

A voz dos estudantes no Ensino Superior

*Cláudia Andrade, Joana Lobo Fernandes,
Susana Coimbra, Susana Fonseca (Coord.)*



Coleção

Estratégias de Ensino e Sucesso Académico:
Boas Práticas no Ensino Superior

**A voz dos estudantes no
Ensino Superior**

Coleção

Estratégias de Ensino e Sucesso Académico:

Boas Práticas no Ensino Superior

Coord. da Coleção: Susana Gonçalves

Comissão editorial da coleção

*Helena Almeida, Paula Fonseca, Susana Gonçalves, Cândida Malça, Fátima Neves,
Carlos Dias Pereira, Marco Veloso*

Vol. 12 A voz dos estudantes no Ensino Superior

*Coordenação: Cláudia Andrade, Joana Lobo Fernandes, Susana Coimbra e Susana
Fonseca*

ISBN: 978-989-53180-2-5 (impresso)

ISBN: 978-989-53180-3-2 (ebook)

©2021, CINEP/IPC

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser impressa, fotocopiada, ou reproduzida ou utilizada de alguma forma ou por meio mecânico, eletrónico ou outro, ou em qualquer espaço de armazenamento de informação ou sistema de busca eletrónico sem permissão por escrito dos editores.

Paginação, grafismo e capa: CINEP | Isabel Santareno

Foto da capa: Susana Gonçalves

Impressão: E-Comunicar

Depósito Legal:



www.cinep.ipc.pt

Capítulo 4

Rosa Maria Sobreira e Cláudia Andrade

Igualdade de género nas profissões da comunicação: as representações das jovens estudantes

Resumo

Partindo das perspetivas das jovens estudantes de comunicação, o presente estudo pretende conhecer as representações sobre a igualdade de género nas profissões de comunicação. Recorrendo-se a um questionário com questões abertas, junto de uma amostra de estudantes do sexo feminino a frequentar o primeiro ano de uma licenciatura em ciências da comunicação, foi possível obter as representações das mesmas em torno de três temas principais: igualdade de género no acesso às profissões de comunicação, igualdade de género no exercício das profissões de comunicação e igualdade de género na gestão do trabalho e da vida pessoal e familiar. Os resultados, que apontam para a persistência de estereótipos de género em todas as dimensões analisadas evidenciam, também que as participantes no estudo sentem que o facto de serem mulheres condiciona o acesso às profissões da comunicação, a progressão na carreira e a conciliação entre o trabalho e vida familiar. Os resultados são analisados à luz da importância da promoção da igualdade de género tanto ao nível da formação como ao nível das práticas em contexto de trabalho.

Palavras-chave: estudantes; igualdade de gênero; representações

Introdução

Os valores, as atitudes e os comportamentos associados ao exercício das profissões e dos papéis profissionais são de grande relevância e afetam a vida dos indivíduos em todas as suas dimensões – individual, relacional, social. Neste quadro torna-se necessário analisar os fundamentos da sua relevância crescente nas sociedades contemporâneas, onde o gênero e a construção social dos papéis de gênero, que destacam imagens diferenciais do feminino e do masculino, contribuem para a atribuição de um significado normativo para os comportamentos que homens e mulheres assumem nos contextos de trabalho.

A psicologia social veio contribuir, de forma decisiva, para a análise dos processos sociais que enquadram a categorização social de gênero. Acima de tudo, procurou esclarecer o modo como as categorias são criadas e recriadas através de representações de gênero bem como o modo como estas sustentam a construção das atitudes e as práticas comportamentais.

O impulso proveniente das ciências do comportamento não foi ignorado por outros domínios científicos, como o das ciências da comunicação. Entre as profissões da comunicação, a discussão de gênero no âmbito das relações públicas também não pode deixar de ser enquadrada no contexto de mudanças mais amplas, como foi a feminização do mercado de trabalho. Essa premissa traduziu-se numa intensa investigação que descreve as percepções e atitudes dos profissionais da comunicação sobre a predominância de mulheres no campo profissional das relações públicas. São exemplos dessa pesquisa os trabalhos de Saita, Polic, Topic e Moreno (2019); Place e Vanderman-Winter (2017); Grunig, Toth e Hon (2013); Grunig e Grunig (2011); Wrigley (2010); Serini, Toth, Wright e Emig (2009); Aldoory e Toth (2002); Toth, Serini, Wright e Emig (1998).

Considerando que a participação igualitária de gênero nos diferentes domínios da vida social corresponde ao desiderato de uma sociedade que se acredita pluralista e igualitária é importante refletir sobre o

modo como a construção dos modelos do masculino e do feminino, envoltos em assimetrias de género, tardam a atualizar-se. No quadro deste pressuposto importa analisar com mais detalhe a importância da construção social no quadro das profissões da comunicação e em particular dos futuros profissionais.

No âmbito das profissões da comunicação, os estudantes de relações públicas e comunicação representam uma maioria feminina. Neste sentido é relevante aprofundar o conhecimento sobre as perceções de género e as relações de género no espaço educacional, pois essas visões podem continuar a influenciar os estudantes aquando do ingresso no mercado de trabalho. Este entendimento é mais importante quando resultados recentes, no contexto europeu, mostram «que as mulheres enfrentam exclusões e discriminação nas experiências» no mercado de trabalho (Topic, 2020, p.6).

Este estudo propõe-se explorar as diferenças na forma como as estudantes portuguesas de comunicação e relações públicas representam a igualdade de género no âmbito do seu futuro profissional, mais especificamente: a) igualdade de género no acesso às profissões de comunicação, b) igualdade de género no exercício das profissões de comunicação e c) igualdade de género na conciliação trabalho família.

Este trabalho assume, assim, uma abordagem transdisciplinar que procura o diálogo entre diferentes disciplinas e teorias. O objetivo principal é investigar a temática sob diferentes ângulos, a fim de fornecer representações mais complexas e, idealmente, mais completas sobre o tema. Assume-se, assim, que nem todas as perspetivas convergirão, mas podem contribuir para o alargar da discussão em torno do tema (Duff, 2008). Com esta triangulação de diferentes domínios das ciências sociais, procura-se ter uma visão mais alargada do tema.

A construção social dos papéis de género

A problemática da construção social dos papéis de género faz-se com recurso a crenças acerca de papéis apropriados para homens e mulheres, abrindo um espaço e criando um mundo simbólico

a partir do qual é possível incorporar não apenas aspetos que se referem à caracterização de cada género como, também, das relações entre estes. A aceitação deste sistema de crenças sociais, que confirma que homens e mulheres desempenham papéis sociais diferentes numa lógica de interação dialética entre forças individuais e sociais, pode assumir uma maior ou menor saliência em diferentes períodos históricos e contextos culturais. Contudo, como refere Amâncio (1994) pode contribuir para a legitimação, em determinados casos, a supremacia masculina ao nível do poder social onde este atua como qualquer outro sistema diferenciador de grupos sociais. Na psicologia social a preocupação prendeu-se mais com a análise dos processos que estão subjacentes à formação das identidades masculinas e femininas e como a construção das mesmas adquire contornos sistémicos. De facto, a psicologia social americana, a partir dos anos 70, destacou o género com o propósito de identificar os processos de categorização social que, partindo de uma matriz de diferenciação biológica, se transformaram ao nível cognitivo dando origem a comportamentos. Assim, desenvolveu-se a noção de género que já inclui aspetos de natureza cognitiva formados por quadros de referência sociais e culturais. Nesta linha, por exemplo, a formação de estereótipos revelou que, se por um lado parece ser importante distinguir os determinismos biológicos da diferenciação sexual da construção social do género, por outro é também importante analisar se estes estereótipos não criam, eles próprios, novos determinismos para o desempenho dos papéis de género pelo seu poder regulador e uniformizador ao nível da sua caracterização. De facto, como refere Amâncio (1994) as representações do «ser homem» e «ser mulher» resultam de processos cognitivos de análise das representações e das identidades de género que confluem na existência de uma assimetria dos modelos de masculino e de feminino. Esta perspetiva assimétrica perpetua, deste modo, a explicitação do relevo dado às mulheres que ocupam ou desempenham papéis sociais associados a profissões ou a domínios que são considerados atípicos para o género feminino. Vários autores debruçaram-se sobre este tema destacando a importância dos estereótipos enquanto crenças associadas a papéis e atividades que se consideravam serem característicos dos homens e das mulheres (Amâncio, 1994; West & Zimmerman, 1987).

Se as alterações no mercado laboral, como, por exemplo, a entrada das mulheres no mercado de trabalho para desempenhar atividades que eram tradicionalmente consideradas masculinas vieram introduzir alguns ajustes na definição dos papéis de género neste contexto, estas foram mais visíveis no domínio público, como é o caso do trabalho remunerado, do que no domínio privado, onde a ausência mais ou menos generalizada da partilha das tarefas domésticas persiste (Andrade, 2013; Matias, Andrade & Fontaine, 2010).

Os indicadores demográficos revelam, por exemplo, que as mulheres portuguesas apresentam uma taxa de participação no mercado de trabalho de 48% o que as aproxima mais dos valores encontrados para os países do Norte do que dos países do Sul da Europa (Eurostat, 2017). Para além disto, no que se refere à participação feminina no mercado de trabalho de mulheres-mães de crianças até aos 6 anos de idade, os dados do Eurostat (2017) apontam para uma das taxas mais elevadas da União Europeia, respetivamente 75%. Como referido anteriormente por Amâncio (1994), «o alargamento dos papéis de género no âmbito social não faz com que uma mudança num dos domínios, neste caso o público, implique necessariamente uma mudança generalizada, nem no plano dos comportamentos, nem no plano subjetivo e que, portanto, a entrada das mulheres no mundo do trabalho não seja suficiente para a mudança nas representações relativas aos sexos, porque os seus significados se estendem tanto aos valores do mundo do trabalho e às expectativas dos comportamentos de homens e mulheres nesse contexto, como à divisão sexual do trabalho no seio da família e às expectativas associadas ao desempenho da parentalidade pelos pais e pelas mães» (p. 72 e 73). A diferenciação de papéis de género traduz, deste modo, uma divisão entre a esfera pública e a esfera privada no seio da vida familiar e profissional (Amâncio, 1994).

A reflexão e os estudos em torno desta realidade produziram um conjunto de modelos explicativos. Como documenta Matias, Andrade e Fontaine (2012) o facto do número de horas passadas no trabalho remunerado serem menores para as mulheres, por comparação com os homens, poderia dar origem a uma maior disponibilidade de tempo para investir no trabalho familiar ou ainda, o facto das mulheres tenderem a ter salários mais baixos do que os homens

levaria a um maior investimento no trabalho familiar. Contudo, estas relações parecem ser complexas, dependendo mais de ideologias associadas aos papéis de género do que de uma mera alocação de recursos (West & Zimmerman, 1987). A proposta associada ao *doing gender* enfatiza, entre outros aspetos, que o predomínio de um modelo social construído em torno da importância do envolvimento feminino ativo nas tarefas familiares, reforça a identidade feminina fortemente conotada este domínio (West & Zimmerman, 1987).

Também para os contextos e atividades profissionais a identificação de padrões de atuação diferenciados em função do género tem sido alvo de vários estudos, tanto de carácter mais académico como outros mais orientados para a intervenção social e política.

As questões de género no campo das relações públicas

A problematização da temática da igualdade de género no campo das relações públicas é uma consequência da feminização do mercado de trabalho, no contexto norte-americano, a partir da década de 1970. A *Public Relations Society of America* (PRSA) desempenhou um papel importante na emergência desse debate. Ainda na década de 1970, esta organização criou a *Task Force for Women* com a responsabilidade de estudar a situação das mulheres nas relações públicas (Grunig et al, 2013). Até a década de 1980, os objetivos desse organismo procuravam entender de que forma a profissão de relações públicas entendia o papel das mulheres, mas a partir dessa década verificou-se a uma mudança de objetivos, tendo o grupo de trabalho passado a designar-se como *Committee on Work, Life and Gender* e recentrando-se na tarefa de entender como as mulheres afetavam o campo das relações públicas (Grunig et al, 2013).

Numa profissão que atingiu um desequilíbrio de género de mais 70% mulheres para 30% de homens, os homens e mulheres das relações públicas relatam discrepâncias em vários aspetos, tais como as condições de contratação, os salários, as funções desempenhadas, a promoção e a satisfação profissional (Grunig et al 2013; Dozier & Sha, 2010). Por outro lado, as mulheres e os homens que trabalham em relações públicas percebem de forma diferente a importância

de questões como: oportunidades no contexto do trabalho (Topic, 2020; Aldoory & Toth, 2002); o assédio sexual (Serini et al., 1997) e as políticas «favoráveis à família» ou equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal (Aldoory, Jiang, Toth, & Sha, 2008; Dozier, Sha & Okura, 2007; Grunig, Grunig & Dozier, 2002). Como descreve Topić (2021), as diferenças são também perceptíveis do ponto de vista da socialização em contexto de trabalho, na medida que as mulheres relatam diferenças nas interações sociais entre mulheres e homens, assinalando, assim, que as diferenças sociais influenciam a cultura do escritório e as interações de trabalho que tendem a ser de género. Topić (2021) conclui que as organizações das relações públicas ainda funcionam segundo uma matriz masculina, onde as mulheres lutam para se integrarem e obterem reconhecimento. De acordo com Topić, Cunha, Reigstad, Jelen-Sanchez, e Moreno (2020), as múltiplas investigações realizadas, desde o início da década de 1980 até 2019, resultam das experiências vividas por mulheres que trabalham na indústria das relações públicas e refletem assim a situação profissional dessas mulheres. Os estudos dos anos 80 estabeleceram que as mulheres relações públicas ganhavam menos e experienciavam mais estereótipos de género relativamente à funções desempenhadas e à possibilidade de serem promovidas. Na década de 1990, os investigadores centraram-se em dois grandes tópicos: o desenvolvimento da teoria feminista de relações públicas - *feminist theory of public relations* - (com subtemas de perspectiva feminista radical, as mulheres como comunicadoras simétricas, e crítica ao feminismo liberal) e o desenvolvimento de uma teoria organizacional em relações públicas - *organisational theory in public relations* - (com subtemas do «tecto de vidro» e a diferença salarial, satisfação no trabalho e poder). Os artigos publicados na primeira década do milénio evidenciaram a preocupação com a «profissionalização» e as «causas» da teoria feminista. No entanto, no último período analisado (2010-2019), os temas principais identificados nas publicações científicas do domínio da comunicação, sobre as mulheres relações públicas, foram, novamente, a discriminação no trabalho (com subtemas de cargos técnicos versus de gestão, «tecto de vidro», diferença salarial, cultura de trabalho masculina e diversidade) e os preconceitos contra as mulheres (com subtemas de estereótipos sobre capacidades de

organização das mulheres, poder, estereótipos sobre capacidades de comunicação). De acordo com as autoras, a literatura científica publicada demonstra que a posição das mulheres relações públicas atingiu um círculo completo em quatro décadas de investigação e regressou ao ambiente de trabalho discriminatório (Topić, Cunha, Reigstad, Jelen-Sanchez, & Moreno, 2020). Topić (2021) chama atenção para a necessidade de uma maior consciencialização da indústria das relações públicas porque muitas mulheres não reconhecem a opressão sob a forma de interações sociais, nem o seu efeito na posição das mesmas nessa indústria tão feminizada.

Neste sentido a feminização das relações públicas e suas implicações deve ser investigada, também, no âmbito da antecipação da entrada no mercado de trabalho das futuras profissionais, ou seja, no âmbito da formação dos profissionais de comunicação e relações públicas. Exemplos disso são os estudos que avaliam as perceções das novas gerações sobre temas associados ao género nas relações públicas (Brown, Wayne & Zhou 2019; Andrade & Sobreira, 2013; Sha & Toth, 2005; Golombisky; 2002, Farmer & Waugh, 1999).

Diferenças de género entre estudantes de comunicação e relações públicas.

No final da década de 1990, os estudos realizados por Farmer e Waugh (1999) concluíram que não havia diferenças estatisticamente significativas nos desejos dos estudantes do sexo masculino e feminino desempenharem funções de gestão. No entanto, estes investigadores encontraram diferenças significativas noutras questões. Por exemplo, as estudantes entravam no mercado de trabalho já com a expectativa de ganhar menos dinheiro e acreditavam que seriam promovidas mais lentamente do que os seus homólogos masculinos. Os resultados evidenciaram, também, que as estudantes eram mais propensas a acreditar que teriam de adiar a constituição de família a favor de uma consolidação das carreiras.

Já neste milénio, as pesquisas levadas a cabo por Sha e Toth (2005) confirmaram estes resultados, na medida em que os estudantes masculinos e femininos diferiram significativamente nas suas opiniões

sobre equidade de género relativamente à progressão na carreira, ao equilíbrio trabalho-família e aos salários. Esta consonância não foi tão evidente na pesquisa de Andrade e Sobreira (2013), que incidiu sobre estudantes de comunicação e relações públicas portuguesas. Os resultados encontrados apontam, desde logo, para uma tendência geral a favor da perceção da ausência de diferenças nos papéis de género, entre estudantes do sexo masculino e do feminino. No entanto, foram identificadas diferenças de género significativas na questão da conciliação dos papéis trabalho família e questão do apoio organizacional que pode ser dado ao acompanhamento das crianças, sendo este aspeto mais valorizado pelas estudantes.

Estes resultados sugerem que a consciencialização dos profissionais de relações públicas e comunicação, sobre os desafios do género no campo profissional, deve ocorrer em contexto de trabalho, mas igualmente, e desde logo, no âmbito da sua formação. Para Sha e Thot (2005), o facto de as mulheres serem menos otimistas e relativamente neutras em relação às questões de género no local de trabalho sugere que já estão imbuídas de expectativas sociais predefinidas do que podem esperar ou do que «fazer» com as suas escolhas profissionais.

As políticas e a «agenda mediática» para a igualdade do género promovidas em diferentes pontos do globo, têm, com certeza, produzido efeitos positivos. No entanto, conforme mostra a problematização teórica anterior, há ainda muito a fazer para compreender as implicações desta prevalência feminina no acolhimento e disponibilização de um ambiente de trabalho bem sucedido e equitativo para as futuras profissionais de relações públicas. É este ambiente dissonante que suscita e justifica esta investigação feita a partir de vozes de estudantes portuguesas.

Metodologia

Para a concretização dos objetivos do presente estudo e, assumindo a sua natureza exploratória, considerou-se importante ouvir as estudantes a frequentar uma licenciatura de comunicação na Escola Superior de Educação do Politécnico de Coimbra.

Foram considerados os seguintes critérios de inclusão no estudo: ser estudante inscrita no primeiro ano e não ter uma atividade profissional. Estes critérios permitem que a amostra a considerar seja mais homogênea, tanto em termos de contacto com formação no domínio específico como ao nível da experiência em contexto laboral.

Procedimentos

O estudo foi realizado com recurso a um questionário de questões abertas. Os objetivos do estudo foram explicitados no contacto inicial com as estudantes que voluntariamente se disponibilizaram para participar no estudo sendo, ainda, solicitado o consentimento informado escrito das participantes. Para assegurar o anonimato, a cada estudante foi atribuído um nome fictício. A análise efetuada foi realizada de acordo com os objetivos do presente em torno de três temas principais: igualdade de género no acesso às profissões de comunicação, igualdade de género no exercício das profissões de comunicação e igualdade de género na gestão do trabalho e da vida pessoal e familiar.

Amostra

Participam no estudo 15 estudantes do sexo feminino com idades compreendidas entre os 18 e os 21 anos. Uma das estudantes está inscrita no primeiro ano pela segunda vez, sendo que as restantes frequentam o ensino superior pela primeira vez. Todas as participantes indicaram que a escolha da frequência da uma licenciatura em ciências da comunicação foi a sua primeira opção. Duas estudantes residem com os pais, sendo que as restantes partilham habitação, durante o período de estudos com outros estudantes.

Apresentação e discussão dos resultados

Na tabela que se segue apresentam-se alguns excertos do discurso das participantes em função de cada tema.

Tema	Unidades de contexto	Unidades de registo
Igualdade de género no acesso às profissões de comunicação.	“Acho que em Portugal a situação não é muito diferente de outros países. Estamos sempre a ouvir falar de oportunidades que são dadas a uns e não a outros, por motivos vários, nos quais o facto de ser mulher, de ter ou não uma boa aparência física, de ter ou não uma família, são por certo limitações que afetam as oportunidades de emprego para as mulheres”. “O acesso até pode ser para todos, homens e mulheres, mas depois quem fica e quem sobe na carreira são os homens, as mulheres ficam sempre prejudicadas”. “O acesso à profissão é muitas vezes condicionado por estereótipos: por exemplo, ser relações públicas ou pivot de um canal de televisão pode ser visto como mais adequado para uma mulher porque pode atrair a atenção. Mas, no fundo, o que se está a fazer é perpetuar os estereótipos.” “Sem querer as preferências ocorrem e o mundo da comunicação não é uma exceção. As mulheres são ainda vistas como mais aptas para determinadas funções nas profissões da comunicação”	<i>Imagem feminina</i> <i>Família como condicionante</i> <i>Acesso desigual à profissão</i> <i>Estereótipo de género</i> <i>Estereótipo de género no acesso</i>
Igualdade de género no exercício das profissões de comunicação	“Talvez um dos principais problemas seja ao nível dos salários. Tal como em outras profissões os homens ganham mais mesmo tendo as mesmas responsabilidades. Isso é muito injusto e acaba por desmotivar”. “Depende da atividade. Em algumas áreas até pode ser mais paga uma mulher, mas quando se vai subindo na carreira são sempre os homens que avançam e chegam ao topo. Há sempre uma desculpa para justificar que as mulheres fiquem para um segundo plano, e tal parece que acontecer já há muitos anos sem que nada mude assim tanto” “Já devia ser um tema ultrapassado, mas acho que não é, infelizmente. Tem havido muitas campanhas, muita pressão mas, quando olhamos para os números, por exemplo, nas diferenças de salários, o problema persiste. Por vezes, parece mesmo que nunca se vai resolver e que quem é mais novo, por mais que lute, pouco irá mudar.” “Existem muitas vezes, em séries e filmes, a imagem de mulheres que trabalham nos media serem bem sucedidas e terem posições de topo. É	<i>Discriminação salarial</i> <i>Discriminação na progressão de carreira</i> <i>Discriminação salarial</i>

	<i>verdade que acontece para algumas, mas é isso mesmo, só para algumas. A maioria não chega lá porque os obstáculos são enormes e estão em todo lado, nas empresas, na sociedade, na família, e por vezes até na cabeça de algumas mulheres!”</i>	<i>Discriminação na progressão da carreira</i>
Igualdade de género na gestão do trabalho e da vida pessoal e familiar.	<i>“Podem ser profissões muito exigentes em termos de horários, e de dedicação. Por vezes as mulheres, sobretudo se são mães podem não conseguir chegar a tudo e terem de fazer opções”.</i> <i>“No início, quando não se tem grandes compromissos familiares, acho que há igualdade. Mas mesmo aí às vezes existem escolhas que são feitas pelos superiores em função do que acha mais adequado para uma mulher ou um homem. Mas, quando se tem filhos, aí sim, as mulheres ficam sempre para trás”</i> <i>“Hoje em dia já há mais partilha das responsabilidades em casa, e talvez isso ajude as mulheres a arriscarem mais nas candidaturas a posições de chefia. Mas, isto não é verdade para todas. E sem apoio pode ser muito difícil.”</i> <i>“Ter crianças pequenas em casa e trabalhar em horários desregulados, por projetos, ou ser free-lancer é muito difícil. Os filhos, sobretudo se forem pequenos precisam de muita atenção e só possível de fazer uma boa gestão entre a família e o trabalho quando se tem um horário estável e apoio por parte da organização. Caso contrário não dá, e acaba sempre por prejudicar as mulheres”.</i>	<i>Profissões exigentes para as mães.</i> <i>A maternidade condiciona a progressão na carreira</i> <i>Apoio familiar é exceção e condiciona progressão na carreira.</i> <i>Sem apoio e compreensão da entidade patronal, a vida familiar prejudica as mulheres do ponto de vista profissional.</i>

A igualdade de género nas profissões da comunicação surge nos estudos da especialidade como um tema que mantém grande interesse uma vez que, apesar do processo de feminização destas profissões, a igualdade nem sempre está assegurada (Topić, 2021; Topić, Cunha, Reigstad, Jelen-Sanchez, & Moreno, 2020; Grunig, Toth, & Hon, 2001; Toth, 2001; Wrigley, 2010; Farmer & Waugh, 199; Ventura, 2012). Os resultados do estudo aqui apresentado evidenciam que as representações das estudantes de comunicação sobre a igualdade de género no seu futuro campo de atuação profissional caracterizam este domínio como sendo alvo de desigualdades que permanecem ao longo do tempo. Dado o enfoque exploratório deste estudo, os dados obtidos apenas nos permitem uma leitura caracterizadora da representação que as estudantes apresentam sobre a igualdade de género nas profissões de comunicação, entendidas num sentido

abrangente. Assim, verificamos desde logo que em relação ao acesso igualitário, entre homens e mulheres, às profissões da comunicação o discurso varia entre uma perspetiva mais igualitária e uma menos igualitária. Estes resultados vão ao encontro do que tem sido referenciado em alguns estudos que indicam que no domínio do trabalho as desigualdades permanecem, por exemplo, ao nível do acesso a certos tipos de profissões e de condições de progressão nos contextos de trabalho, com situações de salários desiguais e desigualdade na profissão e nas carreiras profissionais, situação, em geral, desfavorável para as mulheres (Amâncio, 1994). De um modo geral, estes estudos documentam o facto dos estereótipos de género permanecerem ao nível dos contextos profissionais. No caso das profissões da comunicação, os estudos indicam que, para o contexto nacional, as profissões da comunicação começaram por ser profissões «masculinas» (Correia & Baptista, 2007; Sobreira, 2003; Ventura, 2012). No entanto, a partir da década de 1970, e tal como aconteceu noutros países, estas profissões acabaram por viver um processo de feminização. No caso português esta alteração tem sido constatada em algumas profissões, como por exemplo, jornalismo ou relações públicas (Correia & Baptista, 2007; Sobreira, 2003; Ventura, 2012).

Sobre a igualdade de género no acesso às profissões da comunicação, as estudantes deste estudo reconhecem, ainda, que persistem estereótipos de género, como terem «boa aparência física», chamarem «mais a atenção», serem «mais aptas para determinadas funções», «terem família». No entanto, parece que o processo de feminização de algumas profissões poderá ter contribuído para uma representação de que o acesso à profissão é igualitário, entre homens e mulheres. Embora, como referem algumas participantes, tal possa não ser generalizado a todas as profissões da comunicação.

Relativamente à igualdade de género no exercício das profissões de comunicação os resultados revelam consenso entre as participantes ao considerarem, de um modo geral, que a igualdade ainda não foi alcançada. Estas estudantes estão conscientes de que vão ingressar em profissões «muito exigentes para as mulheres». Os seus testemunhos revelam expectativas que confirmam que as mulheres enfrentam exclusões e discriminações nas suas experiências profissionais,

nomeadamente «na progressão da carreira e nos salários que vão auferir» como o descrito por Tópic, (2020), Sha e Toth (2005), Farmer e Waugh (1999).

Quanto ao tema da igualdade de género na gestão do trabalho e da vida pessoal e familiar os resultados apontam para que os compromissos familiares, nomeadamente de assistência aos filhos, se constituam como obstáculo para a boa articulação entre as exigências profissionais e familiares com impactos negativos na vida profissional. As estudantes reconhecem de forma inequívoca que a maternidade lhes dificulta a vida profissional, em particular «a progressão na carreira» (Tópic, 2020; Sha & Toth, 2005; Farmer & Waugh, 1999). Os seus testemunhos revelam, também, a perceção clara de que o problema pode ser ultrapassado com «apoio» e «compreensão» tanto por parte das entidades patronais, como das famílias, através da «partilha de responsabilidade». Alguns estudos, no contexto nacional, evidenciam esta realidade para as mulheres profissionais que apontam para a existência de filhos como um momento decisivo a partir do qual a conciliação de papéis se apresenta como algo a ser pensado ou repensado (Andrade, 2013; Matias et al., 2010).

Síntese Conclusiva

Considerando o modo como as estudantes percecionam a temática da igualdade de género nas profissões da comunicação os resultados indicam que estas estudantes portuguesas de comunicação estão pouco otimistas em relação às questões de género no seu futuro profissional, o que sugere que, de acordo com Sha e Toth (2005), a frequência universitária, não melhora as expectativas sociais do que podem esperar ou do que podem «fazer» no seu futuro profissional. Estes resultados dão conta do que já tinha sido identificado por alguns estudos realizados no contexto nacional, embora tenham incidido sobre domínios profissionais específicos da área da comunicação (Andrade e Sobreira, 2013; Sobreira e Andrade, 2014).

Apesar do potencial contributo que este estudo poderá dar para uma melhor compreensão das perceções das jovens estudantes de comunicação sobre a igualdade de género nas profissões da

comunicação a análise dos resultados obtidos deverá ser cautelosa uma vez que se trata de um estudo de natureza exploratória. Dentro das limitações que este estudo encerra destaca-se, desde logo, o facto do grupo estudado ser muito específico: jovens estudantes de comunicação do sexo feminino, não sendo assim possível perceber a perspetiva dos estudantes do sexo masculino sobre o mesmo tema. Em segundo lugar, o uso de uma metodologia de questionário com perguntas abertas, não permite efetuar generalizações destes resultados, pelo que o alargar do método, por exemplo com recurso a focus groups com grupos mais diversificados, será, desde logo, benéfico.

Referências

- Aldoory, L., & Toth, E. (2002). Gender discrepancies in a gendered profession: A developing theory for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 14 (2), 103-126. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1402_2
- Aldoory L., Jiang H., Toth E. & Sha B. (2008). Is It Still Just a Women's Issue? A Study of Work-Life Balance Among Men and Women in Public Relations. *Public Relations Journal*, 39 (2).
- Amâncio, L. (1994). *Masculino e Feminino: A construção social da diferença*. Porto: Afrontamento.
- Andrade, C. e Sobreira, R. (2013). Igualdade de género na profissão de relações públicas: estudo exploratório com estudantes de comunicação organizacional. *Revista Exedra*, 7, 42-50.
- Andrade, C. (2013). *Relações trabalho-família e género: Caminhos para a conciliação*. Lisboa: Editora Coisas de Ler.
- Brown, A. K., Wayne D., & Zhou, Z. (2019). Racial and Gender-Based Differences in the Collegiate Development of Public Relations Majors: Implications for Underrepresented Recruitment and Retention. *Journal of Public Relations Education*, 5 (1), 1-30.
- Brunner, B. (2006). Where Are The Women? A Content Analysis of Introductory Public Relations Textbooks. *Public Relations*

Quarterly, 51(3), 43-47.

- Dozier, D., Sha, B.-L., & Okura, M. (2007). How much does my baby cost? An analysis of gender differences in income, career interruption, and child bearing. *Public Relations Journal*, 1(1), 1–16.
- Duff, P.A. (2008). *Case study research in applied linguistics. In the series Second language acquisition research: Theoretical and methodological issues*. Lawrence Erlbaum
- Farmer, B. & Waugh, L. (1999). Gender differences in public relations students' career attitudes: A benchmark study. *Public Relations Review*, 25(2), 235-249. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80164-7](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80164-7)
- Golombisky, K. (2002). Gender equity and mass communication's female student majority. *Journalism & Mass Communication Educator*, 56, 53–66. <https://doi.org/10.1177/107769580205600405>
- Grunig, L. Toth, E., Childers, L., & Hon, L. (2013). *Women in Public Relations: how gender influences practice*. Routledge.
- Grunig, J., Grunig, L. (2011). Characteristics of excellent communication, in Gillis (Ed.). *The IABC Handbook of Organizational Communication: A Guide to Internal communication, Public Relations, Marketing and Leadership*. Jossey-Bass.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum.
- Matias, M., Andrade, C. & Fontaine, A. M. (2012). The interplay of gender, work and family in Portuguese families. *Work, Organization, Labour and Globalization*, 6 (1), 11-26.
- Saita, E., Polic, M, Topic, M. & Moreno, A (2019). Women in Public Relations – A Literature Review (1982-2019). *Project Report. Creative Media and Communications Research Ltd & EUPRERA*, Leeds/Brussels.
- Sha, B. & Toth, E. (2005). Future professionals' perceptions of work, life, and gender issues in public relations. *Public Relations Review*,

- 31(1) 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2004.09.004>
- Sobreira, R. e Andrade, C. (2014). *Relações públicas e género: estudo sobre expectativas dos estudantes de comunicação organizacional relativas ao futuro profissional*. In Moisés Lemos Martins & Jorge Veríssimo (Org.). *Comunicação global, Cultura e Tecnologia: Livro de Atas do 8º Congresso SOPCOM*. Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa.
- Topić, M., Cunha, M.J., Reigstad, A., Jelen-Sanchez, A. & Moreno, A. (2020). Women in public relations (1982–2019). *Journal of Communication Management*, 24 (4),391-407. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0143>
- Topić, M. (2021). Fluffy PR and ‘comms girls’: banter, social interactions and the office culture in public relations in England". *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2020-2423>
- West, C. & Zimmerman, D. (1987). Doing gender. *Gender and Society*, 1, 125-151.
- Wrigley, B. J. (2010). Feminist Scholarship and its Contributions to Public Relations, In Heath, R. L. (Eds). *The Sage Handbook of Public Relations*, 247-260. Sage Publications.
- Vardeman-Winter J., Place, K R. (2017). Still a lily-white field of women: The state of workforce diversity in public relations practice and research. *Public Relations Review*, 43 (2), 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.01.004>
- Yaxley H. M.L (2013). Career experiences of women in British public relations (1970–1989). *Public Relations Review*, 39 (2),156– 165. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.03.009>