

ENTRE A NORMA E A EXCEÇÃO: ASSIMETRIAS DE GÊNERO NAS NEWSMAGAZINES PORTUGUESAS

Anabela Santos, Carla Cerqueira & Rosa Cabecinhas

RESUMO

Enformado por uma perspetiva feminista, o presente artigo analisa as representações de género que emergem nas *newsmagazines* portuguesas, incidindo particularmente na sua interseção com o perfil temático deste tipo de *medium*. Os resultados indicam que estas publicações tendem a privilegiar paradigmas representacionais que são congruentes com o “sexismo benevolente”. Enquanto os homens surgem como detentores de poder e agentes de influência, as mulheres figuram como indivíduos que dependem da mentoria dos seus congêneres homens para o exercício da liderança. As *newsmagazines* portuguesas invisibilizam, assim, a diversidade de identidades e experiências, favorecendo a perpetuação de valores androcêntricos e relações de poder desiguais.

PALAVRAS-CHAVE

Newsmagazines; representações de género; estudos feministas dos média

INTRODUÇÃO

No âmbito dos Estudos Feministas dos Média, as representações de género têm constituído um importante objeto de crítica (Ross, 2010; Silveirinha, 2004a), a par da análise da apropriação dos significados pelas audiências e do papel das/os profissionais dos média na perpetuação das assimetrias sociais (Mendes & Carter, 2008: 1701).

Diferentemente de outros média informativos, como a imprensa (Ross & Sreberny-Mohammadi, 1997; Cerqueira, 2012) e a televisão (Gidengil & Everitt, 2003; Lobo & Cabecinhas, 2010), as *newsmagazines* têm adquirido uma atenção residual por parte da academia feminista no que concerne à análise dos paradigmas representacionais. Este facto torna-se, especialmente, problemático quando se considera o papel que este *medium* desempenha nas sociedades contemporâneas.

Com efeito, as *newsmagazines* constituem agentes importantes na formação de opinião pública (Neuman *et al.*, 1992: 78), já que proporcionam uma maior contextualização histórico-política dos acontecimentos que marcam a agenda global (Cardoso, 2009b: 4342). Embora se caracterizem por uma significativa abrangência temática, as *newsmagazines* portuguesas abordam tendencialmente os apelidados “*hard issues*” (Cardoso, 2009a: 196), encerrando um papel crucial na configuração do espaço público (Cardoso, 2009b: 4332). Por outro lado, mediando “quem” adquire importância, “como” se expressa publicamente, e “o que” é aceite, naturalizado ou contestado; este tipo de *medium* colabora na edificação dos lugares de expressão pública e de intercâmbio imaterial.

Na linha do compromisso feminista com a instigação da mudança social (Mendes & Carter, 2008: 1701), o presente estudo visa, justamente, delinear e analisar as representações de género que emergem nas *newsmagazines* portuguesas, incidindo particularmente na sua interseção com o perfil temático deste tipo de publicações. Em termos metodológicos, o estudo privilegia a análise temática (Braun & Clarke, 2006), na medida em que este método permite explorar os padrões existentes em diferentes tipos de dados.

Na prossecução deste estudo, assumem-se os pressupostos epistemológicos e teórico-metodológicos desenvolvidos a partir dos anos 1980, os quais, sob a influência de Derrida, Foucault e Lacan, introduziram reformulações significativas aos conceitos de realidade, significado e género, marcando a investigação feminista contemporânea (Gill, 2007: 13). Estas abordagens concetuais recusam a assunção de uma realidade pré-existente, que os média se limitariam a transmitir. Indo além da reivindicação de imagens mais realistas para as mulheres — às quais subjaz a valorização de um protótipo de “mulher” e de “homem” —, entendem os média como agentes participantes na construção da realidade social.

Além disso, beneficiando dos contributos de teóricos como Stuart Hall (1980), estas perspetivas consideram que os produtos mediáticos, embora sejam configurados por ideologias hegemónicas, comportam significados múltiplos e polissémicos, cujas interpretações são influenciadas pelas dinâmicas existentes entre a produção institucional e as práticas de receção (Van Zoonen, 1994: 42).

Numa dissidência assumida com o essencialismo biológico, estas leituras feministas objetam ainda o carácter estático e imutável atribuído ao género nas investigações anteriores, que estabeleciam fronteiras indelévels entre as categorias feminino/masculino, mulher/homem, heterossexual/homossexual, etc. Pelo contrário, conceptualizam o género como uma propriedade ambígua, fluída e dinâmica, cuja (re)construção depende do contexto histórico, sociocultural, político, económico, etc. “O género é uma parte intrínseca da cultura – largamente definido como a produção de significado — e é sujeito a contínuas batalhas discursivas e negociação” (Van Zoonen, 1994: 34). Para além de outros agentes de socialização — como a família, a escola, a igreja e o Estado (Kimmel, 2000: 290) —, os média (informativos) são lugares onde o género e seus significados são construídos, negociados e contestados (Van Zoonen, 1994: 43).

Em conclusão, pela consecução dos seus objetivos, o presente estudo permitirá auscultar e compreender o papel das *newsmagazines* na (re)produção das desigualdades sociais, da dominação e da opressão; problematizar o género enquanto fator estruturante das relações sociais; bem como contribuir para a consolidação dos Estudos Feministas dos Média no contexto português, onde esta área científica se afigura ainda como muito recente.

NEWSMAGAZINES, GÉNERO E PRODUÇÃO NOTICIOSA

À semelhança dos demais instrumentos de difusão da informação à grande escala (Gallagher 2001; Ross 2010), as *newsmagazines* constituem espaços onde a (re)negociação sobre o género acontece (Cerqueira *et al.*, 2014). De modo transversal, este permeia

e inscreve-se nos processos de produção noticiosa através de relações, interesses e (inter)dependências que têm lugar nas indústrias mediáticas (van Zoonen, 1994: 65). Influenciando a codificação dos significados nos discursos mediáticos, as assunções de género manifestam-se nomeadamente na formulação dos paradigmas de representação (qualitativa) dos indivíduos.

Embora as/os jornalistas possam efetuar escolhas individuais passíveis de promover novas representações de género e quebrar convenções estereotipadas (Gallagher, 2001: 172), a sua margem de autonomia para selecionar e enquadrar os acontecimentos é limitada por constrangimentos inerentes à orgânica da empresa de comunicação (Harrison, 2006: 100). Uma vez que são submetidas/os a um processo de socialização profissional — através do qual conhecem, apreendem e aceitam os valores profissionais, as políticas editoriais e as rotinas organizacionais (Van Zoonen, 1998; Harrison, 2006) —, as/os jornalistas adotam as regras da empresa para a qual trabalham (Harrison, 2006: 118), reiterando os postulados da cultura dominante (Gill, 2007: 126). As/os jornalistas podem manifestar as suas preocupações sociais, desde que estas correspondam aos interesses das empresas de comunicação e se inscrevam nos valores (androcêntricos) que definem a cultura jornalística (Gallego, 2009: 52).

A imbricação da ideologia (tradicional) de género nos processos de produção noticiosa — que tende a repercutir-se em representações essencialistas e discriminatórias —, não resulta simplesmente das idiosincrasias existentes num determinado grupo de comunicação. Pelo contrário, constitui um “fenómeno global” (Ross, 2010: 118), cujas dimensões tendem a agudizar-se com a concentração da propriedade dos meios de comunicação social, já que esta potencia a homogeneização da informação, limitando a expressão de discursos alternativos. Dado que os públicos não têm acesso às arenas de produção mediática, os grupos de comunicação possuem vantagens ideológicas e económicas: têm maiores probabilidades de serem aceites e secundados como “espelhos da realidade” (Carter & Steiner, 2004: 20), que cristalizam representações de género essencialistas.

Em suma, importa empreender uma mudança nas indústrias mediáticas como um todo (Ross, 2010: 120), abrangendo os seus níveis micro, meso e macro, através de uma maior conscientização para as questões de género (Gallego, 2009), da promoção de perspetivas feministas (Ross, 2010) e do investimento em abordagens interseccionais (Dines & Humez, 1995).

METODOLOGIA

O *corpus* do presente estudo é composto por 104 edições, publicadas no ano de 2011, das revistas de informação generalista mais lidas em Portugal (APCT, 2012): a *Sábado* (edição nº 348 a 400) e a *Visão* (edição nº 930 a 982). Destas publicações, selecionou-se o conjunto total de capas e chamadas de capa, recolhendo os elementos verbais e visuais a estas respeitantes. Além disso, a recolha contemplou as peças que eram relevantes do ponto de vista das representações de género. Na amostra final, obteve-se um total de 440 peças: 253 da revista *Sábado* e 187 da revista *Visão*.

Após a recolha do material, procedeu-se à sua (re)organização e categorização, com recurso à utilização do NVivo 8.0. Em termos metodológicos, optou-se pela análise temática (Braun & Clarke, 2006) já que esta permite “identificar, analisar e relatar padrões (temas) nos dados”, potenciando a compreensão dos significados explícitos e implícitos associados a dados textuais (Guest *et al.*, 2012).

Deste modo, recorrendo à análise temática (Braun & Clarke, 2006), a leitura do *corpus* inicia-se com a delimitação do perfil temático das revistas *Sábado* e *Visão*, com vista a apurar a frequência, as inclusões, as exclusões e os seus respetivos significados. Depois, num momento subsequente, procede-se à análise dos paradigmas de representação de género que emergem e interseccionam as secções temáticas destas *newsmagazines*.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O perfil das *newsmagazines* portuguesas em análise no presente estudo — a *Sábado* e a *Visão* — delimita-se e configura-se através de dez temas-base¹, a saber: Economia; Política; Sexualidades e Intimidades; Crime e Justiça; Saúde, Lazer e Bem-estar; Tendências sociais; Artes e Espetáculos; Família; *Jet set*; e História e Efemérides (ver Cerqueira, Magalhães & Cabecinhas, 2014). Esta abrangência e variedade temática são constatáveis através da análise das capas, nas quais as manchetes e chamadas reúnem temas muito diversos: na linha de Cardoso (2012a), faz-se a opção por capas multi-tema e multi-imagem.

No conjunto total do *corpus*, a Economia e a Política emergem como os temas com maior incidência, representando 35,7 por cento do material em análise. Em ambas as publicações, as peças incluídas nestas categorias temáticas relacionam-se com o acompanhamento da atualidade nacional e internacional, particularmente da crise económica europeia e das eleições presidenciais e legislativas de 2011 em Portugal. Por outro lado, os temas *Jet set* e Histórias e Efemérides correspondem àquelas que acolhem uma menor prevalência, constituindo, no seu conjunto, apenas 8,4 por cento do *corpus*.

Neste artigo, por constrangimentos espaço-temporais, a análise aos paradigmas representacionais e à sua interseção com o perfil temático das *newsmagazines* portuguesas incluirá apenas os temas que ocupam individualmente, pelo menos, 10 por cento do *corpus*, a saber: Economia (18,5 %); Política (17,2 %); Crime e Justiça (12,5 %); Saúde, Lazer e Bem-estar (10,6 %).²

Na análise conduzida, foi possível observar a existência (transversal) de três paradigmas de representação de género que, não obstante a ambiguidade e a fluidez pontuais, tendem a estibar-se em conceptualizações dicotómicas acerca da(s) feminilidade(s) e masculinidade(s). De seguida, apresentam-se os principais resultados da análise temática.

¹ Uma vez que há peças que não preencheram os critérios para inclusão em nenhum destes 10 temas-base, surgem incluídas em ‘Outros temas’, a qual corresponde à categoria miscelânea, identificada por Braun e Clarke (2006). Na maior parte dos casos, a categorização de determinada peça em ‘Outros temas’ foi provisória, sendo que numa fase mais avançada da análise e com uma melhor definição e distribuição de temas, essa mesma peça foi integrada num tema principal. Outras peças, por preencherem os critérios de inclusão em várias categorias, foram categorizadas simultaneamente em dois ou mais temas.

² A secção “Sexualidades e Intimidades”, que ocupa 13,9% do *corpus*, não foi incluída na análise. Tendo em conta a sua centralidade no âmbito dos Estudos Feministas dos Média, esta categoria será objeto de um artigo independente.

HOMENS COMO NORMA, MULHERES COMO EXCEÇÃO

Não obstante as mudanças socioculturais, económicas e políticas observadas nas últimas décadas em Portugal, estas *newsmagazines* continuam a promover representações distintas e, por vezes antagónicas, de homens e mulheres no que concerne à participação no espaço público: enquanto os primeiros são considerados como a ‘norma’, as segundas são referidas como a ‘exceção’.

Entendidos como os atores “naturais” do espaço público, os homens surgem representados predominantemente em áreas como a política e governação, economia e finanças, diplomacia, mundo empresarial, desporto, movimentos sociais, entre outros. Na linha de estudos anteriores (e.g. Ross & Sreberny-Mohammadi, 1997; Gidengil & Everitt, 2003), são caracterizados por traços de personalidade tradicionalmente relevantes no contexto profissional e político (e.g. exigência, seriedade, espírito crítico, etc.). Em regra, a intervenção dos homens no espaço público, realizada através de ações individuais e/ou em conjunto com congéneres, inclui-se nas seguintes categorizações:

- Detentores de poder e influência:

Nas posições de poder decisório, os homens surgem como os principais intervenientes na construção do passado histórico dos seus países. Note-se, por exemplo, a peça “As dinastias mais poderosas” (edição Nº 393, revista *Sábado*), na qual se descrevem as famílias mais influentes na Grécia, encabeçadas apenas por homens, que constituem a elite política. Em termos visuais, esta premissa é manifesta: a imagem que ancora a peça exhibe três figuras do sexo masculino, apresentadas numa hierarquia genealógica, que detêm ascendência nobre, pertença à elite do país e acesso ao exercício do poder.

Para além da sua participação na construção da história nacional, os homens tendem a aparecer como os principais atores na organização do presente e na definição do futuro do país nas esferas social, económica e política. Veja-se, a propósito, a peça “A geografia do poder”, da edição Nº 959 da revista *Visão*: abordando a constituição do novo executivo português, apenas representa textual e visualmente homens entre “os quatro que mandam”. Embora a peça refira a presidente da Assembleia da República Portuguesa, Assunção Esteves, como a primeira mulher a assumir “o cargo mais importante da Nação”, não se apresentam quaisquer referências visuais a seu respeito.

Há ainda outras peças que, de forma declarada, representam homens como figuras influentes em inúmeros domínios. É o caso de Miguel Relvas, ex-ministro adjunto e dos Assuntos Parlamentares do Governo Português, que na peça “O bem-amado” (edição Nº 965, revista *Visão*) é caracterizado como tendo relações próximas com grupos poderosos no Brasil, tais como políticos, empresários, profissionais dos média, *jet set*, entre outros. A imagem que abre a peça é também relevante nesse sentido: Miguel Relvas aparece ao telefone na Assembleia da República, numa alusão aos múltiplos e importantes contactos que tem estabelecido com grupos de interesse, reforçando a ideia de que sabe “*mexer-se*” e fazer singrar os seus propósitos.

- Atores na mudança sociopolítica:

Nos movimentos sociais, em contextos de convulsão e protestos políticos, os principais intervenientes tendem a ser homens (jovens) que procuram promover os princípios democráticos.

As peças “Os ‘amigos’ da revolução” (edição N°936, revista *Visão*) e “A revolta dos jovens” (edição N° 353, revista *Sábado*) colocam, justamente, os homens no centro da mudança sociopolítica do Egito, caracterizando-os pela coragem, capacidade de mobilização social e resistência política. São os protagonistas de “*uma revolução que está a provocar uma ‘onda democrática’*”. Em termos visuais, surgem representados em contextos públicos, participando em manifestações, num enquadramento que releva a sua determinação. Não obstante as lesões corporais, repressão policial, ameaças constantes e outras inúmeras adversidades, aparecem como fiéis à sua luta.

Por outro lado, estas peças caracterizam a intervenção das mulheres como não-expectável e pouco significativa, remetendo-as para os papéis tradicionais de género. Expressões como “*À espera: as mulheres, muitas vezes, ocupam um lugar central nos protestos*” comprovam exatamente esse facto: entende-se que as mulheres não são, por norma, intervenientes em contextos de revolução, tendo uma maior propensão para adotar posições mais passivas/pacíficas, apoiar os homens-protagonistas na qualidade de mães, esposas e filhas, bem como aguardar a evolução dos acontecimentos. Quando intervêm ativamente neste tipo de contextos, a sua participação é vista como novidade ou surpresa, já que não é suposto assumirem papéis dessa natureza.

- Perdularismo, corrupção e abuso de poder:

Não raras vezes, os homens com cargos políticos figuram como responsáveis pela crise financeira de Portugal. É o caso da peça “As despesas imparáveis de Alberto João”, publicada na edição N°386 da revista *Sábado*, na qual o presidente da Região Autónoma da Madeira surge como um indivíduo despesista, cuja atuação conduziu ao “*buraco orçamental*”.

Numa outra peça, intitulada de “O perfeito ator” (edição N° 970, revista *Visão*), Isaltino Morais, que era então autarca de Oeiras, é suspeito de estar envolvido em crimes de fraude fiscal e branqueamento de capitais. Contudo, é enquadrado numa abordagem apologética: “*personagem misteriosa nascida em casa*”, “*herói camiliano... deixou a província, circulou pelos corredores do poder*”. Embora se tenha aproveitado da sua posição política para beneficiar os seus interesses pessoais, Isaltino Morais não é caracterizado como um criminoso – nos moldes mais comuns –, mas como um indivíduo bem-relacionado, influente, fazendo uso de habilidades para concretizar os seus objetivos.

O abuso de poder, numa forma mais extremada, aparece como eminentemente perpetrado por homens, como mostra a peça “A família violenta do coronel Kadhafi” (edição N° 356, revista *Sábado*). Recorrendo ao uso da violência e à inculcação do medo, os membros da família do chefe de Estado líbio são definidos como os principais intervenientes na esfera pública nacional através dos cargos que assumem e das ações que empreendem: dominam as forças armadas, empresas, tecnologias, entre outros.

Enquanto protagonistas da esfera pública, os homens são representados como o centro a partir do qual tudo gravita, incluindo as mulheres. Estas surgem predominantemente no papel de mães, esposas e filhas; isto é, não são objeto de cobertura mediática em virtude da sua condição individual e autónoma, mas por relação de parentesco. Como destaca Cerqueira (2012: 422), são representadas como ‘mulheres-complemento’ ou ‘mulheres-sombra’ porque, embora adquiram visibilidade nos média informativos, surgem como apêndice da intervenção pública de outrem.

Exemplo paradigmático deste tipo de representação é a peça “Esta é a nova apoiante de Passos Coelho”, da edição N° 365 da revista *Sábado*. Neste trabalho jornalístico, Laura Ferreira aparece como um pilar importante na vida do primeiro-ministro português: ainda que não se sinta confortável com a sua exposição pública, “*diz ser importante apoiar o marido*”. Perscrutada na sua privacidade, é considerada “*um trunfo eleitoral do PDS*”, que conferirá “*um rosto mais humano ao líder [Pedro Passos Coelho]*”.

Veja-se, ainda, a peça “A cigarra e a formiga”, da edição N° 931 da revista *Visão*. Traçando o perfil sócio-biográfico de Manuel Alegre e Cavaco Silva, candidatos às eleições presidenciais de 2011 em Portugal, a reportagem menciona apenas uma mulher, na qualidade de esposa, descrita no exercício de funções domésticas e na colmatação dos desejos do seu cônjuge (e.g. “*Aníbal prefere jaquinhos fritos com arroz de tomate, confeccionados pela mulher, Maria Alves da Silva*”). Representações mediáticas como as descritas corroboram as asserções de Gallego (2009: 45): “Elas [as mulheres] são o objeto observado, que não fazem parte do centro a partir do qual se observa e se narra. Daí que as mulheres sejam apresentadas pelo que são, não pelo que fazem”. Pelo contrário, os “homens são o verbo, e o verbo é ação”: são os sujeitos que agem e protagonizam os acontecimentos, a partir dos quais tudo é narrado.

Quanto à intervenção das mulheres na esfera pública — na qualidade de chefes de Estado, membros de Governo, deputadas da Assembleia da República, empresárias, etc. —, as *newsmagazines* portuguesas tendem a reiterar discursos hegemónicos já identificados em outros tipos de média informativos, como a imprensa (Ross, 2004:74) ou a televisão (Gidengil & Everitt, 2003), representando-as nos seguintes tipos de abordagens:

- Impreparação e necessidade de mentoria política:

Em termos gerais, as mulheres são representadas como uma novidade nas áreas de relevância pública, sendo-lhes comumente atribuídas características como a incompetência profissional, a indefinição de interesses e a ausência de convicções (políticas) independentes. Surgem como indivíduos cuja atuação no espaço público/político se deve e depende da mentoria dos seus congéneres homens.

A peça “Agora é que são elas” (edição N° 957, revista *Visão*) é, especialmente, paradigmática. As mulheres aparecem como indivíduos debutantes num território estranho, “naturalmente” dominado por homens — a política. A participação das mulheres é enquadrada como uma ameaça às estruturas basilares deste campo (claramente assumidas como masculinas), como atesta o título da peça (“Agora é que são elas”). Além disso, através de expressões como “*As mulheres estão na calha, já se viu. Mas talvez ainda*

estejam verdes”, põe-se em causa a idoneidade política deste grupo, legitimando a existência de relações hierárquicas (os homens como mentores, as mulheres como mentoreadas). Por conseguinte, diferentemente dos seus congéneres homens, que são (*a priori*) considerados idóneos para o exercício de funções políticas/públicas, as mulheres são colocadas sob perscrutação jornalística, tendo de empreender esforços redobrados para legitimar o seu estatuto.

Também a peça “As rebeldias da protegida de Portas” (edição N° 372, revista *Sábado*) representa a ministra da Agricultura e do Mar de Portugal, Assunção Cristas, como desprovida da preparação necessária para exercer o cargo que lhe fora atribuído. Em particular, aponta o desconhecimento da ministra no que concerne ao Regimento da Assembleia da República, recorrendo ao uso de expressões irónicas e jocosas (e.g. “*Não conhecia as regras e pôs-se a beber leite no plenário, sem saber que ali é proibido beber e comer*”). Na linha do “paternalismo protetivo” (Glick & Fiske, 1996: 493), Paulo Portas, presidente do CDS-PP, emerge como a figura que define o percurso da ministra, assegura proteção e confere orientação política. Para além do texto, também os elementos visuais reforçam esta ideia: a imagem da peça mostra Assunção Cristas com a cabeça no ombro de Paulo Portas, que a acaricia, aludindo a uma relação de pai e filha.

- Exceccionalidade:

De forma assinalável, as *newsmagazines* portuguesas encerram um segundo tipo de paradigma representacional: as mulheres como indivíduos excepcionais que conseguiram singrar num campo dominado por homens (a política). Veja-se, por exemplo, a peça “Rottweiler à espreita” (edição N° 348, revista *Sábado*), na qual a eurodeputada socialista Ana Gomes é caracterizada por ser determinada e comprometida com os seus ideais políticos. Numa outra peça, “Dilma. A superpresidente” (edição N° 973, revista *Visão*), a presidente da República Federativa do Brasil, Dilma Rousseff, é representada como uma figura que, “*sem mudar o seu estilo, sério e nada paternal*”, assume uma postura agressiva contra a corrupção no seu país.

Em ambos os casos, o modelo de mulheres-exceção (Cerqueira, 2012: 422) estrutura-se em dissonância com as características atribuídas à feminilidade normativa. Nas peças em análise, as protagonistas não são descritas com atributos que subjazem ao estereótipo feminino, como a ausência de qualidades orientadas para o trabalho e para a autonomia individual (Amâncio, 1994: 64). Pelo contrário, são eminentemente caracterizadas a partir de aspetos associados ao estereótipo masculino, tais como as competências no contexto de trabalho, o exercício de domínio sobre outrem e o controlo sobre as situações (Amâncio, 1994: 68).

Contudo, a exceccionalidade não é apenas reconhecida às mulheres no campo político, verificando-se também no universo empresarial. Por exemplo, na peça “De operária à ribalta” (edição N° 937, revista *Visão*), Purificación García aparece como uma mulher que, apesar de ter nascido num contexto económico desfavorecido, conseguiu ascender socialmente devido ao seu mérito pessoal, tornando o seu nome numa “*marca de referência na moda*”. Descentrando a atenção das assimetrias sociais que atravessam o

mundo empresarial (Nogueira, 2009: 105-106) para focalizar nas conquistas individuais, esta peça ilustra precisamente o “*discurso essencialista-individualista*” (Nogueira, 2006: 64), o qual tende a reforçar relações de poder desiguais e a apoiar a retórica meritocrática (Nogueira, 2006: 70).

Nas *newsmagazines* portuguesas, as representações das mulheres com cargos políticos incluem comumente referências a aspetos da sua vida privada, tais como a vivência da conjugalidade/casamento, o exercício da maternidade, a conciliação da vida profissional com a familiar, etc. Por outro lado, tais menções aparecem raramente nas representações mediáticas de homens; quando surgem, servem o propósito de assinalar o carácter multifacetado das suas ações e de enaltecer a capacidade destes em conciliar vários domínios em simultâneo. Por exemplo, a peça “Pedro, passos para conhecê-lo” (edição N° 953, revista *Visão*) encerra uma referência explícita à atuação do primeiro-ministro português na esfera privada, nomeadamente na prestação de cuidados à família: “... *perdeu noites no papel de pai devotado. (...) para estar em casa a tempo de dar banho à filha e levá-la à escola*”. Uma vez que, de acordo com a ideologia de género, não é suposto um homem desempenhar tais funções, a ênfase neste aspeto alia as ações do primeiro-ministro a conceitos de dedicação e esmero. Para as mulheres, as referências à vida privada tendem a reforçar a inabilidade destas para o exercício de funções políticas/públicas e a legitimar a sua circunscrição aos papéis tradicionais de género. No caso dos homens, tais menções encerram um carácter empoderador.

Em suma, as representações de género das *newsmagazines* portuguesas tendem a reificar o espaço público como um terreno dominado por homens, onde a participação das mulheres é considerada meramente esporádica e até prescindível. Além disso, baseando-se numa perspetiva tranquilizadora, estas representações favorecem a ideia de que a igualdade de género vai ser naturalmente alcançada, nomeadamente através do aumento do número de mulheres em cargos de destaque. A manutenção de tais paradigmas representacionais — sobretudo daqueles que enformam as mulheres com intervenção política — tem implicações negativas a diferentes níveis, tais como a colocação de obstáculos à participação das mulheres no espaço público e ao exercício dos seus direitos cívicos e políticos (Ross & Sreberny-Mohammadi, 1997: 106); a ameaça à organização e manutenção eficientes do sistema democrático (Adcock, 2010: 151; Ross, 2004: 68); bem como a perpetuação de assimetrias sociais (Gallego, 2009: 45).

MULHERES COMO CORPO E FISCALIDADE

À semelhança de outros tipos de média (Gallagher, 2001: 81; Ross, 2010: 100; Giddens & Everitt, 2003: 560), as *newsmagazines* tendem a secundarizar o que as mulheres “pensam” e “dizem”, privilegiando, ao invés, aspetos relacionados com a sua aparência física, indumentária, sentido de moda, etc. Este facto encontra reflexo na peça “Michelle e Maria” (edição N° 355, revista *Sábado*): referidas com informalidade, através da utilização do primeiro nome, Michelle Obama e Maria Cavaco Silva são objeto de uma análise comparativa no que concerne ao tipo de indumentária usado em contextos diversos, como cerimónias oficiais/de Estado, no quotidiano, em férias, na prática de exercício físico, etc.

No entanto, importa destacar que a tónica na *fisicalidade* se aplica às mulheres enquanto grupo social, independentemente dos seus âmbitos de atuação. Por exemplo, corroborando Ross e Sreberny-Mohammadi (1997: 107), as mulheres que exercem cargos políticos são sujeitas, em igual grau e frequência que as demais, a processos de objetificação/sexualização promovidos pelos média. Desde o uso da linguagem aos conteúdos fotográficos, os média recorrem a diferentes estratégias para realçar a feminilidade hegemónica. Peças como “Agora é que são elas” (edição N° 957, revista *Visão*) e “As rebeldias da protegida de Portas” (edição N° 372, revista *Sábado*) apontam justamente nesse sentido: as protagonistas, mulheres com responsabilidades políticas em Portugal, aparecem enquanto corpos, acessórios e adereços.

Nas *newsmagazines* portuguesas, as mulheres tendem a aparecer como indivíduos obcecados com o corpo e a aparência física, para quem a não-correspondência com o ideal de beleza provoca sentimentos de frustração, preocupação e recusa de si próprias. É, justamente, esta ideia que subjaz à reportagem “Uma semana sem espelhos”, integrada na edição N° 378 da revista *Sábado*. O espelho surge como um objeto ambíguo para as mulheres, que são aqui consideradas enquanto grupo unitário e homogêneo: por um lado, é referido como um acessório do qual a maioria destas não consegue prescindir; por outro, aparece como uma fonte de emoções desagradáveis (e.g. “... aquilo que nos deixa mais angustiadas é aquilo que vemos do outro lado”). Na peça, esta última dimensão tende a agudizar-se com o avanço da idade: “... à medida que as mulheres vão envelhecendo gostam cada vez menos daquilo que veem ao espelho. Detectam gorduras a mais, rugas e cabelos brancos”. O envelhecimento nas mulheres é, pois, representado como um processo de degradação física, inibidor da beleza e motivo de lamento.

No entanto, como sustentam Baudrillard (1970/2010) e Wolf (1992), a correspondência aos padrões de beleza constitui um imperativo apenas para as mulheres, não se impondo com igual premência aos homens. É, justamente, esta a premissa subjacente na peça “Vaidade masculina” (edição N° 939, revista *Visão*): embora destaque o crescente recurso aos serviços de estética por parte de homens, o enquadramento sugere o carácter inesperado, surpreendente e até supérfluo de tais comportamentos. No caso das mulheres, o cuidado com o corpo constitui uma norma; para os homens, surge como uma mera expressão de “*vaidade*”.

De acordo com Wolf (1992: 306), os média tendem a difundir imagens nas quais o corpo e o rosto das mulheres são representados de forma dissecada/fragmentada. Similarmente, Ross (2010: 119) considera que os média e as suas construções linguísticas objetificam as mulheres, fazendo com que estas valham sempre menos do que a soma das partes do seu corpo. Por exemplo, na peça “A mulher perfeita” (edição N° 357, revista *Sábado*), recortam-se precisamente partes do corpo de várias celebridades — e.g. nariz, queixo, lábios, olhos, etc. — e cria-se uma outra figura que, à luz da cirurgia estética, corresponde ao expoente máximo da beleza no contexto ocidental: corpo curvilíneo, magro e jovem; cabelos loiros; pele clara, “*sem imperfeições*” e de cor branca; olhos grandes, etc.

Numa cultura onde os corpos das mulheres são sujeitos a uma constante “*monitorização, vigilância, disciplina e remodelação*” (Gill, 2007: 149), o recurso a dietas consubstancia-se numa prática, muitas vezes, atribuída a este grupo. Destaque-se, a propósito, a

reportagem “As nossas bisavós já faziam dieta” (edição N° 362, revista *Sábado*): apesar das menções a casos de homens, as mulheres aparecem como as principais adeptas de práticas dietéticas. Além disso, diferentemente dos homens — cuja decisão de “fazer dieta” é considerada como um manifesto de preocupações ligadas ao cuidado da saúde —, as mulheres surgem movidas por propósitos relacionados com a estética e o culto do corpo.

Em síntese, as *newsmagazines* portuguesas tendem a enquadrar as mulheres a partir dos seus atributos físicos, representando-as como indivíduos para quem a correspondência aos padrões de beleza normativos adquire uma importância extrema. Esta valorização da *fisicalidade*, estética e culto do corpo na cobertura mediática das mulheres converge, justamente, com as dimensões do estereótipo feminino (Amâncio, 1994: 64). Baseada numa conotação valorativa diferenciada, onde o sexo masculino ocupa uma posição dominante e o feminino surge numa posição subordinada (Amâncio, 1994: 68), esta abordagem contribui para o descrédito das opiniões, experiências e *performances* profissionais das mulheres, limitando as suas potencialidades e conquistas nas esferas socioeconómica, cultural e política.

HOMENS COMO AGRESSORES, MULHERES COMO VÍTIMAS

De forma assinalável, as *newsmagazines* portuguesas representam os homens como sendo os principais envolvidos em crimes contra pessoas (*e.g.* crimes contra a vida, integridade física, liberdade pessoal, e liberdade e autodeterminação sexual), crimes contra o património (*e.g.* burla), crimes contra o Estado (*e.g.* branqueamento e fraude fiscal) e crimes contra a vida em sociedade (*e.g.* terrorismo).

No material em análise, os crimes contra pessoas adquirem uma maior proeminência: as suas representações apontam para o exercício do poder físico e exacerbação de emoções, corroborando investigações conduzidas na área do crime, género e média (Simões, 2011: 460). Destaque-se, a propósito, a peça “Esfaqueou a mulher e aparafusou a porta” (edição N° 354, revista *Sábado*), na qual há a descrição pormenorizada do homicídio de uma mulher pelo marido, que fora, durante anos, vítima de violência doméstica. O tratamento temático nesta peça adquire aspetos sensacionalistas, que se manifestam quer ao nível textual (*e.g.* “... *perseguiu-a e deu-lhe nove facadas – a seguir deixou-a morrer, presa na lavandaria*”), quer a nível visual, através de uma ilustração que representa o agressor aquando do crime, segurando uma faca, num contexto repleto de sangue. Nas peças “Como ele os matou um a um” (edição N°378, revista *Sábado*) e “Anders, o génio do mal” (edição N° 960, revista *Visão*), os paradigmas representacionais enfatizam a iniquidade do agressor. Em ambas as publicações, é caracterizado a partir de traços de personalidade associados à masculinidade hegemónica, como a frieza e calculismo, cujas ações — cuidadosamente orquestradas — se revestem de um carácter sádico e instigador de “terror”.

De um modo muito residual, o *corpus* de análise inclui peças que situam as mulheres na perpetração de crimes contra a propriedade (*e.g.* roubo) e crimes contra o Estado (*e.g.* tráfico de estupefacientes).

No que respeita à primeira tipificação, as abordagens são pouco sérias, com laivos de humor e jocosidade, como se exemplifica na peça “O temível gangue de mulheres”, publicada na edição Nº350 da revista *Sábado*. O teor irónico e satírico atravessa a peça na íntegra, expressando-se imediatamente no antetítulo (i.e. “quando elas dominavam as ruas de Londres”), e na recorrente tendência para *genderizar* os crimes perpetrados pelo grupo inglês na década de 1920 (e.g. “... roubavam jóias, casacos de pele e vestidos de seda. (...) A seguir gastavam o dinheiro todo em roupa nova e festas de arromba”, “... deixava as marcas dos seus anéis de brilhantes na cara das vítimas”).

Quanto aos crimes de tráfico de estupefacientes, as representações jornalísticas encerram um teor desculpabilizante em relação às mulheres condenadas, enfatizando as causas socioeconómicas e culturais do seu envolvimento criminoso. Traga-se à colação a reportagem “Mães entre muros” (edição Nº 946, revista *Visão*), na qual as mulheres surgem como figuras melindradas, afetadas pela pobreza, adição e doença mental. “*Más escolhas*” é a expressão usada para sintetizar os fatores que conduzem a “*maior parte das mulheres à cadeia*”. De modo transversal, as mulheres aparecem remetidas para atividades tradicionalmente ligadas à esfera privada, como a prestação de cuidado a crianças, independentemente do seu estatuto no contexto penitenciário: “*A maior parte das guardas prisionais admite que não consegue resistir a uma criança. Muito menos a um bebé*”.

Como destaca Simões (2011: 124), diferentemente do universo de ofensores e vítimas da violência interpessoal — que é “maioritariamente masculino” —, a vitimização no espaço privado e nas relações de intimidade coloca as mulheres como protagonistas.

No *corpus* de análise, as mulheres surgem sobretudo como vítimas de crimes contra pessoas (e.g. crimes contra a vida, integridade física, liberdade pessoal, e liberdade e auto-determinação sexual). Porém, os crimes de que são (alegadas) vítimas aparecem, em regra, desconexos das assunções ideológicas que motivam a violência contra as mulheres.

Explore-se, a propósito, a peça “Queimada por causa de ciúmes” (edição Nº 376, revista *Sábado*), na qual se descreve o homicídio de uma mulher pelo seu marido, acompanhado por referências à vivência da conjugalidade, tentativas de fuga ao contexto de violência, etc. Para além de não haver uma auscultação da violência como um problema social, a peça encerra um eixo de desculpabilização do agressor, como o título indicia através do uso do substantivo “*ciúmes*”. Neste contexto, existe também a narrativa da vítima-sobrevivente que aparece, em especial, na peça “A pugilista sobreviveu ao marido”, publicada na edição Nº 359 da revista *Sábado*. Este trabalho jornalístico foca uma mulher que sobreviveu à tentativa de homicídio por parte do marido, localizando-a numa abordagem de excecionalidade. É representada como uma supermulher que, após ter resistido a uma morte cuja probabilidade era elevada, conseguiu singrar na modalidade desportiva que praticara — o *box*. Esta referência, acompanhada por um quadro revelador da escassa participação das mulheres neste tipo de desporto, acentua o carácter excecional desta mulher.

Como os exemplos anteriores atestam, quanto maior for a correspondência às características associadas à feminilidade normativa, maior será o estatuto vitimário das mulheres: serão consideradas vulneráveis, inocentes e indefesas. Aquelas que ultrapassam

as normas de género – nomeadamente no campo sexual –, são representadas como perigosas, desconfiáveis, omissas (Meyers, 1997; Wykes, 1998). No caso particular dos crimes sexuais, estas mulheres tendem a surgir como indutoras e/ou culpadas dos crimes dos quais foram (alegadamente) vítimas (Meyers, 1997: 61-62).

Note-se, por exemplo, a peça “Ruby pode ser o fim de Silvio”, publicada na edição N° 352 da revista *Sábado*. Karima El Marough — a jovem marroquina com quem o ex-primeiro-ministro italiano, Silvio Berlusconi, teve alegadamente relações sexuais quando esta era menor — figura como a mulher que “*pode fazer cair Berlusconi*”. Equiparada a uma protagonista de um enredo novelesco — que é caracterizada como “*bonita, ambiciosa, perversa, capaz de qualquer coisa com a condição de tornar realidade a sua sede de dinheiro*” —, El Marough não é enquadrada num cenário de (alegada) exploração sexual de menores. Por um lado, em conjunto com outras mulheres, afigura-se como a encarnação da sensualidade e sedução, à qual Berlusconi não consegue resistir. Proposições como “*Esfregavam-se nele e deixavam-se tocar*”, que posicionam as mulheres como sujeito frásico, atribuem um papel ativo a Marough e às demais raparigas, enquanto as representações de Berlusconi apontam para a passividade e o colocam numa posição vitimária. Por outro lado, El Marough emerge como um obstáculo às conseqüências políticas do ex-primeiro-ministro, sendo-lhe atribuída parcial responsabilidade pelos corolários negativos que possam advir para a reputação política de Berlusconi. A este propósito, releve-se ainda a peça “A vigarista ... ou a santa”, publicada na edição N° 375 da revista *Sábado*. Nafissatou Diallo, alegada vítima de violação perpetrada pelo então diretor-geral do Fundo Monetário Internacional, Dominique Strauss-Kahn, é representada eminentemente como interesseira, capaz de tudo para concretizar os seus objetivos. Embora mostrem o lado positivo de Diallo, há uma tendência para a colocar sob dúvida, culpabilizando-a pela vulnerabilização política de Strauss-Kahn, num momento em que ele se preparara para concorrer às eleições presidenciais francesas.

Por oposição às mulheres, a menor conformidade com os traços e papéis tradicionais de género corresponderá, inversamente, a uma maior vitimização dos homens. Destaque-se, a propósito, a peça “Torturado pelos pais por ser gay” (edição N° 392, revista *Sábado*), na qual se traça a história de um jovem estado-unidense que fora vítima de violência física e psicológica (e.g. murros e pontapés, queimaduras, choques elétricos, etc.), cometida sobretudo pelo pai, na tentativa de “convertê-lo” em heterossexual. Este trabalho jornalístico mostra que, à semelhança da violência de género, os crimes cometidos contra pessoas com orientações sexuais não-normativas não são inquiridos, nos média informativos, a respeito das suas bases ideológicas (heterossexistas e homofóbicas). E, secundando Riggs e Patterson (2009), a invisibilidade mediática da diversidade de pessoas LGBT e a ausência de discussão acerca da heteronormatividade agudizam tão-só a prevalência da violência homofóbica.

Numa visão geral, as *newsmagazines* portuguesas tendem a representar os homens como agressores e as mulheres como vítimas (diretas e indiretas), particularmente de crimes perpetrados pelos primeiros contra a sua vida, integridade física, e liberdade e autodeterminação sexual. Apesar da crescente cobertura mediática da violência contra as mulheres – a qual, iniciada a partir da década de 1970, contribuiu para uma maior

conscientização social e reconhecimento público desta problemática (Ross, 2010: 119; Kitzinger, 2004: 33) –, os média informativos continuam a minorizar as causas e os corolários dos crimes contra mulheres nas sociedades contemporâneas. Na linha da investigação sobre crime, género e média (e.g. Meyers, 1997; Wykes, 1998; Kitzinger, 2004; Simões, 2011), a presente análise mostra que as *newsmagazines* portuguesas tendem a invisibilizar a violência de género como um ato sistemático, que decorre num contexto socioeconómico e cultural específico, suportado por assimetrias sociais e relações de poder desiguais. Privilegiam, ao invés, abordagens individualizadas da ofensividade masculina que — atribuindo-a a razões biológicas, psicológicas e patológicas — “desqualificam as vítimas e revivificam visões essencialistas e estereotipadas da feminilidade” (Simões, 2011: 290).

Em suma, na cobertura mediática do crime e justiça, mulheres e homens são representadas/os a partir dos traços e papéis tradicionais de género. Enquanto a maior correspondência aos atributos associados à feminilidade (normativa) elevará o estatuto vitimário das mulheres, a maior conformidade com as normas da masculinidade (normativa) potenciará a atribuição aos homens do estatuto de agressor. Reiterando o modelo da assimetria simbólica (Amâncio, 1994) – segundo o qual os homens surgem como o referente universal, em ideal de individualidade, e as mulheres se constituem como ideal coletivo, indivíduos amalgamados num destino comum –, esta diferenciação tenderá a repercutir-se negativamente ao nível da prevenção do comportamento criminoso e na reposição da justiça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os média estiveram sempre no centro da crítica feminista (van Zoonen, 1994: 11), já que são construtores ativos da realidade social e disseminadores da ideologia (tradicional) de género. Indo além da mera função informativa, funcionam como “*agenda-setters*” e “*gatekeepers*” de valores androcêntricos, colaborando na manutenção da dominação masculina e na conseqüente marginalização dos interesses das mulheres, bem como de outros grupos sociais (Ross, 2004: 68).

No presente estudo, a análise temática conduzida às *newsmagazines* portuguesas permitiu identificar e fundamentar três paradigmas de representações de género e articulá-los com as secções temáticas mais proeminentes nestas publicações (i.e. Economia; Política; Crime e Justiça; e Saúde, Lazer e Bem-estar).

Em primeiro lugar, as representações de género das *newsmagazines* portuguesas tendem a reificar o espaço público como um terreno (naturalmente) dominado por homens, onde a participação das mulheres é considerada uma ‘exceção’. Na maioria dos casos, os primeiros surgem como detentores de poder e influência, atores na mudança sociopolítica, e mesmo situados em contextos de perdularismo, corrupção e abuso de poder. Por outro lado, a intervenção das mulheres na esfera pública caracteriza-se por dois paradigmas que — aparentemente antagónicos — concorrem para naturalizar o seu estatuto subordinado no campo político. Ora aparecem como indivíduos impreparados

e sem convicções independentes, cuja *performance* política depende da mentoria por parte dos seus congéneres homens; ora surgem como figuras excepcionais que, devido ao seu esforço individual, conseguiram vingar em universos dominados por homens. Por oposição às dos seus congéneres políticos, as representações das mulheres incluem frequentemente referências a aspetos da sua vida privada (e.g. vivência da conjugalidade/casamento, o exercício da maternidade, a conciliação da vida profissional com a familiar, etc.), as quais poderão obstar a sua intervenção pública.

Depois, o corpo e a *fisicalidade* das mulheres constituem, também, aspetos edificadores das representações que emergem nas *newsmagazines* portuguesas. Para além de serem definidas a partir dos seus atributos corporais/físicos, as mulheres figuram como indivíduos para quem a correspondência aos padrões tradicionais de beleza, associados à feminilidade normativa, adquire a centralidade das suas preocupações, instigando-lhes nomeadamente a adoção de práticas dietéticas. Tais abordagens redundam na descredibilização das competências intelectuais e da *performance* profissional das mulheres, cerceando as suas potencialidades nas esferas socioeconómica, cultural e política.

Por fim, as *newsmagazines* portuguesas favorecem paradigmas representacionais que têm subjacente a assunção da ofensividade *masculina* e a vitimização *feminina*. Os homens surgem, muitas vezes, como agressores e as mulheres como vítimas, sobretudo de crimes perpetrados pelos primeiros contra a sua vida, integridade física, e liberdade e autodeterminação sexual. Contudo, embora tenha adquirido uma crescente cobertura mediática nas últimas décadas, a violência de género tende a ser invisibilizada como um ato continuado, suportado por assimetrias de género e relações de poder desiguais. Independentemente do estatuto que assumam nos contextos de crime e justiça, de vítima ou agressor/a, mulheres e homens surgem enquadradas/os nos traços e papéis tradicionais de género. A imbricação de assunções de género na cobertura mediática poderá obstar a compreensão das circunstâncias que envolvem diferentes tipificações de crime, limitando as potencialidades das políticas de prevenção e a reposição da justiça, entre outros.

Em conclusão, à semelhança de estudos anteriores (e.g. Gidengil & Everitt, 2003; Ross, 2004; Lobo & Cabecinhas, 2010), o presente artigo mostra que as *newsmagazines* portuguesas tendem a apoiar a manutenção de estruturas dicotómicas (e.g. masculino-feminino, espaço público-espço privado, corpo-intelecto, agressor-vítima, etc.), que favorecem a essencialização das experiências pessoais e coletivas. Invisibilizando os indivíduos que não correspondem ao paradigma homem-branco-heterossexual-classe média, estas publicações ofuscam a diversidade de pertenças identitárias, suas simultaneidades e interseções.

Impõe-se, portanto, uma “luta em torno dos significados” que atravessam as *newsmagazines* portuguesas no sentido da promoção de “discursos e vozes alternativas e contra-hegemónicas” (Silveirinha, 2008). A contestação de paradigmas que garantem a hegemonização da ideologia (tradicional) de género exige, pois, a inclusão de perspectivas feministas e interseccionais no âmbito das organizações mediáticas, bem como a promoção da literacia mediática. Será possível, assim, cultivar representações de género heterogéneas, polifónicas e empreendedoras de relações sociais igualitárias. //

REFERÊNCIAS

- Adcock, C. (2010) "The Politician, the Wife, the Citizen, and Her Newspaper", *Feminist Media Studies*, 10 (2): 135-159.
- Amâncio, L. (1994) *Masculino e Feminino: A Construção Social da Diferença*, Lisboa: Edições Afrontamento.
- Baudrillard, J. (1970/2010) *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Edições 70.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006) "Using Thematic Analysis in Psychology", *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2): 77-101.
- Cardoso, C. (2009b) "Padrões e Identidades nas Capas de Newsmagazines: 1999/2009", *Actas Digitais IV Congresso SOPCOM – Sociedade dos Media: Comunicação, Política e História dos Media*, Lisboa: ECATI - ULHT, pp. 4331-4343.
- Carter, C. & Steiner, L. (2004) "Mapping the Contested Terrain of Media and Gender Research" in Carter, C. & Steiner, L. (eds.) (2004) *Critical Readings: Media and Gender*, Glasgow: Open University Press, pp. 11-35.
- Cerqueira, C. (2012) *Quando Elas (Não) São Notícia: Mudanças, Persistências e Reconfigurações na Cobertura Jornalística sobre o Dia Internacional da Mulher em Portugal (1975-2007)*. Originalmente apresentada como tese de doutoramento, Universidade do Minho.
- Cerqueira, C.; Magalhães, S. I. & Cabecinhas, R. (2014) "Questões de Género nas Revistas Generalistas de Informação em Portugal: Cruzamentos Temáticos na Sábado e Visão", *Calidoscópio*, 12 (2): 168-179.
- Dines, G. & Humez, J. (eds.) (1995) *Gender, Race and Class in Media: a Text Reader*, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Gallagher, M. (2001) *Gender-Setting: News Agenda for Media Monitoring and Advocacy*, Londres: Zed Books.
- Gallego, J. (2009) "Género e Representação Pública: Realidades e Desejos", *Media & Jornalismo – Género, Media e Espaço Público*, 8 (15): 43-53.
- Gidengil, E. & Everitt, J. (2003) "Conventional Coverage/Unconventional Politicians: Gender and Media Coverage of Canadian Leader's Debates, 1993, 1997, 2000", *Canadian Journal of Political Science*, 36 (3): 559-577.
- Gill, R. (2007) *Gender and the Media*, Oxford: Polity Press.
- Glick, P. & Fiske, S. T. (1996) "The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism", *Journal of Personality and Social Psychology*, 70: 491-512.
- Guest, G.; Macqueen, K. & Namey, E. (2012) *Applied Thematic Analysis*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Hall, S. (1980) "Encoding/Decoding" in Centre for Contemporary Cultural Studies (eds.) (1980) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- Harrison, J. (2006) *News*, London e New York: Routledge.
- Kimmel, M. (2000) *The Gendered Society*, New York: Oxford University Press.
- Kitzinger, J. (2004) "Media Coverage of Sexual Violence Against Women and Children" in Ross, K. & Byerly, C. (eds.) (2004) *Women and Media: International Perspectives*, Malden, MA: Blackwell Publications, pp. 13-38.
- Lobo, P. & Cabecinhas, R. (2010) "The Negotiation of Meanings in the Evening News. Towards an Understanding of Gender Disadvantages in the Access to the Public Debate", *The International Communication Gazette*, 72 (4-5): 339-358.

- Mendes, K. & Carter, C. (2008) "Feminist and Gender Media Studies: A Critical Overview", *Sociology Compass*, 2 (6): 1701-1718.
- Meyers, M. (1997) *News Coverage of Violence Against Women: Engendering Blame*, Thousand Oaks: Sage.
- Neuman, W. R.; Just, M. R. & Cragler, A. N. (1992) *Common Knowledge – News and the Construction of Political Meaning*, University of Chicago Press.
- Nogueira, C. (2006) "Os Discursos das Mulheres em Posições de Poder", *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 9 (2): 57-72.
- Nogueira, C. (2009) "As Mulheres na Liderança. Números, Ambiguidades e Dificuldades" in *Guião de Educação, Género e Cidadania – 3º ciclo do ensino básico*, Lisboa: Edição da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género, pp.103-114.
- Riggs, D. W. & Patterson, A. (2009) "The Smiling Faces of Contemporary Homophobia and Transphobia", *Gay & Lesbian Issues and Psychology Review* 5, 185-190.
- Ross, K. (2004) "Women Framed: The Gendered Turn in Mediated Politics" in Ross, K. & Byerly, C. (eds.) (2004) *Women and Media: International Perspectives*, Malden, MA: Blackwell Publications, pp. 60-80.
- Ross, K. (2010) *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD.
- Ross, K. & Sreberny-Mohammadi, A. (1997) "Playing House – Gender, Politics and the News Media in Britain", *Media Culture Society*, 19: 101-109.
- Silveirinha, M. J. (2004a) "Os Media e as Mulheres: Horizontes de Representação, de Construção e de Práticas Significantes" in Silveirinha, M. J. (org.) (2004a) *As Mulheres e os Media*, Lisboa, Livros Horizonte, pp. 5-12.
- Silveirinha, M. J. (2008) "A Representação das Mulheres nos Media. Dos Estereótipos e «Imagens de Mulher» ao «Feminino» no Circuito da Cultura" in Pissarra, J. E. (eds.) (2008) *Comunicação e Identidades Sociais: Diferença e Reconhecimento em Sociedades Complexas e Culturas Pluralistas*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 101-128.
- Silveirinha, M. J. (2004b) "Representadas e Representantes: as Mulheres e os Media", *Revista Media & Jornalismo, As Mulheres e os Media*, 5 (3): 9-30.
- Simões, R. B. (2011) *Crime, Castigo e Género nas Sociedades Mediatizadas. Políticas de (In)justiça no Discurso dos Media*. Originalmente apresentada como tese de doutoramento, Universidade de Coimbra.
- Van Zoonen, L. (1994) *Feminist Media Studies*, Londres, SAGE publications.
- Van Zoonen, L. (1998) "One of the Girls? The Changing Gender of Journalism" in Carter, C.; Branston, G. & Allan, S. (eds.) (1998) *News, Gender and Power*, New York: Routledge, pp. 33-46.
- Wolf, N. (1992) *O Mito da Beleza: Como as Imagens de Beleza São Usadas Contra as Mulheres*, Rio de Janeiro: Rocco.
- Wykes, M. (1998) "A Familiar Affair: The British Press, Sex and the West" in Carter, C.; Branston, G. & Allan, S. (eds.) (1998) *News, Gender and Power*, London: Routledge, pp. 233-247.

ENDEREÇOS ELETRÓNICOS

APCT. Associação para o Controlo da Tiragem e Circulação, disponível em <http://www.apct.pt/>.

Cardoso, C. (2009a) “A capa de newsmagazine como dispositivo de comunicação”, *Observatorio (OBS*) Journal*, 8:162-203, disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/182/252>.

FINANCIAMENTO

Este trabalho foi financiado por Fundos FEDER através do Programa Operacional Fatores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto “O género em foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista” (PTDC/CCI-COM/114182/2009).

NOTAS BIOGRÁFICAS

Anabela Santos é bolsreira de doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, frequentando atualmente o Programa Doutoral FCT em “Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade” (Universidade do Minho). Foi bolsreira de investigação da FCT no âmbito do projeto “O Género em foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista”. É mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho e em Ciência Política pela Russian State University for the Humanities.

E-mail: amsantos86@gmail.com

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

Carla Cerqueira é bolsreira de pós-doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia e investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), dedicando-se sobretudo aos estudos sobre género e media. É doutorada em Ciências da Comunicação, especialidade de Psicologia da Comunicação, pela Universidade do Minho, Portugal, e vice-chair da secção de Género e Comunicação da ECREA.

E-mail: carlaprec3@gmail.com

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

Rosa Cabecinhas é Professora Associada do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e investigadora integrada no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Entre as suas obras, destacam-se os seguintes livros: “Preto e Branco: A naturalização da discriminação racial” (2007), “Comunicação Intercultural: Perspectivas, Dilemas e Desafios» (2008) e “Narratives and Social Memory: Theoretical and Methodological Approaches” (2013).

E-mail: cabecinhas@ics.uminho.pt

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057, Braga – Portugal

* **Submetido: 30-11-2014**

* **Aceite: 15-3-2015**