

Mulheres e Media

Organização: Sara I. Magalhães e Teresa Alvarez



Associação Portuguesa
de Estudos sobre
as Mulheres





Mulheres e *Media*

Sara I. Magalhães e Teresa Alvarez (org.)

Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres

A Ficha Técnica:

Título: Mulheres e Media

Organização de: Sara I. Magalhães e Teresa Alvarez

Capa: Miguel Martins

Edição: APEM – Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres

Design: Miguel Martins

1ª Edição: Lisboa

ISBN: 978-989-20-5095-9

© Autoras e APEM

Dezembro 2014

Índice

Nota Prévia.....	4
Introdução - Sara I. Magalhães e Teresa Alvarez.....	6
A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas: uma revolução antes da Revolução? – Isabel Ventura.....	9
Presença e Representação das Mulheres nos Novos <i>Media</i> – Adriana Delgado....	16
Feminism in the Cyberspace - Presentation Summary - Noa Wirth-Nogradi.....	24
Trilhando caminhos para uma informação jornalística mais inclusiva – - Carla Cerqueira.....	29
A iniciativa <i>Reflexões no Alvito</i> – Direção da RPJOMH.....	35
Mulheres e <i>Media</i> . Reflexões Finais – APEM e RPJOMH.....	36
Resumos.....	40
Notas Biográficas.....	42



Nota Prévia

O presente e-book reflete os objetivos que têm norteado a atividade da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres nos últimos anos, em especial o de incentivar a produção da investigação em estudos sobre as mulheres, de género e feministas e o de disseminar esse mesmo conhecimento através de estratégias e de meios de divulgação mais diversificados e adequados à realidade atual.

Os estudos sobre as mulheres e de género continuam a não ter, em Portugal, visibilidade científica, quer ao nível da academia e dos curricula do ensino superior, quer ao nível da investigação científica suportada por linhas de financiamento público.

Simultaneamente e no que diz respeito às políticas públicas para a igualdade entre os sexos, está demonstrada necessidade de uma intervenção concertada das Organizações Não Governamentais de Mulheres, tanto a nível nacional, no acompanhamento e avaliação dos Plano Nacionais de Igualdade, como a nível internacional, na participação e colaboração com estruturas no quadro da Comissão Europeia, como é o caso do Instituto Europeu de Género, e/ou do Conselho da Europa, e na participação ativa em organizações de âmbito europeu, como é caso do Lobby Europeu de Mulheres.

O conhecimento da realidade específica de mulheres e homens permanece um dos alicerces da sociedade de conhecimento. Cabe às organizações da sociedade civil manter uma atitude vigilante e interpelador do poder político sobre a efetivação da igualdade entre mulheres e homens, condição básica para a relação entre conhecimento, crescimento económico e social e desenvolvimento humano, sustentável e inclusivo. O empoderamento das mulheres e a mobilização dos recursos humanos qualificados, de mulheres e homens, são pois indispensáveis na implementação das políticas públicas de igualdade, nomeadamente nas que dizem respeito à ciência e à tomada de decisão.

Este e-book resulta da parceria entre a APEM¹, através da sua rede de investigadoras e investigadores emergentes (e-Apem), e a Rede Portuguesa de Jovens para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens (RPJIOMH)², apoiada pela Plataforma Portuguesa dos Direitos das Mulheres³, que em 2013 levaram às *Reflexões no Alvito* a problemática “Mulheres e *Media*” juntando jovens investigadoras e ativistas com trabalho realizado neste domínio, numa ótica abrangente, multifacetada e atual do que entendemos por media.

¹ <http://www.apem-estudos.org>

² <http://redejovensigualdade.org.pt>

³ <http://plataformamulheres.org.pt>

Os meios de comunicação social são demasiado importantes para escaparem ao escrutínio da análise sob a perspetiva da igualdade de género, já que fornecem espaços nos quais as questões sociais, políticas e culturais são apresentadas e debatidas. Jogam, por isso, um papel altamente relevante na determinação das vozes consideradas legítimas e das questões consideradas pertinentes e dos termos em que serão definidas e discutidas. Os *media* ajudam a formar o nosso entendimento, que por seu turno norteia as nossas ações individuais, nomeadamente os processos de tomada de decisão coletivos, e as configurações das esferas pública e política. Assim, têm potencialmente a capacidade de influenciar mudanças sociais. Daí que a Plataforma de Ação de Pequim não tivesse ignorado a importância dos meios de comunicação social para a promoção da igualdade de mulheres e homens e tenha incluído, no seu objetivo estratégico J, a necessidade de: “1. Aumentar a participação e o acesso das mulheres à expressão das suas ideias e à tomada de decisão nos meios de comunicação social, e através deles, e nas novas tecnologias de comunicação; 2. Fomentar uma imagem equilibrada e não estereotipada das mulheres nos meios de comunicação social.” A leitura dos contributos incluídos neste e-book põe claramente em evidência que, vinte anos depois, estas duas finalidades continuam a ter a mesma pertinência.

Com esta publicação pretende-se divulgar mais uma iniciativa da APEM de mobilização das novas gerações de investigadoras e investigadores em Estudos sobre as Mulheres, de reforço do diálogo multidisciplinar e de sinergias entre organizações não-governamentais, em especial as que se dedicam à defesa dos direitos das mulheres, e do alargamento da abordagem de género a temáticas e problemáticas que, sendo antigas, não deixam de assumir novos traços e de exigir uma reflexão crítica que permita conceber novas estratégias de intervenção e mudança do paradigma androcêntrico das sociedades contemporâneas.

Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres



Introdução

Sara I. Magalhães & Teresa Alvarez

Para os movimentos de mulheres e feministas os *media* sempre estiveram no centro da sua atenção e dos seus posicionamentos críticos, em virtude do papel que desempenham na (re)produção e cristalização, bem como na alteração e transformação, das representações e das práticas sociais. As “Reflexões no Alvitto”, dedicadas às *Mulheres e Media*, espelham esse caminhar mutuamente atento e desafiante.

O interesse e pertinência deste cruzamento está patente no número significativo de investigadoras e investigadores, nacionais e internacionais, (e.g. Tuchman, 1979; Gallagher, 1981, 2001, 2006; van Zoonen, 1994, Álvares, 2007; Silveirinha, 2006; Cerqueira, 2008) que se têm dedicado à análise da relação entre feminismo e *media*. A investigação neste domínio tem privilegiado uma perspetiva teórica integradora e bidirecional que vê os indivíduos como elementos ativos e co construtores e não apenas como meros recetores passivos dos *media*. Neste sentido, têm-se conjugado posicionamentos epistemológicos e metodológicos que mapeiam os *media*, desde a produção de conteúdos à sua receção, atendendo às problemáticas associadas às mulheres e às questões feministas e de género. Destacamos, em Portugal, o número da revista *ex aequo*, de 2006, dedicado às “Representações Mediáticas de Mulheres”, organizado por Maria João Silveirinha.

De entre as teóricas portuguesas, Maria João Silveirinha destaca-se pelo seu contributo para a sistematização do conhecimento nesta área. Segundo esta autora (Silveirinha, 2001), inicialmente, é possível distinguir duas grandes abordagens dentro da investigação feminista sobre os *media* em Portugal: os estudos feministas dos *media* e a investigação científica sobre a esfera pública. No entanto, a expansão dos estudos sobre esta problemática revelaram a necessidade de uma organização da investigação de acordo com novos critérios, aceitando-se hoje a sua distribuição por três áreas principais: representação e conteúdos; produção e instituições mediáticas; audiências, receção e identidades (Silveirinha, 2004). Esta reformulação evidencia a importância crescente da investigação sobre a relação entre mulheres, feminismo e *media*, integrando elementos construtores como as estruturas de poder, nomeadamente nas políticas de representação. Revelou-se, assim, o carácter incontornável da abordagem multidisciplinar e multideterminada que, pela amplitude de epistemologias, metodologias e posicionamentos teóricos, permite uma maior aproximação da experiência pessoal e subjetiva de cada indivíduo, mulher ou homem, com os *media* e uma maior compreensão de como esta presença é determinante na (des)construção social dos discursos *genderizados*. É inegável, pois, que estas análises, situadas, partilham da dimensão política que atravessa a intervenção social que caracteriza os estudos feministas e de género.

Esta publicação é fruto desta necessidade de reforçar a intervenção social no domínio dos *media*, congregando associações, ativistas e especialistas em estudos sobre as mulheres, feministas e de género, procurando pontos de convergência sobre preocupações e ameaças, sentidas no presente, e propostas de ação futura. Isabel Ventura, no texto intitulado **“A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas”**, revisita o aparecimento das primeiras mulheres repórteres, da imprensa escrita, nas décadas de 60 e 70, do século passado, período marcante da história política e social do nosso país mas também de profundas transformações do jornalismo e dos órgãos de imprensa, ao nível económico e financeiro, organizacional e profissional. A reflexão sobre o processo de aquisição de direitos e equiparação profissional das mulheres nas redações da imprensa escrita durante este período poderá permitir uma leitura mais abrangente da relação entre as mulheres e o jornalismo e encontrar novos caminhos de construção da igualdade.

Adriana Delgado traz-nos os desafios que os novos *media* e do mundo virtual colocam aos movimentos feministas. Em **“Presença e Representação das Mulheres nos Novos Media”**, a autora confronta-nos com a expansão de conteúdos mediáticos e novas formas de expressão de mulheres e homens, alicerçadas numa maior liberdade individual e, portanto, numa maior igualdade no acesso ao espaço público virtual, mas também na transposição para o virtual, com contornos preocupantes e ameaçadores, em especial para as mulheres, das dinâmicas de poder que regulam o acesso ao espaço público, no mundo real. A análise dos obstáculos, constrangimentos, percursos e desafios vivenciados pelas mulheres, nos diversos espaços do mundo virtual, permite perspetivar linhas de ação que visem questionar as assimetrias de poder entre mulheres e homens e minimizar os seus efeitos na vida de umas e de outros.

O contributo de Noa Nogradi, em **“Feminism in the Cyberspace”**, sugere-nos, através de projetos específicos, meios de atuação feminista, individual e associativa. A exploração das principais tendências, que podem ser observadas nas diversas redes sociais, permite-nos configurar movimentos de contrarresposta ou *backlash*, mas também de prevenção e informação, no sentido de limitar a capacidade repressora de alguns conteúdos e expandir o potencial transformador de outros.

Voltando a olhar a *big picture*, Carla Cerqueira trilha **“Caminhos para uma informação jornalística mais inclusiva”**. Integrando os principais desafios que os *media* colocam às mulheres e aos movimentos feministas, assim como a necessidade imperiosa de uma aposta efetiva na (des)construção das representações mediáticas de género, a autora destaca a função reguladora e o potencial transformador do jornalismo enquanto um dos principais *opinion maker* de massas. A implicação de profissionais, da academia, das organizações da sociedade civil e dos diversos públicos na reformulação dos discursos *genderizados* poderá potenciar “a criação de narrativas mais diversificadas, inclusivas e promotoras de uma maior justiça social”.

Referencias

- ÁLVARES, Cláudia (2007), 'Os estudos de recepção como modelo multidimensional: a negociação de estereótipos de etnicidade e género', *Caleidoscópio*, 8, pp. 105-122.
- CERQUEIRA, Carla (2008), 'A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher', *Observatório (OBS) Journal*, 5, pp. 139-164.
- GALLAGHER, Margarete (1981), *Unequal opportunities: the case of women and the media*, Paris, Unesco Press.
- GALLAGHER, Margaret (2001), *Gender-Setting: News Agenda for Media Monitoring and Advocacy*, London, Zed Books.
- GALLAGHER, Margaret (2006), 'Perspectiva feminista sobre os media', *ex aequo*, 14, pp. 11-34.
- SILVEIRINHA, Maria João (2001), 'O Feminismo e o Estudo dos Media: Em Busca da Ligação Necessária', *Revista Faces de Eva*, 6, pp. 65-84.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004), 'Os media e as mulheres: horizontes de representação, de construção e de práticas significantes' in M. J. Silveirinha (org.), *As mulheres e os media*, Lisboa, Livros Horizonte, pp. 5-12.
- SILVEIRINHA, Maria João (2006), 'Obliterando o "político": o "pessoal" no espaço público mediatizado', *ex aequo*, 14, pp. 67-92.
- TUCHMAN, Gaye (1979), 'Introduction: the symbolic annihilation of women by mass media' in G. Tuchman, A. Kaplan Daniels & J. Benét (org.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, New York, Oxford University Press, pp. 3-38.
- VAN ZONEN, Lisbet (1994), *Feminist Media Studies*. London, SAGE Publications.



A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas: uma revolução antes *da Revolução?*

Isabel Ventura

A entrada das mulheres portuguesas nas redações não coincide com as primeiras assinaturas femininas nos periódicos nacionais. Em primeiro lugar, porque, inicialmente, os periódicos não tinham um espaço idêntico ao que hoje chamamos 'redação' e porque, quando passaram a ter, as mulheres não podiam entrar, ou quando o acesso não lhes era interdito, tinham espaços separados à semelhança do que sucede hoje com os lavabos.

Há sempre algumas incertezas na identificação das primeiras. Numa breve pesquisa na Internet podem apontar-se logo, pelo menos, três nomes. Enquanto o *Jornal de Letras* e o portal *Negócios no Feminino* identificam Manuela de Azevedo (1911) como a primeira jornalista a ter carteira profissional, o portal *A Toponímia de Lisboa* explica que Virgínia Quaresma (1882-1973) tem uma rua com o seu nome cuja placa a identifica como a «primeira jornalista portuguesa»⁴. Em Março de 1998, Luisa Paiva Boléo fazia saber, em publicação na revista *Máxima*, que Antónia Pusich (1805-1883), fundadora dos jornais *A Assembleia Literária*, *A Cruzada* e *A Beneficência*, teria sido a primeira jornalista portuguesa. Contudo, é importante notar que Luísa Boléo não fecha a porta à possibilidade de ainda existirem jornalistas anteriores a Pusich, afirmando que esta terá sido a primeira a colocar o seu nome no cabeçalho de um jornal «(...) sem se esconder, como até aí outras mulheres o haviam feito, atrás de um pseudónimo masculino»⁵.

4 Esse é também o entendimento de Maria Augusta Seixas, que fez a sua tese de mestrado sobre Virgínia Quaresma, em 2004: *Virgínia Quaresma [1882-1973]: a primeira jornalista portuguesa*. Podemos ainda falar de Maria Lamas (1893-1983), cuja biografia, da autoria de Maria Antónia Fiadeiro foi publicada em 2003; Angelina Vidal (1853-1917) cujo percurso biográfico foi traçado por Mário de Campos Vidal, no livro de 2010: *Angelina Vidal: escritora, jornalista, republicana, revolucionária e socialista*, Marta Mesquita da Câmara (1895-1980), Aurora Jardim (1899-1988) e da primeira fotojornalista Beatriz Ferreira (1916-1996). Para as repórteres portuguesas das décadas de 60-70 ver *As Primeiras Mulheres Repórteres*, de Isabel Ventura.

5 O problema da memória e do esquecimento faz-se sentir particularmente na História das Mulheres. Após a publicação do livro da minha tese de mestrado, a filha de Maria João Duarte (1930) escreveu à editora Tinta-da-china alegando que a sua mãe fora a primeira mulher a assinar num jornal desportivo. Não tendo sido a primeira repórter desportiva e muito menos a primeira mulher a assinar um jornal desportivo não deixa de ser um exemplo ilustrativo de como a História das Mulheres Jornalistas Portuguesas tem mais nomes do que os que a memória imediata nos concede. Na imprensa desportiva, a investigação feita por Francisco Pinheiro identifica como as primeiras Rude (pseudónimo) em 1912, Laura de Matos (1917-1918), Maria Henriqueta (1921), Maria Teresa Santos Silva (1925), A avósinha (sic) (pseudónimo) 1925-26, Maria Marogui (1927) e Marta Lina em 1935.

A Emergência das Mulheres Repórteres

Assim, neste contexto, «entrada das mulheres nas redações portuguesas» não tem uma correspondência direta com os primeiros textos publicados e/ou assinados por mulheres (ainda que com recurso a pseudónimos). Antes, pretende-se identificar e enquadrar em que circunstâncias algumas mulheres acederam, não só às redações, mas também a um dos estilos nobres do jornalismo: a reportagem. Situamos esse período nas décadas de 60 e 70 do século XX, intervalo atravessado por uma revolução (1974) e por episódios que desafiam a estabilidade do regime político em vigor (Estado Novo e Marcelismo), onde se incluem as crises académicas e a guerra colonial⁶.

O recuo ao cenário da emergência das mulheres repórteres nas redações portuguesas passa também, necessariamente, pelo olhar sobre os jornais, em particular, sobre os seus conteúdos e a sua evolução gráfica. As declarações da fotojornalista Beatriz Ferreira, em entrevista a Fernanda Pratas⁷, são ilustrativas de algumas dessas mudanças: «(...) nós andávamos com um peso enorme, só do *flash* eram cinco quilos, fora a máquina». E acrescenta que os/as correspondentes dos jornais eram pessoas que exerciam todo o tipo de profissões, «como cozeiras, cabeleireiras, manicuras e alfaiates ou barbeiros». Sabiam tudo o que se passava na localidade e trocavam esse conhecimento, por vezes, somente pela assinatura gratuita do jornal para o qual colaboravam.

Se os jornais hoje estão significativamente diferentes do que eram nas décadas de 60 e 70, o mesmo é válido para a distância que separa as publicações fundadas e dirigidas por Antónia Pusich e a imprensa portuguesa nos anos que antecedem a revolução de Abril. Estas alterações são também um espelho de uma profissão que na sua construção se vai afirmando enquanto tal⁸. Não que as dissemelhanças sejam uma mera consequência das inúmeras mutações sofridas pela classe jornalística e/ou pelo desenvolvimento tecnológico, mas antes que estas se refletem (também) nos conteúdos da imprensa. Aliás, na opinião dos investigadores José Luís Garcia e Pedro Alcântara da Silva «a entrada das mulheres na profissão é tão-somente um dos fatores incluídos num conjunto de alterações no jornalismo». Essas modificações consistiram num esforço de renovação da classe com recurso a contratação de jornalistas mais jovens e mais letrados/as. Em simultâneo surge uma nova lógica comercial, «menos sujeita aos grupos de família, mais centrada no lucro e em captar leitores/as e publicidade». Esta lógica obriga a uma gestão ‘mais profissional’.

Isto é, o processo que permite às mulheres emergirem como redatoras de notícias, e em particular como repórteres e entrevistadoras, não pode ser desprezado do

6 Irene Pimentel elenca alguns dos acontecimentos que fizeram de 1961 o *annus horribilis* de Salazar: assalto ao Paquete Santa Maria, o desvio de um avião da TAP, a evasão de um grupo de prisioneiros comunistas de Caxias, a ocupação de Goa, Damão e Diu, o ataque ao quartel de Beja e, claro, o início da Guerra Colonial.

7 Grande Reportagem, 1996.

8 Para a construção da profissão de jornalista, consultar *Jornalistas: do Ofício à Profissão. Mudanças no jornalismo português (1956-1968)*, de Carla Baptista e Fernando Correia e *Os Jornalistas Portugueses 1933-1974: Uma Profissão em Construção*, de Rosa Maria Campos Sobreira (dissertação de Mestrado). Para a história do jornalismo desportivo ver *História da Imprensa Desportiva em Portugal*, de Francisco Pinheiro.

processo de metamorfose na comunicação social a que Portugal assiste por essa altura. O mesmo se pode dizer dos processos políticos, económicos e sociais que não podem, de todo, ver-se isoladamente, mas antes como um conjunto de forças interligadas e que interagem (por vezes reforçando-se, outras opondo-se e criando tensões).

A Sociedade Portuguesa no Estado Novo

Um campo de análise é o cenário social que caracteriza a sociedade portuguesa. Retroceder até ao Portugal dos anos 60 é encontrar um país onde a norma é a escolarização mínima com vista a formar vocações *genderizadas*⁹ e no qual os níveis de analfabetismo atingem com particular incidência o sexo feminino¹⁰. Onde as liberdades, direitos e garantias são proporcionais ao risco que colocam à sobrevivência do regime político em vigor, o qual pune com mão de ferro quem se lhe oponha.

Adicionalmente, o Estado Novo impõe uma visão jurídica das mulheres que as equipara a menores¹¹. De forma aparentemente paradoxal, é este o mesmo regime político que, em 1934, patrocina a eleição das primeiras deputadas¹² à Assembleia da República e, em 1968, consigna o direito de voto para algumas mulheres, antes negado pela Primeira República. Mas esta concessão de direitos é apenas aparente, pois o regime reprime fortemente os movimentos de mulheres que ousam desafiar a representação da vocação feminina defendida pelo Estado Novo. Exemplos dessa repressão são a apreensão das *Novas Cartas Portuguesas* e o consequente processo judicial contra as autoras ou ainda o encerramento compulsivo do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas, com o posterior exílio da sua dirigente, a jornalista Maria Lamas. No caso das *Novas Cartas*, o episódio teve repercussão mediática no exterior sem precedentes¹³, com a vinda de cadeias televisivas para cobrir o julgamento, e manifestações de apoio por parte de grupos feministas no estrangeiro, tendo inclusivamente, a embaixada portuguesa na Holanda sido invadida por apoiantes feministas¹⁴. Esta é uma prova de como, frequentemente, a denúncia da condição de minoridade em que viviam as portuguesas partia de iniciativas culturais, onde a literatura era um campo mais

9 Para os debates sobre a coeducação ver *Contribuições e contradições: a educação separada e a educação mista nos anos 50-60, em Portugal* (1998), de Helena Araújo, Maria José Magalhães, Laura Fonseca e Lucília Escobar. Também *Educação e Género: dos anos 70 ao final do século XX – subsídios para a compreensão da situação* (2002), de Teresa Pinto e Fernanda Henriques.

10 Em 1960, 31,1% da população é analfabeta, e destes 36,7% são mulheres. Em 1974, havia 80 mil homens analfabetos (com menos de 40 anos) e 130 mil mulheres na mesma condição.

11 Interdição de profissões (magistratura e cargos diplomáticos), necessidade de autorização marital para a obtenção de passaporte, viajar e/ou exercer determinadas profissões, entre outras. A chefia da família compete ao marido, que tem a incumbência de representar a esposa em todos os atos da vida conjugal. Para uma melhor compreensão do estatuto das mulheres durante o Estado Novo consultar: *A Mulher Portuguesa na Legislação Civil*, de Elina Guimarães (Análise Social, 1986); *A Cada um o Seu Lugar*, de Irene Flunser Pimentel e *O Estado Novo e as Mulheres: O género como investimento ideológico e de mobilização*, de Helena Neves e Maria Calado. Também o artigo de Anne Cova e de António Costa Pinto (1997) *O Salazarismo e as Mulheres: uma abordagem comparativa e Mulheres, Direito e Crime ou A Perplexidade de Cassandra* (1990), de Teresa Beza.

12 Domitília de Carvalho, Maria Cândida Parreira e Maria Guardiola.

13 Sublinhe-se que a proibição e apreensão de livros era comum, tal como a perseguição e julgamentos dos/as seus/ suas autores/as e editores/as. O que é inédito é a atenção mediática que este caso traz a Portugal.

14 Para um estudo aprofundado do processo das *Novas Cartas Portuguesas* ver: *Novas Cartas Portuguesas*, edição anotada, com organização de Ana Luísa Amaral. Ver ainda: <http://www.novascartasnovas.com/index.html>

aceitável para as mulheres do que o jornalismo, na altura encarado como uma profissão incompatível com as obrigações familiares femininas, bem como com a *natureza frágil* das mulheres¹⁵. Fernando Correia e Carla Baptista elencam os principais argumentos que sustentavam a oposição à entrada das mulheres: «(...) que a sua presença iria impedir os homens de falar livremente, expressando-se na sua linguagem grosseira e recheada de palavrões (...); que lhes seria difícil cumprir horários noturnos (...); que não seriam capazes de enfrentar a dureza do trabalho, sobretudo em situação de reportagem; ou que elas próprias não gostariam de frequentar uma profissão de boémios e noctívagos, com pouco prestígio social e modestas regalias financeiras».

As Mulheres e os Jornais

Não seriam somente estas alegadas *idiosincrasias* femininas que faziam com que, em 1960, o Sindicato dos Jornalistas apenas contasse com uma dezena de mulheres inscritas. Na verdade, até podiam não ser dez jornalistas, pois algumas sindicalizadas seriam administrativas. Contudo, isto não significa que apenas houvesse dez mulheres a trabalhar nos órgãos de comunicação social em Portugal. Poderia haver mais, já que o Sindicato excluía todos/as profissionais que não trabalhassem em órgãos de periodicidade diária, deixando de fora, publicações semanais ou mensais, muitas de orientação temática, onde trabalhavam mulheres.

Por esta altura, as mulheres - tal como os homens - entram nas redações portuguesas através de meios informais, frequentemente, por via dos suplementos juvenis e também por via de laços de parentesco.¹⁶ Se é verdade que as fontes de recrutamento são semelhantes para homens e mulheres, é opinião de Fernando Correia e Carla Baptista que «sem esse elemento sanguíneo, apesar de todas as qualificações e competência, elas provavelmente não teriam conseguido, pelo menos nesta altura da história, aceder aos quadros dos jornais». São também Correia e Baptista que qualificam a entrada das mulheres nas redações como uma «reforma» e não uma «revolução».

Mas se é verdade que não houve uma oposição declarada da classe jornalística à convivência com colegas do sexo feminino, a entrada destas não se processa sem algumas resistências. A mais evidente é a da separação física dos espaços com salas próprias para as jornalistas - um prolongamento do que já sucedia em algumas dimensões da vida fora das redações, em que há uma divisão rígida dos corpos. A explicação para esta segregação tem duas teorias: por um lado, há quem coloque a tónica na defesa da integridade moral das mulheres face à linguagem excessivamente grosseira dos colegas do sexo masculino. Ou seja: era para o seu (das mulheres) próprio bem, para a sua proteção (face à má-educada

¹⁵ Com regularidade, os jornalistas tinham dupla jornada de trabalho, acumulando funções em dois órgãos de comunicação ou com outras profissões.

¹⁶ Maria Antónia Palla e mais duas jornalistas entraram para o *Diário Popular* através de um concurso que envolveu a redação de uma reportagem, mas este tipo de seleção não era comum na altura. A angariação faz-se através de meios informais: associações juvenis e académicas, tertúlias literárias e intelectuais e referências pessoais.

ção dos colegas). Por outro lado, há quem alegue que era um bem (a liberdade de falar livremente) dos homens que estava em causa, já que, a separação física lhes permitia manter uma espécie de ‘colónia’ masculina e, sobretudo, a manutenção desse privilégio que é o da palavra no espaço público, ou neste caso, semipúblico. Não deixa de ser curioso que numa altura em que vigora a censura oficial, os homens temessem autocensurar-se pela simples presença¹⁷ de um ser humano do sexo oposto. O sociólogo Pierre Bourdieu explica que resistência e «(...) certas reações emocionais contra a entrada das mulheres nesta ou naquela profissão compreende-se quando sabemos que as próprias posições sociais são sexuadas e sexuantes, e que, defendendo os seus postos contra a feminização, é a ideia mais profunda de si próprios enquanto homens que os homens entendem proteger (...)».

À separação dos espaços acresce ainda a delimitação (ou a sua tentativa) dos temas. Uma espécie de ‘censura interna’ a juntar à censura oficial que vigora nesta altura. Há esforços mais ou menos declarados para empurrar as jornalistas para a escrita dos assuntos considerados «especialidade» do feminino: gastronomia e culinária, cultura e educação, puericultura e assistência social. A especialização jornalística ainda não era muito comum nesta altura, mas sabemos que o ‘gueto feminino’, isto é, os *temas do feminino* são considerados menores e têm como consequência a descredibilização ou menorização de quem os produz.

As mulheres ‘respondem’ a estas “estratégias de segregação” com uma resistência ativa, mas cooperante, isto é, não-beligerante. A limitação ao exercício da profissão através dos temas é o que origina a maior resistência por parte das jornalistas. Uma das suas reivindicações mais presentes e contínuas é a exigência de tarefas indiferenciadas, ou seja, «escrever sobre tudo» como qualquer outro seu colega, que é como quem diz: ser tratada como igual. Por vezes, quando a escrita sobre áreas e secções *femininas* se lhes afigura uma obrigação à qual não conseguem escapar, contornam essa imposição escrevendo, p.e., a biografia de mulheres empoderadas: guerreiras e desportistas, que fogem ao estereótipo das heroínas femininas do Estado Novo. Outra das dificuldades (que ainda hoje tem expressão estatística) está relacionada com a ascensão na carreira. Contudo, quando chegam a cargos de edição, com responsabilidade sobre os textos dos/as colegas, negociam corajosamente com a censura.

Estas mulheres beneficiam de um panorama geral de abertura e de necessidade de renovação de quadros, mas esse ambiente de inovação não é garantia de um percurso sem dificuldades. Se há alguma flexibilidade por parte dos jornais, algumas famílias continuam a ver a carreira de jornalista como desajustada para uma mulher. Por vezes, essa oposição familiar pode não estar relacionada com algum preconceito contra a classe, mas com uma consciência de que essa escolha pode trazer punições simbólicas (e/ou reais) às mulheres que a exerçam.

17 O convívio intersexual era desincentivado pela propaganda estatal e, por vezes, reprimido ou punido. Para um aprofundamento do tema, consultar: *Amor e Sexo no Tempo de Salazar*, de Isabel Freire. Quando refiro a ironia, penso sobretudo nas representações da classe jornalística à época que, em particular, nos periódicos mais à esquerda e simpatizantes com a oposição, se viam como homens progressistas muito longe dos pensamentos retrógrados oficiais que regulavam as relações sociais ente os sexos.

Ainda assim, as jornalistas conseguem conciliar a maternidade e a conjugalidade com a profissão. É possível que esta crença da desadequação aliada a uma hostilidade *dócil* nas redações tenha acentuado a necessidade de manter alguns cuidados com a aparência e com os modos de estar. Sabemos que a importância do *parecer* não é igual para homens e mulheres e, talvez numa tentativa de, por um lado, assegurar a proteção contra as potenciais críticas relativas à escolha da profissão e, por outro, sublinhar que o exercício da mesma não alterou a sua integridade física, moral e estética, algumas jornalistas salientam essa atenção peculiar sobre o modo de vestir e de agir.

Pierre Bourdieu evoca a expressão ‘elites discriminadas’, de María Antonia García de León, para definir a situação das mulheres que ocupam, cada vez mais, posições dominantes «nas regiões dominadas do campo do poder, quer dizer no domínio da produção e da circulação dos bens simbólicos (como a edição, o jornalismo, os meios de comunicação, o ensino, etc.)» e que, segundo ela, «têm de pagar a sua eleição por meio de um esforço constante destinado a satisfazer as exigências suplementares que lhes são quase sempre impostas e a banir qualquer conotação sexual da sua *hexis* corporal e do seu modo de vestir». Esta afirmação revela o quão difícil pode ser o equilíbrio entre o ser e o parecer, ainda hoje.

Vivendo um período em que a desigualdade de género e o sexismo estão espelhados na legislação, podemos pensar que todas as mulheres se identificavam como feministas. Contudo, o feminismo diluiu-se na luta geral (ou maior) que é a oposição à ditadura. Ou, como recentemente evocou Lúcia Amâncio,¹⁸ as mulheres republicanas foram muito generosas e dedicaram toda a sua energia a combater o Estado Novo, colocando em segundo plano as reivindicações feministas.

Desde essa altura até agora, o cenário na comunicação social portuguesa alterou-se radicalmente, pelo menos em termos numéricos, com o sindicato a registar um número maior de mulheres inscritas do que homens. Mas a questão numérica não é tudo. Segundo José Rebelo, isso não quer dizer que não haja segregação sexual, lembrando que essa relação numérica não tem espelho nos cargos de chefia. Rebelo aponta para o facto de, a esse nível haver um «ADN claramente machista».

(Algumas) Referências

BOLÉO, Luisa Paiva, «Antónia Pusich (1805-1883): a primeira jornalista portuguesa», in *Máxima*, Março de 1998, [em linha] disponível em: <http://www.leme.pt/biografias/pusich/> [consultado a 3 de Setembro de 2013].

¹⁸ Na sua intervenção no Seminário de Abertura da Universidade Feminista, a 12 de Outubro de 2013.

- BOURDIEU, Pierre (1998), *A Dominação Masculina*, Oeiras, Celta.
- CORREIA, Fernando e BAPTISTA, Carla (2007), *Jornalistas – do Ofício à Profissão: mudanças no jornalismo Português (1956-1968)*, Lisboa, Editorial Caminho.
- GARCIA, José Luís (1993), «Os Jornalistas Portugueses. Da recomposição social aos processos de legitimação profissional» in *Sociologia – Problemas e Práticas*, Lisboa, CIES, n.º 13.
- GARCIA, José Luís (1994), «Principais Tendências de Evolução do Universo dos Jornalistas Portugueses», in *Vértice*, Maio-Junho.
- PRATAS, Fernanda (1996), «Tele objectiva», in *Grande Reportagem*, Setembro de 1996, p. 24-29.
- SILVA, Pedro Alcântara (2000), «Quem Somos nós? Elementos sociográficos sobre os jornalistas portugueses» in *JJ*, Out/Dez 2000, p. 20-29.
- RÊGO, Francisca Cunha (2010), «A ‘primeira’ Jornalista», in *Jornal de Letras*, 10 de Fevereiro [em linha] disponível em: <http://visao.sapo.pt/a-primeira-jornalista=f547891> [consultado a 3 de Setembro de 2013].
- VENTURA, Isabel (2012), *As Primeiras Mulheres Repórteres: Portugal – décadas 60 e 70*, Lisboa, Tinta-da-china.
- NA. «A Primeira Jornalista Portuguesa Numa Rua de Caselas», in *Toponímia de Lisboa*, 29 de Novembro de 2012 [em linha] disponível em: <http://toponimialisboa.wordpress.com/2012/11/29/a-primeira-jornalista-portuguesa-numa-rua-de-caselas/> [consultado a 3 de Setembro de 2013].
- NA. «Manuela de Azevedo, a primeira jornalista lusa», s/d, in *Negócios no Feminino*, [em linha] disponível em: <http://nofemininonegocios.com/manuela-de-azevedo-a-primeira-jornalista-lusa.phtml> [consultado a 3 de Setembro de 2013].

Presença e Representação das Mulheres nos Novos *Media*

Adriana Delgado

O mundo das novas tecnologias, informática, programação é tendencialmente encarado como pertencente à esfera dos interesses masculinos. Porém, se é verdade que áreas como a programação ou a electrónica ainda são predominante masculinas, a utilização da internet faz-se de forma bastante igualitária. Em particular, dados estatísticos têm vindo a demonstrar que são as mulheres as principais utilizadoras de redes sociais. Um estudo de 2010 levado a cabo pela *Media Metrix Worldwide* concluía que as mulheres perfaziam o maior número de utilizadores/as e eram as que passavam mais tempo nas redes sociais e virtuais, mesmo quando os dados apareciam discriminados por continente.

Evidentemente, há diversas redes sociais e estes valores medianos escondem disparidades entre redes sociais diferentes. Assim, de acordo com as características da rede em questão, assim varia a percentagem de utilizadoras. Um gráfico publicado em 2013 pela *Internet Service Providers*, referente à distribuição por sexo dos/as utilizadores/as de redes sociais nos E.U.A., identificava algumas redes sociais como sendo maioritariamente masculinas, nomeadamente Google+ (64%), Linked in (54%) e, sobretudo, Reddit¹⁹ (74%). Em contraponto, os dados revelam que o Facebook (58%), o Twitter (62%) e, sobretudo, o Pinterest (70%) são redes sociais utilizadas principalmente por mulheres. Ao longo dos últimos anos, vários estudos têm já sido publicados sobre a utilização que homens e mulheres fazem de redes sociais (Caverlee & Webb, 2008; Joinson, 2008; Lenhart, 2009) e, em geral, parecem apontar para que as mulheres utilizem as redes sociais sobretudo para alimentar relações pessoais com amigos/as, família, parceiros/as românticos/as e, por este motivo, produzam a maioria do conteúdo partilhado (maior número de publicações, tweets, partilhas, maior número de amigos/as e seguidores/as).

É interessante estudar a reação da internet a esta presença feminina. O Pinterest constitui um exemplo particularmente revelador. Quando em 2012 o Pinterest teve a sua ascensão meteórica, a internet explodiu com reações de surpresa e estranheza. Comentários frequentes giram em torno da ideia de que o Pinterest, utilizado sobretudo por mulheres, era algo de confuso e incompreensível para o comum utilizador da internet (que se depreende, portanto, ser homem). Ao mesmo tempo, transparecia a ideia de que o *site* tinha menos valor por

¹⁹ *Reddit* é uma rede social que funciona como um fórum, onde o conteúdo submetido pelos/as utilizadores/as é organizado de acordo com áreas de interesse, chamadas *subreddits*. Os/as utilizadores/as registados podem votar os conteúdos submetidos positiva ou negativamente. O *site* tem uma cultura muito forte de liberdade de expressão, sendo vários tópicos controversos permitidos.

apelar a um público maioritariamente feminino. A rede social era retratada como um *site* onde as mulheres partilhavam os seus interesses fúteis, como cozinha, moda, artes manuais e cuja principal utilização era o planejar de casamentos.

Em contraste, redes sociais de utilização predominantemente masculina gozam de um estatuto elevado na internet. Estas redes sociais são tendencialmente criadas como espaço de troca de ideias, partilha de conteúdos organizados por tema e estão estruturadas em torno de comunidades. Predominantes nestes *sites* são temas normalmente considerados masculinos, tais como ciência, tecnologia, videojogos, banda desenhada, ficção científica. Isto tem levado vários/as investigadores/as a concluir que a própria utilização das redes sociais traduz os tradicionais papéis de género (Martínez Alemán & Wartman, 2009). Nestes espaços, ser-se mulher é olhado, frequentemente, com desconfiança e as utilizadoras têm muitas vezes de provar os seus conhecimentos e interesse genuíno no tema (ou seja, provar que não são *posers*). Parece ser também um convite ao assédio e ao ataque verbal mais violento: em 2012, uma utilizadora do Reddit fez a experiência de criar uma outra identidade, com um *username* que fosse claramente masculino, ao contrário daquele que costumava utilizar, que era claramente feminino. A utilizadora descreve deste modo a experiência:

“I noticed after two months as my female username I was constantly having to defend my opinions. I mean constantly. I would post something light-hearted, and have people commenting taking my comment literally and telling me I was dumb or I didn't understand xyz. People were so eager to talk incredibly rudely and condescendingly to me. People were downright hateful and it made me consider leaving.

Then I decided to experiment with usernames and came up with an obviously male name. While people still disagreed with me, which is to be expected, I had more people come to my defense when I had a different opinion and absolutely no hateful or condescending comments. I am completely shocked at how different I am treated since having a male username. I am not saying Reddit is sexist, well kind of yes, but I think it's really interesting and thought that some other girls on here would want to get male usernames and see the difference for themselves.”

Em resposta, várias outras utilizadoras do Reddit partilharam experiências semelhantes. Este exemplo é sintomático e representativo da reação à presença das mulheres na internet em geral. É sabido que um dos principais desafios na luta pela igualdade de género tem sido a conquista do espaço público pelas mulheres. Como nova arena de debate público, a internet tem revelado a mesma resistência e hostilidade à presença feminina. Em Novembro de 2011, a *blogger*

Helen Lewis escreveu um artigo (Lewis, 2011) para o *New Statesman* acerca do abuso verbal *genderizado* de que era alvo e convidou nove outras *bloggers* a partilharem também a sua experiência de abuso verbal *online*. Ao longo do artigo, as autoras listam o tipo de mensagens que recebem, deixando claro como o sexo é um factor determinante na intensidade dos ataques de que são alvo. Os testemunhos apontam para ataques personalizados e frequentemente de cariz sexual: as opiniões das autoras são desvalorizadas em função da sua aparência, certos comentários descrevem detalhadamente como elas deveriam ser violadas ou mesmo mortas, outros ainda partilham dados pessoais como morada ou número de telefone das autoras. Uma outra linha de ataque é sugerir que não escrevam sobre determinados temas que estarão supostamente para lá das suas capacidades femininas. Particularmente revelador é o caso de Jane Fae, mulher *trans* que faz a comparação entre a natureza dos comentários que recebia enquanto homem e os que passou a receber desde que iniciou a transição.

A violência do ataque tem-se demonstrado tanto mais acentuada quanto mais marcadamente masculino é o meio, algo que, aliás, está em linha com as experiências vivenciadas pelas mulheres no mundo *offline*. Entre as áreas que ainda são percebidas como masculinas encontra-se a indústria dos videojogos. Antes de olharmos para as manifestações dessa hostilidade, convém desconstruir o preconceito de que os videojogos pertencem à esfera dos interesses masculinos. O que os dados revelam é uma realidade bem diferente. De acordo com um estudo levado a cabo em 2013 pela *Entertainment Software Association*, as mulheres constituem 47% da população de *gamers*. Porém, muitas preferem os chamados *casual games*, ou seja, jogos de curta duração, com regras simples, e que não exigem um tão grande compromisso quanto os chamados *hardcore games*, sendo por isso considerados uma forma abastardada de videojogo. Tal como em relação ao Pinterest, também aqui o território feminizado num espaço que se crê masculino é menos valorizado, desdenhado, mesmo. Isto levanta questões a nível da própria definição do que é um videojogo, em mais uma manifestação de como os policiamentos culturais são *genderizados*. A definição do cânone e o entendimento de autenticidade escondem já de si um viés *genderizado*, que pretende manter de fora as pessoas que não são tidas como merecedoras de pertencer à comunidade, em função do seu sexo, etnia e/ou orientação sexual.

Na esfera dos videojogos considerados “autênticos”, ou pelo menos mais consensualmente aceites pela comunidade de *gamers*, contam-se como expressões de hostilidade sexista o assédio e a ameaça. Nos últimos anos tem vindo a crescer a consciência deste fenómeno, à medida que cada vez mais mulheres se chegam à frente para partilhar o seu testemunho e reportar estes casos. Um bom exemplo é o site *Fat Ugly or Slutty* (fatuglyorslutty.com), criado por duas *gamers*, que serve de catálogo do tipo de mensagens que as mulheres recebem nos jogos *online* da parte de outros *gamers* do sexo masculino. Tal como no Reddit e nos testemunhos das *bloggers* mencionados anteriormente, as *gamers* são alvo de ataques pessoais, referentes ao seu aspeto físico (são *fat*, ou *ugly*, ou *slutty*), ameaçadas de morte e violação e a legitimidade da sua presença é questionada

(será que sabem sequer jogar? não estarão ali só para tentar chamar a atenção?). A isto se somam ofertas de dinheiro virtual em troca de sexo *online* e alguns casos de perseguição (*stalking*). Quanto mais competitivo, mais hostil o ambiente, e surgem por vezes acusações de que a presença de mulheres distrai os jogadores do sexo masculino.

Também ao nível do funcionamento da indústria se encontram marcas de sexismo. Em resposta a estas limitações da indústria, despoletado pela pergunta “Why are there so few lady game creators?” lançada no Twitter por um funcionário da *Kickstarter*, foi criado o *hashtag*²⁰ #1ReasonWhy, possibilitando, a mulheres que trabalham na indústria dos videojogos, a troca de experiências de assédio e discriminação sexista, e criando um espaço de denúncia do sexismo na indústria. Em poucas horas milhares de mulheres responderam à pergunta, pintando o retrato de uma indústria que não se interessa por personagens femininas que não tenham uma caracterização hipersexualizada, que evita contratar mulheres porque “dá trabalho”²¹, onde a opinião das mulheres é constantemente desvalorizada e onde mais depressa se tecem elogios sobre a sua indumentária e aparência do que sobre o seu trabalho. No fundo, nada de novo, estes testemunhos revelam uma resistência à presença das mulheres e sua progressão num mercado de trabalho que já conhecemos de outras áreas predominantemente masculinas e de lugares de tomada de decisão.

O debate sobre o sexismo que impera nos videojogos não tem sido feito sem resistência por parte da comunidade. Se alguns sectores da crítica, da indústria e dos *gamers* reconhecem a importância do tema, outros interpretam a crescente feminização como uma forma de desvalorização de uma subcultura que se pretendia restrita e reagem a esta ameaça agressivamente. O caso mais visível desta ofensiva é o de Anita Sarkeesian, *vlogger*²² que se tornou conhecida com o seu projeto *Feminist Frequency*, no qual desconstruía as dimensões sexistas da representação das mulheres nos *media*. Quando lançou uma campanha de *crowdfunding* no *Kickstarter*, em 2012, para financiar uma segunda série de vídeos, desta vez focando-se sobre as personagens femininas nos videojogos, foi alvo de uma campanha de assédio e difamação orquestrada por facções da comunidade de *gamers* que a acusavam de querer acabar com a cultura dos videojogos. Para além das ameaças de morte e violação que, como vimos, habitualmente acompanham a exposição de uma mulher na internet, foram-lhe enviadas imagens em que era violada por personagens de videojogos, a sua página na Wikipedia foi vandalizada com imagens de atos sexuais, informação pessoal foi partilhada e foi criado o jogo *Beat Up Anita Sarkeesian*, no qual o/a jogador/a pode dar murros a uma imagem da *vlogger* até o ecrã ficar completamente vermelho. Em resposta, Sarkeesian publicou no seu blog exemplos dos ataques, uma atitude que se pro

20 Hashtag é uma etiqueta de metadata, que consiste em colocar o símbolo # em frente a uma palavra ou conjunto de palavras escritas todas de seguida, permitindo ao/à utilizador/a procurar todo o conteúdo produzido num dado *site* que contém essa mesma etiqueta.

21 Tweet the @GabrielleKent: “#1reasonwhy Once heard an Art manager say ‘We don’t need any more women, they’re more trouble than they’re worth’ as he viewed applications”

22 Vlogger é a palavra que mais comumente designa os/as *video bloggers*.

vou produtiva, ao denunciar de forma tão evidente a agressividade do abuso a que as mulheres estão sujeitas *online*.

Os casos das *bloggers* e das *gamers* denunciam uma tendência para que a hostilização das mulheres *online* seja feita através de tentativas de humilhação de natureza sexual. Este fenómeno pode ser genericamente descrito como *slut-shaming*, ou seja, a tentativa de diminuir ou envergonhar uma mulher a partir da sua sexualidade, e é particularmente visível nas redes sociais. No *facebook*, por exemplo, multiplicam-se as páginas cujo fim é recolher fotos de raparigas (publicadas sem o seu consentimento) em trajes mais reveladores ou em poses ou atitudes menos recatadas ou não consideradas femininas (por exemplo embriaguez em público) e deste modo criar uma plataforma para uma espécie de julgamento público. Exemplos de semelhantes páginas são *12-Year-Old Slut Memes*, *Drunk Girls do the Cutest Things*²³. É de salientar que a criação destes espaços não se faz sem um certo nível de cumplicidade da parte das redes sociais que acolhem estas páginas, dado que tentativas de eliminar este tipo de conteúdo através de denúncias saem frequentemente logradas, argumentando o *site* como defesa que as páginas são abrangidas pela categoria de humor controverso e por isso são protegidas pela liberdade de expressão.

Outras manifestações de *slut-shaming* que as novas tecnologias possibilitam e que também constituem formas de assédio e violação de privacidade são os *creep-shots* e o fenómeno *revenge-porn RP*. O primeiro consiste em tirar fotos a mulheres em espaços públicos sem o seu consentimento, particularmente ao decote, traseiro ou debaixo da saia (*upskirt*). São criados *subreddits* e *sites* dedicados ao tema, que por vezes assumem focos muito específicos (por exemplo, o *site girls in yoga pants*). Por seu turno, *revenge porn* consiste na partilha de fotos sexualmente explícitas sem o consentimento dos/as visados/as (na sua esmagadora maioria mulheres), muitas vezes após o fim de uma relação como forma de humilhar o/a ex-parceiro/a. Tipicamente, estas fotos são *selfies* destinadas a uso privado e, quando partilhadas publicamente, vêm acompanhadas de informação pessoal como número de telefone, *email*, *links* para perfis nas redes sociais, ou morada. Tanto *creep-shots* como *revenge-porn*, uma vez colocados *online*, são muito difíceis de retirar da internet. Os moderadores dos *sites* escudam-se por detrás do argumento da liberdade de expressão. Porém, houve já casos em que o conteúdo foi legalmente removido, com recurso a leis de privacidade e *copyright*. Uma dificuldade acrescida reside no facto de muitos destes *sites* estarem sediados nos E.U.A., o que torna difícil obrigar a que este tipo de conteúdos sejam retirados, mesmo quando o/a visado/a pelas fotos é oriundo/a de um país onde esta prática seja criminalizada. Desde 2012, a campanha *End Revenge Porn* (endrevengeporn.org) tem procurado criminalizar o fenómeno, enquanto a iniciativa *Without My Consent* (withoutmyconsent.org) procura dar apoio a sobreviventes de RP.

²³ Estas páginas foram entretanto apagadas, na sequência de uma ação do coletivo *Women Action Media*, que apelou a que empresas cujos anúncios surgiam junto a estes páginas para que retirassem os seus anúncios do *facebook* (afetando deste modo a principal fonte de rendimentos do site).

Da menorização do Pinterest e dos *casual games* às manifestações de *slut-shaming* na esfera digital, o que estes exemplos demonstram é que a internet é mais um veículo para as formas de sexismo com que nos deparamos no cotidiano, *offline*. No fundo, os desafios mantêm-se os mesmos: conquista do espaço público, desvalorização do que é percebido como feminino, utilização do corpo da mulher e da sua sexualidade como alvo e meio para exercer violência de género, com o fim de excluí-las de certas esferas e moldar comportamentos.

É importante compreender, contudo, que a internet em si não é sexista: a internet é apenas um instrumento e, como tal, reproduz dinâmicas sociais pré-existentes. Por este motivo, gostaria de terminar com uma nota sobre como a internet também tem sido benéfica para o movimento feminista. Os últimos anos têm visto nascer diversas iniciativas, desde magazines feministas a projetos de empoderamento, dos quais destacaria os esforços de trazer mais mulheres e raparigas para áreas como programação ou indústria dos jogos, como sejam o *Women Coding Collective*, o *Girls Who Code* e, mais recentemente, a iniciativa *Made with Code*, da Google. Tal como no mundo *offline* a mudança passa por incluir mais mulheres em lugares de tomada de decisão, também na internet é necessário que o espaço digital seja construindo com o contributo das mulheres. Apenas com a participação de vários grupos sociais poderemos garantir que a internet é um espaço inclusivo, onde a realidade do sexismo *online* não é menorizada e para qual se procurará encontrar soluções eficazes, para além do simples encolher de ombros acompanhado de chavões como “tens de ser forte”.

Referências Bibliográficas

JOINSON, Adam. N. (2008), *‘Looking at’, ‘Looking up’ or ‘Keeping up with’ people? Motives and uses of Facebook*. CHI 2008 Proceedings, pp.1027–1036.

LENHART, Amanda (2009), *Adults and social network websites*. Pew Internet & American Life Project [em linha] disponível em: <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet> [consultado em 13 de julho de 2014].

CAVERLEE, James & WEBB, Steve. (2008), *A large-scale study of MySpace: Observations and implications for online social networks*, comunicação apresentada no Encontro da Association for the Advancement of Artificial Intelligence [em linha] disponível em: http://www.cc.gatech.edu/projects/doi/Papers/Caverlee_ICWSM_2008.pdf [consultado em 13 de julho de 2014].

MARTÍNEZ ALEMÁN, Ana M. & WARTMAN, Katherine. L. (2009), *Online social networking on campus: Understanding what matters in student cultura*, Routledge.

LEWIS, Helen (2011), *“You should have your tongue ripped out”: the reality of sexist abuse online*. *New Statesman* [em linha] disponível em: <http://www.newstatesman.com/blogs/helen-lewis-hasteley/2011/11/comments-rape-abuse-women> [consultado em 9 de julho de 2014].

O Clítoris da Razão

Adriana Delgado & Equipa coordenadora

“O Clítoris da Razão” surgiu em Março de 2013 como programa de rádio feminista, com periodicidade semanal e transmitido a partir dos estúdios da Rádio Zero, do Instituto Superior Técnico de Lisboa. O projeto tem como objetivos desmistificar as noções associadas ao movimento feminista, promover a discussão de vários temas, sob uma perspectiva de género, dentro e fora do movimento, criar um espaço para troca de ideais entre organizações, projetos e indivíduos feministas e informar o público em geral sobre as últimas notícias no campo da Igualdade de Género. A linguagem utilizada é clara, descomplicada e, por vezes, em tom humorístico, de forma a melhor cativar a audiência, sendo também enfatizado o uso de linguagem inclusiva e da língua portuguesa.

A escolha do nome foi feita também com o intuito de quebrar com a tendência de retratar a sexualidade, particularmente, a sexualidade feminina, como algo vergonhoso. O clítoris (nome científico) é um órgão cuja função é dar prazer e não deveria haver qualquer inibição em assumi-lo, em assumir o corpo feminino para além da função de procriação a que normalmente está associado. Afinal, qualquer mulher tem direito a desfrutar do seu corpo, de forma livre e empoderada. Relativamente ao logótipo, desenhado alguns meses depois da primeira emissão, representa um clítoris entre ondas de rádio ou entre os grandes e pequenos lábios, aberto a interpretação. Os óculos, associados a inteligência, servem para enfatizar a “Razão” do Clítoris, surgindo através deste pormenor a mascote do projeto, “O Hipster Clítoris”.

Para além da componente radiofónica, “O Clítoris da Razão” apostou desde o início nas redes sociais (Facebook, Tumblr, Twitter e Instagram), como forma de melhor disseminar os conteúdos produzidos e reproduzidos pelo projeto. Ao longo de um ano o projeto foi crescendo em produção de conteúdos radiofónicos, online e número de colaboradoras/es. Em comemoração do primeiro aniversário d’O Clítoris da Razão, foi lançada em Março de 2014 a revista online, que segue a mesma lógica de mainstreaming de género que o programa de rádio, ou seja, a discussão de qualquer tópico, a partir de uma perspetiva de género. A revista online está dividida em quatro secções: notícias (O Clítoris Alerta), corpo e imagem (A Anatomia do Clítoris), crítica de media e cultura (O Clítoris Cultiva-se) e um espaço aberto a contributos de organizações, projetos e crónicas de pessoas individuais (O Clítoris em Rede). Esta secção tem ainda uma subsecção denominada “International Clitoris”, destinada a contributos em inglês.

Até ao presente, “O Clítoris da Razão” tem tido uma boa resposta por parte de ouvintes e seguidoras/es nas redes sociais, havendo mesmo quem atualmente se identifique como feminista, fruto do nosso trabalho, ou não se identificando, está mais consciente para a desigualdade de género ainda existente na nossa sociedade. De futuro, o projeto tenciona continuar a crescer, talvez para uma plataforma vídeo, continuando a fomentar a discussão dos mais variados temas, sob uma perspetiva de género e em português.



Feminism in the Cyberspace - Presentation Summary²⁴

Noa Wirth-Nogradi

Introduction

Online activism is a key feature of modern societies, as the online space is currently the most democratic forum, where everyone (with access to internet) can publish their ideas, and potentially spread them to wide and far-away audiences, and which is characterized by user-to-user, multi-directional communication, with everyone potentially acting as both author and audience. Online presence, therefore, has become one of the primary tools of modern-day activism, and is of paramount importance for everyone who aims to spread a message; especially for those whose target audience includes young people.

The Herstory of Online Feminism

In the wake of the internet, the 1990-ies, the broad movement of Cyberfeminism emerged. The movement explored the intersections of the cyberspace, technology, and diverse kinds of feminisms. In the early days of internet-use, online interaction occurred mainly through forums. As on forums, nicknames were chosen and (mainly) non-gendered, cyberfeminists viewed the web as a promising space for non-gendered, non-sexist interaction. However, the internet soon became yet another space where the same problems emerged as in the offline world. Soon, it became obvious that “every social issue that we are familiar with in the real world will now have its counter-part in the virtual one” (Spender, D. 1995, *Nattering on the net: women, power and cyberspace*. Spinifex, North Melbourne. p.142). Consequently, feminist activism turned out to be equally necessary in the online world as is in the offline world, and with a double purpose: reflecting on and struggling against both real-world sexism and cyber-sexism. The activism emerging in this space, from the 2000-s onwards, is called Networked Feminism. Networked feminism characteristically includes lots of self-reflection: it carries out constant reflexive evaluation of online content and feminist critique on women’s misrepresentation. Furthermore, it reflects on the online and offline media as well as on general, global and local, “real-world” feminist concerns.

24 The original presentation is available at: http://prezi.com/ofyb5_ys57_b/feminism-in-the-cyberspace/

Methods

The methods of networked or online feminism are similar to those of activism related to other social and political concerns, and it is of growing visibility. The most basic forms include e-mails and e-mail lists, groups and forums making it easy to communicate and organize with fellow activists and supporters. Basic forms also include bulletins and newsletters, RSS feeds and other alerts informing subscribers of activities and calls to action. These basic methods are useful to communicate with audiences already interested in one's work: fellow activists, members or supporters, sponsors, partners, fellow NGO-s, participants of events. Of course, relying too much on these methods of communication also results in difficulties: it provides a non-stop source of information and exchange, which might result in overwhelming amounts of information, and particularly in organizing, it might result in last-minute communication. Other methods may be divided to static forms, such as websites, and dynamic and social, interactive forms, such as Facebook, Google+, YouTube, Twitter, tumblr, and blogs. The second, dynamic form is the current trend. According to the trend of dynamic content, there is constant intra-communication and cross-referencing through links, sharing of content, liking, and comments. Static websites are useful for informative purposes, such as communicating about the NGOs' activities for a wider public, or providing self-help material and advice leaflets, supporting women directly. There are also news sites that provide feminist content in static, but "commentable" forms, such as the sites Feministing or Jezebel. Amongst social media platforms for online activism, Facebook pages are the most dominant. Social media pages for NGOs or informal feminist groups (e.g. The Left Side of Feminism) and specific campaigns (e.g. End FGM) reach not only people with an already established interest in the cause, but may also reach wider audiences through acquaintances' networks. Twitter, mostly used by Anglo-Saxon users, is apt to promote articles and web pages, increasing online presence and to keep followers up to date. It can also be useful as a part of campaigns through hashtagging (e.g. #1BillionRising, #BringBackOurGirls), also available on Instagram and Facebook, amongst other platforms. In-between being static and dynamic, national and international petition sites make it easy to spread the word on initiatives and collect support. Activism within dynamic and interactive platforms also includes "activism by reaction": confronting sexist, misogynist or anti-feminist contents online by commenting and debating, reporting or flagging such content, as well as by initiating official action in response to such content. One must be aware, however, that anti-feminists do the same against feminist content, and there is a strong backlash against feminism online, giving rise to a lot of objectionable content and the rejection of criticism, with offensive trends (e.g. "go back to the kitchen"). Trends in online media include "memes", which are mostly intended as funny and sarcastic pictures with a short punch-line, to be shared widely; feminist activism produced some highly popular memes. A specifically feminist trend in cyber-activism is sharing personal, individual experiences and motivations related to a central theme, via photos and usually short quotes and statements by hundreds

of individual contributors. Examples include Project Unbreakable (rape survivors quoting their experience), Who Needs Feminism (feminists giving short reasons of why they need feminism), Everyday Sexism (quoting individual experiences of everyday sexism), and Hollaback! (stories of street harassment).

Challenges

When doing online feminist activism, there are several important points one needs to consider. Regarding content, drawing the scope of one's message might be difficult (e.g. is the concern global or local, is it about a specific feminist issue or a universal worldview, etc.), therefore the content can get eclectic and the aims blurry. Therefore, it is useful to be clear about the aims and themes of one's online presence. It is also challenging to specify the tone and language to one's message: for instance, talking professionally may demonstrate the seriousness of the topic, but can put a distance between the speaker and less informed audiences. The tone and language (language as vocabulary and language as actual language) has to be picked according to the target audience. An additional issue regarding content is synchronizing. Seeing or receiving the same content various times from different sources may result in people unsubscribing/unliking/marking one's messages as spam. Therefore, when doing online activism, one has to define which page, which online platform is for what purpose. It is good to be present on multiple platforms, but only if this serves a purpose and does not "spam" those who would be interested in one's message but might be deterred by repetitiveness.

Regarding the audience and participants, and connected to the previous issues on content, there is the challenge of selecting your audience. One has to define who is the target-audience. Is it the "masses", the faceless internet users? Or those already somewhat involved? What is the age, social position and gender of those one seeks to address? When doing online feminist activism, the threat of isolating potential supporters is also present. In case the content is not aimed specifically to those already "in", one has to be alert to also address those not yet familiar with, or involved in, one's activity. This can be done by providing explanations, avoiding "insider jokes" or aggressive-defensive reactions to uninformed but open "outsiders". It can also occur that activists and supporters are wound up in important but minor internal debates regarding nuanced feminist positions. In this case, it has to be decided whether refined arguments within the activist community constitutes the aim of the forum, or if the focus should be shifted to more general, major questions, and the debate relocated with feminists uniting forces against sexist comments and content. It may happen that one or one's community is caught up in a communication- and information-"bubble", and the message and discourse only reaches those already familiar with it. Consequently, information might not get to those for whom it was intended. It is important to be aware of this and try to break, or at least extend "bubbles". One can expand bubbles by specifying favorites from and referring to articles from all around the web, so once someone stumbles upon one's page in this wide network, it serves a

map to other, relevant but different content. Another challenge regarding participants and audiences is the namelessness and facelessness on the internet. This, on part of the activist, might weaken credibility; however, in delicate issues and situations, might protect the author. In the case of audiences and participants, anonymity may enable “trolling” and offensive behavior that one would not exhibit in face-to-face encounters or if the commenter would be clearly identifiable. In the meantime, unfortunately, the degree of anonymity in current internet-use does not fulfill the original hopes of cyberfeminists, especially since Facebook (mostly comprised by identifiable users) has a growing role. When there is a danger of trolling, it is important that the activists managing the given page set out a clear policy in advance and treat offensive or highjacking attitudes accordingly. Also related to audiences and participants, there is the challenge of recognition and othering. Internet content produced by women, although women authors’ number is growing, is still to some degree othered in the internet-hierarchy. It is difficult to get recognition, but it is crucial to keep on with the struggle, as ignoring feminist content is becoming harder and harder. And last, but perhaps most importantly, online activism is strongly affected by the digital divide. As we know, content on the internet is not available to everyone: there are barriers according to income, access to equipment and internet, and skills to use them. We also know that where there is social inequality, women are often even more disadvantaged than men: therefore, if the content is aimed for women in poverty, for instance, the internet may not be an adequate medium. Those in the most vulnerable positions are unlikely to be reached by one’s online message. Therefore online activism in itself is clearly insufficient: other forums and media also need to be mobilized. Development in the realm of technical skills and internet-access, however, is an important objective, as it can aid the spreading of information and messages to hitherto excluded and rather isolated populations.

There are also several challenges in terms of impact. As was formulated by UNICEF Sweden, “Likes don’t save lives”. It is fashionable today to be aware of social issues, but having Facebook-likes, for instance, by no way means that online supporters are actually doing something of consequence to support one’s message and aims. Nevertheless, it is useful to have many virtual supporters, as after a certain tipping point of virtual support, support might materialize in non-virtual action (e.g. presence on demonstrations, giving donations, or stepping up against sexism in the user’s everyday life), and the high number of online supporters can illustrate the legitimacy, importance and social recognition of the cause. Virtual support is regularly referred to in other media, such as in press, the TV or radio, with the purpose of such illustration; this may further increase the visibility of, and public discourse on your cause. Furthermore, active and popular, but initially informal online groups sometimes also become real-life NGOs, advocacy groups or political parties. One must also be aware of the dangers of doing “sofa-activism”: there is a threat of activism itself being trapped in the cyber-space. Virtual community and activity should not become the only sphere of activism: this might result in excluding those outside the digital divide, and

the decrease or loss of real-world community, help and advocacy. Even if online presence is important and can have real-world effects, it is important to also act in the real world.

And last, but not least, there is the direct threat to one's security. Even with a little online activity, thanks to the strong anti-feminist backlash, there is a risk of receiving threats, repulsive and sexist comments, virtual violence and cyber-bullying. If one is highly active in challenging sexist trends, there could be serious "repercussions": psychological harm, fear, or maybe even direct physical threat. This threat is quite unique to feminist activism: campaigners of other, social/political causes or messages rarely have to face it. To decrease the risk, one must make sure that the privacy settings of those managing the given site are secure, and the personal e-mail addresses, social media profile, physical address, and phone number of contributors cannot be traced on the web. In the likely case that your online activism is also intended for victims of VAW, or victims may be interested in your content, this could imply a threat on your audience's own physical safety. Therefore it is paramount that you give clear guidelines on your site about how visitors can protect themselves, e.g. how to delete their browser history, and how to protect their private or anonymous accounts in social media sites.

Conclusion

There are numerous methods and challenges in online feminist activism, but with awareness and determination these can be effectively tackled, and can bring important progress. When designing an online activist strategy, one must be conscious of one's aims and purposes, and be clear about them. It is useful to specify one's aims regarding content and target audience. There is always room to change these specifications if one sees fit, given that the virtual sphere is increasingly dynamic: but awareness of the different challenges and the results of following the chosen path is of key importance. Virtual activism cannot and should not replace real-life action, but can effectively aid activists and bring supporters to one's cause.



Trilhando caminhos para uma informação jornalística mais inclusiva

Carla Cerqueira

Manter ou quebrar as assimetrias de género na informação jornalística

É indiscutível o poder que os meios de comunicação social têm como agentes de produção das representações e práticas que definem o género (van Zoonen, 1994). “Os meios de comunicação de massa são, sem dúvida, um dos lugares sociais e políticos de construção de identidades. Por eles perpassam e constroem-se definições e ideologias de diferentes grupos etários, étnicos, de classe, de cultura e de sexo” (Silveirinha, 2004b: 9). Claro que as representações mediáticas resultam da confluência de produtos culturais, audiências, instituições mediáticas e da própria sociedade. Portanto, “as representações nos *media* e os discursos de género ganham forma no seio de contextos socioeconómicos que têm que ser eles mesmos analisados e compreendidos” (Gallagher, 2006: 22).

Neste campo, diversos estudos apontam para o facto de o jornalismo continuar a ser uma prática *genderizada* (e.g. Álvares, 2006; Byerly & Ross, 2006; Carter & Steiner, 2004; Carter, 2005; Cerqueira, 2008, 2009, 2012; Gallagher, 1981, 2001, 2006; Gallego, 2013; Gill, 2007; Ross, 2009; Silveirinha, 2004a, 2004b; Tuchman, 1979; van Zoonen, 1994). Contudo, este tem também um enorme poder de resistência e transformação das práticas e políticas hegemónicas.

Na mesma linha, Esteves (2003: 93) refere que os *media* tanto se apresentam como “dispositivos de administração e controlo” como de “resistência social”. Portanto, tendo por base os estudos referidos neste campo de investigação consideramos fundamental apontar algumas pistas no sentido de ultrapassar possíveis tensões existentes no dia-a-dia do trabalho jornalístico, bem como incrementar uma informação promotora de igualdade de género, ou seja, mais justa e inclusiva.

Trilhando alguns caminhos

Ética da responsabilidade incorporada na estrutura organizacional

Em primeiro lugar, no nosso entender analisar os conteúdos jornalísticos, bem como quem os produz, implica colocar a tónica na responsabilidade social dos *media*. É neste sentido que concordamos com a perspetiva de Yolanda Tejedor

(2007), a qual afirma que a denúncia da desigualdade é uma responsabilidade própria da comunicação social, que visa mudar estruturas injustas desde a raiz. O olhar jornalístico deve ser enformado por esta ética da responsabilidade (Mesquita, 2004: 140). Logo, tratar as dimensões de género é contribuir para a desconstrução dos mitos e injustiças sobre as assimetrias historicamente sedimentadas.

Todavia, é importante reconhecer que existem diversos condicionalismos que afetam a atividade das/os profissionais no exercício quotidiano da (re)construção da informação jornalística e que as/os levam a privilegiar determinadas temáticas, abordagens e atoras/es sociais em detrimento de outras/os. As/os profissionais e as suas escolhas e decisões têm de ser enquadradas nas instituições mediáticas em que desempenham as suas atividades. Há igualmente a reter a hierarquia que se estabelece no seio das redações e que também poderá ser mais ou menos impeditiva ou permissiva face a determinados assuntos e pontos de vista. Além disso, Wolfgang Donsbach (2004: 74) refere os fatores psicológicos que também afetam as decisões noticiosas. Isto é, as/os profissionais questionam o que é verdade, relevante, bom ou aceitável, apesar de terem de fazer face a pressões de tempo, competição, falta de critérios objetivos e à publicidade, o que poderá resultar em produtos jornalísticos diferentes do que se pretendia. Acrescentamos ainda a situação de atual crise e precariedade da profissão, a qual condiciona os trabalhos jornalísticos e a margem das/os profissionais.

Na nossa ótica, conscientes dos constrangimentos organizacionais e das escolhas que inevitavelmente têm de ser feitas, as/os profissionais e instâncias jornalísticas não devem ser dissociadas da responsabilidade social “sem a qual o jornalismo (...) perderá definitivamente a sua dimensão cívica, o seu alcance ético, o seu sentido humanista, ficando reduzido a mais um pequeno afluente da poderosa corrente, em clara fase de enchimento, do negócio da comunicação” (Correia, 2009: 224). É crucial que as/os profissionais procurem “transmitir ao público uma visão mais rica e mais completa do Mundo” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 111), pois só desta forma poderão informar corretamente o(s) público(s), sem perspetivar desigualdades entre as/os atoras/es sociais.

Medidas de auto e heterorregulação

Por um lado, entendemos que se deve fomentar o debate acerca das questões ético-deontológicas. A este respeito, pensamos que deve haver a integração no Código Deontológico, de forma mais vinculada, de um ponto sobre o tratamento promotor de maior igualdade de género, ou seja, de uma sociedade mais diversificada, justa e inclusiva. Esta medida levaria pelo menos a outra reflexão sobre questões que vão muito além dos normativos legais. Consideramos igualmente que é necessário sublinhar a necessidade de inclusão destas questões nos livros de estilo dos meios de informação, bem como nos debates dos conselhos de redação, criando um compromisso por parte das/os profissionais para a importância destas temáticas que são frequentemente secundarizadas.

Em suma, é necessário apostar nas medidas de autorregulação, mas sem descurar a eficácia de outros normativos. Estas devem existir simultaneamente e devem ser monitorizadas, de forma a perceber a sua eficácia nas práticas diárias da profissão.

(In)Formar estudantes e profissionais para os direitos humanos

Os cursos da área da comunicação necessitam de integrar nos seus planos curriculares esta dimensão dos direitos humanos, da importância de uma linguagem mais inclusiva e diversificada, promotora de uma maior justiça social. Esta deve estar presente de uma forma explícita, podendo integrar várias unidades curriculares ou centrar-se numa área específica, sendo que aquilo que nos parece mais importante é o contacto das/os estudantes com este tipo de problemáticas, bem como a possibilidade de rever e aplicar às necessidades atuais as teorias que enformam a profissão.

Estas/estes serão as/os futuras/os profissionais e precisam de estar consciencializadas/os para a relevância destas questões e para o impacto das escolhas que fazem. De igual modo, consideramos importante incrementar a realização de seminários e formações contínuas com as/os profissionais. Estas ações devem ser apoiadas em estudos e materiais que permitam a análise das representações veiculadas e que levantem a necessidade de mudanças na cobertura noticiosa, atentando sobre os critérios de noticiabilidade privilegiados, o agendamento e enquadramento que são feitos de determinadas temáticas.

Acresce a esta dimensão de aprendizagem contínua o conhecimento histórico, o qual acaba, não raras vezes, por ser relegado para segundo plano. Entendemos que esta capacidade de contextualização e compreensão histórica (Tavares, 2011), aliada à capacidade técnica, poderá ser um contributo valioso para a deliberação democrática que deve estar presente na(s) leitura(s) das/os profissionais.

Quem tem voz e quem fica silenciado: monitorizar os conteúdos jornalísticos

Na nossa perspetiva é primordial fazer a monitorização contínua da produção jornalística nacional (conteúdos informativos e de opinião). Neste domínio é preciso perscrutar as complexidades e contradições presentes nos discursos, alertando as/os profissionais e as organizações mediáticas para determinados tópicos de abordagem e abrangência, para quem tem visibilidade e de que forma aparece e para quem fica silenciado na agenda jornalística.

Este aspeto é de suma importância porque os conteúdos são sempre o resultado de escolhas e outro tipo de notícias, de imagens, de fontes de informação e de artigos de opinião daria uma outra visão do mundo e permitiria reconfigurar os cenários sociais.

Esta monitorização deve congrega os saberes vindos da academia com os conhecimentos das organizações da sociedade civil que trabalham neste âmbito,

bem como integrar profissionais que se interessem pelas questões e permitir a abertura da discussão à sociedade.

Educação para/dos e através dos media

Tal como afirma Matteo Zacchetti (2011:41), “a literacia mediática é uma questão de inclusão social na atual sociedade da informação, tratando-se de uma competência fundamental não só para os jovens, mas também para os adultos, idosos, pais, professores e profissionais dos media”. Assim, esta linha também deve ser equacionada no sentido de promover leituras críticas dos conteúdos produzidos, sendo que estas devem ser feitas a vários níveis.

A educação para os *media* equaciona que os públicos precisam de olhar criticamente para os conteúdos veiculados por estes canais de informação, de forma a fazerem uma filtragem mais atenta dos materiais apresentados. No que concerne à educação dos *media*, estes também necessitam de ser consciencializados para as temáticas de género e feminismos, podendo funcionar como instigadores da reflexão das/os cidadãs/ãos nesta área, ou seja, colocando na prática a educação através dos *media*.

Notas finais

Neste artigo apontamos apenas alguns caminhos possíveis e que no nosso entender podem contribuir para quebrar os espartilhos ainda existentes entre atores sociais que se preocupam com as questões de género e feminismos e o campo mediático. Aliar a academia às organizações da sociedade civil que trabalham com estas temáticas, sem esquecer as/os profissionais dos *media* e os públicos, parece-nos fulcral, de forma a ultrapassar as más práticas que persistem (não sendo estas encaradas de uma forma dicotómica entre ‘boas’ e ‘más’, mas contemplando a sua complexidade), responder às necessidades dos públicos e melhorar a comunicação em geral. No fundo, o papel e os objetivos destes atores estão muito próximos. A mudança e a contribuição para uma sociedade mais justa e inclusiva, sendo esta uma tarefa árdua e morosa que necessita de uma articulação bem sedimentada.

Referências Bibliográficas

ÁLVARES, Cláudia (2006), “Feminismo e Representação Discursiva do Feminino: A Presença do Outro na Teoria e na Prática”, *ex aequo*, 14, pp. 35-43.

BYERLY, Carolyn & ROSS, Karen (2006), *Women & Media: a critical introduction*, Oxford, Blackwell.

CARTER, Cynthia & STEINER, Linda (2004), *Critical Readings in Media and Gender*, Maidenhead, Open University Press.

- CARTER, Cynthia (2005), “Gendered news?”, *Journalism*, 6(3), pp. 259-263.
- CERQUEIRA, Carla (2008), “A Imprensa e a Perspectiva de Género. Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher”, *Observatório (OBS) Journal*, 5, pp.139-164. [Em linha] disponível em <http://www.obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/download/101/153> [consultado em 10 de junho de 2014].
- CERQUEIRA, Carla (2009), “A visibilidade do Dia Internacional da Mulher na agenda mediática nacional”, in Maria José Magalhães *et al* (coord.), *Quem tem medo dos feminismos. Congresso Feminista 2008 – Actas*, Volume I, Funchal, Nova Delphi.
- CERQUEIRA, Cerqueira (2012), “Quando elas (não) são notícia: mudanças, persistências e reconfigurações na cobertura jornalística sobre o Dia Internacional da Mulher em Portugal (1975-2007)”, *Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação, especialidade de Psicologia da Comunicação)*, Universidade do Minho, Braga.
- DONSBACH, Wolfgang (2004), “Psychology of News Decisions: Factors behind journalists’ professional behavior”, *Journalism*, vol.5 nº2, pp.131-157.
- CORREIA, Fernando (2009), “Crise de identidade profissional e emergência de um novo paradigma”, in José Luís Garcia (org.), *Estudo sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa, ICS, pp.213-225.
- ESTEVES, João Pissarra (2003), *Espaço público e democracia*, Lisboa, Edições Colibri.
- GALLAGHER, Margaret (1981), *Unequal opportunities: the case of women and the media*, Paris, UNESCO.
- GALLAGHER, Margaret (2001), *Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*, London, Zed Books.
- GALLAGHER, Margaret (2006), “Perspectiva feminista sobre os media”, *ex-aequo*, 14, pp.11-34.
- GALLEGO, Juana (2013), *De reinas a ciudadanas: motor o rémora para la igualdad*, Espanha, Aresta.
- GILL, Rosalind (2007), *Gender and The Media*, Cambridge, Polity Press.
- KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom (2004), *Os elementos do jornalismo – O que os profissionais devem saber e o que o público deve exigir*, Porto, Porto Editora.
- MESQUITA, Mário (2004), *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, Minerva.
- ROSS, Karen (2009), *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004a), “Os media e as mulheres: horizontes de representação, de construção e de práticas significantes”, in Maria João Silveirinha (org.), *As mulheres e os media*, Lisboa, Livros Horizonte, pp.5-12.
- SILVEIRINHA, Maria João (2004b), “Representadas e representantes: as mulheres e os media”, *Revista Media & Jornalismo, As mulheres e os media*, 5, (3), pp.9-30.

TAVARES, Manuela (2011), *Feminismos: percursos e desafios (1947-2007)*, Lisboa, Texto Editores.

TEJEDOR, Yolanda (2007), “Comunicando más allá de la dicotomía de género”, in Juan Plaza & Carmen Delgado (eds.), *Género y Comunicación*, Madrid, Fundamentos, pp.169-188.

TUCHMAN, Gaye (1979), “Introduction: the symbolic annihilation of women by mass media”, in Gaye Tuchman, Kaplan Daniels & James Benét (org.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, Nova Iorque, Oxford University Press, pp.3-38.

VAN ZONEN, Liesbet (1994), *Feminist Media Studies*, Londres, Sage Publications.

ZACCHETTI, Matteo (2011), “An european approach to media literacy”, in Sara Pereira (org.), *Actas do Congresso Literacia, Media e Cidadania, 25 e 26 de março*, Braga, Universidade do Minho. [Em linha] Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/lmc/article/viewFile/524/493>. [Consultado em 15/06/2014].



A iniciativa *Reflexões no Alvito*

A Direção da RPJOMH

Reflexões no Alvito é um ciclo de encontros que visa, por um lado, o aprofundamento da reflexão e debate sobre as principais ameaças e desafios que hoje enfrenta a Igualdade de Género, e, por outro, a identificação de ações possíveis para contribuir para a concretização daquele objetivo. Este é um conceito que reúne dinamizadoras peritas nos temas abordados e destinado a convidadas/os com fortes conhecimentos e experiência em Igualdade de Género e cujos objetivos são a atualização e debate de alguns temas particularmente críticos e, em particular, a organização de ações identificadas como possíveis para a superação dos desafios identificados e atenuação das ameaças assinaladas.

As primeiras sessões das *Reflexões no Alvito* tiveram lugar em Setembro de 2012 e abordaram os temas das tradições e religiões, o mercado de trabalho, os novos machismos e a violência de género com peritas e peritos com reconhecimento na área da investigação e da intervenção social.

Em 2013, a APEM, através da e-APEM, e a REDE, reconhecendo a importância da inclusão das ideias da próxima geração de peritas e de peritos, organizaram mais uma edição de *Reflexões no Alvito*, dedicada ao tema “Mulheres e *Media*”, com investigadoras e investigadores emergentes e com ativistas jovens da área do associativismo, que pudessem trazer novas ideias e formas de pensamento sobre as matérias da comunicação, representação, imagem e media. Assim, sob o mote “Mulheres e *Media*”, as *Reflexões no Alvito* em Junho de 2013 contemplaram as questões da representação e da voz de mulheres e homens nos *media* tradicionais e nos novos media, designadamente na Internet.

A troca intergeracional de saberes numa perspetiva ainda pouco comum, em que o/a jovem é, também ele/a, produtor/a e não apenas recetor/a de saber, é uma aposta forte da REDE enquanto associação que trabalha o *mainstreaming* de género na Juventude, pelo que a parceria com a e-APEM, que se afigura como um espaço de afirmação para investigadoras/es emergentes, contribuiu para que o evento fosse recebido e usufruído com satisfação por parte de todas as pessoas convidadas.

Esperamos poder continuar a estimular o pensamento livre e a criar espaços de afirmação para jovens, numa perspetiva de partilha intergeracional do saber, com o objetivo de promover a Igualdade de Género.

“MULHERES E *MEDIA*” - - REFLEXÕES FINAIS

APEM e RPJIO MH

As principais reflexões sobre Mulheres e *Media*, que se apresentam em seguida, de forma sucinta, organizam-se em torno de três tópicos: constrangimentos e ameaças dos discursos mediáticos e dos meios de comunicação virtuais; desafios que se colocam atualmente aos *media* e possíveis linhas de ação e de transformação da relação entre os *media* e a construção da igualdade de género.

1. Atuais condicionalismos e ameaças:

- Associação das mulheres e das questões consideradas femininas às notícias menos importantes: as mulheres surgem nas “*soft news*”, enquanto os homens continuam a aparecer nas “*hard news*”, constatando-se a “guetização” das temáticas relacionadas com as mulheres;
- Maior questionamento da validade dos dados quando associados a mulheres ou a temas considerados, pela opinião pública, do domínio feminino.
- Visão dicotómica e essencialista do mundo veiculada através dos *media*: as notícias mostram “o que fazem” os homens e “o que são” as mulheres.
- Proliferação de conteúdos noticiosos por altura de efemérides, como o Dia Internacional das Mulheres (8 e março), sublinhando a sua simbologia, e coberturas jornalísticas de cariz episódico e superficial: muitos temas sobre as mulheres ou associadas ao feminino gravitam nas notícias mas estas são pouco substantivas e insuficientemente sedimentadas.
- Visão redutora das mulheres, pautada por dois pólos: o da incapacidade/menoridade/vitimização e o da excecionalidade/supermulher²⁵.
- Secundarização dos movimentos e lutas das mulheres e homogeneização da imagem das feministas e organizações feministas, associadas à ideia de radicalismo (de pensamento e de ação).
- Contradições na utilização do espaço virtual pelas mulheres:
 - maior liberdade individual e ausência do poder das redes (alicerce do poder dos homens no espaço público), o que se traduz na rápida conquista pelas mulheres do espaço público virtual, contrariamente ao que tem sucedido com a sua ocupação do espaço público real;

²⁵ A retórica da “meritocracia” exemplifica esta situação: sublinha os casos excecionais mas não questiona o sistema da desigualdade; penaliza as mulheres associando-as (somente a elas) à conciliação família-trabalho e mantendo o pressuposto da dupla jornada.

- masculinização do espaço virtual e assoberbamento do sexismo no espaço virtual: as reações à atividade das mulheres *bloguers* que usam pseudónimos masculinos são mais positivas e centradas nos conteúdos, enquanto as mulheres *bloguers* que se apresentam com nomes femininos são alvo de forte sexismo, enfrentando violência e ameaças, segundo o paradigma da *mulher pública*.

- Propensão para a disseminação de discursos de mudança sobre situações ou fenómenos de significado meramente formal, não traduzindo mudanças efetivas nem estruturais.
- Presença de uma conceção de poder associada à inversão dos papéis sociais de género: “fusão do masculino e do feminino” na representação de mulheres a exercer o poder em áreas consideradas masculinas (exemplo: mulheres militares);
- Quando há diversidade de vozes, contradição entre essa diversidade e a hierarquização dessas vozes, de acordo com a ordem social de género;
- Efeitos da paradoxal dualidade do discurso mediático: contradições/ incoerências e ancoragem/reforço entre o discurso textual e o discurso imagético.
- Institucionalização do feminismo de segunda vaga: quer pela contaminação, aproximação, ou mesmo “absorção”, dos *modus operandi* ao serviço das diferentes ideologias, quer pela “ossificação” dos seus conteúdos.
- Redução significativa do número de ONG de mulheres que são objeto de notícias e secundarização da sua ação efetiva, assim como da luta pelos direitos das mulheres face a outros interesses/temas considerados mais prementes;
- Dificuldades atuais das mulheres jornalistas de que são exemplos a sua “guetização” e a frequência dos ataques sexuais a repórteres mulheres em diversos países.

2. Desafios

- Desconstrução, ao nível dos diferentes tipos de discurso, da “*equality illusion*”.
- Alteração da abordagem das temáticas relacionadas com as mulheres, como é o caso de: quebrar a sistemática associação entre desigualdade e vitimização; dar prioridade à generalização/“naturalização” da intervenção das mulheres na esfera pública e não à apresentação das mulheres exceção/exemplo; evidenciar as desigualdades de forma a conscientizar as mulheres para as desigualdades de que são alvo mas que elas não reconhecem como tal.
- Especificidades do funcionamento dos novos espaços virtuais de comunicação e interação, em especial da blogosfera e nas redes sociais: diferenças nos comportamentos individuais e coletivos assumidos no mundo virtual e no mundo real (“faço e digo no virtual o que não faço nem digo no real”); maior liberdade individual e ocupação do espaço público mas penalização individual mais forte e violenta das mulheres (maior fragilidade individual nas redes sociais);
- A liberdade de expressão, os novos *media* e os novos espaços virtuais de co-

municação (blogosfera e redes sociais): a generalização do discurso do ódio; os conteúdos pornográficos e a “naturalização” da violência sexista e machista; ambiguidade na percepção do uso das redes sociais: como espaço público ou como conjunto de espaços privados; intenções na utilização do virtual como espaço de liberdade (EUA) ou/e de contrapoder (Europa).

- Potencialidades do papel dos *media*: cristalização vs alteração/resistência/desconstrução das representações dominantes sobre mulheres e sobre homens e da (des)igualdade social entre umas e outros;
- Atuais desafios internos do jornalismo: responsabilidade social de jornalistas vs estrutura organizacional das redações e órgãos de comunicação; significativa dependência face ao poder económico e financeiro; influência da publicidade e das grandes companhias nos conteúdos noticiosos; gestão e negociação de espaços noticiosos.
- Necessidade de se ultrapassar o jornalismo *formatado* que se centra e é, frequentemente, orientado pela agenda e pela retórica discursiva políticas.
- Atual processo de mutação do conceito de *jornalismo*: emergência dos cidadãos e das cidadãs repórteres;
- Relação entre predomínio de recursos linguísticos mais simples e a construção de um pensamento (individual e coletivo) mais simplificado e hegemónico: importância crescente da língua inglesa nos diferentes meios e formas de comunicação (pela força de muitas das suas expressões) em detrimento de outras línguas, mais complexas; mudanças ao nível do pensamento, face a estas formas de comunicação, nomeadamente, tendência para que se torne mais hegemónico.
- Relação entre democracia e internet: discrepâncias e desigualdades no acesso da população, a nível nacional, regional e mundial, à internet, bem como no conhecimento da língua inglesa a nível da acesso da população – Será que a internet pode vir a constituir uma nova forma de imperialismo, de exclusão e de dominação?
- Eventuais efeitos do número atual (e crescente) de mulheres jornalistas: mudança social nas redações e nos sindicatos de jornalistas e novas restrições às mulheres jornalistas (na sequência dos ataques sexuais colocadas às mulheres repórteres, “Repórteres sem Fronsteiras” aconselham o não envio de mulheres jornalistas para certos locais);

3. Linhas de ação possíveis

- Incorporação na cultura jornalística, regida pela objetividade, da importância de atender às representações sexistas que reforça e cristaliza.
- Desconstrução ativa, nos meios de comunicação social, dos parâmetros *genderizados* relativos à imagem corporal: ao nível do conteúdo e da forma - tipo e enquadramento da representação das mulheres - visibilidades e estereótipos

sexistas; associação das mulheres à “ética do cuidado” e sua subsequente subalternização face aos outros; inclusão de modelos educativos e formativos de valorização meritocrática no acesso a cargos de poder; recurso a mais fontes, e mais diversificadas, de mulheres – por exemplo, uso sistemático da sua nomeação, bem como reforço da sua presença em discurso direto, nos vários contextos de ação social; maior visibilidade, substantiva, a conferir às ONG.

- Monitorização efetiva dos conteúdos mediáticos, numa ótica de género;
- Reflexão crítica sobre a literacia mediática: no quadro da Educação para os *media*, dos *media* (responsabilidade social) e através dos *media* e sua inclusão nos currículos pedagógicos, nomeadamente do ensino superior;
- Reinvenção da linguagem, atendendo ao seu cariz convencionalmente sexista;
- Integração de estratégias de resistência, com potenciais efeitos empoderadores, nas “*soft news*”
- Integração da perspetiva interseccional no trabalho quotidiano das redações: cruzamento dos diferentes eixos de opressão;
- Avaliação efetiva de impacto das políticas públicas de igualdade e das mudanças de algumas das medidas mais recorrentes dessas mesmas políticas (como é caso dos Prémios atribuídos à comunicação social, no quadro dos Planos Nacionais para a Igualdade, quebrando o aparente circuito fechado destes tipo de iniciativas);
- Potenciar a interação entre a academia e o ativismo;
- Criação e manutenção de redes de comunicação bidirecionais, multideterminadas e trianguladas entre os *media* e as suas audiências.



Resumos

Trilhando caminhos para uma informação jornalística mais inclusiva

Carla Cerqueira

Neste artigo trazemos para a discussão algumas pistas que consideramos fundamentais para pensar a informação jornalística e a sua importância no campo das representações de género. Se o jornalismo pode funcionar como um dispositivo de manutenção da ordem social vigente, este tem também a capacidade de inovar e contribuir para a mudança social. Esta reinvenção dos discursos implica, portanto, um debate entre profissionais, academia, organizações da sociedade civil e públicos, no sentido de ultrapassar algumas tensões que se verificam no trabalho diário no seio das organizações mediáticas. Além disso, visa incentivar a criação de narrativas mais diversificadas, inclusivas e promotoras de uma maior justiça social.

Presença e Representação das Mulheres nos Novos Media

Adriana Delgado

Ao longo da história, uma das mais importantes lutas das mulheres tem sido a conquista do seu espaço. Hoje em dia, essa luta tem no mundo digital uma nova manifestação. Saudada como um novo *fórum* de debate, mais democrático e aberto, a internet tem vindo a revelar-se mais uma esfera de reprodução das mesmas desigualdades de sempre. Também na internet as vozes de cada um/a não se fazem ouvir de igual modo. O presente texto pretende analisar a forma como as mulheres têm vindo, para isso, conquistar o seu espaço *online* e os desafios que esta conquista tem enfrentando, servindo-se, para isso, de alguns exemplos. Olhar-se-á em particular para as redes sociais, *blogs/vlogs* e comunidade/indústria dos videojogos.

A Entrada das Mulheres nas Redações Portuguesas: uma revolução antes da Revolução?

Isabel Ventura

À semelhança de outras profissões, a entrada das mulheres no jornalismo não se fez sem algumas resistências e enquadra-se num cenário de profundas alterações políticas e sociais. Este artigo resume as circunstâncias em que os jor-

nais portuguesas admitiram que as mulheres exercessem as mesmas funções que os homens, quase nas mesmas condições.

Feminism in the Cyberspace - Presentation Summary

Noa Wirth-Nogradi

This paper will briefly summarize my presentation on the different methods and challenges in online feminist activism. There will be four parts: a short introduction on online activism and the herstory of online feminism, an overview of the different methods and trends, and a discussion of a set of challenges and possible solutions.



Notas Biográficas

Carla Cerqueira

É bolsista de pós-doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Doutorada em Ciências da Comunicação, especialidade de Psicologia da Comunicação, tem licenciatura em Comunicação Social e uma pós-graduação em Ciências da Comunicação – Jornalismo e Informação, todas pela Universidade do Minho. É investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), dedicando-se sobretudo aos estudos sobre género e media. É investigadora do projeto ‘O género em foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista’. É vice-chair da secção de *Gender and Communication* da ECREA. Foi co-fundadora do Grupo de Jovens Investigadores da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), fazendo parte do grupo coordenador. Integra o Conselho de Opinião da RTP. Tem participado em diversas conferências nacionais e internacionais e na organização de vários eventos científicos, sobretudo na área das ciências da comunicação. É também nesta área que tem publicado artigos científicos.

Adriana Delgado

É desde 2009 ativista pela igualdade de género na Rede de Jovens para a Igualdade (REDE), no seguimento da sua participação na segunda edição do projeto *De Mulher para Mulher*, cujo objectivo era empoderar jovens raparigas e fomentar a sua participação cívica. O trabalho com a REDE abriu-lhe as portas para o feminismo, que passou desde então a desempenhar um papel central na sua vida. Encontra-se atualmente a tirar o Mestrado em Estudos Sobre as Mulheres na FCSH-UNL, para consolidar e aprofundar os seus conhecimentos sobre a temática de género, e a esta abordagem mais académica soma-se a vontade de “espalhar a palavra”. Assim, para além do trabalho de educação não formal desenvolvido com a REDE, é cofundadora d’O Clítoris da Razão, um projeto de media que começou como um programa de rádio *online*, se estendeu a uma magazine *online* e, se tudo correr bem, terá também uma componente de vídeo num futuro próximo. Não se imagina sem o ativismo. Os novos *media* foram o meio que escolheu para tentar mudar mentalidades.

Isabel Ventura

Tem licenciatura em Jornalismo pela Universidade de Coimbra e mestrado em Estudos sobre as Mulheres, na Universidade Aberta, com orientação do professor Mário Mesquita numa investigação sobre a emergência das mulheres repórteres, da qual resultou o livro *As Primeiras Mulheres Repórteres: Portugal anos 60 e 70*, editado pela Tinta-da-China. Atualmente é doutoranda da Universidade do Minho e bolsista da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Email: isabel.ventura.pt@gmail.com

Noa Wirth-Nogradi

Noa Wirth-Nogradi é ativista na NANE Association “Women for Women Against Violence”, Hungria, e na PATENT “Association of People Challenging Patriarchy”, Hungria. É doutoranda na Universidade de Leeds, Reino Unido, em Teoria Política (“Gendering Global Justice”).

Sara I. Magalhães

É licenciada e doutorada em Psicologia da Educação pela Universidade do Minho, Portugal. Atualmente desenvolve o seu projeto de pós-doutoramento na FPCE da Universidade do Porto, Portugal, cruzando os estudos feministas dos *media*, a psicologia social crítica e a teoria da interseccionalidade. Tem colaborado em vários projetos de investigação financiada, quer de âmbito académico (FCT) quer social (POPH/QREN/FSE/CIG). Tem ainda colaborado em ações de formação financiada pela CIG contribuindo, assim, para a formação de públicos estratégicos em diferentes áreas de ação. Ativista feminista: integra os órgãos sociais da APEM e o núcleo de Braga da UMAR.

Teresa Alvarez

É licenciada em História pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e mestre em Comunicação Educacional Multimedia, pela Universidade Aberta. É investigadora colaboradora do Centro de Estudos das Migrações e Relações Interculturais (CEMRI), da Universidade Aberta, e tem trabalhos publicados na área das representações sociais de género na comunicação educacional e institucional. Integrou a Direção da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres entre 2007 e 2013.