

REPENSAR A QUESTÃO DA DIVERSIDADE ASSOCIADA À TELEVISÃO PÚBLICA

JOANA FERNANDES
RAQUEL LOURENÇO

Bolseiras do Projecto DIVinTV
CIMJ/ICNOVA – NOVA FCSH

O presente artigo resulta de uma atualização do estado da arte do projeto DIVinTV – “Televisão pública e diversidade cultural em Portugal: um estudo sobre a programação dos canais públicos generalistas, em matéria de pluralidade de expressão cultural, diversidade e inclusão”. Trata-se de um projeto de investigação financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia (PTDC/IVC-COM/4968/2014).

Pretendemos demonstrar a importância da televisão pública como indicadora da cultura da sociedade em que se insere (e como espelho da mesma), mas também como um espaço de formação e fortalecimento de representações e identificações/projeções que afetam o quotidiano dos telespetadores (Álvares, 2006; Ferin, 2006; Georgiou, 2013). Seguidamente, temos como propósito refletir sobre alguns conceitos que se encontram muito presentes no projeto e cuja sistematização é fundamental para compreender a temática: diversidade, cultura, diversidade cultural, representação, entre outros (UNESCO, 2011). Por fim, iremos abordar o que tem sido feito em vários contextos para regular a diversidade (Malik, 2013; Ofcom, 2017), assim como algumas conclusões e resultados de estudos anteriores, principalmente relacionados com programas de entretenimento e noticiários, que serviram como ponto de partida para o presente projeto (Silva, 2006; Filho, 2006; Seijo & Freire, 2017).

DEFINIÇÕES IMPORTANTES

A conceptualização da diversidade cultural está vinculada a um largo espectro de ideologias, teorias e definições dada a natureza do fenômeno ser fluida, de grande abrangência e de permanente desenvolvimento. Para além disso, uma definição de diversidade cultural pode variar consoante o contexto em que é empregue, pelo que as próprias práticas de diversidade são, igualmente, variáveis. A emergência de uma teorização sobre a diversidade surge em conformidade com os fenômenos da globalização que “têm reavivado a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais – (...) ao mesmo tempo em que as identidades, incluindo as de gênero e idade, reconfiguram a força e o sentido dos laços sociais e as possibilidades de convivência no nacional e no local” (Martín-Barbero, 2014: 23-24). De acordo com Appadurai, a globalização surge como um fenômeno impulsionador das questões da diversidade onde diferentes culturas “surtem expostas umas às outras, intensificando as suas relações” (Martín-Barbero, 2014: 24).

A diversidade cultural traduz-se na singularidade e pluralidade de identidades que perfazem os grupos, as sociedades e, por fim, a humanidade. Assumindo a definição da UNESCO, diversidade cultural¹ “constitui a herança comum da humanidade” referindo-se “às diversas formas pelas quais a cultura dos grupos e das sociedades encontram expressão, gerando novas formas de diálogo, transformando pontos de vista e criando ligações entre indivíduos, sociedades e gerações em todo o mundo” (UNESCO, 2011: 24-25). Esta ligação e forma de expressão a que a UNESCO se refere, encontra nos média um papel fundamental de propagação e de construção da diversidade cultural (Siapera 2010: 6-7) cuja existência só pode ser assegurada enquanto existirem “direitos humanos e as liberdades fundamentais, como a liberdade de expressão, de informação e de comunicação ou a possibilidade de os indivíduos escolherem as suas expressões culturais” (Costa e Silva, 2013: 103).

No enquadramento da diversidade cultural surgem também associações ao multiculturalismo e, por conseguinte, à multicultura. Neste sentido, a conquista pela diversidade cultural é uma consequência direta da heterogeneidade cultural da sociedade (‘multicultura’) e das estratégias destinadas a gerir os problemas da diversidade (‘multiculturalismo’) (Malik, 2013: 7). Neste debate há críticas apon-

¹ Quando nos referimos a diversidade cultural pensamos na seguinte definição de cultura: “Cultura abrange arte e literatura, estilos de vida, modos de convivência, sistemas de valores, tradições e crenças. (UNESCO, MONDIACULT, 1982 e UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity, 2001). É também uma força motriz que conecta significados e um local de auto-compreensão permanente, contestação ou acomodação da diferença (UNESCO, 2011: 24-25).”

tadas à diversidade cultural que revelam uma lógica subjacente ao multiculturalismo, responsabilizando-o pela perda de identidade e de unidade nacional. A solução proposta para as críticas ao multiculturalismo seria “livrar-se da diversidade e retornar à unidade (imaginária e ilusória) do passado” (Siapera, 2010: 4-5).

A conceptualização da diversidade surge ainda associada ao conceito de pluralismo, “um conceito complexo e multidimensional, interpretado de diferentes formas em diferentes épocas, espaços geográficos, contextos e círculos políticos, mas que é aceite como um valor importante e central da política dos média” (Valcke, Picard e Sükösd, 2016: 4). Por outro lado, e segundo Des Freedman, Doyle (2002), por exemplo, define pluralismo como “a presença de um número de diferentes vozes independentes, e de diferentes opiniões políticas e representações da cultura nos média” (Freedman, 2011: 11-12). Freedman acrescenta que o pluralismo surgiu no contexto mediático como uma consequência da mudança paradigmática do serviço público para uma lógica de mercado capaz de servir a heterogeneidade da sociedade (Freedman, 2011: 18). O pluralismo seria, então, uma consequência do progresso da sociedade e, por isso mesmo, não deve ser reduzido exclusivamente à diversidade de opções. Também Karppinen cita Doyle (2002) para referir que o pluralismo é, essencialmente, “um sistema de representação dentro de uma determinada sociedade e que permite que diferentes pontos de vista políticos e diferentes formas de expressão sejam visíveis dentro da esfera pública” (Karppinen, 2007: 16).

A concretização do pluralismo e da diversidade mediática interpela os organismos globais contribuindo, assim, para a promoção das identidades locais num contexto de globalização. Jesús Martín-Barbero (2014) afirma ser necessário que a reflexão ultrapasse o determinismo tecnológico e o pessimismo cultural, de modo a pensar não apenas na perversidade da globalização, mas nas suas possibilidades. Ao concretizar uma ideia de unificação planetária, a globalização apoia-se na técnica, da qual resulta uma revolução nas comunicações, com o mesmo teor contraditório: fonte de desigualdades entre setores sociais, culturas e países, mas também capaz de potencializar a associação, a participação democrática e a defesa de direitos sociopolíticos e culturais.

Inserida no contexto da comunicação e dos média, a diversidade surge vinculada a diferentes áreas de ação: diversidade de programas e conteúdos, questões de representação e de pluralidade das vozes, mas também, por exemplo, recursos humanos e desenvolvimento organizacional da empresa (formação de profissionais no âmbito da diversidade) (Horsti et al. 2014: 10). De acordo com Georgiou, vários autores concordam que a diversidade associada a estas áreas de abrangência pode, por fim, ser desenvolvida e potencializada enquanto veículo de inter-

câmbio, de interação e de proximidade emocional para com o espetador (Georgiou, 2013: 89). Porém, as críticas à diversidade cultural apontam também para o facto de que a diversidade é, por si só, um produto de mediação construído, representado e publicado pelos meios de comunicação que, por sua vez, a reproduzem de acordo com o público para o qual o conteúdo está direcionado. Noutras palavras, os média reapropriam-se dos discursos da diversidade, transformam-nos e aplicam-nos em contextos mediados. No setor da comunicação a diversidade surge, portanto, intrinsecamente vinculada a ligações de poder entre o indivíduo representado, o produtor e o recetor. Estabelece-se uma relação hierárquica em que o produtor surge enquanto figura predominante (Siapera, 2010: 6-7).

Para além disso, o desenvolvimento sociocultural e industrial da diversidade é, para Sarita Malik, um processo evolutivo que se desenvolveu em três fases distintas: de ‘multiculturalismo’ para ‘diversidade cultural’ e, finalmente, para ‘diversidade criativa’. Cada uma destas fases indicaria uma “despolitização da raça em contextos de radiodifusão de serviço público” (2013: 3-4). A introdução da diversidade criativa no debate estabelece um novo paralelo entre as questões da diversidade no contexto da radiodifusão permitindo, assim, a “mercantilização da televisão e da multicultural e, em última análise, continuando a salvaguardar os interesses do serviço público de radiodifusão” (2013: 1). Segundo a autora, a introdução do conceito de ‘diversidade criativa’ no debate surge porque “as políticas criativas de diversidade são sustentadas por motivações de mercado, regulatórias e sociais, (...) protegendo os interesses do Serviço Público de Radiodifusão e, em última análise, mudando o paradigma do problema multicultural (no serviço público de radiodifusão e além)” (2013: 17-18). A diversidade criativa surge, assim, como uma solução para renomear e reenquadrar a diversidade cultural de forma a lidar corretamente com as regulamentações e os dilemas sociais. Para a autora, a viabilização deste conceito proporciona a concretização de ideias de qualidade e de criatividade no âmbito das questões estruturais de desigualdade social (2013: 1).

No ecossistema mediático, onde cabem os meios locais, nacionais, transfronteiras, são distinguidos diferentes tipos de diversidade de acordo com o contexto em que se insere. Refere-se, desta forma, a ‘diversidade demográfica’ onde cabe a diversidade “racial e de género em todos os contextos mediáticos”. A ‘diversidade institucional’ “que se refere à variedade no contexto de características organizacionais”, a ‘diversidade de exposição’ “que aborda a diversidade em termos de órgãos de comunicação, formatos e pontos de vista nos quais um público se expõe” e, por último, refere-se a ‘diversidade de formato’ que se traduz nos diferentes tipos de géneros de programação e de conteúdo (Napoli et al. 2012: 10-11).

NECESSIDADE DE REGULAMENTAÇÃO DA DIVERSIDADE

As preocupações com a diversidade e a inclusão no serviço público de televisão surgem num contexto de fragmentação das audiências, e dos próprios média, promovida pelo advento do digital e seu desenvolvimento. Com a multiplicação de *mídia* disponíveis e com a maior possibilidade de participação da audiência no espaço público, o serviço público sentiu a necessidade de reafirmar a sua legitimidade enquanto elemento unificador de uma sociedade diversa, marcada por migrações, assim como por mudanças socioculturais e económicas, na qual todos se querem sentir representados. “É somente através de uma estrutura culturalmente rica e segura que as pessoas se podem tornar conscientes das opções que têm disponíveis” (Kappinen, 2007: 18). Hoje, justifica-se ainda mais a necessidade de regulamentação da diversidade porque essa era já uma condição no passado salientada em Portugal, por exemplo, pelo antigo regulador dos média, a Alta Autoridade para a Comunicação Social, que referia a falta de competências em matéria de concentração e nomeadamente na defesa do pluralismo, a “fraca expressão ou mesmo inexistência de normas reguladoras da concentração horizontal, vertical e multimédia, de órgãos de comunicação social” (Silva, 2008: 674). Já no contexto internacional, Kappinen refere que “as políticas atuais relacionadas com a diferença correm o risco de se transformarem em políticas de indiferença (2007: 12)”.

Kristina Irion e Peggy Valcke (2014) consideram que as contribuições das políticas da União Europeia para a diversidade cultural no setor do audiovisual e do online podem ser distinguidas por conterem uma série de atividades de incentivo à disponibilização de financiamento para atividades culturais (2014: 9-10). Neste sentido, segundo as autoras, a Diretiva de 1989 da Televisão sem Fronteiras e a Diretiva dos Serviços Audiovisuais para os Media tinham já medidas para assegurar a proteção da diversidade cultural. E a atual Diretiva dos Serviços Audiovisuais para os Media “contribui para a diversidade cultural na UE de três formas: em primeiro lugar, garantindo a livre circulação dos serviços audiovisuais, em segundo lugar, promovendo obras europeias (independentes) e em terceiro, preservando, num ambiente de direitos restritos, o direito do público de aceder a eventos de grande importância para a sociedade e o direito das emissoras em utilizar pequenos fragmentos para cobrir os seus noticiários” (2014: 9-10).

No panorama nacional é da responsabilidade da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) monitorizar o serviço público de televisão. Em 2007, com um estudo sobre a “Avaliação do Pluralismo Político-Partidário na Televisão

Pública”, a ERC apresentava um primeiro modelo de monitorização da informação (Costa e Silva, 2013: 108):

O documento refere que o conceito de pluralismo subjacente à proposta de avaliação do principal canal público português envolve a diversidade de correntes de expressão socioculturais e políticas, estendendo-se a outros protagonistas e temáticas, tais como autarcas e autarquias, sindicalistas e temas laborais ou associações de natureza vária. O objetivo deste estudo é medir o número e natureza das peças emitidas pela RTP tendo como protagonistas o governo e os partidos políticos, verificando se existe tratamento jornalístico equitativo e plural daquelas entidades nos espaços informativos do serviço público de televisão.

Ainda assim, na monitorização efetuada pela ERC destaca-se quase exclusivamente a atenção dada às políticas partidárias denotando-se a ausência de vozes alternativas (2013: 113). Apesar desta vertente direcionada para um grupo restrito de protagonistas, e do facto de os relatórios da ERC “se focarem somente na televisão (em detrimento da rádio e da imprensa), os relatórios não deixam de ser um contributo importante para a caracterização da expressão do pluralismo em Portugal” (Costa e Silva, 2013: 110).

RESULTADOS DE ESTUDOS ANTERIORES SOBRE A DIVERSIDADE NOS MÉDIA

A sobrevivência da diversidade tem de ser equacionada num contexto de globalização e convergência digital (Martín-Barbero, 2014). A globalização é apontada como “fonte de desigualdades entre setores sociais, culturas e países” (2014: 1). Ainda assim, o mesmo fenómeno pode também “potencializar a associação, a participação democrática e a defesa de direitos sociopolíticos e culturais, ativando uma expressiva criatividade” (idem). É neste contexto que, num artigo de 2014, Jesús Martín-Barbero destaca, na América Latina, a existência de “alguns cenários estratégicos de intervenção das políticas públicas, cenários especialmente apropriados para pôr a convergência digital a serviço do intercâmbio e da potencialização da diversidade cultural” (2014: 29). Como exemplo, o autor cita a promoção de redes digitais criadas por (e entre) emigrantes, assim como por comunidades locais, as quais permitem criar meios comunitários de rádio e televisão para “estabelecer comunicação entre si e com outras no mundo, com o objetivo

de refazer o tecido coletivo de memória e contrainformação” (Martín-Barbero, 2014: 30).

Contudo, a promoção da diversidade não pode depender apenas de meios digitais criados pelas próprias comunidades. Os serviços nacionais de televisão mantêm audiências consideráveis e devem tomar medidas para incrementar a diversidade nos seus programas.

Entre março de 2004 e junho de 2006, Isabel Ferin coordenou um projeto, apoiado pela FCT/FEDER, intitulado “Televisão e imagens da diferença”. A *Televisão das Mulheres: ensaios sobre a receção* é o nome do livro de 2006 que resulta do referido projeto, onde ao longo de seis artigos, é possível retirar conclusões sobre o tipo de conteúdos produzidos pelas estações de televisão e sobre a forma como os mesmos foram recebidos e interpretados pelas audiências. Na introdução do livro está bem patente qual é o propósito deste estudo:

O objetivo declarado do projeto foi confrontar determinados grupos, identificados como mais frágeis – mulheres imigrantes, mulheres de etnia cigana e mulheres idosas –, com as suas imagens no *prime time* (19h30 a 22h30). Com este objetivo, procedeu-se a gravações entre março e maio de 2004, de jornais televisivos, publicidade, programas de ficção e entretenimento, nos canais RTP1, SIC e TVI, num total de 72 cassetes e 216 horas analisadas, correspondendo a 24 dias (...) o projeto «Televisão e Imagens da Diferença» procurou não só identificar as tendências e géneros de produção onde mais estavam representados esses grupos, como também obter material que pudesse ser visualizado pelas mulheres que integraram os grupos de pesquisa (Ferin, 2006: 7).

Atendendo à data de conclusão do estudo (2006), destacaremos algumas conclusões sobre a representação de grupos da população na televisão portuguesa (RTP, SIC e TVI) mas o mais importante é perceber como é que a representação dos mesmos teve impacto na sua compreensão do mundo e de si próprios, de forma a reforçar a importância da incrementação da diversidade neste meio de comunicação. As principais metodologias utilizadas no projeto foram: entrevistas, inquéritos, grupos de foco, observação etnográfica, contagem e análise de peças televisivas e programas por investigadores e visionamento de peças televisivas por parte dos grupos populacionais selecionados. Através do primeiro artigo, vemos como é importante uma estação de televisão mostrar cultura e imagens de outros países para a formação do imaginário dos seus habitantes, já que houve pessoas cuja decisão de emigrar para Portugal foi “impulsionada pela divulgação de imagens

positivas do nosso país no programa *Fantástico* da TV Globo e em reportagens da *Veja*” (Alves, 2006: 22). Por outro lado, a chegada de produções estrangeiras a um país faz os cidadãos repensarem não apenas a forma como se veem, através de mecanismos de identificação e projeção (Silva, 2006), mas também a forma como veem os cidadãos originários do país que assim lhes é apresentado, o que pode promover quer a integração, quer a discriminação, relativamente aos imigrantes. A proliferação de telenovelas brasileiras em Portugal é estudada, principalmente no quarto artigo, como um exemplo claro das situações referidas (Silva, 2006)². No sexto artigo, percebemos o modo como algumas imigrantes brasileiras se apropriaram, através da convivência com portugueses e com conteúdos televisivos, do imaginário português, o que levou “as entrevistadas a censurar nas recém-chegadas compatriotas as mesmas atitudes e comportamentos que foram obrigadas a alterar” (Ferin, 2006: 185) devido à discriminação e ao estereótipo que associava as brasileiras à prostituição.

No que se refere diretamente aos programas produzidos em Portugal, foram analisados os noticiários dos canais generalistas (RTP1, SIC e TVI). O segundo artigo aborda a forma como as ciganas são referidas e como percebem essa realidade. De forma geral, as imagens veiculadas pelos média são pouco positivas: “entre as imagens mais recorrentes estão as das rusgas policiais aos acampamentos e bairros de realojamento social, nas periferias das grandes cidades portuguesas, em busca de droga, armas ou material de contrafação” (Ferin, 2006: 42). Duas pesquisas de campo em bairros sociais de realojamento de famílias ciganas, em Lisboa, permitem concluir que as ciganas abordadas entendem que as televisões “discriminam de forma mais acentuada a cigana, o que é perceptível nos discursos e no vocabulário utilizado” (Ferin, 2006: 62). Além disso, apresentam alguma literacia mediática que lhes permite distinguir a natureza dos canais públicos e privados, por exemplo. Da mesma forma, uma “adesão a determinadas imagens veiculadas, apreendidas como ‘verdadeiras’” e uma “aproximação aos jornalistas” como “mediadores de conflitos” (2006: 62-63) coexistem com uma “desconfiança, ou suspeição, relativamente aos procedimentos da televisão como instituição respeitadora da sociedade maioritária” (Ferin, 2006: 63)³.

² Em 2006, a grande aceitação das telenovelas brasileiras verifica-se na população residente em Portugal de forma geral, mas também em setores específicos da população. No segundo artigo, são estudadas as preferências das mulheres ciganas, entre os 14 e os 37 anos, entrevistadas para o projeto (Ferin, 2006: 45-51), enquanto no terceiro artigo ficamos a conhecer os consumos mediáticos de dois grupos de idosas portuguesas (Valdigem, 2006: 92-101).

³ As mulheres ciganas, continuando a citar a mesma autora, “aceitam ou parecem estar conformadas com as imagens que associam a comunidade a indicadores de pobreza e exclusão, mas recusam as imagens que agregam a exclusão social à delinquência generalizada” (Valdigem, 2006: 67).

O terceiro artigo alia à análise noticiosa uma reflexão sobre uma personagem idosa de uma telenovela brasileira exibida na SIC, realizada junto de idosas que frequentam um centro de dia na área periférica de Lisboa. Contudo, começa por destacar a discriminação feita, em vários contextos, relativamente às pessoas desta faixa etária:

O 'idadismo' define-se pelo 'estereótipo, preconceito ou discriminação baseados na idade, neste caso especificamente face a pessoas idosas, atitude que persiste e que influencia o modo como olhamos as pessoas idosas e como nos comportamos face a elas [...] (Fonseca, 2004: 27-28) (...). É pelo facto de o idadismo estar naturalizado em grande parte nas sociedades ocidentais, que a discriminação do idoso se torna uma prática discursiva e agencial, social e cultural, muitas vezes invisível, capaz de afetar não só as representações, atitudes e valores face aos mais velhos, mas também a sua própria autoimagem e identidade social (Fonseca, 2004; Woolf, 1998; Martín - Barbero, 2004; Vesperi, 2003) (Valdigem, 2006: 75).

São também apresentados dados sobre a representação dos idosos, em horário nobre, na televisão portuguesa: “os idosos surgem mais representados nos géneros informativos (41%), menos nos programas de ficção e entretenimento (15%), e em 28% do material publicitário analisado” (ibidem: 77). Contudo, verificou-se uma tendência maioritária para a veiculação de imagens estereotipadas e negativas, em que o sexo masculino predomina, e em contextos temáticos como “Condições Sociais, Saúde e Atividades Domésticas”. Ainda assim, o grupo etário também surgiu em “narrativas em que as Relações Afetivas, o Matrimónio e o Desporto e Lazer dão sentido às imagens” (idem). Sobre as perceções das idosas, “os resultados dos grupos de foco demonstram a existência de variações significativas na atenção das idosas aos conteúdos propostos e nas apropriações que fazem das peças, com base nas variáveis ‘classe’ e ‘trajetória de vida’” (Valdigem, 2006: 102). Deixamos aqui algumas das conclusões mais significativas:

Algumas das senhoras (...) excluem-se da categoria ‘idoso/velhice’ reproduzida nas peças. Evidenciam uma autoperceção positiva de si mesmas, associada à atividade física e psicológica que sentem (...). Em contrapartida, algumas das senhoras (...) dizem-se ‘velhas’, sem vontade e energia para novas atividades. Para lá das diferenças, (...) observámos (...) apropriações semelhantes às representações de género subjacentes às peças informativas. Tal semelhança de leituras resulta também de uma coincidência entre

as imagens de género propostas nas peças e as representações de género das mulheres da amostra. (...) As mulheres surgem quase sempre numa situação de subordinação face ao homem. Por último, no que respeita às apropriações da imagem da mulher idosa na ficção, observámos entre os grupos (...) que a imagem da avó Cármen constitui uma representação positiva e ideal da velhice, pelo facto de estar ligada à sapiência (Valdigem, 2006: 103).

Por fim, um último estudo analisa “a construção visual do imigrante brasileiro no jornalismo televisivo português, através da análise de conteúdo de sete peças de 2004 exibidas no *prime-time* de três canais abertos: RTP1, SIC e TVI” (Silva Filho, 2006: 131). Neste ano, o número de imigrantes brasileiros em Portugal aumentara consideravelmente, assim como a sua presença nos média. O autor afirma, citando um estudo anterior de Isabel Ferin, que “os temas mais recorrentes na representação dos imigrantes e das minorias étnicas residentes em Portugal são, por ordem decrescente: o Crime, a Integração, a Prostituição, a Legalização, a Violência e o Trabalho” (Silva Filho, 2006: 135). No presente estudo, o autor apresenta as seguintes conclusões:

A imagem da autoridade tem um estatuto elevado nas notícias que evidenciam crimes e contravenções praticados por imigrantes brasileiros. (...) Nas peças que envolvem crimes e contravenções, a imagem do homem brasileiro é mais poupada que a da mulher brasileira (...). Além de que, as peças femininas são mais exploradas, tanto em termos de cenários, como de ação e de enquadramento (...). Nota-se que os ilícitos supostamente praticados por homens brasileiros (falsificação de cartões e trabalho ilegal) resultam em ‘peças de gabinete’, onde os arguidos não aparecem. Já as contravenções imputadas às mulheres (prostituição e tráfico de drogas) resultam em construções valorizadas por imagens mais vibrantes e ‘de momento’, captadas nos locais dos acontecimentos, onde tende a haver um menor cuidado, ou esforço, na preservação da imagem dos envolvidos (Silva Filho, 2006: 156-157).

A explicação para esta realidade pode passar pela subordinação do jornalismo ao mercado: “de modo geral, essas particularidades representativas dos diferentes grupos contribuíram para o aumento das audiências dos telejornais assim que as peças foram para o ar” (Silva Filho, 2006: 159).

Num estudo mais recente, Myria Georgiou (2013) analisa a importância dos média para a representação e sentimento de pertença de grupos de diásporas, minorias importantes nos vários países europeus e que mantêm laços políticos

e culturais além-fronteiras. Afirma que estes grupos usam os média de formas complexas e diversas, com o objetivo de atribuir sentido ao mundo à sua volta. Assim, a compreensão destas dinâmicas pode contribuir para tornar os média mais diversos e inclusivos. Georgiou estudou a diáspora árabe, através de grupos de foco realizados em Londres, Madrid e Nicósia, tendo em vista identificar desafios e oportunidades para a sua representação e expressão. Teve como ponto de partida um inquérito transnacional que confirmou que a maioria dos participantes (93% da amostra transnacional) recorriam a média europeus e árabes (Georgiou, 2013: 88). Consequentemente, verificou-se a existência de negociações constantes no seu quotidiano, relacionadas com a utilização dos média. Por um lado, devido à convivência entre as várias gerações, na família, e, por outro, devido ao facto de os média se tornarem espaços onde os participantes são expostos a diferentes (e, por vezes, contraditórios) enquadramentos ideológicos, no que se refere às suas identidades políticas e culturais (idem). Como resultado, alguns participantes recorrem à televisão transnacional e à internet para se sentirem seguros e “em casa”, enquanto outros experimentam um “sentimento de alienação” relativamente à sociedade na qual vivem (Georgiou, 2013: 92-93). Com os dados obtidos, a autora traçou um mapeamento tridimensional dos média que reconhece as diferentes formas como as minorias os utilizam: “média para ver o próprio”, “média que ligam o ‘eu’ ao ‘nós’” e “média que ligam um grande ‘nós’ a um ‘nós’ minoritário e a um ‘eu’” (2013: 96-97)⁴.

Numa perspetiva mais quantitativa, o Ofcom (regulador britânico para o setor das comunicações) procurou, em 2015, conhecer a perceção dos telespetadores sobre a representação (frequência e quantidade) e o retrato (natureza/tom da representação) de diferentes grupos de pessoas no serviço público de televisão do país, através do *PSB Diversity Research Summary*. No que concerne à representação de grupos étnicos minoritários, 44% dos espetadores afirmaram ver pessoas de etnia negra pelo menos uma vez por dia na televisão (58% disseram, também, concordar com a frequência desta representação). No entanto, quando a pergunta foi feita aos espetadores pertencentes ao grupo étnico negro, o resultado foi diferente: 55% consideraram ter poucos representantes na televisão (Ofcom, 2015: 17). As respostas foram as seguintes: 32% das pessoas pertencentes a grupos étnicos negros sentiram que eram retratadas “negativamente” e 19% “muito negativa-

4 No original: “*media for seeing the self*”, associada a média cuja língua é a da comunidade e que procura manter esses laços, sendo independente dos interesses e agenda dos média *mainstream*; “*media linking I with We*”, para ligar indivíduos com backgrounds diferentes e promover a diversidade, desafiando barreiras criadas pelas comunidades; e “*media linking a big We with a minority We and with I*”, papel que é atribuído aos principais média nacionais (*mainstream*), enquanto agentes de inclusão e de combate a estereótipos.

mente”, valores bem diferentes dos obtidos quando a questão se dirigiu a todos os espetadores (14% e 2%, respetivamente). No que toca a pessoas com algum tipo de deficiência, apenas 14% dos espetadores afirma ver tal categoria diariamente (e 37% pelo menos uma vez por semana), opinião partilhada pelos espetadores que possuem alguma deficiência. Curiosamente, as opiniões dividem-se bastante sobre a justiça desta representação: 42% dos espetadores descrevem-na como “razoável”, enquanto 48% consideram haver poucas pessoas com alguma deficiência na televisão. Por outro lado, 36% dos espetadores afirmam que esta categoria é retratada de forma “positiva” e 7% entendem que é mostrada de forma “muito positiva” (Ofcom, 2015: 32).

Numa outra investigação, a partir dos relatórios anuais de 2013, 2014 e 2015 da União Europeia de Radiodifusão (EBU), Sara Seijo e Francisco Freire (2017) analisaram as parcelas de orçamento dedicadas à promoção da diversidade, as medidas de desenvolvimento tomadas e o tempo de programação que lhe foi conferido. A investigação centrou-se nos serviços de radiodifusão pública de vários países, entre os quais Portugal. Os autores distinguem entre diversidade étnica (a qual se associam as questões culturais, linguísticas e sociais), diversidade funcional (ligada ao acesso à inclusão sociocultural de pessoas com necessidades especiais), diversidade cinematográfica, diversidade de género, diversidade geracional e diversidade profissional. Neste sentido, admitem que as emissoras de serviço público desenvolveram nos últimos anos políticas em prol desta diversidade, mas defendem, contudo, que há ainda mudanças que precisam de ser feitas ao nível da programação.

Os dados da presente investigação permitiram constatar que, na sua maioria, a abrangência da diversidade se concentra em questões de património (80%), questões relacionadas com a diversidade funcional (76%), diversidade linguística ao nível nacional (68%), diversidade social (64%), diversidade geracional (60%), diversidade de género (60%) e, por último, diversidade étnica (60%). Por outro lado, e com menos abrangência, faltam desenvolver políticas e medidas de ação para a representação da diversidade profissional (40%), diversidade sexual (24%) e diversidade biológica (24%) (Seijo & Freire, 2017: 86-87). No que diz respeito ao serviço público português, os autores concluíram que a RTP cobre a diversidade cultural, funcional, étnica, biológica, social e de género. Com muito menos abrangência ficou a diversidade sexual, linguística, etária e profissional.

Ao nível da acessibilidade de conteúdos (diversidade funcional), os autores destacam a necessidade de existirem formas complementares de se obter informação. É neste sentido que surge o recurso a legendagem, tradução para língua gestual, áudio-descrição e melhorias na qualidade do som. Os resultados demons-

tram existir cada vez mais desenvolvimentos para a obtenção de bons níveis de acessibilidade, exemplo disso é a televisão pública da Noruega que criou um canal somente com conteúdos traduzidos para língua gestual. No caso da RTP, os dados da investigação comprovam que de 2013 para 2014 houve um aumento de 257 minutos de emissão legendada, bem como um crescimento no número de programas com recurso a língua gestual (cerca de 308 programas a mais de 2013 para 2014), já em relação à áudio-descrição a presente investigação demonstra que de 2013 para 2014 houve uma redução no número de horas com este recurso (cerca de sete), existindo, contudo, um aumento no número de programas com áudio-descrição.

HAYER MAIS DIVERSIDADE É SEMPRE MELHOR?

A questão é colocada por Kari Karppinen (2007). O autor receia que a forma vaga como são definidos os conceitos de diversidade e pluralismo possa levar a que, na sua operacionalização, se caia na “armadilha do relativismo, da indiferença e da aceitação, sem questionar, de uma diferença orientada para o mercado e para o consumismo” (Karppinen, 2007: 12). Assim, o autor afirma que não é possível confundir “diversidade” com questões de possibilidade de escolha individual ligadas à economia e que a indeterminação no entendimento dos conceitos pode ter como propósito “encobrir conflitos políticos e antagonismos relativamente à política para os média” (idem). Para além disso, Karppinen cita McLennan (1995) para expressar dúvidas sobre a perda ou não de qualidade dos programas transmitidos num ambiente diverso: “Haverá um ponto no qual diversidade saudável se transforma em dissonância não saudável? Pluralismo significa que vale tudo? E quais são os critérios exatos para parar a potencial multiplicação infinita de ideias válidas?” (Karppinen, 2007: 12).

Atendendo à não linearidade do conceito de diversidade, são vários os autores e entidades que sugerem medidas para promover a diversidade e para melhorar os estudos e políticas sobre a presente temática. O Ofcom (regulador britânico para o setor das comunicações) já apresentou o programa de diversidade e inclusão para o período 2018-2022. O documento contém três objetivos: construir uma equipa de trabalho diversa e inclusiva para refletir melhor a população do Reino Unido; assegurar que a diversidade e a inclusão são centrais nas práticas e cultura de trabalho, para que todos compreendam, apoiem e sejam responsáveis pela diversidade (objetivos enquanto entidade empregadora) e assegurar que os diferentes interesses e necessidades de todos os indivíduos são considerados aquando da

realização do seu trabalho regulatório (objetivo enquanto entidade reguladora) (Ofcom, 2018: 3). São apresentadas, ainda, ações que têm em vista contribuir para o cumprimento das metas traçadas, das quais destacamos as seguintes: trabalhar para atrair colegas provenientes de grupos sub-representados; “empoderar” os colegas para que atinjam o sucesso; assegurar a existência de uma estrutura de pagamento transparente; reforçar a responsabilidade das chefias para que promovam uma cultura diversa e inclusiva; proteger consumidores vulneráveis; promover o acesso a tecnologia fácil de usar e a serviços audiovisuais; estabelecer condições para que a BBC represente e sirva as diversas comunidades de todas as nações e regiões do Reino Unido; verificar como é que o sistema do serviço público de radiodifusão reflete a diversidade no Reino Unido, ou seja, a sua identidade cultural, e representa pontos de vista alternativos; interagir com grupos de consumidores para entender as suas preocupações e interesses⁵. Numa perspectiva semelhante, e com o intuito de desenvolver o nível de acessibilidade de todos os cidadãos a todos os programas, Seijo e Freire (2017) recomendam às empresas de serviço público que mantenham um contacto ativo com diversas organizações de diversidade funcional e, ainda, a criação de departamentos dedicados à promoção e ao desenvolvimento da acessibilidade de conteúdos.

No que respeita a recomendações sobre estudos e políticas futuros, Georgiou (2013) enuncia alguns temas que, considera, devem ser tidos em conta quando o tópico abordado são as relações entre minorias e média: reconhecimento dos múltiplos espaços de pertença; compreensão sobre conexões transnacionais; ter em consideração as justaposições (e não apenas as hierarquias e relações lineares) da diferença em cidades cosmopolitas; e revisitação de sistemas de cidadania e pertença através do reconhecimento das suas complexidades (Georgiou, 2013: 95-96). Por fim, Philip M. Napoli et al. (2012) deixam considerações sobre as perguntas que devem ser respondidas em futuros estudos sobre diversidade no que concerne à informação (2012: 2). As questões prendem-se, por exemplo, com o conteúdo (quanto é produzido e quem produz o quê); com as redes de informação (como é que as notícias e a informação fluem; se os indivíduos, comunidades e agências de notícias produzem conteúdo original; quem consome informação e a que tipo de informação os consumidores prestam atenção); com a identificação das instituições envolvidas na produção de informação, onde se inclui a averigua-

⁵ A mesma entidade elaborou um guia para a promoção de oportunidades iguais e de diversidade na indústria da radiodifusão, do qual destacamos a recomendação feita aos radiodifusores para que tenham uma declaração escrita da sua política que deve incluir: uma definição daquilo que a organização entende por oportunidades iguais; os objetivos da política da organização sobre oportunidades iguais e informação sobre o modo como tais objetivos serão cumpridos (Ofcom, 2017: 4).

ção do papel desempenhado pelas redes sociais; com o acesso (quem tem acesso à informação, quem pode contribuir, que barreiras existem, qual é a velocidade a que o acesso é realizado e quais são as diferenças verificadas no mesmo entre vários grupos socioeconómicos da população); e com o envolvimento (quem tem capacidade de interagir com a informação, uma vez que a disponibilidade informacional e tecnológica não assegura a fluência mediática necessária para participar num ecossistema mediático com dois sentidos). Os autores recomendam, ainda, que os futuros estudos sejam realizados a nível local, incluindo formas de comunicação “micro, meso e institucionais (macro)” e atendendo aos contextos primários nos quais os cidadãos recebem informação sobre política, eventos do dia-a-dia, assuntos comunitários e catástrofes naturais.

CONCLUSÃO

A primeira conclusão que se pode retirar desta atualização do estado da arte é que o presente projeto surge num contexto em que a diversidade é um tema sobre o qual há diversas interpretações, por vezes contraditórias, pelo que se revela necessário continuar a aprofundar a discussão para que os *média* em geral, e a televisão pública em particular, se transformem em espaços diversos e inclusivos, capazes de responder aos desafios de um mundo globalizado e em constante mudança. Os estudos aqui analisados revelam-se esporádicos e mostram que as políticas e objetivos pensados no papel nem sempre são assumidos na prática e visíveis no dia-a-dia da produção mediática. De uma forma genérica, podemos considerar que há diversidade num serviço público de televisão quando os vários grupos da população estão representados, quer no ecrã, quer nos recursos humanos, quer ainda no que respeita à tomada de decisões, sem a presença de estereótipos, e quando há uma orientação clara no sentido de promover o interesse público e a divulgação cultural, através de uma diversificação temática e ao nível dos programas e géneros televisivos escolhidos.

Para além dos estudos já mencionados, também a revista *Media & Jornalismo* teve um número dedicado ao tema em análise: “Media e Diversidade” (n.º 31, vol. 17, n.º 2 – 2017), enquadrado no projeto de investigação em curso sobre a diversidade. Nos onze artigos que a compõem encontramos informações e dados que reafirmam a importância de estudar e promover a diversidade em contexto nacional e internacional. Carla Baptista e Marisa Torres da Silva concluem que ainda há muito trabalho a fazer no âmbito das políticas de diversidade para os *média* e da inclusão social em Portugal, nomeadamente em áreas como o acesso

aos média por parte de minorias e mulheres e a promoção de literacia mediática. Assim, embora o acesso aos média por parte de minorias esteja legalmente salvaguardado e surja expresso em vários documentos, as autoras afirmam a necessidade de haver mais programação destinada a promover a diversidade cultural. Sugerem, ainda, um reforço da investigação académica centrada em média e minorias, com o propósito de criar instrumentos para pensar criticamente sobre a representação de grupos minoritários nos média, assim como a continuação da missão de atingir igualdade de género nos média, onde os homens ainda dominam as posições de liderança nas organizações mediáticas e nas notícias (Baptista & Silva, 2017: 25). As autoras citam o relatório anual da ERC (2016) onde a entidade reguladora afirma que, na RTP1, houve apenas três programas destinados especificamente à promoção da diversidade cultural de grupos minoritários, o que representa um decréscimo considerável relativamente ao ano anterior onde tinha havido oito programas deste teor. Relativamente à RTP2 é possível afirmar que se trata do canal generalista que ofereceu mais conteúdos diversos: nove programas, ou seja, 80,4% da emissão diversificada registada nos quatro canais e 74,3% das horas totais de emissão deste tipo de conteúdo. No entanto, as autoras salientam que tais dados não levam em consideração o facto de os programas serem religiosos, de informação cultural ou educativos, contando todos para a mesma estatística. Uma outra nota deixada pelas autoras sobre os dados apresentados é a ausência de uma categoria para classificar a presença de minorias étnicas (ou outras) como protagonistas de notícias, fontes de informação ou tema tratado (Baptista & Silva, 2017: 22-23).

Francisco Rui Cádima procurou fazer um ponto de situação relativamente à regulação dos conteúdos de média no caso português, em particular sobre o modo como a questão da diversidade, no contexto do Serviço Público de Televisão (SPT), tem sido monitorizada em Portugal refere o mesmo relatório da ERC, ao qual tece algumas críticas relativas à metodologia adotada e à insuficiência do conceito de diversidade adotado. A contagem puramente quantitativa dos géneros televisivos a que pertencem os programas não permite, de acordo com o autor, “a plena identificação e especificidade, em matéria de diversidade, dos conteúdos propriamente ditos” (Cádima, 2017: 38). Tal análise leva a ERC a afirmar que, em 2015, “a RTP1 cumpre as obrigações de diversidade que lhe são impostas (...) nomeadamente por se verificar que as suas grelhas anuais de programação contemplam conteúdos pertencentes aos sete macrogéneros em análise, subdivididos em 33 géneros televisivos de entre os 39 considerados” (ERC, 2016: 12). Contudo, para Cádima, esta metodologia não pode ir “verdadeiramente ao âmago da questão” pelo que se justifica a análise que está a ser realizada no âmbito do

projeto em curso, com outro tipo de abordagem ao conceito de diversidade, a qual contempla diferentes dimensões do problema:

Importaria aqui que a ERC densificasse o conceito e procedesse a uma análise complementar de conteúdo, com uma avaliação essencialmente qualitativa, procurando abarcar as múltiplas dimensões do conceito, a saber, nomeadamente: a diversidade cultural, étnica e linguística; o conteúdo intercultural, o multiculturalismo; a pluralidade das expressões e vozes. As questões da juventude; exclusão/inclusão sociocultural, subculturas juvenis; género e discriminação. Conteúdos e acessibilidade para pessoas com necessidades especiais, idosos, experiências de envelhecimento. Proteção do património e da cultura nacional/local. E por fim a questão da diversidade de géneros de programação televisiva (Cádima, 2017: 39).

Os restantes artigos do número referido da revista *Media & Jornalismo* apresentam, igualmente, o estado da arte da questão ou análises específicas aplicadas a um caso concreto. Para o âmbito desta atualização do estado da arte sobre a diversidade importa referir alguns dos que ilustram as várias vertentes do conceito. Patrícia Ascensão apresenta reflexões em torno da forma como a informação regional é tratada no serviço público de televisão nacional. A autora afirma que, embora com limitações, é necessário destacar o seu papel, já que o serviço público nacional “continua a ser pioneiro neste domínio e tem mostrado vontade e tomado medidas que procuram uma informação geograficamente descentralizada” (Ascensão, 2017: 51). E acrescenta que tal missão tem vindo a ser desenvolvida, quer em programas que se dedicam exclusivamente à informação regional, quer em programas generalistas que a incluem. Luís Bonixe analisa duas experiências de rádio com tradução (online) para Língua Gestual Portuguesa. Embora considere que foram experiências positivas para a promoção da inclusão da população surda, lamenta o facto de se terem tratado de experiências que tiveram o seu momento ancorado a iniciativas concretas e datadas e que, por isso, não se repetiram. Para o autor, “um elemento importante e a explorar no futuro será, seguramente, uma avaliação que deverá ser feita junto da comunidade surda, no sentido de se perceber com maior rigor, qual a perceção que possuem e a utilidade para o seu quotidiano de projetos como estes (...)” (Bonixe, 2017: 71).

Mesmo perante um campo de investigação tão vasto, é ainda possível sugerir novas perspetivas de investigação proporcionadas pelos desafios do mundo atual já que “vivemos numa era estranha em que, paradoxalmente, o crescimento exponencial de meios de comunicação – sobretudo digital – e de outras fontes

de informação, tem, no reverso da medalha, problemas novos de grande complexidade e com impactos sociais significativos, nomeadamente em matéria de desinformação, ‘factos alternativos’ e notícias falsas, agravando as questões estruturantes relativas ao campo dos média e dos novos média – a “velha” diversidade, o pluralismo e a liberdade de expressão, que agora reaparecem reciclados ou enviesados através de novos formatos” (Cádima & Silva, 2017: 5). Consideramos, então, que promover diversidade e literacia mediática (também ao nível dos recursos humanos das organizações mediáticas) pode ajudar a obter representações justas, nomeadamente de refugiados e migrantes⁶, assim como ferramentas para que os cidadãos mais facilmente possam identificar e combater problemas como a disseminação de notícias falsas, por exemplo. Por fim, também os algoritmos constituem um desafio para a investigação que vise promover um ambiente mediático diverso. Nesse sentido, Cádima afirma que “estamos a entrar agora numa complexa era em que os algoritmos assumem o comando. O autor considera que “os novos ‘gatekeepers’ ou ‘bots’, robots, hoje não olham à diversidade ou à diferenciação das vozes, preferem antes a ‘economia dos clicks’, ou a organização da informação segundo o princípio do ‘the winner takes it all’, ou seja, colocando no ranking dos motores de busca as ‘histórias’ com mais ‘clicks’, mais comentadas ou partilhadas” (Cádima, 2017: 30).

Assim, assumida a importância dos média para a formação da opinião pública e de um imaginário coletivo no que respeita à representação de vários grupos da sociedade, conforme foi tornado explícito ao longo do texto, e atendendo à força da televisão como captadora de audiências em Portugal e à missão de serviço público atribuída à RTP, consideramos fundamental insistir na promoção de políticas que tornem a RTP1 e a RTP2 mais diversas e inclusivas, considerando, no entanto, uma definição muito mais ampla de “diversidade” capaz de dar resposta às várias dimensões que uma questão tão complexa implica.

BIBLIOGRAFIA

- Ascensão, P. (2017). Serviço Público e Regiões: Reflexões em Torno da Informação de Âmbito Regional. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 43-58.
- Baptista, C. & Silva, M. T. (2017). Media Diversity in Portugal: Political Framework and Current Challenges. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 11-28.

⁶ No sétimo artigo Marina Lisboa Empinotti analisa precisamente a representação dos refugiados nas fotografias que acompanham matérias online no Público durante a primeira metade de outubro de 2015. A autora considera que o estudo das 13 imagens mostra que há uma recorrente representação dos refugiados como grupos, e não indivíduos, nómadas, em situação de risco e subordinação.

- Bonix, L. (2017). Rádio e Inclusão: Uma Análise de Experiências de Rádio para Surdos em Portugal. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 59-72.
- Cádima, F. R. (2017). Diversidade e Serviço Público de Televisão no Contexto Regulatório Português. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 29-42.
- Costa e Silva, E. (2008). Concentração: debate em torno do pluralismo e da diversidade in Actas do 5º Congresso da SOPCOM. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/61/62>. [Acedido a 30/07/2018].
- Costa, E. (2013). Regulando pluralismo e diversidade em Portugal: uma equação sem cidadãos. *Observatório (OBS*) Journal*, 7 (n.º 1), pp.101–117. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS712013643>. [Acedido a 27/06/2018].
- Empinotti, M. L. (2017). Discriminação no Discurso: Análise da Representação de Refugiados no Público através da Gramática Visual de Kress e Van Leeuwen. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 95-116.
- ERC (2016). Relatório de Regulação, Vol 1 e 2. Disponível em: <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2015>. [Acedido a 14/09/2018].
- Ferin, I. (coord.). (2006). *A Televisão das Mulheres: ensaios sobre a receção*, Books on Demand.
- Freedman, D. (2011). Promoting Diversity and Pluralism in Contemporary Communication Policies in the United States and the United Kingdom. *International Journal on Media Management*, 1277, pp.16–23. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14241277.2005.9669413>. [Acedido a 29/06/2018].
- Georgiou, M. (2014). Diaspora in the Digital Era: Minorities and Media Representation. *Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, 12(4), pp.80–99. Disponível em: <http://www.ecmi.de/fileadmin/downloads/publications/JEMIE/2013/Georgiou.pdf>. [Acedido a 29/06/2018].
- Horsti, K. & Hultén, G. (2011). Directing diversity: Managing cultural diversity media policies in Finnish and Swedish public service broadcasting. *International journal of Cultural studies*, 14(2), pp.209–227. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367877910382180>. [Acedido a 29/06/2018].
- Horsti, K. & Hultén, G. (2014). *National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe*, Intellect Ltd. Disponível em: <http://events.ims.su.se/documents/13728/download>. [Acedido a 27/06/2018].
- Irion, K. & Valcke, P. (2014). Cultural diversity in the digital age: EU competences, policies and regulations for diverse audiovisual and online content. In *Cultural Governance and the European Union Protecting and Promoting Cultural Diversity in Europe*. pp. 1-15.
- Karppinen, K. (2007). Making a difference to media pluralism: a critique of the pluralistic consensus in European media policy. In *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. pp. 9–30.
- Karppinen, K. (2009). Rethinking media pluralism and communicative abundance. *Observatorio (OBS*) Journal*, 11, pp. 151-169.
- Malik, S. (2013). “Creative Diversity”: UK Public Service Broadcasting After Multiculturalism, Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405702.2013.810081>. [Acedido a 29/06/2018].
- Martin-Barbero, J. (2014). *Diversidade em convergência*, São Paulo. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p15-33>. [Acedido a 30/06/2018].
- Napoli, P. M. et al. (2012). Understanding Media Diversity Using Media Ecosystem Analysis: A review of the field and recommendations for a way forward. *New America Foundation*, pp. 1-28.
- Napoli, P. M. (2015). Assessing Media Diversity in the U.S.: A Comparative Analysis of the FCC’s Diversity Index and the EU ’ s Media Pluralism Monitor. In *Media Pluralism and*

- Diversity: Concepts, Risks and Global Trends*. London: Palgrave Macmillan, pp. 141-151. Disponível em: https://doi.org/10.1057/9781137304308_8. [Acedido a 29/06/2018].
- OFCOM. (2015). *PSB Diversity Research Summary*, Disponível em: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0023/59333/psb_diversity_report.pdf. [Acedido a 27/06/2018].
- OFCOM. (2017). *Guidance: Diversity in Broadcasting – Arrangements for the promotion of equal opportunities in the broadcast industry*, Disponível em: http://businessdocbox.com/Human_Resources/77548205-Guidance-diversity-in-broadcasting-arrangements-for-the-promotion-of-equal-opportunities-in-the-broadcast-industry.html. [Acedido a 30/06/2018].
- OFCOM. (2018). *Ofcom’s diversity and inclusion programme 2018-2022*, London. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-3/diversity-inclusion-programme-2018-2022>. [Acedido a 30/06/2018].
- Pinto, D. et al. (2017). Novos Usos e Desafios para os Videojogos: Streaming, Questões de Género e Assédio Online. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp. 165-176.
- Siapera, E. (2010). (Re)thinking Cultural Diversity and the Media. In *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. West Sussex: John Wiley & Sons, pp. 1-7.
- Souza, H. & Vecchio-Lima, M. D. (2017). Espaços Alternativos na Internet como formas de Visibilizar as Mulheres no Jornalismo Brasileiro. *Revista Media e Jornalismo*, N.º 31 Vol. 17, N.º 2 – 2017, pp.131-152.
- UNESCO. (2011). *The Cultural Diversity Lens: A practical tool to integrate culture in development – Pedagogical guide*.
- Valcke, P., Picard, R.G. & Sükösd, M. (2015). A Global Perspective on Media Pluralism and Diversity: Introduction. In *Media Pluralism and Diversity*. London: Palgrave Macmillan, pp. 1-17.