente restringida através da imposição da censura prévia, que vigorou ao longo de 41 anos. Foi apenas com a Revolução de Abril de 1974 que se iniciou um processo de liberalização do mercado mediático, criando condições para uma significativa expansão da imprensa, traduzida, nas décadas de 1980 e 1990, na proliferação de jornais diários nacionais – matutinos e vespertinos – bem como de títulos semanais.

De acordo com dados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), encontram-se atualmente registados mais de 1.600 jornais em circulação a nível regional ou local em Portugal (ERC, 2026). Todavia, os dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) evidenciam um declínio contínuo, ao longo de mais de duas décadas, da imprensa informativa generalista. Em 2025, este segmento encontra-se reduzido a quatro diários de circulação nacional — *Público*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias* — aos quais se junta o *Expresso*, de periodicidade semanal (APCT, 2025).

A rádio

A rádio em Portugal tem origem na iniciativa privada, ainda na década de 1920, com a criação da Sociedade Portuguesa de Amadores de Telefonia sem Fio, considerada precursora do meio radiofónico no país. Em 1928 surge o primeiro clube de rádio, o Rádio Clube da Costa do Sol, fundado por Botelho Moniz, que viria posteriormente a constituir a rede Rádio Clube Português (RCP). A primeira emissora pública de rádio, a Emissora Nacional de Radiodifusão, foi inaugurada em 1935, num contexto marcado pela forte influência do regime ditatorial do Estado Novo. No ano seguinte iniciaram-se as emissões da Rádio Renascença. Em 1950, a Emissora Nacional integrou o grupo das 23 emissoras fundadoras da União Europeia de Radiodifusão, reforçando a sua projeção internacional (Santos, 2013).

Ao longo do período do Estado Novo, coexistiram a rádio estatal — que desempenhou um papel central na comunicação oficial do regime — e diversas rádios regionais e privadas, cuja atividade se desenvolveu sob fortes constrangimentos políticos e legais. Com a Revolução de 25 de Abril de 1974, inicia-se um processo de reestruturação profunda do setor. A Emissora Nacional de Radiodifusão é reorganizada e passa a designar-se Radiodifusão Portuguesa (RDP), integrando várias estações, entre as quais o antigo Rádio Clube Português, rebatizado como Rádio Comercial em 1979 e posteriormente privatizado, em 1993.

No período pós-revolucionário, o panorama radiofónico português entra numa fase de diversificação e especialização, marcada pelo surgimento de novos formatos e orientações editoriais. Destaca-se, neste contexto, a criação da TSF Rádio Jornal, que introduziu um modelo inovador centrado na informação, no debate, na entrevista e na participação pública. Paralelamente, os grupos RTP, Renascença e Comercial expandiram a sua oferta com o lançamento de novas estações, a par da consolidação das rádios musicais e regionais.

Na década de 1990, a RDP criou a Antena 3, orientada para o público jovem. Atualmente, o grupo RDP integra um conjunto alargado de serviços de programas, entre os quais a Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP Internacional, RDP África, RDP Açores e RDP Madeira, bem como estações exclusivamente digitais, refletindo a evolução contínua e a capacidade de adaptação do meio radiofónico em Portugal (RTP, 2025).

A televisão

As emissões televisivas em Portugal tiveram início em 1957, com a criação da Rádio e Televisão de Portugal (RTP), empresa de radiodifusão pública cujo percurso se confunde com a própria história do país e com a constituição de um vasto património audiovisual (Sobral, 2012). O primeiro canal, atualmente designado RTP1, foi seguido pela RTP2, lançada em 1968. Durante a década de 1970, a televisão estendeu-se às regiões autónomas, com a criação dos canais regionais RTP Madeira, em 1972, e RTP Açores, em 1976.

Já no século XXI, na sequência de um processo de reestruturação, a RTP diversificou a sua oferta com a criação de canais temáticos, entre os quais a RTPN, lançada em 2004 como canal de notícias de emissão contínua — posteriormente designada RTP Informação e, desde 2016, RTP3 —, e a RTP Memória, dedicada à programação clássica e de arquivo. O grupo integra ainda dois canais internacionais: a RTP Internacional, fundada em 1992, e a RTP África, criada em 1998, com especial incidência nos países africanos de língua portuguesa.

A abertura do setor televisivo à iniciativa privada começou a ser debatida na década de 1980, culminando na revisão constitucional de 1989 e na aprovação de uma nova lei da televisão. Este processo conduziu ao início das emissões regulares da SIC, a 6 de outubro de 1992, e da TVI, em fevereiro de 1993. Desde então, o panorama televisivo em sinal aberto passou a integrar quatro canais generalistas: RTP1, RTP2, SIC e TVI (Lopes, 2008).

Paralelamente, a televisão por cabo começou a afirmar-se em Portugal a partir da década de 1990, dando origem a um processo de segmentação temática e à consolidação de canais especializados. A SPORT TV foi o primeiro canal português deste segmento, lançado em 1998 com uma programação exclusivamente dedicada ao desporto. No domínio informativo, após o surgimento do Canal de Notícias de Lisboa, em 1999, o sistema televisivo português passou a integrar vários canais de informação contínua. Atualmente, o panorama dos canais informativos inclui a RTP3, a SIC Notícias, a CNN Portugal, a CMTV e, mais recentemente, o canal NOW, lançado em 2024, refletindo o alargamento da oferta noticiosa e a intensificação da concorrência no campo da informação televisiva (Vasconcelos et al., 2025).

Sites de notícias

O ecossistema mediático digital em Portugal começou a afirmar-se a partir de meados da década de 1990, quando a maioria dos órgãos de comunicação social iniciou o processo de migração para a internet. Numa fase inicial, essa presença digital assumiu sobretudo um carácter complementar, centrado na reprodução dos conteúdos do impresso, tendo sido o *Jornal de Notícias* o primeiro a disponibilizar um website, em 1995. Ao longo da década de 2000, os modelos editoriais e as práticas de publicação foram-se progressivamente transformando, acompanhando a evolução tecnológica e a emergência de novos hábitos de consumo informativo.

Os primeiros projetos exclusivamente digitais surgiram no final da década de 1990, destacando-se o *Setúbal na Rede* e, em 1999, o *Diário Digital*, o primeiro jornal nacional nativo digital. Apesar do encerramento destas iniciativas após vários anos de atividade, o seu contributo revelou-se decisivo para a consolidação de um novo modelo mediático, posteriormente alargado às rádios, aos sites noticiosos e aos agregadores de notícias. Atualmente, o *Observador*, lançado em maio de 2014, afirma-se como o único meio nativo digital generalista de âmbito nacional.

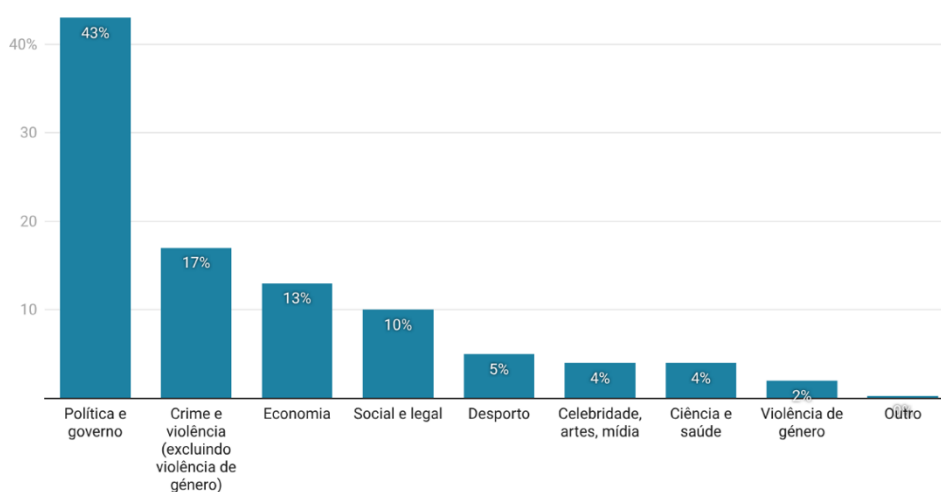
Com a crescente centralidade da internet, os média portugueses passaram a privilegiar o online como principal espaço de distribuição e consumo de informação, dando origem a um processo de plataformização no qual meios tradicionais e nativos digitais coexistem num mesmo ecossistema mediático. A expansão das redes sociais digitais reforçou esta dinâmica,

levando os órgãos de comunicação social a integrarem plataformas como Facebook, Instagram, X e TikTok nas suas estratégias editoriais, num regime de atualização contínua da informação (Vasconcelos et al., 2025).

TÓPICO NAS NOTÍCIAS

- Na edição de 2025 do GMMP, as notícias foram codificadas em oito grandes clusters temáticos: “Política e Governo”; “Economia”; “Ciência e Saúde”; “Social e Legal”; “Crime e Violência” (excluindo violência baseada no género); “Violência de Género”; “Celebidades, Artes e Média”; e “Desporto”. A cada um destes tópicos principais corresponde um conjunto de subtemas específicos – 65, no total –, que permitem uma classificação detalhada dos conteúdos noticiosos.²
- À semelhança das operações de monitorização anteriores, a temática política mantém-se como dominante na agenda noticiosa mundial, incluindo no caso português, em que a expressão do tópico “Política e Governo” é particularmente acentuada, representando 43% das notícias analisadas, face a 26% no contexto global.
- A análise da paisagem mediática portuguesa revela uma tematização fortemente condicionada por um contexto político excecional à escala nacional, europeia e global. A recolha de dados decorreu em pleno período de campanha para as eleições legislativas de 2025, o que se reflete na predominância deste tópico. Esta centralidade foi reforçada, à escala europeia, pela eleição de Friedrich Merz para o cargo de Chanceler da Alemanha e, no plano global, pela proximidade do início do Conclave no Vaticano, agendado para o dia seguinte ao da monitorização, cuja cobertura foi maioritariamente enquadrada no âmbito da esfera política e institucional.
- Para além de “Política e Governo”, as notícias de “Crime e Violência” (17%), “Economia” (13%) e “Social e Legal” (10%) apresentam uma expressão relevante nos diferentes meios analisados, como ilustra o Gráfico 1. Este padrão contrasta com o observado na edição de 2020 do GMMP, em que a agenda noticiosa foi amplamente dominada pelo tópico “Ciência e Saúde”, num contexto marcado pela pandemia de Covid-19.

Gráfico 1 – Tópico nas notícias

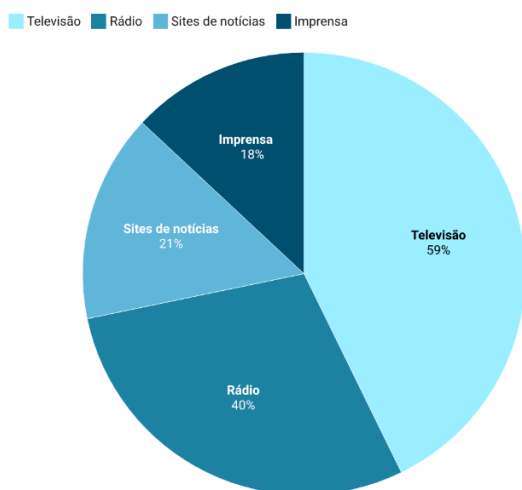


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

² Embora os tópicos principais se mantenham relativamente estáveis ao longo das diferentes edições do projeto, os subtemas são periodicamente revistos e atualizados, podendo também ocorrer ajustamentos nas categorias principais sempre que tal se revele necessário para aprofundar determinadas análises. *Vide* Anexo 1.

- Embora com intensidades diferenciadas, a centralidade de “Política e Governo” é visível em todos os tipos de média. A televisão apresenta a maior incidência deste tema, concentrando 59% das notícias analisadas, refletindo uma lógica de cobertura contínua da campanha eleitoral e de acontecimentos políticos de relevância europeia e global, como ilustra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Notícias do tópico “Política e Governo”, por tipo de média

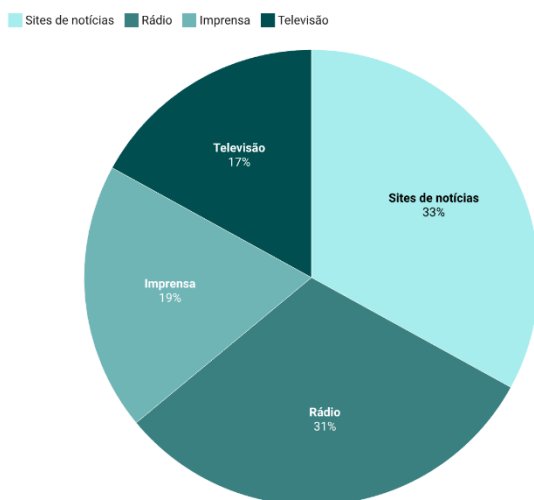


Fonte: GMMP PORTUGAL 2025 • Criado com Datawrapper

- A rádio regista igualmente um peso elevado da temática política, com 40% das notícias enquadradas neste tópico, enquanto os sites de notícias (21%) e a imprensa (18%) apresentam proporções mais reduzidas, evidenciando coberturas noticiosas relativamente mais abrangentes e menos dominadas pelo campo político. Estas diferenças também sugerem distintos ritmos e lógicas editoriais de produção noticiosa entre os vários meios.

- Comparativamente com os dados globais, onde é um tópico de destaque consistente, ocupando, em geral, a segunda posição relativa dos temas mais representados, “Economia” tem um relevo menor na paisagem portuguesa, como terceiro tema mais destacado e uma tematização frequentemente indissociável do contexto político. Considerados em conjunto, o tópico “Economia” (13%) e o tópico “Política e Governo” (43%) concentram 56% do total de notícias e correspondem a uma agenda profundamente marcada por temas associados ao exercício do poder, governação, finanças, emprego, medidas fiscais e políticas públicas.

Gráfico 3 – Notícias do tópico “Economia”, por tipo de média

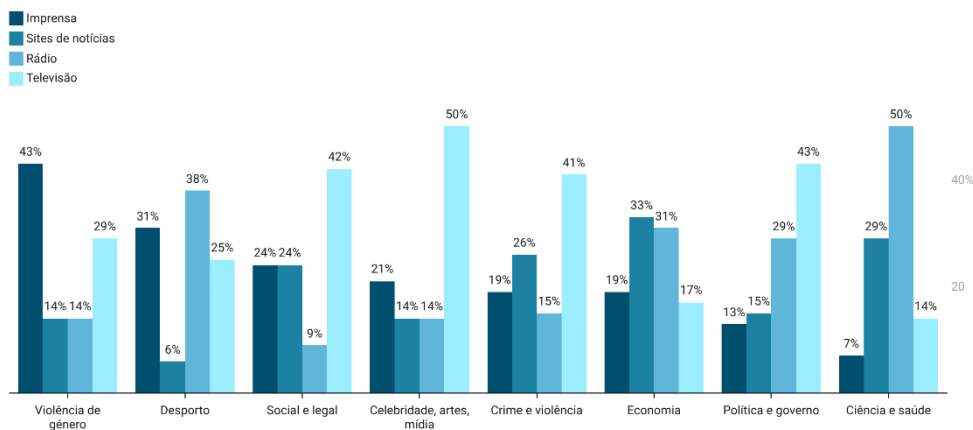


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Tal como mostra o Gráfico 3, “Economia” tem uma presença equilibrada nos sites de notícias (33%) e no noticiário da rádio (31%) e na imprensa (19%) e na televisão (17%).

- O segundo tópico com maior expressão relativa na agenda nacional, “Crime e Violência” (17%), foi relevante em todos os tipos de média, como pode observar-se a partir do Gráfico 4. Está em todo o caso mais presente na televisão (41%), que é também o meio que concentra uma proporção maior de notícias de natureza “Social e Legal” (42%), o quarto tópico mais representado (10%), logo a seguir a “Economia” (13%).

Gráfico 4 – Tópicos das notícias de acordo com o tipo de média



Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

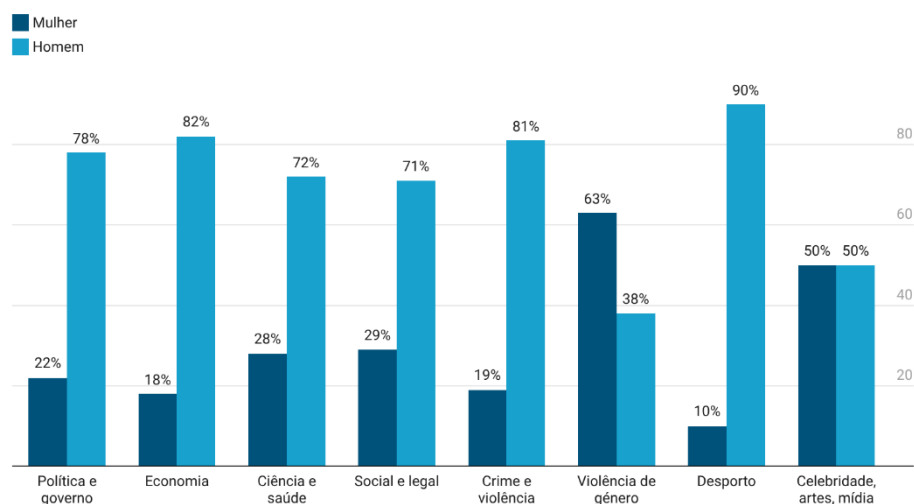
- A proporção de notícias de “Desporto” situa-se em torno dos 5%, incidindo maioritariamente na rádio (38%), enquanto o tópico “Celebidades, Artes e Mídia” representa cerca de 4% das notícias analisadas, com maior expressão na televisão (50%).
- A presença limitada de temas de desporto, espetáculo, televisão está em linha com o padrão identificado à escala global pelo GMMP 2025. O noticiário desta natureza ocupa uma posição secundária na hierarquia noticiosa, sendo sistematicamente ultrapassado por áreas associadas ao poder político, económico e científico. Em edições anteriores, estes conteúdos integravam um único cluster temático; a sua autonomização em 2025 visou permitir uma leitura analítica mais fina das lógicas de visibilidade mediática e das desigualdades de género associadas a cada domínio específico.
- Com uma posição estruturalmente marginal na agenda, o tópico “Violência de Género” fixa-se, em Portugal, em torno dos 2% do total de notícias, correspondente a uma presença consistentemente baixa em todos os meios de comunicação, com ligeira preponderância na imprensa, que publicou três peças desta natureza. Trata-se de um padrão que reflete a acentuada desvalorização da problemática no contexto de um noticiário concentrado na agenda eleitoral e que tem correspondência nos dados globais, onde a temática é igualmente residual.
- Em edições anteriores do GMMP, as notícias que incidiam predominantemente sobre violência baseada no género eram integradas no tópico “Crime e Violência”. A autonomização numa categoria temática própria das notícias sobre “Violência de Género” procurou conferir maior visibilidade analítica à representação do fenómeno. Com efeito, fica claro que é o tópico com menor presença relativa no noticiário nacional e que figura entre os tópicos com menor expressão na agenda noticiosa global, apresentando sistematicamente os valores mais baixos de representação entre os grandes domínios temáticos analisados.

- Em termos comparativos, face ao tópico “Crime e Violência”, que ocupa a segunda posição relativa na agenda noticiosa nacional, a expressão residual da “Violência de Género” evidencia uma hierarquização editorial no tratamento das diferentes formas de violência. Esta disparidade é indicativa de um enquadramento noticioso que tende a privilegiar a criminalidade episódica, frequentemente associada a acontecimentos isolados e de maior valor noticioso imediato, em detrimento da abordagem da violência baseada no género enquanto fenómeno estrutural, sistemático e profundamente enraizado em desigualdades de poder.

PESSOAS E FONTES

- No âmbito do GMMP, a categoria “Pessoas nas Notícias” abrange todas as pessoas mencionadas, citadas ou representadas nos conteúdos noticiosos, incluindo, mas não se limitando, às fontes de informação. Nem todas as pessoas que são identificadas nas notícias desempenham o papel de fonte, isto é, têm acesso à palavra ou à autoridade discursiva, pelo que são analisadas a visibilidade e a capacidade de ter voz na paisagem mediática.
- A análise da presença global de mulheres nas notícias nacionais evidencia que após um período de evolução positiva, que elevou a presença feminina nas notícias de 23% em 2010 para 34% em 2020, regista-se um recuo acentuado para 24%, valor que reposiciona Portugal em níveis próximos dos observados há 15 anos.
- Esta regressão contrasta com a tendência de estabilização ou de ligeiro crescimento da presença feminina identificada no GMMP global – 8 pontos percentuais em 30 anos, de 17% em 1995 para 28% em 2025 – e manifesta-se de forma consistente na agenda, marcada pelo domínio da presença masculina na generalidade dos tópicos.
- Como mostra o Gráfico 5, no tópico “Política e Governo”, as mulheres representam apenas 22% das pessoas presentes nas notícias, valor que desce para 18% em “Economia”, confirmando a forte masculinização dos domínios centrais de poder simbólico e institucional. A presença feminina é ligeiramente mais elevada em “Ciência e Saúde” (28%) e em “Social e Legal” (29%), ainda assim mantendo-se abaixo da paridade. Em contraste, os valores mais altos de representação feminina registam-se em tópicos periféricos da agenda, como “Violência de Género” (63%) e “Celebidades, Artes e Média”, que correspondem a clusters com menor volume de notícias.

Gráfico 5 – Pessoas nas notícias por sexo e tópico

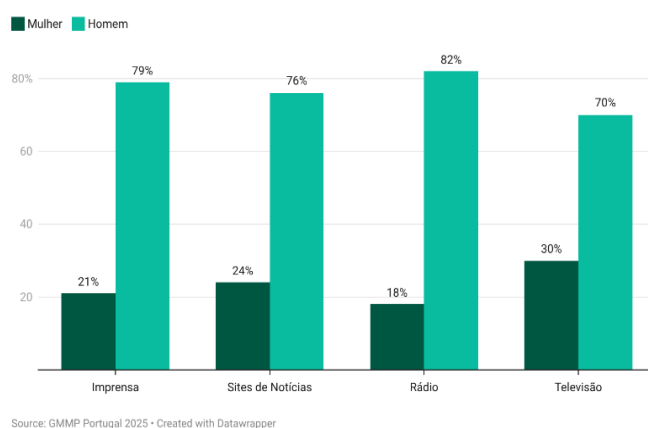


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- O padrão geral de masculinização das notícias também contrasta com os resultados de 2020. O aumento expressivo da presença masculina em domínios da agenda noticiosa, como “Ciência e Saúde” (de 68% para 72%), “Economia” (de 60% para 82%) e “Crime e Violência” (de 59% para 81%), traduz, em alguns casos, perdas superiores a vinte pontos percentuais na visibilidade feminina.

- A regressão mais acentuada observa-se no tópico “Social e Legal”: em 2020, este constituía o único domínio em que as mulheres detinham uma ligeira maioria (52%); em 2025, os homens passam a ocupar 71% do espaço noticioso, valor próximo do registado em 2010. Este recuo confirma que os ganhos observados em 2020 não se consolidaram como mudanças estruturais nas práticas editoriais.
- O “Desporto” confirma-se como a área da paisagem mediática portuguesa onde a desigualdade de género é mais saliente, com 90% de presença masculina. É também, de forma consistente, o domínio de maior exclusão feminina nos dados globais. Diferentemente, o tópico “Celebidades, Artes e Média” emerge em 2025 como a única área em que se observa uma distribuição paritária entre mulheres e homens (50/50). Em 2020, estes dois tópicos constituíam uma única categoria temática, que concentrava uma representação masculina extremamente elevada (89%). Em 2025, a desagregação destes domínios permitiu uma análise mais fina e diferenciada, evidenciando padrões de género contrastantes.
- A visibilidade das mulheres permanece concentrada em áreas editorialmente menos valorizadas, enquanto os tópicos de maior centralidade noticiosa continuam dominados pela presença masculina. Esta segmentação temática persistente da representação de género revela que a visibilidade das mulheres aumenta à medida que diminui o prestígio simbólico e a centralidade política dos temas abordados.
- A presença de mulheres como fontes de informação varia de acordo com o tipo de média, situando-se em qualquer caso abaixo da paridade. Este padrão encontra correspondência nos resultados globais do GMMP e revela uma persistente sub-representação das mulheres na qualidade de produtoras de sentido, provedoras de interpretação e vozes de autoridade.
- A televisão apresenta a proporção relativamente mais elevada de fontes femininas (30%), enquanto o digital (24%), a imprensa (21%) e sobretudo a rádio (18%) reproduzem de forma mais acentuada a predominância masculina como fonte de informação.

Gráfico 6 – Fontes de informação, por sexo e média



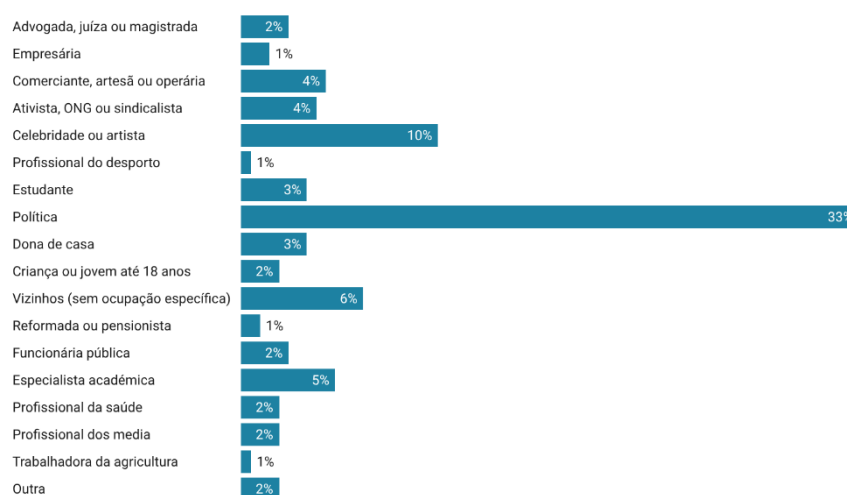
- A convergência entre o padrão nacional e o retrato global reforça a leitura de que a exclusão das mulheres dos espaços de autoridade discursiva constitui um fenómeno estrutural do jornalismo contemporâneo, persistindo independentemente do contexto mediático ou do grau de visibilidade feminina alcançado noutras dimensões da representação noticiosa.

- A distribuição das ocupações das fontes de informação femininas revela uma forte concentração em categorias associadas ao campo político e a posições de visibilidade pública, mas também um peso significativo de perfis pouco qualificados ou insuficientemente identificados. Como mostra o Gráfico 7, a categoria “Política” destaca-se de forma clara, representando cerca de um terço (33%) do total das fontes

femininas citadas, o que indica que a presença das mulheres enquanto fontes é mais frequente quando estas ocupam cargos políticos formais ou funções institucionais de representação.

- Seguem-se as categorias “Celebidades ou artistas” (aproximadamente 10%) e “Vizinhos sem ocupação específica” (cerca de 6%), que reforçam a tendência para uma maior visibilidade feminina em papéis associados à notoriedade mediática ou à experiência quotidiana, em detrimento de funções técnicas ou especializadas.
- As restantes categorias apresentam valores residuais, destacando-se a reduzida presença de mulheres enquanto especialistas académicas, profissionais especializadas, funcionárias públicas ou empresárias, bem como a sua quase inexistência em domínios como o desporto ou a agricultura.
- Este padrão confirma a persistência de uma segmentação de género na seleção de fontes, em que as mulheres tendem a ser convocadas sobretudo enquanto representantes políticas, figuras públicas ou cidadãs comuns, permanecendo sub-representadas em áreas tradicionalmente associadas à autoridade técnica, económica e científica.

Gráfico 7 – Ocupação das fontes de informação femininas

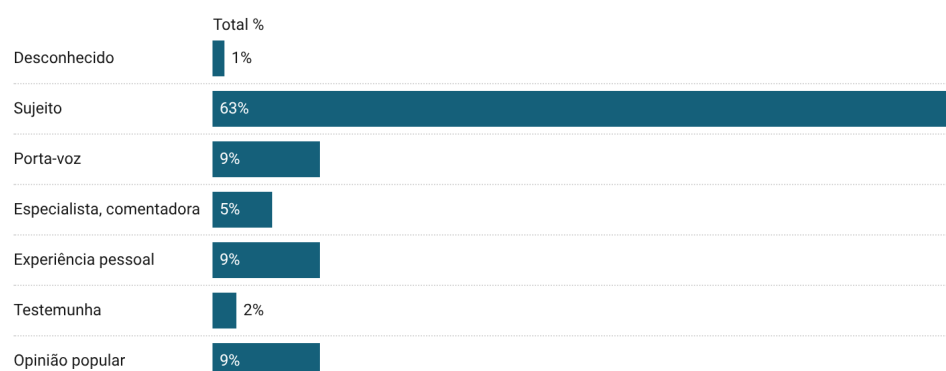


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- A análise dos papéis desempenhados pelas mulheres nas notícias revela uma predominância clara de posições passivas ou de enquadramento narrativo limitado, como evidenciado no Gráfico 8. No conjunto dos meios analisados, 63% das mulheres surgem na qualidade de sujeito da notícia, isto é, como figuras sobre as quais a notícia incide, mas sem que lhes seja necessariamente atribuída voz ativa.
- Este padrão é particularmente acentuado na rádio (95%) e na imprensa (78%), sugerindo uma forte tendência para a representação feminina enquanto objeto do discurso jornalístico, mais do que enquanto agente discursivo.
- Em contraste, os papéis que implicam maior autoridade simbólica e legitimidade discursiva apresentam uma expressão substancialmente mais reduzida. Apenas 9% das mulheres são enquadradas como porta-vozes e 5% como especialistas ou comentadoras, confirmando a persistente sub-representação feminina em funções associadas à produção de opinião qualificada, interpretação especializada ou

representação institucional. Este défice é particularmente evidente na rádio, onde não se registam mulheres nem como porta-vozes nem como especialistas, reforçando a masculinização deste meio.

Gráfico 8 – Função desempenhada por mulheres nas notícias

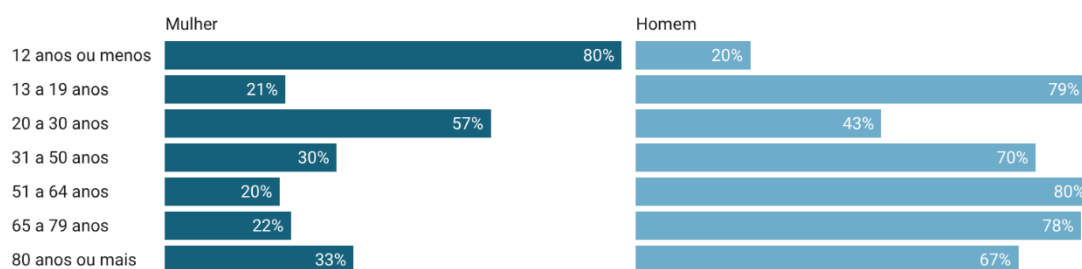


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Os dados mostram ainda que 9% das mulheres surgem associadas à experiência pessoal e outros 9% à opinião popular, categorias que, embora confirmem voz, tendem a enquadrar a participação feminina num registo subjetivo, emocional ou experiencial, mais visível sobretudo na televisão. Com efeito, este meio concentra 16% das mulheres enquanto fontes de experiência pessoal e 23% enquanto representantes da opinião popular, evidenciando uma lógica de valorização do testemunho individual e do comentário não especializado, em detrimento da autoridade técnica ou institucional.
- Estes resultados revelam uma hierarquia de papéis profundamente marcada pelo género, na qual as mulheres continuam a ser maioritariamente representadas como sujeitos narrativos ou portadoras de experiências individuais, permanecendo largamente excluídas dos lugares de porta-voz, especialista ou comentadora, padrão que converge com os resultados identificados pelo GMMP à escala global.
- A análise agregada da idade das pessoas presentes nas notícias de imprensa, televisão, rádio e sites de notícias em Portugal revela uma forte concentração da visibilidade mediática nas faixas etárias intermédias, acompanhada de uma sub-representação sistemática dos grupos mais jovens e mais idosos, bem como de uma desigualdade de género transversal às diferentes idades.
- Os dados evidenciam diferenças significativas entre mulheres e homens ao longo do ciclo etário, com uma redução progressiva da visibilidade feminina nos intervalos etários mais avançados, particularmente acentuada no meio televisivo. Os sites de notícias apresentam um perfil ligeiramente mais equilibrado, enquanto a imprensa tende a reproduzir padrões mais tradicionais de representação etária e de género. Estes resultados apontam para a intersecção entre género e idade como um eixo relevante de exclusão simbólica, sugerindo que a visibilidade mediática das mulheres permanece fortemente condicionada por normas estéticas e pelos efeitos sociais do envelhecimento.
- Este padrão nacional encontra correspondência direta nos resultados do GMMP à escala global, que igualmente identificam uma concentração dominante da visibilidade mediática feminina nas faixas etárias intermédias, entre os 20 e os 50 anos, em todos os tipos de média.

- Em Portugal, crianças, jovens e pessoas idosas permanecem estruturalmente sub-representados no noticiário global, surgindo sobretudo como sujeitos passivos das narrativas informativas. Apesar de variações entre meios – com a televisão a apresentar uma ligeiramente maior diversidade etária –, o quadro global confirma a persistência de uma hierarquia etária no acesso ao espaço público mediático, estreitamente articulada com relações de poder simbólico e institucional. Quando presentes, o universo infantil feminino é superior ao masculino e a população idosa presente nas notícias é maioritariamente composta por homens.

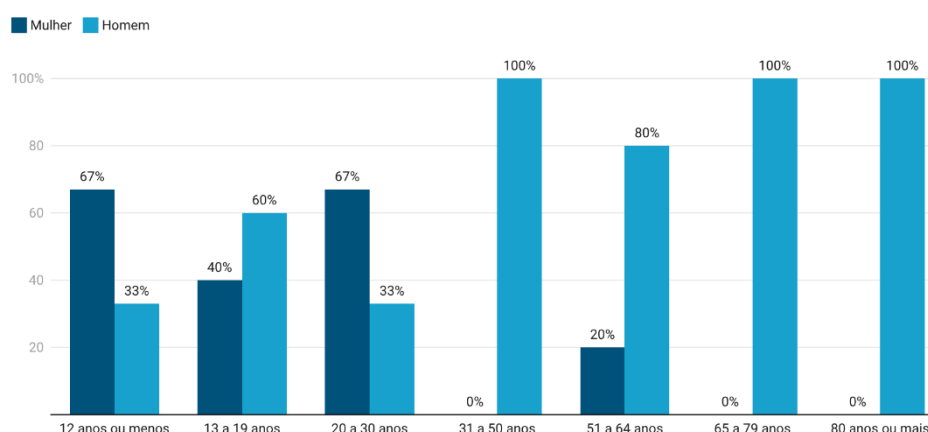
Gráfico 9 – Idade das pessoas nas notícias, por sexo



Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Na imprensa, observa-se um padrão particularmente restritivo em termos de diversidade etária e de género. As faixas etárias intermédias e mais velhas são quase exclusivamente masculinas. Entre os 31 e os 50 anos, a presença feminina é nula, tal como nos grupos dos 65 aos 79 anos e 80 anos ou mais, onde apenas surgem homens. As mulheres surgem sobretudo nos grupos etários mais jovens (até aos 30 anos), ainda que com números absolutos muito reduzidos. Este padrão confirma a imprensa como o meio mais conservador na reprodução de uma hierarquia etária e de género fortemente associada à autoridade masculina.

Gráfico 10 – Idade das pessoas nas notícias, por sexo, na imprensa

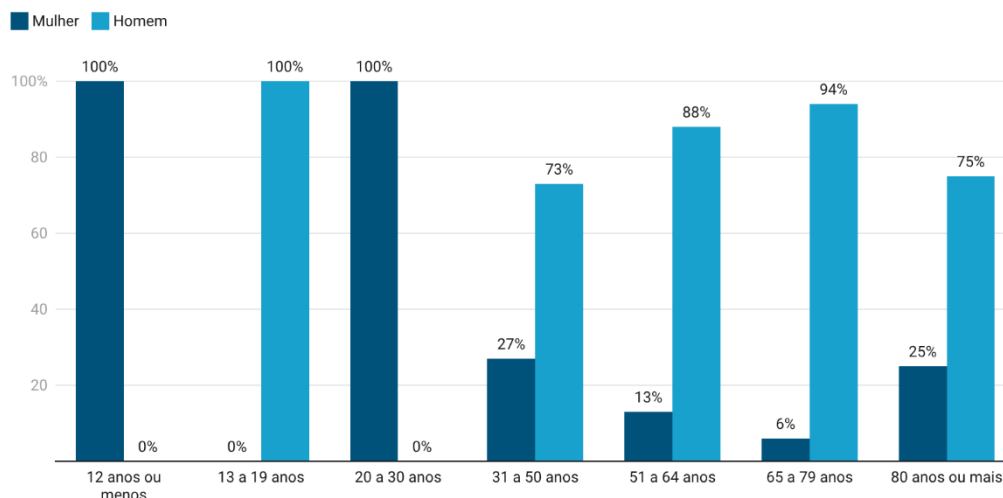


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Nos sites de notícias, embora o domínio masculino persista nas faixas etárias centrais, observa-se uma ligeira maior diversidade nos grupos mais jovens. Nos 20 aos 30 anos, as mulheres representam 100% das pessoas identificadas, ainda que num universo muito limitado. Contudo, a partir dos 31 anos, a desigualdade intensifica-se: apenas 27% de mulheres entre os 31 e os 50 anos, 13% entre os 51 e os 64 anos e valores residuais nas faixas etárias superiores. Este meio apresenta, assim, uma

abertura relativa à visibilidade feminina jovem, mas reproduz padrões tradicionais de exclusão nas idades associadas ao poder e à autoridade.

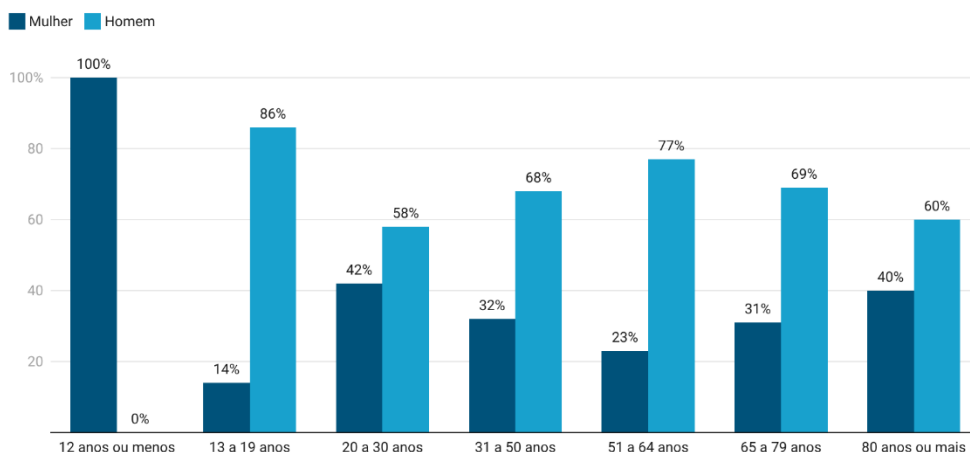
Gráfico 11 – Idade das pessoas nas notícias, por sexo, nos sites de notícias



Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- A televisão revela a maior diversidade etária e de género entre os meios analisados, embora continue a ser marcada por uma predominância masculina. Nas faixas etárias intermédias (31–50 e 51–64 anos), as mulheres representam 32% e 23%, respetivamente, valores superiores aos observados na imprensa e na internet. A televisão destaca-se igualmente por uma presença feminina relativamente mais elevada nos grupos etários mais velhos: 31% entre os 65 e os 79 anos e 40% nos 80 anos ou mais, ainda que os homens continuem a ser maioritários. Este padrão sugere que a televisão, enquanto meio mais narrativo e visual, incorpora uma maior pluralidade etária, sobretudo em notícias de carácter social e humano.

Gráfico 12 – Idade das pessoas nas notícias, por sexo, na televisão



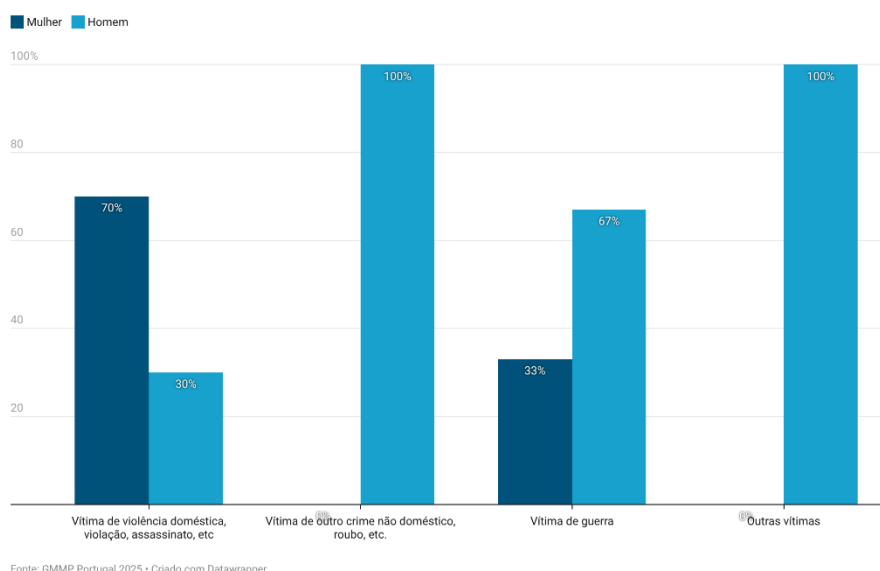
Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- No indicador relativo à representação de vítimas e sobreviventes, que permite mapear se as pessoas representadas nas notícias o são em alguma dessas condições, observa-se que o noticiário analisado em Portugal reforça uma divisão de género simbólica entre violência privada e violência pública, associando as mulheres à

vulnerabilidade e os homens à exposição ao risco em espaços de conflito e criminalidade, um padrão que reflete as tendências documentadas pelo GMMP global.

- As pessoas são codificadas como vítimas quando a narrativa enfatiza o dano sofrido, a violência ou a vulnerabilidade e como sobreviventes quando destaca a continuidade da vida, a resistência ou a superação após a experiência de violência ou perda. Maioritariamente, o noticiário não identifica as pessoas representadas.
- Quando essa identificação está presente, a categoria “Vítima de violência doméstica, violação, assassinato, etc.” é predominantemente feminina: 70% das pessoas representadas neste enquadramento são mulheres, face a 30% de homens, evidenciando a associação do universo feminino a narrativas de vitimação em contextos de violência interpessoal e doméstica.
- Em contraste, nas categorias “Vítima de outro crime não doméstico”, “Outras vítimas” e, em menor grau, “Vítima de guerra”, a representação é maioritariamente masculina. No caso dos crimes não domésticos e da categoria residual “Outras vítimas”, 100% das pessoas representadas são homens, enquanto nas notícias sobre guerra os homens representam 67% das vítimas.

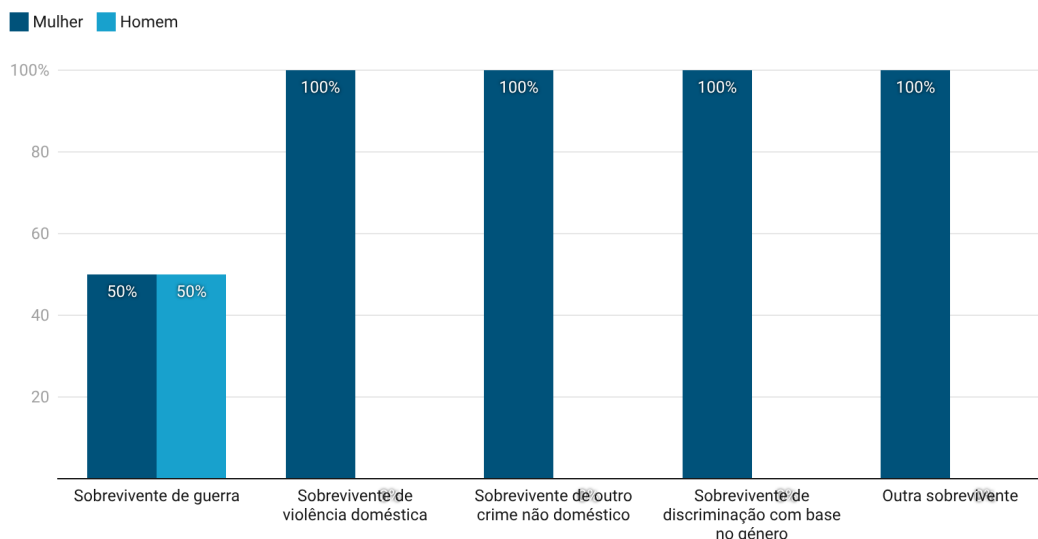
Gráfico 13 – Pessoas representadas como vítimas nas notícias, por sexo



- A análise da representação de sobreviventes nas notícias nacionais evidencia um padrão igualmente marcado por uma forte assimetria de género. Embora possa constituir um enquadramento potencialmente empoderador, a sua aplicação seletiva contribui para a limitação da diversidade de papéis atribuídos a mulheres e homens no discurso noticioso.
- Quando as notícias enquadram explicitamente pessoas como sobreviventes, estas são maioritariamente mulheres, particularmente nos contextos de violência interpessoal, criminalidade e discriminação baseada no género. As categorias “Sobrevivente de violência doméstica”, “Sobrevivente de outro crime não doméstico”, “Sobrevivente de discriminação com base no género” apresentam uma representação exclusivamente feminina. A condição de sobrevivência é atribuída às mulheres em narrativas que enfatizam a superação de experiências de violência, discriminação ou vulnerabilidade individual.

- A exceção verifica-se na categoria “Sobrevivente de guerra”, onde a representação é equilibrada (50% mulheres e 50% homens), o que reflete a natureza coletiva e indiscriminada da exposição ao conflito armado. Ainda assim, o número absoluto de casos é reduzido, limitando o seu impacto na leitura global do indicador.

Gráfico 14 – Pessoas representadas como sobreviventes nas notícias, por sexo



Source: GMMP Portugal 2025 • Created with Datawrapper

- No que respeita à referência a relações de parentesco na caracterização das pessoas nas notícias nacionais, os dados de 2025 indicam que 13% das mulheres representadas são descritas através da identificação de vínculos familiares (como mãe, esposa de, filha de, entre outros), prática que ocorre em apenas 3% quando as pessoas representadas são homens. Embora estes valores correspondam a um recuo de 6 pontos percentuais no caso das mulheres e de 1 ponto percentual no caso dos homens face à edição de 2020, continuam a evidenciar a persistência da associação das mulheres a papéis familiares, prática que se mantém transversal aos diferentes meios de comunicação analisados.
- A utilização do discurso direto é outro indicador utilizado para avaliar o grau de visibilidade e autoridade atribuídas às pessoas representadas nas notícias. Os dados nacionais mostram que, entre as fontes femininas, 58% são citadas diretamente, enquanto 42% são referidas de forma indireta. No caso das fontes masculinas, a proporção de citações diretas é inferior (44%), prevalecendo a referência indireta (56%).
- Este resultado sugere que, quando as mulheres são mobilizadas enquanto fontes, tendem a ter uma maior probabilidade relativa de serem citadas diretamente, o que lhes confere uma presença discursiva mais explícita. No entanto, esta leitura deve ser contextualizada à luz do desequilíbrio estrutural já identificado: os homens continuam a representar a maioria absoluta das fontes citadas, o que significa que, em termos absolutos, o discurso direto permanece largamente dominado por vozes masculinas.
- Outros indicadores correspondem às chamadas Questões Especiais, pensadas para permitir uma caracterização dos atores das notícias considerando as especificidades socioculturais dos países envolvidos no GMPP 2020. Os indicadores usados em Portugal baseiam-se na identificação de menções explícitas no texto ou elementos visuais que evidenciem: no caso da Questão 1, a representação da comunidade

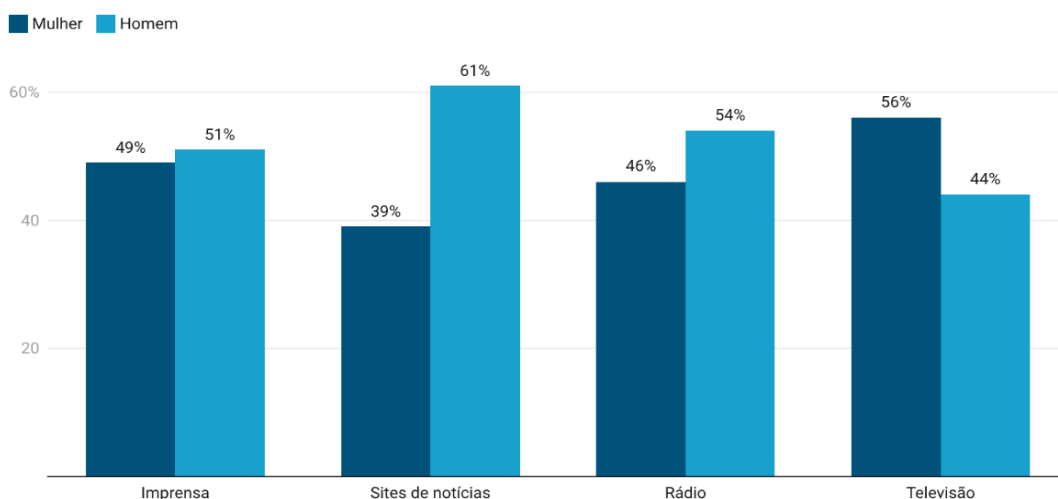
LGBTIQA+; no caso da Questão 2, a visibilidade das pessoas com deficiência/incapacidade; e, por fim, no caso da Questão 3, a expressão da condição de imigrante/refugiado.

- Relativamente à Questão 1, a análise revela a exclusão da representação noticiosa de pessoas LGBTQIAP+. Independentemente do meio de comunicação ou do tópico abordado, este grupo social permanece inteiramente invisível nos média portugueses, em 2025. Esta ausência põe a descoberto uma lacuna estrutural na diversidade das identidades de género e orientações sexuais representadas no espaço público mediático.
- No que respeita à Questão Especial 2, os dados evidenciam uma presença extremamente residual de pessoas com deficiência nos meios de comunicação analisados. Em toda a amostra, há apenas duas peças que as representam, ambas da imprensa: uma enquadrada no tópico “Celebridades, Artes e Média” e outra no domínio “Social e Legal”. Esta incidência marginal aponta para uma sub-representação significativa e invisibilidade estrutural das pessoas com deficiência na agenda noticiosa.
- Quanto à identificação de pessoas como imigrantes ou refugiadas, este marcador identitário tem uma presença extremamente residual na cobertura noticiosa. Em praticamente todos os meios e tópicos analisados, a condição de imigração ou de refugiado está ausente ou é assinalada apenas de forma pontual. Quando ocorre, a identificação de pessoas como imigrantes ou refugiadas concentra-se sobretudo nos tópicos “Política e Governo” e “Social e Legal”, domínios onde a temática da imigração tende a ser enquadrada enquanto questão institucional, legislativa ou administrativa. Ainda assim, a sua incidência é extremamente reduzida.
- De forma geral, as Questões Especiais revelam um panorama de sub-representação dos grupos sociais minoritários. Particularmente invisíveis são as pessoas da comunidade LGBTQIAP+ e as que possuem deficiências. A representação de imigrantes e refugiados centra-se substancialmente em contextos políticos e sociais, o que sugere a sua subordinação ao ciclo eleitoral de 2025.
- À semelhança do observado em Portugal, os dados globais indicam que pessoas migrantes e refugiadas permanecem largamente ausentes da agenda. Quando presentes, surgem predominantemente associadas a enquadramentos políticos, legais ou securitários.

JORNALISTAS E REPÓRTERES

- A análise do sexo das/os jornalistas a partir da identificação da autoria das notícias evidencia uma distribuição globalmente equilibrada, embora com variações relevantes entre meios de comunicação. No conjunto da amostra, observa-se uma ligeira predominância masculina (51% homens face a 49% mulheres), sugerindo um cenário de quase paridade, mas também uma inversão significativa de tendências relativamente a 2020.
- À escala global, as mulheres representam atualmente cerca de 40 a 45% das/os autoras/es identificadas/os nas notícias, com diferenças significativas entre meios, sendo a televisão o subsetor onde a presença feminina é mais expressiva. O caso português surge, neste contexto, relativamente alinhado ao padrão global. Em 2025, as mulheres constituem a maioria das/os jornalistas na televisão (56%), valor superior à média internacional, e estão próximas da paridade na imprensa (49%) e na rádio (46%). Em contrapartida, o digital revela uma tendência divergente, com uma predominância masculina mais acentuada (61% de homens), tal como documentado pelos resultados globais, que apontam para uma maior masculinização do jornalismo digital, em particular nos contextos informativos de ritmo acelerado e forte pressão produtiva.
- Em 2020, em Portugal, a presença feminina dominava em todos os meios, particularmente no digital, onde mais de dois terços da produção informativa era assinada por profissionais mulheres. Cinco anos depois, o cenário de recomposição das redações, que se reflete em praticamente todos os meios, coloca em relevo a fragilidade mais do que uma estabilização do processo de feminização.

Gráfico 15 – Distribuição de jornalistas/repórteres, por sexo e média



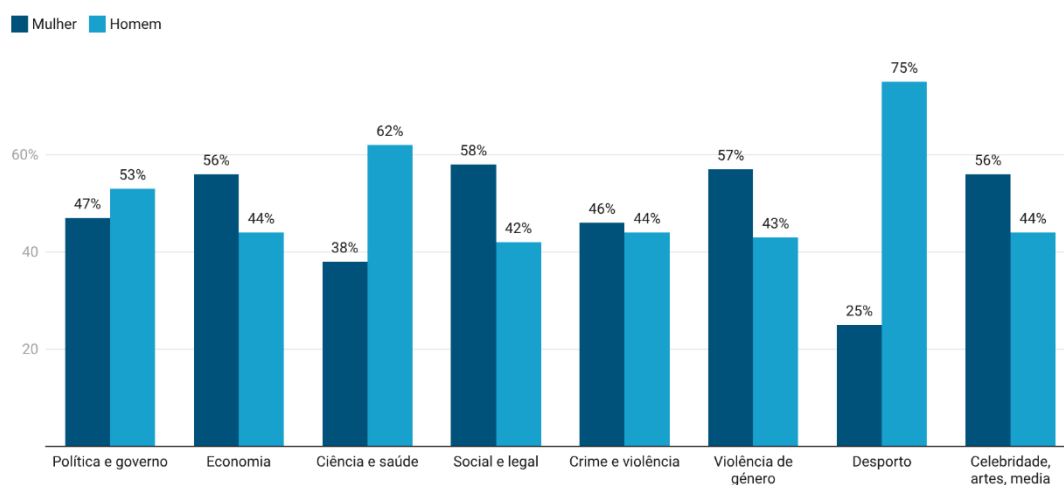
Source: GMMP Portugal 2025 • Created with Datawrapper

- A análise da presença de jornalistas/repórteres por sexo, desagregada por tópico noticioso, evidencia padrões diferenciados de especialização editorial, que revelam simultaneamente continuidades e recomposições nas dinâmicas de género do jornalismo português. Em 2025, as mulheres assumem uma posição maioritária na cobertura de “Economia” (56%), “Social e Legal” (58%), “Crime e Violência” (56%), “Celebidades, Artes e Média” (56%) e “Violência de Género” (57%), este último autonomizado enquanto cluster temático nesta edição do GMMP. Estes resultados

indicam uma presença feminina robusta em domínios centrais da agenda noticiosa, incluindo áreas tradicionalmente classificadas como “*hard news*”.

- Em contraste, os homens continuam a dominar de forma expressiva a cobertura de “Desporto” (75%), bem como a manter uma maioria na de “Ciência e Saúde” (62%) e “Política e Governo” (53%), este último, tópico que concentra o maior volume de notícias.
- Este padrão confirma a persistência de estereótipos de género na distribuição das editoriais – em particular a associação histórica entre masculinidade e desporto –, mas revela também que a presença feminina não se encontra circunscrita a temas culturalmente considerados *soft*.
- À escala global, o GMMP identifica tendências amplamente convergentes, com uma maior presença de mulheres repórteres em tópicos como “Social e Legal”, “Celebidades, Artes e Média” e “Violência de Género” e uma predominância masculina em “Desporto”, “Política e Governo” e “Ciência e Saúde”. O caso português distingue-se pela maior expressão feminina na cobertura económica e criminal, situando-se acima da média global nestes domínios. Esta especificidade sugere que, embora persistam padrões estruturais de género na atribuição temática do trabalho jornalístico, o contexto nacional apresenta sinais de reconfiguração parcial das fronteiras editoriais, ainda que tal evolução não se traduza necessariamente numa redistribuição equivalente do poder simbólico, da autoridade discursiva ou da visibilidade das fontes.

Gráfico 16 – Distribuição de jornalistas/repórteres, por sexo e tópico das notícias



Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- À escala global, o Relatório do GMMP 2025 evidencia que a distribuição de género nas funções jornalísticas visíveis continua a variar de forma significativa consoante o meio e o papel desempenhado. Em particular, o GMMP identifica a televisão como o subsetor onde as mulheres alcançam níveis mais elevados de presença enquanto apresentadoras/pivôs, tendência associada à centralidade da imagem, à personalização da informação e à valorização da performance comunicacional. O padrão observado em Portugal inscreve-se no quadro global: em 2025, as mulheres são maioritárias tanto na apresentação (56%) como na reportagem (55%) televisiva,

situando-se acima da média internacional e confirmando a televisão como o meio mais feminizado em termos de autoria visível.

- No caso da rádio, os resultados nacionais também convergem com o padrão global identificado pelo GMMP, que aponta para uma persistente predominância masculina nas funções de apresentação e locução, associadas a maior autoridade discursiva e controlo da agenda noticiosa. Em Portugal, os homens representam 54% dos/as apresentadores/as e locutores/as na rádio, enquanto as mulheres surgem em 46% dessas posições. Relativamente ao papel de repórter radiofónico, observa-se uma situação de paridade, tendência igualmente assinalada no relatório global. Isto significa que as mulheres têm vindo a ganhar terreno nas funções de recolha e produção noticiosa, sem que esse avanço se traduza plenamente no acesso às posições de maior visibilidade e centralidade simbólica.

Gráfico 17: Sexo dos/as apresentadores/as, locutores/as e pivôs, por meio



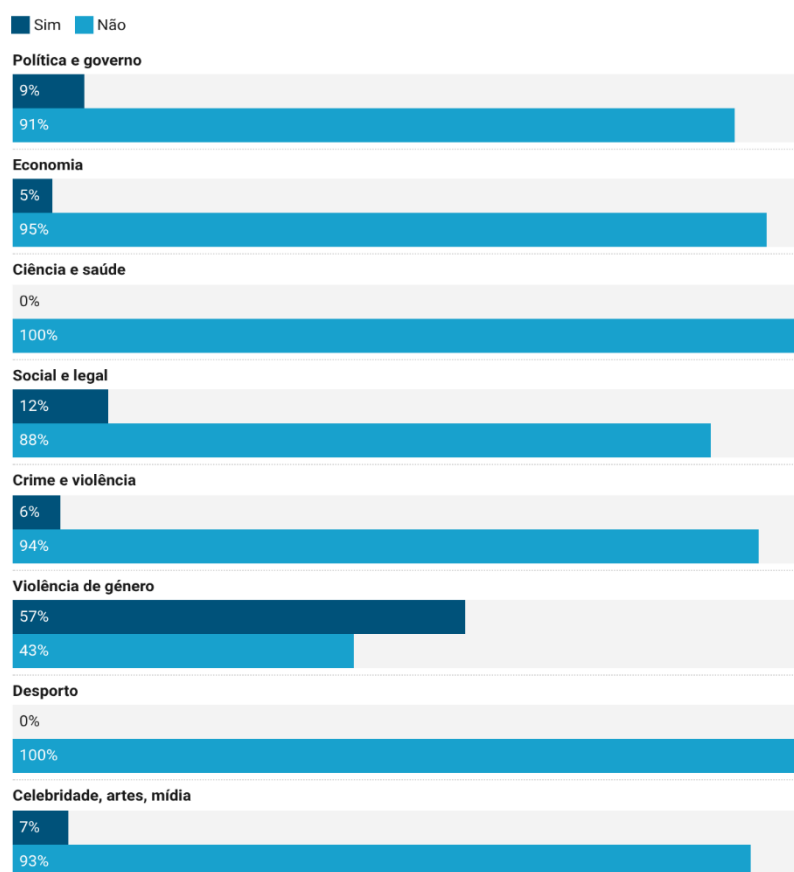
Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Em consonância com os resultados globais, os dados portugueses reforçam a conclusão de que a feminização do jornalismo, ainda que evidente em determinados meios e funções, permanece segmentada e funcionalmente diferenciada. A maior presença feminina em papéis visíveis não elimina as desigualdades estruturais na hierarquia editorial nem garante uma redistribuição igualitária do poder simbólico, sublinhando a necessidade de aprofundar as análises que articulem género, média e função jornalística.

PRÁTICA JORNALÍSTICA: CENTRALIDADE DAS MULHERES, ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO E ABORDAGENS BASEADAS EM DIREITOS

- A centralidade noticiosa das mulheres permanece estruturalmente condicionada pela tematização: as mulheres surgem como foco principal sobretudo quando o gênero é o próprio objeto da notícia, sendo menos visíveis como centrais em áreas incontestavelmente consideradas de interesse público. Esta segmentação temática da representação feminina constitui um dos traços mais persistentes identificados pelo GMMP ao longo das suas várias edições, padrão observado também na cobertura informativa em Portugal.
- A análise dos dados nacionais revela que as notícias centradas em mulheres ou em grupos de mulheres são globalmente residuais na maioria dos tópicos da agenda noticiosa. Como mostra o Gráfico 18, em áreas estruturantes do espaço público, como “Política e Governo” e “Economia”, apenas 9% e 5% das notícias, respetivamente, incidem especificamente sobre mulheres, refletindo uma divisão simbólica de temas por gênero e concepções enraizadas sobre o que é considerado “assunto de mulher”.

Gráfico 18 – Distribuição de notícias centradas em mulheres, por tópico

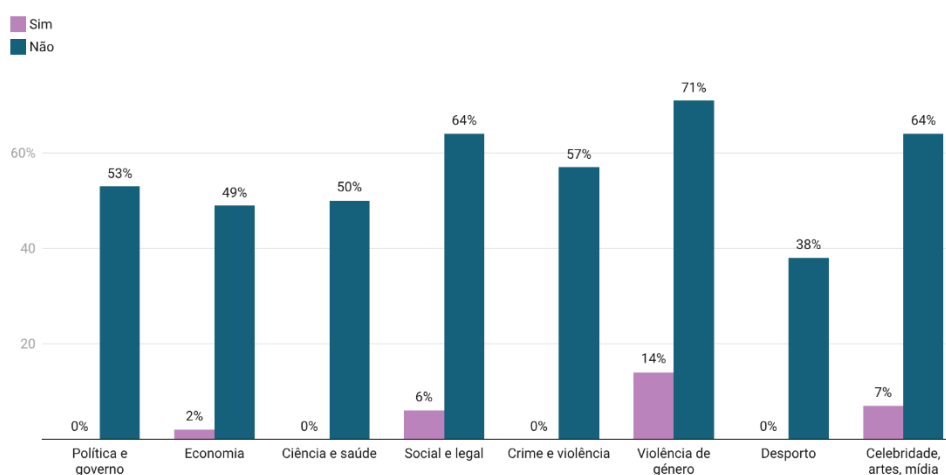


Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- Em “Crime e Violência”, apenas 6% das notícias incidem especificamente sobre mulheres. No tópico “Celebidades, Artes e Mídia”, somente 7% se centram em mulheres, contrariando a percepção de maior visibilidade feminina neste domínio. Já em tópicos “Ciência e Saúde” e “Desporto” a ausência de notícias centradas em mulheres é total.

- As notícias que incidem sobre mulheres têm uma expressão mais significativa (12%) no quadro da temática “Social e Legal”, onde a presença feminina é historicamente comum nas operações de monitorização.
- O tópico “Violência de Género” concentra a maioria das notícias que incidem especificamente sobre mulheres (57%), indicando que a centralidade da presença feminina aumenta no noticiário enquadrado pela perspetiva de género. O facto de 43% das notícias deste cluster não terem mulheres como foco central revela, em todo o caso, uma abordagem frequentemente institucional, legal ou estatística do fenómeno, que dilui a experiência feminina concreta em enquadramentos abstratos ou administrativos. Deve realçar-se, ainda, que o tópico é francamente marginal no conjunto da produção noticiosa, representando 2% do noticiário analisado.
- Em conjunto, estes dados evidenciam uma segmentação temática estrutural da representação das mulheres. A visibilidade mediática feminina é fortemente condicionada pela legitimação desigual das mulheres como sujeitos de interesse público. Por essa razão, fora dos tópicos explicitamente marcados pelo género, as mulheres continuam a ser tratadas como figuras periféricas, raramente reconhecidas como protagonistas legítimas das narrativas noticiosas centrais.
- As notícias que incorporam abordagens a direitos e desafiam estereótipos de género mantêm-se largamente residuais na cobertura mediática portuguesa. As notícias que questionam ativamente os papéis e representações tradicionais de género representam 1,6% do noticiário. Este valor, ligeiramente inferior aos 2% registados em 2020, evidencia uma situação de estagnação – e mesmo de ligeiro retrocesso – na incorporação de perspetivas críticas de género no jornalismo noticioso.
- Por tópico, os valores são particularmente baixos em “Economia” (2%), “Social e Legal” (6%) e “Celebidades, Artes e Média” (7%), confirmando que a desconstrução de papéis de género permanece excecional em temas com maior ou menor presença de mulheres. A categoria “Violência de Género” destaca-se mais uma vez, com 14% das notícias neste tópico a desafiarem estereótipos, ainda que este valor continue a representar uma minoria da cobertura numa temática que é marginal no conjunto da produção informativa.

Gráfico 19 – Distribuição de notícias que desafiam estereótipos de género, por tópico



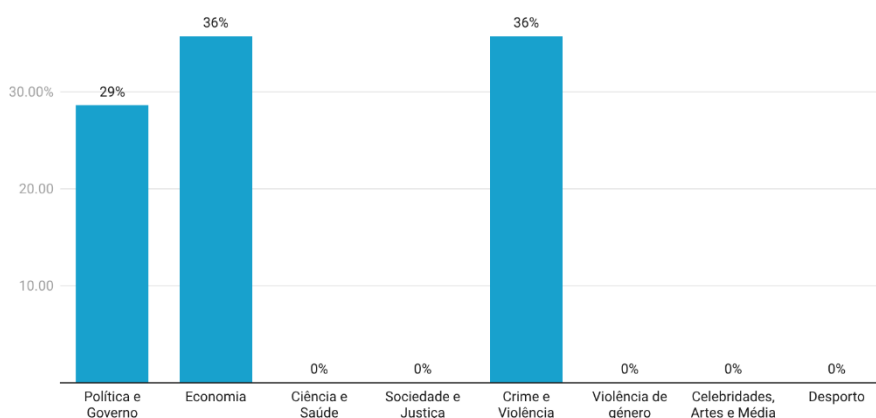
Fonte: GMMP Portugal 2025 - Criado com Datawrapper

- Este retrato reflete os resultados da monitorização global, que evidencia que, à escala internacional, apenas uma pequena fração das notícias questiona ativamente estereótipos de género, concentrando-se sobretudo em tópicos explicitamente marcados pelo género, como a violência baseada neste marcador identitário ou determinados enquadramentos sociais e legais. Tal como no caso português, o GMMP global sublinha que a maioria das narrativas noticiosas continua a reproduzir, de forma explícita ou implícita, papéis de género tradicionais, sobretudo nos domínios centrais do poder político, económico e científico.

UM DIA NA AGENDA DA LUSA

- Pela primeira vez, o noticiário de agência integra, como um estudo de caso exploratório, o trabalho realizado durante a operação de 2025. Esta iniciativa resultou de uma colaboração com a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., e com a respetiva Comissão para a Igualdade entre Mulheres e Homens e Não Discriminação, reconhecendo-se a centralidade da produção noticiosa de agência no ecossistema mediático contemporâneo.
- Após obter formação no domínio da metodologia do GMMP, uma equipa de profissionais da Lusa constituiu um *corpus* de análise a partir do noticiário da agência do dia 6 de maio de 2025 e aplicou um quadro analítico adaptado do protocolo de análise de sites de notícias. Embora limitado a 14 peças, valor fixado para a recolha de notícias em meios de comunicação online, esse *corpus* permitiu testar a aplicabilidade dos indicadores do GMMP ao noticiário de agência, produzir evidência exploratória relevante sobre padrões de representação de género e interrogar, de forma crítica, práticas editoriais de uma redação estruturalmente influente no ecossistema mediático nacional.
- A análise quantitativa que aqui se apresenta circunscreve-se aos principais indicadores de visibilidade do GMMP e incide sobre a tematização do noticiário e a representação de mulheres e homens.
- A pequena amostra de notícias estudadas evidencia uma cobertura fortemente concentrada em três grandes tópicos, como ilustra o Gráfico 20: “Economia” e “Crime e Violência”, ambos com 36%, e “Política e Governo”, com 29%. Em contraste, os tópicos “Ciência e Saúde”, “Violência de Género”, “Celebidades, Artes e Média” e “Desporto” não registaram qualquer ocorrência no *corpus* analisado.
- Esta distribuição temática revela uma priorização clara de assuntos ligados à política interna e externa, à conjuntura económica e a conflitos internacionais, que, em conjunto, constituem a quase totalidade da cobertura noticiosa da agência no dia da análise. No domínio de “Crime e Violência”, destacou-se de forma particular a cobertura da guerra no Médio Oriente, confirmando a centralidade deste conflito na agenda informativa da Lusa e o seu peso determinante na configuração temática das notícias publicadas.

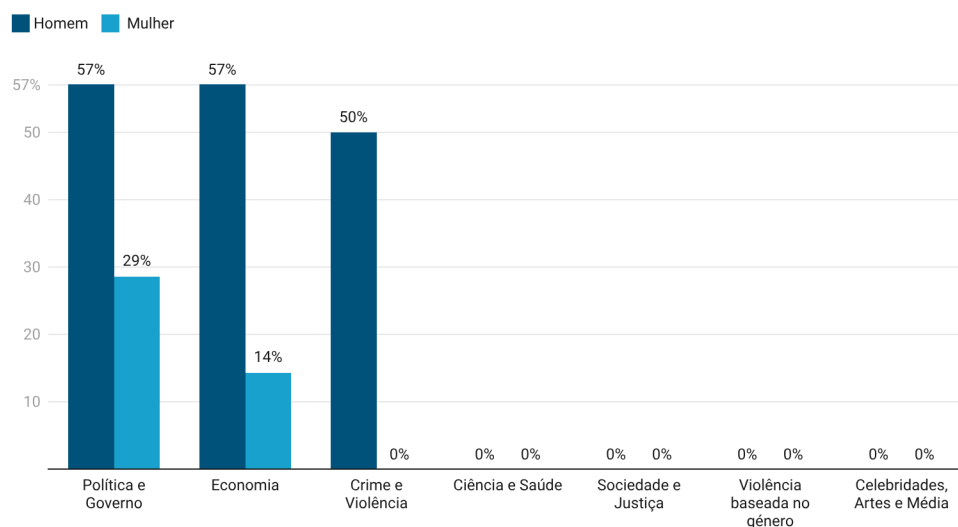
Gráfico 20 – Tópicos nas notícias da Lusa



Source: GMMP Portugal 2025 • Created with Datawrapper

- No que respeita à presença de pessoas nas notícias por sexo e tópico, a amostra analisada não só reflete como, em alguns aspetos, acentua o enviesamento de género identificado no panorama mediático português em 2025. Enquanto os resultados nacionais do GMMP apontam para uma presença feminina já reduzida – 24% das pessoas nas notícias, valor que representa um recuo face a 2020 –, os dados relativos à Lusa revelam uma desigualdade ainda mais pronunciada: 12% do total de pessoas representadas são mulheres.
- A disparidade torna-se particularmente evidente nos tópicos centrais do espaço público. Como mostra o Gráfico 21, em “Política e Governo”, a presença feminina na cobertura da Lusa atinge 29%; no domínio de “Economia”, a assimetria é ainda mais acentuada, com as mulheres a representarem apenas 14% das pessoas presentes, confirmando a masculinização da narrativa económica no noticiário.
- O tópico “Crime e Violência” é marcado pela total ausência de mulheres entre as pessoas mencionadas. Esta invisibilidade é particularmente relevante, na medida em que este domínio abrange, no período analisado, sobretudo a cobertura de conflitos armados e crimes de guerra – contextos em que as mulheres são não apenas vítimas diretas, mas também agentes humanitárias, ativistas, especialistas e responsáveis políticas. A exclusão sistemática da sua presença e voz na cobertura analisada traduz-se num silenciamento simbólico que empobrece a compreensão pública destes fenómenos.

Gráfico 21 – Pessoas nas notícias da Lusa, por sexo e tópico



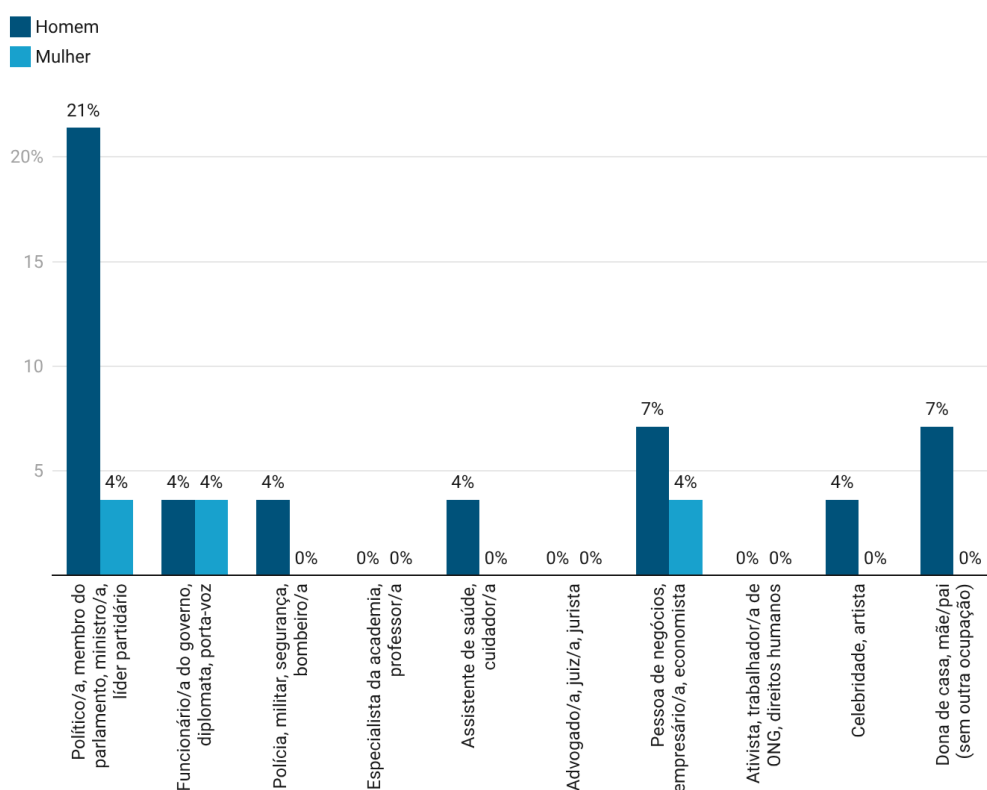
Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

- O facto de a agência noticiosa nacional – que funciona como fonte primária para um vasto conjunto de órgãos de comunicação social – reproduzir e amplificar enviesamentos de género sugere a natureza estrutural do problema. Ao serem disseminados por via do noticiário de agência, estes padrões tendem a propagar-se por todo o ecossistema informativo, contribuindo para a consolidação de práticas que condicionam o pluralismo.
- Este dado assume particular relevância quando se considera que a Lusa dispõe, em termos institucionais, de condições favoráveis à promoção da igualdade de género, incluindo uma Comissão para a Igualdade entre Mulheres e Homens, a existência de instrumentos internos de orientação e de um plano de ação para a igualdade, bem

como uma cultura organizacional genericamente sensibilizada para estas questões. Precisamente por isso, os resultados observados apontam para mecanismos mais profundos e enraizados de reprodução das desigualdades de género nas rotinas jornalísticas e nos critérios de noticiabilidade.

- A análise das ocupações das fontes reforça a invisibilidade feminina em esferas decisivas da vida pública. A política surge como o domínio mais masculinizado: 86% das menções a cargos políticos, parlamentares ou ministeriais são masculinas. Este desequilíbrio reflete-se diretamente no tópico "Política e Governo", onde, apesar de uma presença feminina relativa de 29%, a presença dos homens como fontes duplica a das mulheres. Tal significa que as fontes políticas privilegiadas pela Lusa são esmagadoramente masculinas, mesmo numa área marcada pela presença feminina, condicionando a agenda, as perspetivas apresentadas e a própria perceção de poder no espaço público.

Gráfico 22 – Ocupação das fontes de informação da Lusa, por sexo



Fonte: GMMP Portugal 2025 • Criado com Datawrapper

CASOS DE ESTUDO

O GMMP coloca em evidência que, apesar de avanços na visibilidade das mulheres ao longo das últimas décadas, os conteúdos noticiosos continuam, na sua maioria, a reproduzir enquadramentos convencionais e estereotipados de género. As notícias que desafiam ativamente papéis tradicionais, problematizam desigualdades estruturais ou incorporam uma perspetiva de género permanecem excecionais no conjunto da produção informativa global. Pelo contrário, persistem narrativas que naturalizam assimetrias de poder, reforçam hierarquias simbólicas e confinam mulheres e grupos marginalizados a papéis limitados, frequentemente associados à vitimização, à esfera privada ou a tópicos periféricos da agenda.

É neste contexto que o GMMP recorre à análise qualitativa de casos de estudo, selecionando notícias que ilustram tanto práticas jornalísticas sensíveis ao género como exemplos paradigmáticos da reprodução de estereótipos e de enquadramentos problemáticos. Estes casos permitem aprofundar a leitura dos dados quantitativos, evidenciando como as desigualdades de género se constroem discursivamente através da seleção de fontes, da linguagem utilizada, da atribuição de papéis sociais e da ausência de contextualização estrutural. Ao complementar a análise estatística, os estudos de caso contribuem para uma compreensão mais fina das rotinas editoriais e dos mecanismos simbólicos que sustentam a persistência das desigualdades de género no jornalismo contemporâneo.

O GMMP Portugal apresenta nesta secção quatro casos de estudo.

Caso 1: Estereótipo Evidente

Título: Musa inspira o herói dos leões e não esconde o orgulho

Medium: Imprensa, *Correio da Manhã*



Sumário: A notícia expressa no título a importância da relação amorosa do desportista Eduardo Quaresma, que marcou um golo nos descontos contra o Gil Vicente, garantindo uma vitória crucial para a sua equipa na luta pelo campeonato nacional. O foco central é precisamente a sua companheira, Filipa Gonçalves, que partilhou o seu orgulho pelo reconhecimento de Quaresma como "homem do jogo".

Análise: A notícia publicada na secção "Vidas" do *Correio da Manhã*, dedicada ao casal Filipa Gonçalves e Eduardo Quaresma, centra-se na relação amorosa da modelo com o jogador de futebol, com foco especial no papel da mulher enquanto "musa" e figura de apoio emocional ao atleta. Sob o título sensacionalista *"Musa inspira o herói dos leões e não esconde o orgulho"*, a narrativa reproduz um conjunto de estereótipos evidentes que contribuem para a manutenção de representações tradicionais e sexualizadas das mulheres, especialmente na esfera mediática do desporto e da fama.

O destaque visual é dado à figura de Filipa Gonçalves, fotografada com roupa justa e decotada, numa pose frontal e sexualizada, reforçando a sua exposição como objeto de desejo. A legenda sob a

imagem afirma que “Filipa Gonçalves não passa despercebida”, colocando a ênfase no seu corpo e aparência como elementos centrais da notícia. Esta escolha editorial ilustra práticas de sexualização feminina e de naturalização das mulheres como figuras decorativas e de suporte emocional, reforçando a ideia de um papel passivo e acessório face a protagonistas masculinos, neste caso, o futebolista.

A notícia descreve Filipa como “a beldade que tem conquistado atenções nas bancadas” e que “não esconde o orgulho no momento de emoção”. O texto reconduz o seu valor à função de “musa” inspiradora, ao estilo das representações clássicas de mulheres como musas dos heróis masculinos. A sua identidade enquanto mulher é moldada exclusivamente pelo olhar e percurso do companheiro, sendo ela um apêndice da narrativa desportiva masculina. A frase “não há uma explicação, é só emoção”, atribuída à própria Filipa, contribui para a construção de uma imagem emocional, irracional e simplista da sua presença pública, o que é um estereótipo recorrente na representação mediática das mulheres.

O contraste entre o destaque dado ao corpo feminino e a emoção do jogador (Eduardo Quaresma surge com a mão no peito, emocionado e a segurar a camisola) serve para reforçar uma ideia heteronormativa e tradicionalista da masculinidade e da feminilidade: o homem, herói forte, mas sensível; a mulher, bela e inspiradora. Esta romantização é sustentada por uma estética visual que sexualiza o corpo feminino e heroifica o masculino, num jogo simbólico que reitera desigualdades profundas de representação.

Esta peça revela um estereótipo evidente, reforçando de forma explícita e reiterada uma visão redutora e sexualizada da mulher, ao mesmo tempo que a representa como figura subordinada e sem agência própria. A sua presença é justificada unicamente pela ligação ao futebolista e pela sua capacidade de atrair atenção pelas suas curvas, numa lógica que perpetua os papéis de género mais conservadores e patriarcais.

Caso 2: Oportunidade perdida

Título: A coordenadora do BE afirmou que as trabalhadoras domésticas são as mulheres com mais mérito da economia portuguesa e são desprezadas pela direita. Declarações de Mariana Mortágua (BE).

Medium: Rádio, TSF

Sumário: Na campanha do Bloco de Esquerda em Lisboa, a coordenadora do partido, Mariana Mortágua, acompanhou trabalhadoras, desde a madrugada, juntamente com profissionais jornalistas. A notícia centra-se nesse acontecimento através de estratégias narrativas e discursivas que reproduzem representações homogeneizadoras.

Análise: A reportagem em análise, centrada nas mulheres empregadas em setores altamente precarizados em Portugal, particularmente nas limpezas e noutras atividades de natureza doméstica, contribui para a sua revitimização ao recorrer a representações homogeneizadoras. Esta estratégia discursiva, amplamente documentada na literatura sobre minorias sociais (cf. Cabecinhas, 2002), evidencia um processo de desindividualização que reduz estas mulheres à condição de meras representantes de uma categoria social. Tal enquadramento assenta num processamento cognitivo automatizado, sustentado por estereótipos sociais de género, raça/etnia e classe, que simultaneamente amplifica a sua visibilidade enquanto grupo e apaga as suas singularidades, produzindo um efeito de invisibilização social.

Cumprе salientar que a reportagem adota uma perspetiva alinhada com a denominada “narrativa das coitadinhas” (Silveirinha, 2004), que enfatiza a vulnerabilidade destas mulheres

e secundariza a sua agência, capacidade de resistência e potenciais estratégias de desconstrução de estereótipos tradicionais de género. Ao privilegiar uma representação paternalista, o discurso mediático reforça a assimetria simbólica que historicamente tem marcado este grupo social. Consequentemente, perde-se a oportunidade de problematizar questões de saúde mental que incidem sobre trabalhadoras inseridas num setor estruturalmente desvalorizado (Ferreira & Santos, 2022), aspeto fulcral para compreender a complexidade das suas trajetórias de vida.

A menção às declarações da líder do Bloco de Esquerda, que invocam o princípio da meritocracia, constitui outro momento desaproveitado pela reportagem. A ausência de uma análise crítica das contradições inerentes a esse discurso fragiliza o potencial explicativo da peça e impede uma reflexão mais aprofundada sobre os enquadramentos ideológicos que moldam as condições de precariedade laboral. Trata-se, portanto, de várias oportunidades perdidas.

Adicionalmente, a reportagem não opera qualquer movimento de desconstrução dos estereótipos de género, raça/etnia e classe que incidem sobre este setor profissional. Ao não reconhecer a heterogeneidade existente entre estas trabalhadoras, falha em evidenciar que, apesar de todas enfrentarem condições de precariedade, determinadas subcategorias encontram-se expostas a níveis acrescidos de vulnerabilidade social — tal como ilustrado em estudos sobre o setor das limpezas em Portugal, nomeadamente o de Santos e colaboradoras (2022). A ausência desta diferenciação contribui para a reprodução de um imaginário monolítico e, consequentemente, para a manutenção das hierarquias simbólicas que estruturam o campo social.

Caso 3: Oportunidade perdida

Título: Bebé milagre - “Disseram: vai ficar um vegetal”

Medium: Televisão, CMTV

Sumário: A peça consiste num resumo de uma reportagem do serviço de programas televisivo CMTV



(“Investigação CM”) sobre um alegado caso de negligência médica num parto, na Maternidade Alfredo da Costa, em Lisboa, em 2018, cujas circunstâncias terão provocado lesões graves numa bebé. Neste trabalho jornalístico são apresentados os relatos da mãe, Ana, e da sua advogada, que fala em “apurar responsabilidades”.

Análise: A narração da peça afasta-se de um registo racional, sendo pontuada, ao invés, por abundantes elementos

discursivos emocionais. Na introdução da peça, o pivô enfatiza: “Uma mãe entrou na maternidade Alfredo da Costa cheia de sonhos, mas saiu com o coração desfeito”. O mesmo estilo emocional caracteriza a entrada da peça, em que se exibem sucessivas imagens de uma mulher grávida, de um bebé e de uma mulher que chora.

Em *voice over* é afirmado: “O dia mais feliz do dia de um pai e de uma mãe. O nascimento de um filho. O momento em que se ouve pela primeira vez o choro de uma pequena vida que acaba de chegar ao mundo. Um bebê. Frágil, inocente, mas ao mesmo tempo forte o suficiente para conseguir mudar o mundo de uma mãe para sempre. Um dia que ninguém quer esquecer. Um marco. Um recomeço.” O caso que a seguir é relatado contrasta com aquela idealização: o dia do nascimento de Carolina marca, antes, “a interrupção de sonhos que ficaram por cumprir”.

É após esta introdução que são inseridas as declarações da mãe, Ana, que reproduz pelas suas palavras a abordagem da equipa médica: “‘Você está a ser egoísta. Quer que a sua filha fique um vegetal?’” A mãe emociona-se e chora.

Na parte final da peça, em vivo, uma jornalista descreve a gravidez como “tranquila, sem sobressaltos”. O relato da profissional recorre a várias expressões emocionais. Refere que “foi o momento do parto que lhe provocou (mãe) a maior rasteira da vida. Viu a pequena Carolina a lutar pela vida desde o primeiro segundo. A Ana, foi-lhe dito que o melhor seria desistir da filha, mas Ana sempre recusou esse cenário, e Carolina é hoje uma verdadeira bebé milagre. Lutou e venceu contra todas as probabilidades, todas as forças, todo o amor e toda a coragem que só os milagres podem ter”.

Não são suficientemente clarificadas as circunstâncias médicas e técnicas do parto. O foco é colocado na idealização do dia do nascimento de um filho (“um marco”, “um recomeço”) e da figura da mãe (os seus sonhos foram interrompidos, desfeitos, mas não desiste da filha). A própria evolução da criança é colocada num plano divino e não na intervenção humana. Ela é um “milagre” alimentado de “forças”, “coragem”, “amor”.

A peça em causa constitui uma oportunidade perdida de abordar a questão da violência obstétrica. Adicionalmente, ao expressar uma idealização da maternidade, perpetua papéis tradicionais de género, em particular associando as mulheres aos cuidados das crianças na esfera familiar, e contribui em potência para a reprodução de desigualdades baseadas no género.



Caso 4: Sensível a questões de género

Título: Braga abre o palco a teatro feminista entre os Balcãs, Portugal e França

Medium: Imprensa, *Público*

Sumário: A notícia relata a atuação de uma companhia de teatro feminista que está a promover um projeto internacional de reflexão sobre igualdade de género, envolvendo Portugal, França, Montenegro e Bósnia-Herzegovina. O grupo adapta as suas performances e atividades às realidades específicas de cada país, selecionando temas e obras teatrais que dialogam com os contextos sociais locais.

Análise: A notícia publicada pelo jornal *Público*, sob o título “Braga abre o palco a teatro feminista entre os Balcãs, Portugal e França”, divulga o projeto europeu Sexual Theatre – Feminist Readings of Classics, que propõe releituras feministas de peças clássicas do teatro europeu em quatro países:

Portugal, França, Sérvia e Bósnia. O artigo destaca a realização de espetáculos gratuitos em Braga, onde diferentes companhias e criadores revisitam figuras como Antígona, Maria da Fonte ou personagens de epopeias balcânicas, à luz das opressões de género e da crítica feminista.

O título é claro ao situar o evento como uma proposta de teatro feminista e ao destacar a sua dimensão transnacional, sugerindo uma ligação entre realidades culturais distintas, mas unidas pela mesma vontade de desconstruir narrativas patriarcais. O subtítulo reforça esta perspetiva, apresentando as peças como “leituras feministas de clássicos”, o que confere ao evento um posicionamento político explícito. O conteúdo do artigo é coerente com esta linha editorial, dando destaque à diversidade de vozes femininas, *queer* e dissidentes envolvidas nas criações teatrais.

Ainda que o artigo do *Público* opte por uma descrição neutra e factual, sem aprofundar os contextos históricos ou debates feministas mais alargados, a escolha de dar visibilidade a esta iniciativa já revela uma intencionalidade editorial de promoção da igualdade de género. O jornal não recorre a linguagem sexista, não reforça estereótipos e adota uma postura respeitosa perante os temas abordados, centrando o foco nas criações artísticas e nos seus significados políticos.

Esta peça é sensível às questões de género, porque a temática, o ângulo da cobertura e a terminologia adotada demonstram um alinhamento com os valores da igualdade, da diversidade e da justiça social. Não se identificam estereótipos, nem explícitos nem implícitos, e a peça é construída com base na valorização de discursos feministas, contribuindo para a sua legitimidade no espaço público. No entanto, a peça poderia beneficiar de uma maior densidade crítica. Esta ausência de aprofundamento não compromete a sensibilidade de género da peça nem é uma oportunidade desperdiçada, mas limita o seu potencial como ferramenta de literacia crítica.

SUMÁRIO E CONCLUSÕES

- Em três décadas de monitorização, o GMMP tem registado progressos assinaláveis. As mulheres são mais visíveis no discurso noticioso, surgem com maior frequência enquanto jornalistas e estão mais presentes em áreas centrais da cobertura informativa. Por outro lado, os resultados evidenciam a persistência de défices estruturais: as mulheres continuam sub-representadas, em particular como especialistas e fontes com autoridade, e os conteúdos noticiosos raramente problematizam de forma consistente as desigualdades de género. O abrandamento do ritmo de mudança constitui, em si mesmo, um sinal de alerta, demonstrando que a retórica da igualdade e as boas intenções não são suficientes para produzir transformações duradouras.
- Os resultados do GMMP Portugal evidenciam igualmente que, apesar de avanços pontuais, a igualdade de género nos média noticiosos permanece limitada por desigualdades estruturais persistentes, sinais de regressão na representação feminina e uma fraca incorporação de perspetivas críticas de género nas práticas editoriais.
- Apesar do aumento da presença feminina nas redações, as mulheres permanecem menos visíveis nas notícias, particularmente em domínios societários centrais, sugerindo uma clara dissociação entre a composição de género da profissão e as lógicas de representação no discurso noticioso. As mulheres permanecem sub-representadas enquanto produtoras de sentido, provedoras de interpretação e vozes de autoridade, afetando negativamente o pluralismo e a diversidade no espaço público.
- A persistência de desigualdade, na dimensão nacional e global, reforça a importância do GMMP como instrumento de monitorização crítica, de produção de evidência comparável e de suporte à definição de políticas orientadas para uma transformação efetiva das práticas jornalísticas e das representações que sustentam imaginários sociais e culturais limitados e contingentes.
- A evidência produzida pelo GMMP 2025 demonstra que o tempo, por si só, não garante progresso. A promoção da igualdade de género nos média exige ação deliberada, sustentada e multissetorial, que vá além da sensibilização e incida diretamente sobre as práticas editoriais quotidianas e as estruturas mais amplas de poder simbólico na sociedade.
- Três décadas depois de Pequim, o GMMP coloca em relevo a premência de uma mobilização concertada de atores públicos e privados no apoio ativo e sustentado a um jornalismo eticamente responsável, capaz de promover práticas editoriais socialmente responsáveis, num contexto marcado por múltiplas e profundas crises.

RECOMENDAÇÕES E PLANO DE AÇÃO 2026-2030

O presente plano de ação responde ao diagnóstico do GMMP 2025 através de um programa multissetorial, estruturado em diferentes eixos de intervenção, que promove a responsabilização de múltiplos atores e mobiliza indicadores de acompanhamento provenientes do GMMP, centrados na visibilidade, na autoridade discursiva e na diversidade.

Os seus objetivos estratégicos são:

- Reforçar a representação equilibrada de mulheres e homens na produção informativa e na tomada de decisão editorial.
- Fomentar a paridade nas representações de género, incluindo nos domínios centrais do poder político, económico e científico.
- Promover a paridade na representação da autoridade discursiva, aumentando a presença de mulheres enquanto fontes especializadas e porta-vozes.
- Combater estereótipos de género e incentivar abordagens jornalísticas que questionem desigualdades estruturais.
- Integrar uma perspetiva interseccional, assegurando maior visibilidade de grupos sistematicamente invisibilizados.
- Passar da igualdade formal à igualdade de facto, garantindo que instrumentos normativos se traduzem em práticas editoriais efetivas.

Eixo 1 — Liderança e governação editorial

Promover uma distribuição de género equilibrada nas funções de direção, edição, coordenação e chefia das redações e assegurar rotinas de produção socialmente comprometidas, que garantam representações inclusivas e não estereotipadas.

Eixo 2 — Formação profissional

Reforçar a capacitação contínua de jornalistas e chefias em igualdade de género, ética e interseccionalidade, integrando estes conteúdos na formação inicial e contínua e contemplando, de forma específica, conhecimento adaptado às especificidades das redações dos diferentes subsectores.

Eixo 3 — Autorregulação e cultura organizacional

Criar e consolidar mecanismos internos de autorregulação, tais como planos de ação com metas mensuráveis, comissões para a igualdade e uso sistemático de indicadores de diversidade editorial.

Eixo 4 — Monitorização e transparência

Garantir a continuidade da monitorização longitudinal, através da participação no GMMP e de estudos intermédios nacionais, promovendo simultaneamente a divulgação pública de dados e relatórios de diversidade por parte dos grupos mediáticos.

Eixo 5 — Políticas públicas e regulação

Integrar de forma efetiva a igualdade de género nos média nas políticas públicas, reforçando o papel orientador das entidades reguladoras e apoiando iniciativas de literacia mediática com enfoque no género.

Eixo 6 — Investigação e sociedade civil

Estimular a cooperação entre academia, média e sociedade civil, apoiando investigação aplicada sobre género e comunicação e promovendo a disseminação de boas práticas identificadas a nível nacional e internacional.

REFERÊNCIAS

- Alcantara, J., Simões, R. B., & Carona, L. (2024). Experiências de abuso online de mulheres jornalistas e os riscos para o livre exercício da profissão. In Simões, R. B. (Coord.), *Gênero, violência e ódio online: conceitos e representações* (pp. 199-220). Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-2334-4>
- APCT (2025). *Números da circulação total impressa e da circulação total digital*. <https://www.apct.pt/analise-simples>
- Carona, L., & Simões, R. B. (2025). Hegemonia masculina, miopia de género e “tetos de vidro”: Perceções de profissionais de jornais centenários sobre o processo de feminização da imprensa regional. *Observatorio (OBS*)*, 19(2), 59-75. <https://doi.org/10.15847/obsOBS19220252604>
- Carvalho, B., & Cunha, M. J. (2025). Transições e resistências de género no espaço de opinião: temáticas e perceções de mulheres colunistas dos jornais Expresso e Público. *ex æquo*, 51, 135–153. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2025.51.09>
- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. (2026). *Estatísticas de titulares de carteira profissional de jornalista* [Base de dados]. CCPJ. <https://ccpj.pt/pt/estatisticas/mapas/3>
- EIGE (2025). *Gender Equality Index 2025: Sharper data for a changing world*. European Institute for Gender Equality. <https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/gender-equality-index-2025-sharper-data-changing-world>
- ERC (2026). Listagem de Registos- Publicações Periódicas. [https://www.erc.pt/pt/registo-de-ocs/listagem-de-registos-#:~:text=A%20informa%C3%A7%C3%A3o%20constante%20da%20listagem%20de%20registos,estrangeiro%2C%20sem%20sede%20em%20Portugal%20\(CEP%20\)](https://www.erc.pt/pt/registo-de-ocs/listagem-de-registos-#:~:text=A%20informa%C3%A7%C3%A3o%20constante%20da%20listagem%20de%20registos,estrangeiro%2C%20sem%20sede%20em%20Portugal%20(CEP%20))
- Gallagher, M. (2014). Reframing Communication Rights: Why Gender Matters. In C. Padovani, & A. Calabrese (Eds.), *Communication Rights and Social Justice: Historical accounts of transnational mobilizations* (pp. 234–248). Palgrave Macmillan.
- Kosterich, A. (2020). *Data-Driven Storytelling*. Routledge.
- Lopes, F. (2008). *A TV do real. A televisão e o espaço público*. Minerva
- Macharia, S. (2023). Building the evidence for feminist advocacy and awareness-raising: The Global Media Monitoring Project. In C. Gallagher, & A. V. Montiel (Eds.), *The Handbook of Gender, Communication, and Women's Human Rights* (pp. 361-375). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119800729.ch23>
- Monteiro, R., & Ferreira, V. (2016). Women's movements and the State in Portugal: A State feminism approach. *Sociedade e Estado*, 31(2), 459–486. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922016000200008>
- ONU (1995). Beijing Declaration and Platform for Action. A/CONF.177/20/Rev.1 – Declaração e Plataforma de Ação de Pequim, adotada pela IV Conferência Mundial sobre a Mulher, Beijing, China, 4–15 de setembro de 1995. Disponível no acervo da ONU.
- RTP (2025). *Plano de Atividades 2025*. <https://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/4d6/4d68af2f2bd1dffa6584548964f95ca61.pdf>
- Santos, A., Cerqueira, C., & Cabecinhas, R. (2018). “Challenging it softly”: a feminist inquiry into gender in the news media context. *Feminist Media Studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1465445>
- Santos, S. C. (2013). Da Rádio Estatal ao Modelo Integrado – Compreender o Serviço Público de Radiodifusão em Portugal. Imprensa da Universidade De Coimbra.
- Simões, R. B., Alcantara, J., & Carona, L. (2021b). Online abuse against female journalists: a scoping review. In F. J. Martínez-Cano, N. Cuenca Orellana, & M. P. Rodríguez Pérez (Eds.), *Aproximaciones poliédricas a la diversidad de género. Comunicación, educación, historia y sexualidades* (pp. 357-369). Fragua. https://eg-fr.uc.pt/bitstream/10316/95747/1/Online_abuse_against_female_journalists_A_scoping_review.pdf

- Simões, R. B., Amaral, I., & Santos, S. (2021a). Gender and journalism education: undergraduate students responses to the Global Media Monitoring Project. *Proceedings of INTED2021 Conference*, pp. 6095-6099.
<http://dx.doi.org/10.21125/inted.2021.1224>
- Sobral, F. A. (2016). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium - Journal of Education, Technologies, and Health*, (42), 143–159. <https://revistas.rcaap.pt/millenium/article/view/8199>
- Subtil, F., & Silveirinha, M. J. (2017). Planos de igualdade de género nos media: para uma (re)consideração do caso português. *Media & Jornalismo*, 17(30), 43-61.
https://doi.org/10.14195/2183-5462_30_3
- Subtil, F., & Silveirinha, M. J. (2021). Profissionalização e desprofissionalização das jornalistas em Portugal: Uma revisitação em tempos de pandemia. In J. N. Matos, F. Subtil, & C. Baptista (Eds.), *Os Três D dos Media: Desigualdade, desprofissionalização e Desinformação* (pp. 65-79). Outro Modo.
- Tengarrinha, J. (1989). *História da imprensa periódica portuguesa* (2.^a ed.). Caminho.
- Vasconcelos, A., Paisana, M., Couraceiro, P., Pais, P.C., Cardoso, G., & Baldi, V. (2025). Anuário da Comunicação 2025. OberCom – Observatório da Comunicação.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.17018886>
- WEF. (2025). *Global Gender Gap Report 2025*. World Economic Forum.
<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2025>

Anexo 1. Metodologia

Ao longo de um ciclo completo de 24 horas, milhares de voluntárias/os, desde o Pacífico até ao Caribe, monitorizaram meios de comunicação noticiosos, acrescentando as vozes dos seus países a esta importante verificação da representação de género nos média. A sétima edição do GMMP foi marcada por diversos marcos inéditos, evidenciando os aperfeiçoamentos introduzidos nesta investigação ao longo dos anos. Pela primeira vez na história do GMMP, em 2025 toda a recolha de dados foi realizada eletronicamente, sem utilização de formulários manuscritos; as grelhas de codificação foram submetidas à equipa técnica diretamente na plataforma ou através da versão em folha de cálculo do modelo de codificação já familiar. Esta também foi a primeira edição em que a maioria da recolha dos dados online foi conduzida por equipas nacionais, responsáveis por mais de 12.000 entradas. Outra novidade foi a proeminência das notícias provenientes de plataformas informativas online, que ultrapassaram as entradas de rádio tanto a nível global como em seis das oito regiões, refletindo a contínua transição para fontes de notícias digitais.

Apesar destas evoluções, a metodologia fundamental do GMMP manteve-se consistente ao longo das décadas, preservando a comparabilidade dos resultados entre as operações de monitorização.

Como decorreu a monitorização

O dia de monitorização do GMMP reuniu uma vasta rede global de pessoas voluntárias comprometidas em responder à pergunta: como o género é retratado num dia comum de notícias? As redes nacionais do GMMP, que incluem desde equipas de investigação em universidades a organizações de defesa dos média, trouxeram consigo um profundo conhecimento dos ecossistemas mediáticos locais, assegurando que os dados recolhidos fossem contextualizados e captassem com precisão as nuances da cobertura noticiosa em diferentes partes do mundo. Em algumas regiões, a colaboração ultrapassou fronteiras; equipas na América Latina e na Ásia apoiaram países vizinhos com a introdução de dados, garantindo que o conhecimento e o esforço fossem partilhados onde houvesse maior necessidade.

Na preparação para o dia de monitorização, a equipa da WACC e as coordenações regionais realizaram várias sessões de formação sobre a metodologia do GMMP. As equipas nacionais receberam formação de atualização acerca da metodologia de amostragem e os procedimentos de monitorização, juntamente com uma introdução às categorias temáticas atualizadas. As equipas puderam escolher entre duas modalidades de monitorização: a monitorização completa, que oferece uma visão detalhada da representação de género nos meios de comunicação social, ou a monitorização resumida, que recolhe apenas os indicadores principais do GMMP.

As sessões de formação abordaram ainda o uso da plataforma personalizada de recolha de dados do GMMP – utilizada desde 2015. Disponível em inglês, francês e espanhol, a plataforma funciona como sistema central de consolidação das respostas das equipas nacionais após o dia de monitorização. No próprio dia de monitoramento, as equipas realizam a recolha inicial dos dados offline, dado que a discussão e a reflexão são partes fundamentais do próprio processo de monitorização. Estas sessões colaborativas permitem que as equipas revejam resultados, comparem interpretações e assegurem a consistência. Para garantir precisão, os noticiários de rádio e televisão foram gravados e cópias dos conteúdos digitais e impressos foram recolhidas para referência.

As questões do GMMP capturam dados quantitativos sobre quatro dimensões principais de cada peça noticiosa: i) Sobre a notícia: tema, colocação da história e âmbito; ii) Sobre as pessoas na notícia – sujeitos e fontes; iii) Sobre os produtores de notícias – locutores,

apresentadores e repórteres; e iv) A qualidade da notícia sob a perspectiva de género – estereótipos de género, centralidade das mulheres e ângulos de direitos e igualdade de género. As equipas nacionais podem ainda incluir até três questões adicionais sobre as pessoas na notícia, permitindo explorar temas de interesse específico no contexto nacional. Para além disso, as equipas fornecem contexto qualitativo para auxiliar a interpretação, descrevendo a agenda noticiosa do dia de monitorização, as justificações para a seleção dos meios analisados e as principais características do sistema mediático nacional. As equipas realizam também uma análise qualitativa estruturada, seguindo o quadro padrão do GMMP, complementando os dados quantitativos com interpretações que ajudam a explicar padrões e tendências de representação de género nos média.

Embora não houvesse um limite para o número de meios de comunicação que cada equipa poderia monitorizar, foram fornecidas orientações sobre o mínimo recomendado através da tabela de bandas mediáticas do GMMP. O sistema de bandas, introduzido em 2005, foi concebido para promover uma distribuição mais equilibrada dos dados e fornecer a cada país uma orientação sobre o número mínimo de meios de comunicação a monitorizar. Os níveis foram determinados pelo número total de cada tipo de média existente em cada país. Ao longo dos anos, pesquisas documentais serviram de base para a compilação desses números, que foram posteriormente validados pelas equipas nacionais. Nesta edição, muitas das bases de dados mediáticas anteriormente utilizadas encontravam-se desatualizadas, o que nos levou a recorrer às bases de dados históricas do GMMP como referência para os meios de comunicação relevantes em cada país. Esta lista foi revista e confirmada pelas coordenações nacionais e regionais.

Em vários países, o número de meios de comunicação relevantes para este estudo diminuiu desde 2020, refletindo alterações no panorama mediático. Consequentemente, o número de bandas mediáticas foi reduzido; por exemplo, as bandas dos média audiovisuais foram reduzidas de cinco para três. No caso das notícias online, os países foram classificados segundo as taxas de utilização da internet publicadas pela União Internacional das Telecomunicações (ITU) e agrupados nos níveis correspondentes.

Conclusão

Das salas de aula e escritórios a espaços virtuais partilhados, a rede GMMP transformou um único dia comum de notícias num retrato globalmente representativo do género nos média. Esta realização não teria sido possível sem a dedicação de milhares de pessoas voluntárias, cujo trabalho atento e rigoroso na monitorização dos meios de comunicação em todo o mundo sustenta esta importante tradição de observação mediática.

Anexo 2. Lista de Participantes

- Rita Basílio de Simões (Coordenadora nacional)
- Jéssica Neves Caetano Ribeiro
- Camila Lamartine
- Micaela Cabral
- Hadassa Oliveira

- Alexandra Figueiredo
- Ana Freitas
- Ana Paula Carvalho
- Carla Cerqueira
- Carla Martins
- Diana Cardoso
- Eduardo Antunes
- Filipa Júlio
- Filipa Menezes
- Filipa Subtil
- Gustavo Freitas
- Gustavo Ramos Schwabe
- Inês Amaral
- Inês Rua
- Ivone Ananias dos Santos Rocha
- João Pedro Fonseca
- Juliana Alcantara
- Lara Ximenes
- Lenice Maurenente Laflôr
- Letícia Alves Graton
- Liliana Carona
- Maria de Deus Rodrigues
- Mariana Coimbra
- Naíde Müller
- Natalia Reis Gomes
- Sofia Branco
- Tania Soares



WACC
80 Hayden Street
Toronto
ON M4Y 3G2
Canada

**Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra**, Largo da Porta Férrea 3004-530

Tel: +351 239 410 012 www.uc.pt/fluc

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

FB [@Global.Media.Monitoring.Project](#)
X [@whomakesthenews](#)
Instagram [@gmmpglobal](#)

