

**Universidade do Porto**  
**Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação**

***CONTORCIONISMO: A OBJETIFICAÇÃO DAS MULHERES EM CONTEXTO  
POLÍTICO PELOS MÉDIA PORTUGUESES***

**Sara Alexandra Silva Moreira**

**Outubro, 2015**

Dissertação apresentada no Mestrado Integrado em Psicologia, na área de Psicologia das Organizações, Social e do Trabalho, orientada pela Professora Dr<sup>a</sup> Conceição Nogueira e coorientada pela Dr<sup>a</sup> Sara Isabel Magalhães (FPCEUP).

## **Avisos Legais**

O conteúdo desta dissertação reflete as perspectivas, o trabalho e as interpretações de Sara Alexandra da Silva Moreira no momento da sua entrega. Esta dissertação pode conter incorreções, tanto conceptivas como metodológicas, que podem ter sido identificadas em momento posterior no da sua entrega. Por conseguinte, qualquer utilização dos seus conteúdos deve ser exercida como cautela.

Ao entregar esta dissertação, eu, Sara Alexandra da Silva Moreira, declaro que a mesma é resultante do meu próprio trabalho, contém contributos originais e são reconhecidas todas as fontes utilizadas, encontrando-se tais fontes devidamente citadas no corpo do texto e identificadas na secção de referências. Eu, Sara Alexandra da Silva Moreira, declaro, ainda, que não divulgo na presente dissertação quaisquer conteúdos cuja reprodução esteja vedada por direitos de autor ou de propriedade industria.

## **Agradecimentos**

Antes de mais quero aproveitar este momento para agradecer à Doutora Conceição Nogueira pelo apoio, palavras de incentivo e boas energias transmitidas. E à Doutora Sara Isabel Magalhães por toda a dedicação e pelas palavras de confiança e pelo apoio incansável que me deu ao longo deste percurso. Às duas agradeço pela paciência e orientação, mas acima de tudo por me transmitirem os vossos conhecimentos.

Aos meus colegas e amigos que me acompanharam neste percurso, felicito-os pelo alcance das vossas metas e agradeço pelos momentos de discussões e reflexões intelectuais, pelos trabalhos de grupo, noites de trabalho e cafés de pátio.

À minha família eu dedico este trabalho assim como todas as vitórias reunidas durante o meu percurso académico. Pelas palavras de carinho, de incentivo e demonstrações de amor eu estou-vos muito grata. Ao meu pai Arnaldo, à minha mãe Lurdes e aos meus irmãos Beatriz e Arnaldo um grande obrigada, pela vida maravilhosa e pelo amor gigantesco que me têm dado.

E ao meu Edgar, um enormíssimo obrigada pelo amor e carinho, pela compreensão e por seres a minha rede de segurança. Por nunca me deixares desistir. Esta é a nossa história.

## **Resumo**

A objetificação da imagem representa o ato de tratar uma pessoa como um objeto e reduz o "estatuto" de ser humano enquanto indivíduo, com emoções, sentimentos, vontades próprias, ficando assim comprometido em prol dos propósitos de terceiros, que reduzem o status individual a um mero instrumento (Papadaki, 2010).

A objetificação de imagem é prática rotineira nas sociedades ocidentais. Enraizada na esfera pública, a objetificação de imagem é alimentada pelos meios de comunicação social. E assim sendo, mais do que um modo de tratamento de informação e estratégia de publicidade, é uma realidade que pauta a vida e as interações interpessoais do quotidiano.

Para compreender a extensão deste fenómeno é necessário conhecer a forma como se manifesta e os mecanismos pelos quais se dissemina. O tratamento objetificado compreende consequências para os indivíduos objetificados, encorajando a perpetuação de mecanismos de autovigilância inerentes à auto-objetificação. Não obstante, a objetificação de imagem legitima o tratamento discriminatório e rebaixado dos indivíduos ou grupo social objetificado.

O presente trabalho foca-se no estudo do fenómeno de objetificação de imagem das mulheres, o grupo social mais suscetível a sofrer as consequências do mesmo. Assim sendo, o objetivo desta investigação é estudar os mecanismos de objetificação de imagem das mulheres, inseridas nos contextos políticos, subjacentes aos discursos dos média informativos. Neste sentido, recorreu-se à análise das edições dos últimos 6 meses do ano de 2014, entre julho e dezembro, do jornal *Expresso*. No total foram analisadas 467 notícias analisadas, 307 das quais não relatam qualquer assunto relacionado com mulheres associadas à esfera política, e 160 relatam o envolvimento direto ou indireto de mulheres na política nacional e internacional.

Os materiais analisados suportam o papel da comunicação social como agente de contribuição para subjetividade de cada indivíduo assim para a construção e perpetuação de construções sociais de género.

Nas peças noticiosas analisadas parece evidenciar-se alguma dificuldade em representar as figuras femininas de forma mais inclusiva, sendo que os discursos de desigualdade parecem realçar-se como facilitadores da objetificação da imagem das mulheres retratadas. Uma objetificação que parece não passar necessariamente pela sexualização destas figuras, mas incorrer por mecanismos de despersonalização, envolvendo-se em práticas dissimuladas perpetuadoras de desigualdades.

## **Abstrasct**

The objetification of one's image is the act of treating a person as an object and reduces the status of human being as an individual, with emotions, feelings and own wills, thus becoming committed for the benefit of third-party purposes, which reduce the individual status to an instrument (Papadaki, 2010).

The objectification of one's image is a common practice in Western societies. Rooted in the public sphere, the objectification of the image is fed by the media. And therefore, more than a data-processing mode and advertising strategy, it is a reality that guides life and interpersonal everyday interactions.

To understand the extent of this phenomenon is necessary to know how it's manifested and the mechanisms by which it spreads. The objectified treatment comprises individuals with consequences, encouraging the perpetuation of self-monitoring mechanisms related to self-objectification. Nevertheless, the objectification of the image legitimizes discriminatory treatment and demotes objectified individuals or social groups.

This paper focuses on the study of the phenomenon of the objectification of the women's image, the more susceptible social group to suffer the consequences of it. Therefore, the objective of this research is to study the mechanisms of image objectification of women, inserted in political contexts, underlying the speeches of informative average.

Therefore, the purpose of this research is to study the mechanisms of objectification underlying the speeches of informative media about the image of women in political contexts. In this regard, we appealed to the analysis of the issues from the last six months of 2014, between July and December, from the newspaper Expresso. In total were analysed 467 news, from which 307 did not report any matter related to women associated with the political matters and 160 did report the direct or indirect involvement of women in national and international politics.

The analysed data supports the role of the media as a contributing agent to subjectivity of each individual as well for the construction and perpetuation of social constructions of gender.

In the analysed items seems to show some difficulty in representing the female figures in a more inclusive way, and the inequality of speeches seem to emphasize itself as

facilitators of the objectification of the women's image portrayed. An objectification that does not seem to engage in the sexualization of these figures, but incurs by mechanisms of depersonalization, implying the perpetuation disguised inequalities.

## Résumé

L'objectivation de l'image c'est l'acte de traiter une personne comme un objet et réduire le statut d'humain comme individu avec émotion, sentiment et libre volonté. Pour cela même, le statut individuel est confiné à l'instrumentalité d'un autre qui l'objective (Papadaki, 2010).

L'objectivation de l'image c'est une pratique ordinaire dans les sociétés occidentales. Ancrée dans l'espace public, l'objectivation de l'image est alimentée par les moyens de communication sociale. Par conséquent, plus qu'une forme de traitement d'information ou stratégie de publicité, c'est une réalité qui règle la vie et l'interaction quotidienne.

La compréhension de ce phénomène exige connaissance de ses mécanismes de dissémination et de ses formes de manifestation. L'objectivation comprend des conséquences pour les personnes objectivées qui encouragent la perpétuation de mécanismes de auto-surveillance. Toutefois, l'objectivation de l'image légitime le traitement discriminatoire des individus qui souffrent de ce phénomène.

Le présent travail est focalisé sur l'objectivation de l'image des femmes insérée dans la politique, présente dans les discours des médias d'information. Dans ce but, l'étude porte sur les six derniers mois de l'année 2014 entre juillet et décembre du journal *Expresso*. Au total on a analysé 467 articles informatifs, dont 307 ne rapportent aucun thème lié aux femmes insérées dans la politique, et 160 rapportent directement ou indirectement des thèmes liés à la participation des femmes dans la politique nationale et internationale.

Les matériaux examinés supportent le rôle des médias comme agent qui contribue pour la subjectivité des individus, et pour la perpétuation des constructions sociales des genres. Dans les communiqués de presse analysés, on note une difficulté de représenter la figure de femme d'une manière plus inclusive, ce qui facilite les discours d'objectivation des femmes. Ce phénomène ne passe pas par la sexualisation de ces figures, mais qu'il encourage les mécanismes de dépersonnalisation.

## Índice

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introdução .....</b>                                      | <b>10</b> |
| <b>I. Enquadramento Teórico .....</b>                        | <b>11</b> |
| <b>II. Estudo Empírico .....</b>                             | <b>19</b> |
| <b>1.Objetivos e Questões de Investigação .....</b>          | <b>19</b> |
| <b>1.1.Objetivos da Investigação .....</b>                   | <b>19</b> |
| <b>1.2.Questões de Investigação .....</b>                    | <b>19</b> |
| <b>2.Metodologia.....</b>                                    | <b>20</b> |
| <b>2.1.Amostra .....</b>                                     | <b>21</b> |
| <b>2.2.Procedimentos de recolha e análise de dados .....</b> | <b>22</b> |
| <b>3.Resultados .....</b>                                    | <b>23</b> |
| <b>3.1.Apresentação de Resultados .....</b>                  | <b>23</b> |
| <b>4.Discussão de Resultados.....</b>                        | <b>29</b> |
| <b>5.Conclusão .....</b>                                     | <b>37</b> |
| <b>Referências Bibliográficas .....</b>                      | <b>39</b> |
| <b>Anexos.....</b>                                           | <b>42</b> |
| <b>Anexo 1 .....</b>                                         | <b>43</b> |



## **Índice de Figuras**

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Esquema visual da organização de temas .....                                               | 23 |
| Figura 2 - Peça jornalística da página 30 da edição 2180 de agosto de 2014 do jornal Expresso .....   | 29 |
| Figura 3 - Peça jornalística da página 4 da edição 2178 de julho de 2014 do jornal Expresso .....     | 30 |
| Figura 4 - Peça jornalística da página 33 da edição 2187 de setembro de 2014 do jornal Expresso ..... | 30 |
| Figura 5 - Peça jornalística da página 28 da edição 2183 de agosto de 2014 do jornal Expresso .....   | 34 |

## **Introdução**

O tema *Contorcionismo: Objetificação Das Mulheres Em Contexto Político Pelos Média Portugueses*, tem como objetivo compreender de que forma o fenómeno da objetificação se apresenta enraizado nos discursos jornalísticos analisados, sobre mulheres em contextos políticos.

A objetificação da imagem da mulher representa um mecanismo de desvalorização e sexualização que se apresenta recorrente na sociedade atual. Mergulhado profundamente na sociedade ocidental, este é um mecanismo de desvalorização da figura humana que embora se estenda a ambos os géneros será neste trabalho aprofundado em função da figura feminina. Este conceito de objetificação de imagem, contaminado pelas ideologias patriarcais, heterossexistas e heteronormativas, dissemina-se na esfera pública da qual os média não se podem dissociar, de tal forma, que acabam por as perpetuar.

Como contexto profissional, tradicionalmente marcado pela presença masculina maioritária, e com mediatismo e alcance direto à esfera pública, a investigação, aproveita-se do contexto político para explorar a visão dos média das mulheres que representam cargos políticos. Deste modo, os média serão retratados ao longo do estudo, em particular o jornal *Expresso*, desencadeando o foco principal da análise nos discursos que estes utilizam para falar de mulheres em contexto político, mas concretamente, em edições publicadas nos últimos 6 meses de 2014.

Este estudo apresenta-se dividido em dois capítulos. Sendo que o capítulo I. Enquadramento Teórico dedica-se à apreciação e aprofundamento da literatura relativa às temáticas da objetificação de imagem, à construção social de género, aos média enquanto contribuidor de peso para o desenvolvimento da esfera pública, e à relação do género nos contextos políticos com os média.

O capítulo II. Estudo Empírico, é preenchido pelos Objetivos e Questões de investigação, assim como pela Metodologia, Resultados, e Discussão de Resultados.

## I. Enquadramento Teórico

A objetificação é um fenómeno que traduz o ato de tratar uma pessoa como um objeto, um instrumento para atingir um fim. Deste modo, a objetificação da imagem reduz o "estatuto" de ser humano enquanto indivíduo, com emoções, sentimentos, vontades próprias. O cariz auto-poético da pessoa objetificada fica, portanto, comprometido em prol dos propósitos de terceiros, que reduzem o status individual a um mero instrumento (Papadaki, 2010, p. 17). Fredrickson e Roberts (1997), no seu trabalho sobre a teoria da objetificação, referem a mulher como a figura objetificada com mais frequência, pelo que esta parece estar mais vulnerável ao escrutínio social do que o homem. Inevitavelmente, esta tendência traz implicações no modo como a sociedade vê o corpo da mulher - "é esta associação entre o valor das mulheres e sua aparência física que abre o caminho para a objetificação das mulheres" (Heflick, Goldenberg, Cooper & Puvia, 2011, p. 573).

Grande parte do conceito de objetificação prende-se com a sua relação com a atividade sexual. Fredrickson e Roberts (1997) revertem para uma definição do conceito como interdependente do conceito de objetificação sexual. A objetificação sexual aponta para a representação da mulher apenas como um corpo que existe para uso e prazer dos outros (Fredrickson & Roberts, 1997). O olhar sexualizado tem como vítima mais frequente a imagem feminina por comparação com a imagem masculina (Hatton, Trautner, 2011), e ocorre por duas vias: através do foco constante, por parte dos média no corpo das mulheres e através de interações interpessoais que focam a atenção no corpo das mulheres (Saguy, Quinn et al, 2010). Sendo que esta objetificação de imagem marca a forma como a mulher é percecionada pelo outro, torna-se instintivo imaginarmos a influência que este *mindset* pode ter na forma como a mulher é percecionada quando o foco está na sua aparência ou físico. Os autores Heflick e Goldenberg (2009 citados por Heflick, Goldenberg, Cooper & Puvia, 2011) referem que o olhar objetificado sobre um indivíduo reduz a perceção do objetificador das características tipicamente humanas do objetificado. Sendo que características como a *afetuosidade* (*warmth*), *competência* e *moralidade* associadas à perceção da figura feminina, não são tomadas em conta quando ela é objetificada. Pode concluir-se então, com a ajuda dos autores Vaes, Paladino e Puvia (2010 citados por Heflick, Goldenberg, Cooper & Puvia, 2011, p. 579), que mulheres sexualizadas (vítimas de objetificação sexual) "are implicitly likened to animals".

A investigação desenvolvida até ao momento evidencia que, no caso da figura feminina, a objetificação parece ter custos significativos, considerando a influência vitimização por meio de este mecanismo, resultando em pressões externas e instrumentalização da sua figura física, apontando-se custos significativos no bem-estar e saúde mental das mulheres, na sua performance cognitiva e inclinação para o fenómeno de auto-objetificação (Calogero & Jost, 2011).

A exposição à objetificação encontra-se também associada a uma maior sensação de medo relacionado com o risco de abuso sexual, assim como uma maior hostilidade para com outros mulheres, uma maior probabilidade de que a mulher incorra em comportamentos autodestrutivos e ainda uma maior disposição para realizar cirurgias estéticas que possibilitem a alteração do corpo em função de um ideal de beleza (Fairchild & Rudman, 2008; Loya, Cowan, & Walters, 2006; Muehlenkamp, Swanson, & Brausch, 2005; Calogero, Pina, Park, & Rahemtulla, 2010 *citados por* Calogero & Jost 2011). O fenómeno da objetificação parece influenciar também a saúde mental da mulher, que apresenta um risco desproporcional, comparativamente aos homens, de sentir sintomas de depressão, distúrbios de comportamento alimentar e disfunção sexual (Calogero & Jost, 2011<sup>1</sup>). O fenómeno de auto-objetificação, de internalização da premissa de constante observação de uma figura penalizadora masculina, transparece-se como um modo de agir mais calculado e consciente, como refere Rosalind Gill (2007 citado por Magalhães, 2011).

Esta auto-objetificação aparenta, para além das consequências supracitadas, dificultar e diminuir a performance e concentração do sujeito objetificado, interrompendo e redirecionando a sua atenção para o foco na sua aparência, assim como revela Quinn, Chaudoir & Kallen (2011). A energia mental e recursos cognitivos gastos no pensamento auto-objetificado, de autoavaliação e monitorização física, podem comprometer o sucesso da tarefa em mãos (Gay & Castano, 2010); e quanto mais as mulheres perdem tempo a pensar na sua aparência e a monitorizarem o seu corpo em prol da percepção dos outros, menos tempo podem disponibilizar para se focarem nas suas tarefas físicas e ou criativas (Quinn, Chaudoir & Kallen, 2011), dificultando até as interações sociais (Saguy, Quinn et al, 2010). Juntamente com os seus efeitos malignos na performance, a auto-objetificação parece perpetuar-se nas mulheres através da

---

<sup>1</sup> Para uma leitura mais aprofundada poderá consultar as seguintes referências: Grabe, Hyde, & Lindberg, 2007; Tiggemann & Kuring, 2004; Calogero, Davis, & Thompson, 2005; Tylka & Hill, 2004; Calogero & Thompson, 2009; Steer & Tiggemann, 2008.

apropriação/internalização da visão dos outros sobre elas, o que explica a realização e concretização de verdades importadas dos outros para a mulher objetificada. Seguindo o pressuposto "objectification leads to people being viewed as lacking mental states and being less deserving of moral status" (Loughnan et al., 2010), a personalidade da mulher objetificada, para além da sua performance, pode sofrer mudanças negativas. Este fato pode traduzir-se em diversas implicações, como uma menor assertividade, e menor curiosidade e exploração cognitiva (Miner-Rubino, Twenge & Fredrickson, 2002).

O fenómeno da objetificação é retratado, pela maioria dos autores que se dedicam ao tema, como tendo uma conotação depreciativa e maliciosa, com repercussões negativas. Nussbaum (1995) sugere uma visão distinta das acima assinaladas. Segundo esta autora a objetificação pode ter uma conotação positiva como parte integrante da vida sexual dos indivíduos. Naturalmente, esta proposta, que confere uma nova faceta a um fenómeno tido como extremamente negativo, recebeu alguma resistência da comunidade académica, da qual a autora procurou defender-se, realçando a necessidade de aprofundar o conceito sob um ponto de vista multifacetado (Nussbaum, 1995), que permita a sua exploração à luz de diferentes perspetivas. Assim a autora (ibidem, 1995), sugere a existência de pelo menos 7 noções que estão envolvidos no comportamento de objetificação. As 7 noções sugeridas pela autora reportam-se à 1) *instrumentality*, verificada quando o objetificador trata o objeto como uma ferramenta para os seus propósitos; 2) *denial of autonomy*, presente quando o objeto é tratado como desprovido de autodeterminação; 3) *inertness*, que alude à visão de que o objeto é desprovido de agência; 4) *fungibility*, reportada quando o objeto é visto como sendo passível de ser permutável com outros objetos do mesmo tipo; 5) *violability*, denotada quando o objeto é tratado como sendo desprovido de integridade, passando a ser visto como algo que se pode partir, alterar ou invadir para proveito de terceiros; 6) *ownership*, aplicável a circunstâncias nas quais o objeto é visto como propriedade de outrem, ou como passível de ser comprado e vendido e, por fim, 7) *denial of subjectivity*, verificada quando as experiências e os sentimentos do objeto são desvalorizados e até esquecidos pelo objetificador.

Das sete noções apresentadas por Nussbaum (1995) poderá destacar-se a noção de instrumentalidade (*instrumentality*) como a que mais se aproxima das restantes definições do conceito de objetificação, aplicando-se à objetificação sexual de Marx e à noção de objetificação económica inerente à visão de Kant do capitalismo, desde casamento à escravatura (Kant, Heath, & Schneewind, 1997 citados por Gruenfeld et al

2008). Mais tarde, a determinação do fenómeno por McKay (2013) como um comportamento (sobretudo inconsciente) que procura reduzir alguém apenas ao seu corpo, á sua aparência, julgando-a pelo seu físico e silenciando-a, retirando-lhe a voz parece ir ao encontro da definição proposta por Nussbaum (1995) que valoriza o conceito de objetificação como sendo um fenómeno ocorrente para além da sexualização dos indivíduos. À luz do raciocínio elaborado, no processo de objetificação assistimos à dissecação do ser humano objetificado, que deixa de ser visto como um todo composto por particularidades e individualidades, para passar a ser um instrumento que serve um fim, em grande parte dos casos, um corpo sexualizado aliciante para vender. Esta despersonalização traduz-se num exercício de poder, que sujeita o indivíduo objetificado à submissão: "Objectification is conceived as an instrument of subjugation whereby the needs, interests, and experiences of those with less power are subordinated to those of the powerful, and this facilitates using others as means to an end" (Gruenfeld, Inesi, Magee, & Galinsky 2008, p. 111).

Compreender a objetificação torna-se uma tarefa algo abstrata se não nos reportarmos aos papéis de género. Construídos socialmente, os papéis de género têm uma forte influência nos atores sociais, pelo que o seu impacto é nítido na forma como cada indivíduo se vê e é visto em sociedade. Na verdade, tendemos a construir-nos e a comportar-nos de acordo com o que é esperado pelo outro, à imagem da identidade genérica estabelecida para o sexo feminino e para o sexo masculino.

A masculinidade é frequentemente associada a características específicas como a competência, a instrumentalidade e agência. Do homem espera-se força, racionalidade e agressividade (Basow, 1986 *citado por* McKay, 2003), precisamente o oposto daquilo que é associado à figura feminina: uma mulher deve ser afetuosa, cuidadora, e emocionalmente submissa, de tal forma que a sua socialização segue uma lógica de perpetuação da sua fraqueza em relação à figura masculina (Basow, 1986 *citado por* McKay, 2003). De facto, tal como é enfatizado por McKay (2003), a objetificação da mulher é socialmente ensinada através dos papéis de género, que atuam como ferramentas de categorização dos atores sociais e cujo principal objetivo é distinguir e organizar a função de cada parte, no todo que constitui o tecido social. A ferramenta de categorização é primordial ao ser humano, permitindo-lhe organizar e estrutura o conhecimento que adquire do mundo; é com a ajuda das categorias que a mente transforma a complexidade do mundo numa ordem de ideias perceptível (Bodenhausen, Kang & Peery, 2012). No entanto, apesar da sua utilidade, a categorização social tem a

importante função de definir e moldar o sentido de conexão ou alienação de e para com os outros (*idem*). Este sentido de conexão e de alienação estão claramente associados à forma como percebemos o outro, se com ele nos identificamos ou não, e, consequentemente se validamos a sua existência. Posto isto, a objetificação parece estar claramente relacionada com o sentido de pertença ou de alienação, já que, segundo Heflick, Goldenberg, Cooper & Puvia (2011), a objetificação se refere ao ato de perceber uma pessoa como um objeto e, como tal, não totalmente humano, como se de uma espécie distinta se tratasse.

Alienar a mulher da sua agência, subjuga-la a uma inferioridade heterodeterminada e hipersexualizar a sua feminilidade parecem ser as principais vias de afirmação dos ideais sexistas nos quais foram sendo construídas as sociedades ocidentais, que procuram assegurar um paradigma social patriárquico através da figura feminina enquanto guardiãs da pureza, da bondade e da castidade (Calogero & Jost, 2011).

Para melhor compreender estes ideais sexistas e a sua repercussão na sociedade civil torna-se imperativo definir o género e a sua construção social. No estudo do género em psicologia, segundo a autora feminista Sandra Harding (1986 citada por Nogueira, 2001) poderá enveredar-se por dois caminhos distintos: pela perspectiva empiricista e a pós-moderna.

A perspectiva empiricista inserem-se duas abordagens, sendo elas a abordagem essencialista e a de socialização. Assim, nesta perspectiva, indicado pelos autores Howard e Hollander (1997 citados por Nogueira, 2001) emerge o desenvolvimento histórico e social do conceito de género, marcado pelo *momentum* histórico, social e político vivido na época. A abordagem essencialista, primária na sua composição, “sugere a existência de diferenças inatas e estáveis entre os sexos” (*ibidem*, p.140) – oferecendo um conceito de género e sexo biológico indissociáveis e de representação igualitária. Nesta abordagem o género é uma característica estável e intrínseca que não é influenciável pelas experiências e contextos sociais. A segunda abordagem empiricista, está atenta à socialização, reconsiderando o “foco de atenção, relativo ao género, da biologia para a socialização (...) resultado de forças sociais e culturais, aprendido por intermédio dos processos de modelagem e imitação” (Bandura, 1977 citado por Nogueira, 2001, p. 140). Esta abordagem prevê a internalização de comportamentos esperados tipicamente masculinos ou femininos, contribuindo para o desenvolvimento de personalidades e padrões que se enquadram nos ideais de género ditados pelas normas de sociedade.

É de realçar esta visão da definição de género que destaca o contributo das experiências e identidades sociais para a construção do género, não só enquanto característica de identidade pessoal, mas de identificação e aceitação do outro. Esta construção de género facilita o desenvolvimento de um olhar crítico sobre a objetificação da imagem feminina, enquanto mecanismo alimentado pelas construções sociais patriarcais e maioritariamente masculinas, sendo que “pela socialização, rapazes e moças aprendem a se comportar de modo que, na vida adulta, mantêm a ordem social estabelecida” (Nogueira, 2001, p. 141). Esta socialização do género perpetua o enfâse na figura feminina exercendo pressão para que continue a procurar a reafirmação de que a sua imagem vai de encontro ao socialmente aceite e esperado (McKay, 2013), “enquanto, um objeto disponível e passível de disposição face a valores ou atitudes pessoais de outros elementos externos” (Magalhães, 2011, p. 208). Não obstante, a monotorização e internalização de padrões externos de conduta de género levam à auto-objetificação, com as mulheres objetificadas a alimentarem comportamentos de vigília corporal.

Esta monotorização impõe a metáfora do Panóptico de Foucault (1975/2003 *citado por* Magalhães, 2011) no curso da análise e compreensão deste mecanismo. Recorrendo a discursos de auto-objetificação, as mulheres internalizam vários aspetos do seu dia, como a beleza e imagem corporal, os seus relacionamentos interpessoais, a sua carreira, entre outros (ibidem). A metáfora do Panóptico sugere que a mulher toma o papel de espetador e de espetáculo, insurgindo na comparação da sua imagem com o corpo feminino ideal patriarcal e tornando-se espetadora de outras e também do seu próprio corpo (o espetáculo objetificado) (Duncan, 1994). Para Duncan (1994) a objetificação surge na sociedade como um produto criado pela olhar panóptico, recorrendo aos diferentes tipos de média para se propagar pelas massas. É a partir deste fenómeno que se evidencia o papel dos média nas construções sociais e no desenvolvimento e manutenção da esfera pública, marcando uma “ligação indissolúvel entre as instituições e as práticas da comunicação de massas e as instituições e práticas da política democrática” (Silveirinha, 2001 *citada por* Simões, 2011).

A pressão social direcionada à figura feminina parece tomar proporções mais debilitantes do que aquela que é sentida pelos homens. Esta discrepância poderá ser explicada pelo facto de, tal como Calogero e Jost (2011) referem, da figura feminina estar, aparentemente, dependente a manutenção do patriarcado tradicionalista, cuja eficácia é preconizada nas mensagens subliminares presentes, como é aparente na construção social de género. “Torna-se eminente a importância da construção de um



discurso público, não só inclusivo, mas também que seja mediador da esfera pública e dos processos de reprodução social” (Simões, 2011, p. 353), representantes de uma infraestrutura democrática.

Os média representam inegavelmente o canal de comunicação e socialização mais relevante na sociedade ocidental em que estamos inseridos, comprovados como um meio de comunicação de importante contribuição para a cidadania (Magalhães, Cerqueira & Bernardo, 2012). A opinião pública é construída pela comunicação social e o discurso dominante que esta adota, assinalando com “grande ênfase diversos temas e pessoas, contribuindo de forma igualitária para a formação e delimitação dos limites da esfera pública” (ibidem, p. 1). É segundo estes parâmetros também, que a imagem feminina se vem construindo socialmente, através de discursos e vozes com maior poder que têm vindo a reduzir a imagem da mulher a objetos e prémios, sujeitas a discursos abusivos (Berberick, 2011). A sexualização exagerada representada nos média contribui para uma interpretação da mulher como um instrumento destinado ao prazer sexual e à posse de uma audiência heterossexual masculina (Hatton, Trautner, 2011). Esta abordagem elitista, que vem privilegiando um paradigma patriarcal, implica uma hierarquia de valores que, em último caso, acaba por gerar a subjugação da figura feminina, que se traduz nas desigualdades de poder, e na exposição à exclusão (Magalhães, Cerqueira & Bernardo, 2012). Com os média a passarem mensagens de beleza inatingíveis, como o ideal de supermodelo extremamente magra, as mulheres tornam-se desde cedo bem cientes que os outros a irão julgar em comparação com esse ideal de aparência (Kiefer, Sekaquaptewa & Barczyk 2006; McKay, 2013; Berberick, 2011), acabando por ser criado um ciclo vicioso que proporciona uma baixa autoestima, depressão, distúrbios alimentares, abuso sexual e sentimentos de descontentamento em resultado de padrões de aparência (quase) impossíveis de alcançar (Berberick, 2011). A esfera pública perpetua estereótipos de género que fortificam os discursos de género desiguais de, dificultando a possibilidade de escapar à exposição destes conteúdos, que se encontram disseminados pelos canais de comunicação (Roberts & Gettman, 2004). A missão da esfera pública, de inclusão e participação foi-se perdendo, cedendo espaço a um discurso sexista e patriarcal que “traça os limites que marginalizam quem falha e quem está à altura dos mesmos” (Magalhães, Cerqueira & Bernardo, 2012, p. 2) e que, em última análise, reforçam desigualdades e fortificam a subjugação das mulheres, o que abre espaço a que, socialmente, os padrões masculinos sejam privilegiados (ibidem).

De acordo com os interesses dos grupos sociais dominantes (Mendes & Carter, 2008 citado por Santos, Cabecinhas e Cerqueira, (2015), o mediatismo promove representações que são mais comuns e aceites, o que neste caso em específico se dedica a representações mediáticas do género masculinas e dos ideais por este grupo (dominante) perpetuados.

Considerar a inclusão de discursos distintos na esfera pública é um passo a tomar no combate à estrutura patriarcal e à objetificação (Berberick, 2011) – sem recuar é preciso que os discursos sociais - fundamentais na construção e desconstrução das relações sociais – permitam uma articulação de diversas posições e diferentes sujeitos, contribuindo para uma transformação social (Nogueira, 2011b).

Redirecionando a discurso para as especificidades dedicadas à representação das mulheres nas esferas políticas pelos média – apresentam-se na literatura enquanto “agente de libertação (...) transmissores de novos estilos de vida e identidades” (Álvares, 2007 citado por Cerqueira, Magalhães, Cabecinhas & Nogueira, 2011, p. 211). Mas não podemos esquecer o seu papel igualmente marcado de perpetuação de estereótipos de género. Apesar do aumento visível das mulheres nas esferas políticas, a investigação mostra que os média informativos apoiam uma mediação do género que poderá afetar as percepções do público relativamente à performance política das mulheres, reforçando a esfera política como um contexto maioritariamente marcado pela presença masculina, consequentemente representando uma ameaça ao sistema democrático e a perpetuação de assimetrias sociais (Ross, Evans, Harrison, Shears & Wadia, 2013; Adcock, 2010; Gallego, 2009 citados por Santos, Cabecinhas, & Cerqueira, 2015).

Em concordância com as autoras Santos, Cabecinhas e Cerqueira, (2015) atende-se à necessidade de estabelecer uma “articulação entre os públicos, as mulheres e a política (...) que incidem sobre os média informativos (impressos)” (ibidem, p. 19) – não esquecendo a necessidade de uma vigilância dos seus conteúdos, em sociedade, que facilite a transmissão de ideologias e valores representativos de uma maior diversidade social (Cerqueira, Magalhães, Cabecinhas & Nogueira, 2011).

## II. Estudo Empírico

### 1. Objetivos e Questões de Investigação

#### 1.1. Objetivos da Investigação

O objetivo geral deste estudo é estudar as narrativas usadas pelos media informativos em Portugal para assuntos relacionados com mulheres que operam na esfera política, assim como os mecanismos subjacentes à objetificação destas mulheres alimentada nessas mesmas narrativas. Com mais clareza e através dos objetivos específicos pretende-se:

1. Compreender os mecanismos da objetificação da mulher em contextos políticos pelos media informativos em Portugal;
2. Perscrutar como transparece a objetificação das mulheres em contexto político nas narrativas usadas pelos media informativos portugueses.

#### 1.2. Questões de Investigação

Foram consideradas algumas questões de investigação que se considera de relevância face à revisão de literatura desenvolvida. Destaca-se o carácter exploratório do estudo através do qual se pretende caracterizar e compreender o papel das mulheres na esfera política e da forma como estas são retratadas pelos *outlets* portugueses de comunicação de cariz informativo.

Assim, desenvolveu-se uma grande questão de partida, que se centra na identificação da presença/ausência de elementos objetificadores da imagem das mulheres em contexto político pelas narrativas da comunicação social:

- *As mulheres em contextos políticos são objetificadas pelos media, nomeadamente os de cariz informativo?*

Questão essa que, tendo em grande consideração os resultados e conclusões de investigações anteriores de cariz nacional e internacional, deu origem a hipóteses mais específicas deste fenómeno de representação social:

1. Caso esteja presente, como se manifesta a objetificação das mulheres em contextos políticos pelos media informativos?
2. Qual, ou quais, os mecanismos de objetificação presentes?

3. A objetificação, quando presente, recorre à sexualização da imagem feminina?
4. Que mecanismos de sexualização ou alternativos se encontram presentes nos media informativos portugueses?

Será com esta questão e hipóteses que abordaremos os conteúdos recolhidos e que constituem o *corpus* do nosso estudo.

## 2. Metodologia

Este trabalho enquadra-se numa perspetiva de pesquisa qualitativa, dando oportunidade a uma análise interpretativa dos componentes noticiosos recolhidos e das narrativas representadas nos mesmos. Deste modo, pretende-se analisar as narrativas utilizadas na apresentação e descrição dos agentes envolventes na esfera política, assim como as diferenças de trato relativamente ao género dos mesmos.

A investigação partiu de uma análise documental de um jornal de informação, através de uma leitura ampla das notícias sobre política incluídas no jornal escolhido, num período que se estendeu pelas edições publicadas nos últimos seis meses do ano de 2014, de julho a dezembro. O jornal escolhido para a análise foi o semanário *Expresso*. Este é um jornal considerado *hard news*, dedicado a notícias relacionadas com política, mercados e negócios, nacionais e internacionais, estabelecido no mercado como um jornal fidedigno e de referência. O semanário *Expresso* é, como é perceptível, um jornal de edição semanal, lançado no contexto português a 6 de janeiro de 1973, por Francisco Pinto Balsemão. O semanário *Expresso* é parte integrante do grupo *Impresa Publishing, SA* e incorpora um estilo de jornal tipicamente inglês inspirado nos semanários de domingo como o *The Sunday Times* ou o *The Observer* sendo, por isso, considerado um jornal de referência em Portugal. Segundo a peça *A História de 2080 semanas*, da autoria de José Pedro Castanheira e publicada a 8 de agosto de 2013 no *site* oficial do jornal, o *Expresso* assume-se nas bancas como um jornal que procura primar pela imparcialidade, tendo resistido com dificuldade à censura nos anos que precedem o 25 de abril de 1974. Quase a fechar as portas, com a mudança de regime e fim da ditadura, ganha uma nova vida e cresce para se tornar num dos jornais com mais notoriedade e expansão do país. O jornal conta neste momento com uma média de 13 mil subscritores da sua versão digital e uma circulação que ronda os 90 mil exemplares vendidos por

semana. Estes valores fazem deste semanário um dos mais importantes no panorama mediático informativo em Portugal.

## **2.1.Amostra**

Atendendo aos critérios de inclusão de dados de análise, foram recolhidas um total de 467 peças noticiosas com referentes no âmbito da política. As notícias organizadas por meses, a composição de cada edição e de cada notícia, identificada pela data de publicação, pelo código de notícia, pelo título das notícias, pela chamada de capa e as figuras principais, assim como as informações mais precisas relativas às figuras destacadas, como a sua identificação, a sua centralidade, voz e papel na peça, são os aspetos constituintes da matriz (c.f. anexo 1) de seleção e organização do material recolhido.

Das 467 notícias analisadas, 307 não relatam qualquer assunto relacionado com mulheres associadas à esfera política, e 160 mostram-se relacionadas com o envolvimento direto ou indireto de mulheres na política nacional e internacional.

Destas 160 notícias, 38 encontravam-se visíveis na capa do jornal. Os títulos das notícias que fazem referência a mulheres foram também tidos em conta, sendo que foram encontradas 16 notícias com referência ao nome de uma figura política feminina no seu título, 44 notícias com referência de figuras políticas masculinas, e 100 notícias sem qualquer referência às figuras abordadas nas peças.

De forma a facilitar a organização de dados, foram contabilizados o número de vezes em que as mulheres foram omitidas em peças noticiosas relacionadas com o seu estatuto profissional. Assim, nas 160 notícias indicadas anteriormente, destacam-se 18 ocasiões em que mulheres foram omitidas na peça apesar da sua relevância para o tema, sendo que as 18 ocasiões recaem sobre 9 figuras políticas femininas específicas. Das mulheres que foram de fato mencionadas, nas 160 notícias, são mencionadas por 235 ocasiões distintas figuras femininas. Estas referências são acerca de um total de 86 mulheres.

Deste modo, no total com recurso a estas 160 notícias, foram analisadas 253 ocasiões de exploração da imagem pelo jornal *Expresso* de mulheres em contextos políticos.

Para uma análise mais profunda das situações de exploração de imagem dos agentes de política femininas recorreremos à sua caracterização quanto à centralidade que tomavam nas notícias, enquanto figura principal, figura secundária ou figurante/mero

interveniente; á sua voz ativa, indicando o aparecimento de comentários e citações; e ao seu papel (pessoal ou profissional) relatado nas notícias.

É com base nessa caracterização que podemos conferir que das 235 ocasiões de exploração da imagem mencionadas, 65 comparecem a mulher como figura principal, 98 como figura secundária e 72 como figurantes/meras intervenientes. No que diz respeito à qualidade de comentadoras nas suas aparições nas notícias, em 153 casos a presença de mulheres nas peças revelou-se não participativa para a narrativa apresentada, enquanto, por outro lado, 65 mulheres foram consideradas pelas suas opiniões. Destas 65 situações, 59 revelaram citações na íntegra e 6 opiniões apresentam sem citação. Quanto ao papel destas mulheres representado nas peças, apresenta-se o seu papel profissional de forma avassaladora contra o papel pessoal, com 234 para 2.

## **2.2. Procedimentos de recolha e análise de dados**

A consulta dos jornais necessário ao decorrer da investigação foi realizada na Biblioteca Pública de Braga, durante os meses de fevereiro de 2015 e abril de 2015. A recolha das notícias dedicadas ao tema de política do jornal *Expresso* durante os meses de julho e dezembro de 2014 foram fotografadas na biblioteca assim como as capas de todos os jornais analisados.

Para uma melhor organização da informação obtida nos jornais fotografados, procedeu-se à criação de uma base de documentação das notícias. Esta base de dados, permite uma leitura rápida da contextualização de cada notícia identificando o código do jornal, a sua data de publicação, o código de notícia, o seu aparecimento na capa do jornal, o género do jornalista, espaço no jornal a si dedicado, temas que relata e se é a notícia é provida de imagens. Esta caracterização feita das notícias acarreta também dados mais específicos à investigação, sendo possível através desta mesma base de dados consultar as figuras principais da notícia, a identificação e posição na notícia das mulheres relatadas, assim como a centralidade que tomam na notícia e a protagonização do seu papel pessoal ou profissional.

As informações extraídas da recolha de dados foram sujeita a um processo de categorização que auxiliou a análise temática. O processo de análise temática “é o método usado para identificar, analisar e reportar padrões (temas) dentro dos dados” (Braun, & Clarke, 2006). Deste modo, os temas de codificação e análise emergiram das

temáticas identificadas nas notícias, assim como da literatura que suporta o conceito de objetificação de imagem.

### **3. Resultados**

#### **3.1. Apresentação de Resultados**

A escrita da análise temática mostra-se um passo difícil para o qual devemos manter a sensibilidade de lhe dedicar a melhor descrição e explicação da “história” construída pelo nosso corpus de dados, “It is important that the analysis [...] provides a concise, coherent, logical, non-repetitive and interesting account of the story the data tell – within and across themes” (Braun & Clarke, 2006). Assim sendo, no decorrer da exploração do material de análise recolhido, recolhendo ao processo de análise temática, criou-se um sistema de temas que representa de forma fidedigna as informações chave recolhidas das peças jornalísticas estudadas. Este sistema de temas analisou as notícias de política do jornal *Expresso* publicadas entre os meses de julho e dezembro de 2014. Este mapa de temas é assim constituído por 7 elementos de primeira ordem, e respetivos temas de segunda ordem (subtemas) quando assim se aplica.

Como resultado da análise do material recolhido, emerge então a seguinte organização:

1. Presença subalterna ao masculino
2. Competência
  - a. Surpresa de Competência
  - b. Subvalorização de Competência
  - c. Reconhecimento de Competência
3. Atribuição de insucessos a fatores internos
4. Esfera pessoal como estratégia de desvalorização
5. Exigências dos cargos
  - a. Verificação das Exigências dos Cargos
  - b. Não Verificação das Exigência dos Cargos
6. Visibilidade de cargos
7. Obrigação legal da paridade

Para facilitar a compreensão do sistema de temas desenvolvido, este é apresentado, de seguida uma demonstração visual do mesmo. A analogia escolhida remete para a ideia

da natureza e do crescimento de uma árvore, onde a sua fonte, a raiz, é o começo de todo o seu crescimento e de todos os seus atributos. Deste modo, a raiz da análise do estudo é a construção social da mulher, retratada pelos media informativos estudados na investigação. O modo como prevalece os ideais da construção social do conceito de mulher transparece-se nos temas escolhidos para organizar a análise.

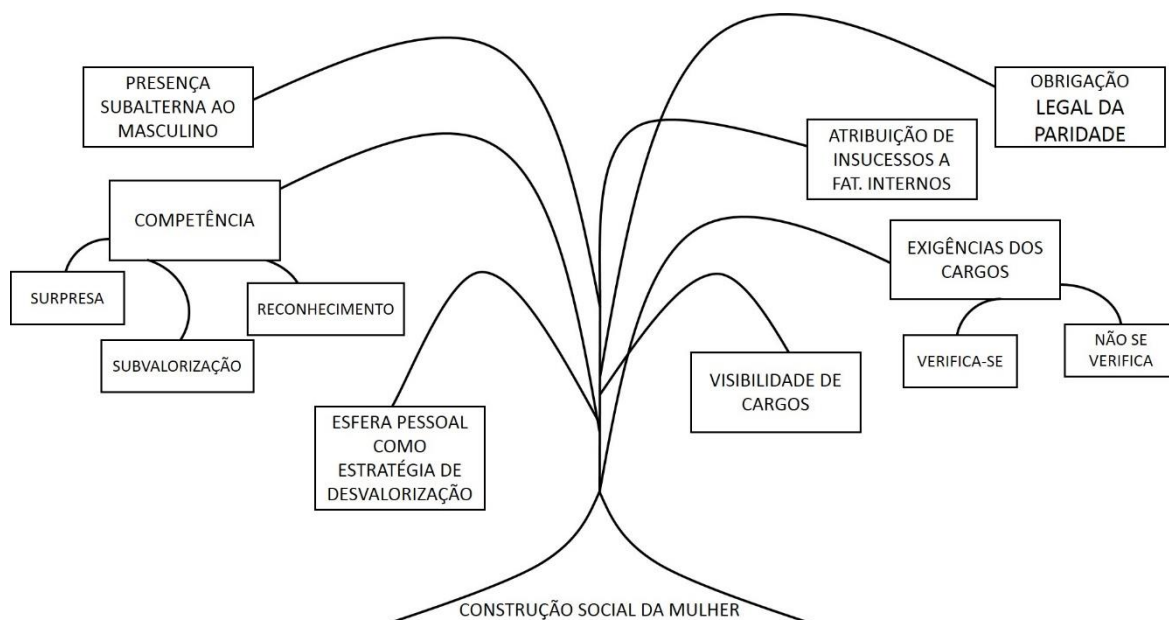


Figura 1 - Esquema visual da organização de temas

### *Presença Subalterna ao Masculino*

No que diz respeito à primeira categoria, a *Presença Subalterna ao Masculino*, esta identifica peças onde a presença das mulheres aparece ligada ou subjugada a uma figura masculina, com cargo igual ou superior ao que desempenham. Ao longo da leitura das peças, a ocorrência deste fenómeno é recorrente. Esta associação ou demarcação de presença da figura feminina a outras masculinas é retratado pelo jornal *Expresso* em diversas mulheres e ocasiões, sendo a Ministra das Finanças, Maria Luís Albuquerque, a figura mais recorrente do fenómeno.

Os exemplos que se seguem ilustram essa mesma subjugação das “personagens femininas” a figuras masculinas de alto-releva no campo político nacional.

“O novo presidente da Comissão está em dificuldades para cumprir a quota estabelecida para mulheres na Comissão Europeia e, (...), lançou para a conversa o da ministra das Finanças, com quem, além do mais, estabeleceu uma forte relação nas reuniões do Ecofin.”



“[Maria João Rodrigues] O seu currículo e um historial longo de relação com Juncker (por quem foi condecorada e com quem trabalhou de perto, entre outras, na presidência luxemburguesa) são o seu trunfo, apesar de o seu nome não ser bem visto pela maioria devido à sua militância socialista.”

“Por estes dias, deve ser muito cansativo ser líder do Bloco de Esquerda, com tanta divisão e subdivisão, declarações assertivas, polémicas e ameaças de fragmentação. Mas João Semedo, um dos seus coordenadores, tal como se designa o cargo que ocupa em conjunto com Catarina Martins, não parece disposto a desistir (...)”

“(...) António José Seguro e António Costa candidatam-se a primeiro-ministro, acompanhados pelos seus homens (e mulheres) de confiança (...)”.

### *Competência*

O segundo tema – *Competência* – encontra-se repartido por três subtemas: a *Surpresa de Competência*; a *Subvalorização da Competência*; e o *Reconhecimento da Competência*.

Estes subtemas embarcam diferentes abordagens da competência das mulheres na política subscrita pelo jornal informativo escolhido. A *Surpresa de Competência* reserva-se a relatos de configurados em estranheza e sobressalto pelas capacidades demonstradas pelas mulheres figuradas no exercício das suas funções profissionais. A título de exemplo reveja-se os excertos:

“A Presidente Cristina Kirchner decidiu tirar proveito político do incumprimento financeiro argentino (...) Cristina subiu alguns pontos nas sondagens como o lema ‘Pátria ou Abutres’”.

“Marina já assusta Dilma e Aécio”

Um segundo subtema é *Subvalorização da Competência*. Ressalva as mudanças na apreciação global da competência destes agentes políticos, aludindo a um

desenvolvimento das suas capacidades e comportamentos políticos. Referindo, por exemplo o contexto brasileiro podemos ver nos exemplos:

“O nome de Marina, no entanto, causa calafrios a certas alas do próprio PSB e aos mercados.”

“[Assunção Cristas] Mereceu um 9,5 depois dos 10,2 do ano passado. De duas uma, ou os bons resultados tão propagandeados pela ministra não estão a ser bem lidos ou não estão a ser bem comunicados.”

Finalmente, o subtema *Reconhecimento da Competência* dedica-se à expressão e relato de exemplos positivos da competência e rigor profissional demonstrado pelas figuras representadas nas peças analisadas. Aqui as referências são distintas e sobre diversas mulheres como ilustram os exemplos que demonstraremos de seguida:

“Marine [Le Pen] quase nem precisa de falar para recolher apoiantes e, quando se exprime, não parece falhar o alvo.”

“Na semana em que viu Ana Drago bater com a porta, uma das figuras fundadoras e carismáticas do partido, (...).”

“(...) o Mundial de futebol organizado pelo Brasil já foi digerido pelos partidos e a primeira conclusão é que Dilma Rousseff passou incólume pelo desastre desportivo.”

“Os resultados, o pulso firme, a eficácia na comunicação e a imagem que passa, fazem dela (Maria Luís Albuquerque) um trunfo político.”

#### *Atribuição de Insucessos a Fatores Internos*

A categoria de *Atribuição de Insucessos a Fatores Internos* relata a discursos de atribuição de culpa/responsabilidade dos insucessos às mulheres que desempenham os cargos políticos em foco. Este tema foca-se nos acontecimentos mais controversos envolventes na linha de trabalho destas figuras e no modo como foi direcionada a atribuição destes acontecimentos negativos para o trabalho e capacidades profissionais destas mulheres.

“A abertura desta guerra ainda serve à Presidente para desviar a atenção de outro grande problema. O vice-presidente, Amado Boudou, escolhido a dedo por Kirchner, está indicado pela Justiça por corrupção e a ponto de ser indiciado também por fraude.”

“Marina Silva, mulher e de esquerda, pode desviar votos de Dilma, que tem sido desgastada por erros na condução da política económica”.

“A nega é igualmente carregada no caso de Paula Teixeira da Cruz. A ministra foi protagonista de outro dos desastres do ano. O caso Citius foi o furação da Justiça.”

### *Esfera Pessoal como Estratégia de Desvalorização*

A categoria da *Esfera Pessoal como Estratégia de Desvalorização* ajuda-nos a identificar nas notícias estudadas um padrão de narrativa focado na vida privada destes agentes políticos. Este foco nos seus aspetos pessoais insere-se num discurso de desvalorização e descredibilização profissional pelo contraste com elementos considerados “femininos” ou de vida privada.

“Em *stand by* estão duas pessoas: Maria Luís Albuquerque – que meteu duas semanas de férias, apesar da crise no BES (...)”

“Martine Aubry, presidente da Câmara de Lille e filha de Jaques Delors, referência da ala esquerda do PS, contesta-o [Manuel Valls] (...)”.

### *Exigências Dos Cargos*

O quinto tema, as *Exigências Dos Cargos* apresenta-se dividido entre dois subtemas. A *Verificação das Exigências dos Cargos* é representativo de um discurso que certifica uma performance de acordo com as exigências dos cargos que representam, como presente a título de exemplo no excerto:

“A Ministra não foi informada”; “Das respostas do Ministério da Justiça conclui-se que nem todos os fatos foram transmitidos à ministra, (...)”.

Já a *Não Verificação das Exigências dos Cargos*, pondera uma apreciação negativa da performance destas mulheres conforme as exigências dos cargos que representam. O excerto seguinte exemplifica o subtema:

“(…) Alenka Bratusek, apontada por Juncker para uma vice-presidência, anunciou esta semana que se retirava da corrida, depois de o Parlamento Europeu ter deixado clara a sua oposição (à sua nomeação). Uma contestação assente no fato de Bratusek se ter autodesignado comissária, (...) e de ter tido uma prestação calamitosa na audição a que foi submetida pelos eurodeputados.”

### *Visibilidade de Cargos*

A categoria *Visibilidade de Cargos* dedica-se a figuras femininas que se encontram alvo de peças informativas de modo mais frequente devido ao cargo que representam ou a situações particulares que cativam uma maior atenção dos média ao seu trabalho. Nesta categoria inserem-se principalmente pessoas como Maria Luís Albuquerque, Ministra das Finanças, Paula Teixeira da Cruz, Ministra da Justiça, Catarina Martins, líder com João Semedo do partido Bloco de Esquerda, e Dilma Rousseff, Presidente da República do Brasil. Como por exemplo os seguintes excertos:

“Maria Luís respondeu com banho gelado à flexibilização proposta por Draghi. Mas Passos e Portas não fecham posições e esperam para ver.”

“A Ministra [Paula Teixeira da Cruz] não foi informada”

“Novo Governo de Dilma faz viragem à direita”

“Começou na meia-noite da passada quinta-feira uma nova greve geral contra o Governo de Cristina Kirchner”

### *Obrigação Legal da Paridade*

A sétima, e última, categoria destina-se ao tema da *Obrigação Legal da Paridade* e oferece uma visão dos média sobre o processo de nomeação de comissários europeus e eurodeputados, assim como a visão que tomam das mulheres que executam estes cargos

e as suas relações com legisladores e decisores de renome. Nas peças que se dedicam a este tema destaca-se a presença de Jean-Claude Juncker, como recém-nomeado Presidente da Comissão Europeia e Pedro Passos Coelho, Primeiro-Ministro português, pressionado por Jean-Claude Juncker para nomear uma mulher para comissária europeia. Contabilizam-se exemplos como os excertos:

“Comissão Juncker reúne oito mulheres”

“As nove mulheres de Juncker (...) Custou mas foi. Só na quinta-feira é que Jean-Claude Juncker suspirou de alívio, quando soube que o Governo belga tinha chegado a acordo (...) para designar Marianne Thyssen como comissária europeia, garantindo a presença de nove mulheres no novo colégio.”

“Certo é que, entre os muitos critérios que poderão decidir a sorte de um comissário, há atentar também no género, uma questão em que Durão Barroso, por exemplo, se mostrou muito empenhado. Chegou a dizer que “foram tiradas a ferros” e que teve de lutar por elas. Juncker está também muito pressionado nesse aspeto, pelo que, no final de contas, o provável futuro presidente da Comissão poderá solicitar a Passos um nome feminino.”

#### **4. Discussão de Resultados**

A discussão dos resultados encontrados organiza-se em consideração dos objetivos propostos.

A questão central formulada para o presente estudo, “*As mulheres em contextos políticos são objetificadas pelos media, nomeadamente os de cariz informativo?*” foi o ponto de partida a partir do qual são explorados, neste capítulo, os resultados obtidos. A questão orientadora deste trabalho foi suportada pelas hipóteses de investigação elaboradas à luz da literatura publicada sobre o fenómeno da representação social da mulher pelos média, pelo que se procurou que a discussão dos resultados respondesse às perguntas que impulsionaram este estudo.

Em concordância com Traquina (2001, citado por Veiga, 2010, p. 108) reconhece-se que “as notícias são narrativas, “estórias”, marcadas pela cultura dos membros da tribo e

pela cultura da sociedade onde estão inseridos”. Parece verificar-se, nas notícias analisadas, o papel da comunicação social como agente de contribuição de peso para a criação e perpetuação de construções sociais. Particularmente, quanto à construção social de género, pelos discursos exercitados vão-se caracterizando “construções de determinadas conceções de género que ajudam a definir masculinidades e feminilidades, bem como sexualidades legítimas e ilegítimas” (Veiga, 2010, p. 104).



*Figura 2 - Peça jornalística da página 30 da edição 2180 de agosto de 2014 do jornal Expresso*

Mais uma vez, compreende-se o papel dos média na articulação da subjetividade de cada indivíduo. No exemplo acima apresentado pela figura 1, parece evidenciar-se alguma dificuldade, por parte deste meio de comunicação social, em representar as figuras femininas de forma mais inclusiva, o que poderá revelar-se um entrave à necessidade (e direito) dos leitores, “de autonomia e de igualdade” (Silveirinha, 2010, p. 67) que se esperava ser assegurada pelos média, já que “essa é, finalmente, a substância do espaço público” (ibidem).

Os discursos de desigualdade parecem realçar-se como facilitadores da objetificação da imagem destas mulheres retratadas. Uma objetificação que não passa necessariamente pela sexualização destas figuras, mas incorre por mecanismos de despersonalização, envolvendo-se em práticas dissimuladas perpetuadoras de desigualdades. Os excertos seguintes (fig. 2 e 3) foram escolhidos para exemplificarem estas práticas.



Figura 3 - Peça jornalística da página 4 da edição 2178 de julho de 2014 do jornal Expresso



Figura 4 - Peça jornalística da página 33 da edição 2187 de setembro de 2014 do jornal Expresso

Se por um lado a redação do texto parece refletir alguma sensibilidade para a manutenção da imparcialidade jornalística – ainda que esta nem sempre pareça verificar-se, as imagens escolhidas para ilustrarem as notícias analisadas parecem maximizar a marginalização destas figuras femininas.

No que diz respeito aos mecanismos de objetificação, sendo retratada na literatura a sexualização como o mecanismo mais recorrente, era expectável que fosse o mecanismo mais evidente na amostra. No entanto, a sexualização da imagem feminina parece estar muito pouco evidenciada nas peças jornalísticas (c.f. figura 1).

Na figura 1, a Presidente da Argentina Cristina Kirchner aparece retratada numa postura pouco comum e pouco habitual em figuras políticas, sobretudo nas que representam a liderança de um país. A legenda que acompanha a imagem - “Contorcionismo: Cristina Kirchner enjeita responsabilidades e acena aos apoiantes da Casa Rosada” – reforça a ideia de que o mecanismo de sexualização parece pautar a representação desta figura feminina.

Não obstante, a perpetuação da objetificação da imagem feminina, na maioria das peças analisadas, recai sobretudo no seu papel profissional, nas suas competências e, em último caso, numa conceção mais global da sua figura.

Nas peças jornalísticas analisadas encontra-se um padrão de visibilidade e notoriedade que prevalece sobre as mulheres associadas a outras figuras políticas masculinas. Este padrão aparente evidenciar uma desvalorização destas mulheres e do seu papel profissional. Este parecer é frequente nos materiais estudados, pelo que se torna evidente nos temas dedicados à *Presença Subalterna ao Masculino*, à *Visibilidade de Cargos* e à *Obrigação Legal da Paridade*. As figuras mais recorrentes nas peças analisadas estão, na maioria das vezes associadas a figuras masculinas rodeadas de histórias mediáticas. Deve destacar-se a ênfase dada a estes homens enquanto figuras principais, que acabam por conduzir ao mediatismo as mulheres que são, pela força das associações de raciocínio e reflexão dos média, associadas a si. Tal como é exposto na notícia com o título “Como Passos entalou Portas” relativa à sobretaxa do IRS, onde, apesar de ser um assunto da responsabilidade do Ministério das Finanças, a notícia releva o Primeiro-Ministro, Pedro Passos Coelho e o Vice-Primeiro-Ministro, Paulo Portas como figuras principais, com a Ministra das Finanças, Maria Luís Albuquerque enquanto figura secundária - acessória à figura masculina.

Esta ponderação sob os dados encontrados pressiona uma reflexão sobre a representatividade feminina nas esferas políticas. A presença diminuída de mulheres na política, ainda que esteja a crescer, ressent-se na sociedade civil. Apesar da existência da Lei da Paridade desde 2006, estabelecendo que devem ser asseguradas as listas para a Assembleia da República, para o Parlamento Europeu e para as Autárquicas Locais, a representação mínima de 33,3% de cada um dos sexos, começam agora a ser mais visíveis avanços nesse sentido. A sociedade não evolui de forma espontânea com aprovações legais e a representação atual de mulheres em cargos políticos de poder e liderança parece estar a marcar o ritmo da mudança. Num *momentum* fortalecido pela “homogeneização da figura do sujeito feminino e do sujeito masculino que é construído pelos média” (Cerqueira, Magalhães & Cabecinhas, 2014), será possível que uma mudança na representação de mulheres em contextos políticos possa indicar os média num caminho de maior representatividade e igualdade de géneros? Se existisse uma presença mais igualitária, tornar-se-iam mais evidentes as individualidades e contribuições pessoais de cada um, exigindo um discurso público mais inclusivo e simétrico.



Nussbaum (1995), nos seus trabalhos associados ao tema, aponta a despersonalização como um instrumento de perpetuação da objetificação da imagem da mulher. Os mecanismos de despersonalização segundo Nussbaum (1995) parecem estar presentes em diversas das notícias analisadas ao longo deste estudo.

As noções de *Instrumentalidade*, de *Negação de Autonomia*, de *Inércia*, de *Fungilidade*, de *Violabilidade*, de *Propriedade* e de *Negação de Subjetividade* aplicam-se, nos dados recolhidos, ao trato das mulheres vistas como subjacentes à presença masculina (Nussbaum, 1995) imbuindo-se nos discursos utilizados nas narrativas de apropriação da imagem destas mulheres. Estes mecanismos de despersonalização encontram-se, nos materiais analisados, distribuídos de modo desigual em frequência e consistência. Os comportamentos que são descritos pela autora nos conceitos que cria vivenciam-se um pouco desadequados aos tempos vividos de maior vigilância e sensibilização dos discursos da comunicação social. Esta vigilância e sensibilização da esfera pública reforça a experiência destes mecanismos de modo dissimulado e implícito aos discursos publicados. Deste modo, o aparecimento de algumas noções de Nussbaum (1995) é menos visível, menos frequente e mais implícita.

As noções que marcam com menor frequência e visibilidade os discursos recorrido parecem ser a *Violabilidade*, dedicada à falta de integridade e à possibilidade de alterar e corromper a imagem da pessoa objetificada; e a *Negação de Subjetividade*, retirar ou ignorar os sentimentos e experiências da pessoa objetificada. Numa sociedade mais sensível a narrativas marcadas de desigualdades, a ausência destes mecanismos parece justificar-se pela pressão social de fugir a estas composições de discurso.

A ocorrência de discursos despersonalizantes, de objetificação, encontrados centram-se nas restantes noções Nussbaum (1995), *Negação de Autonomia*, *Fungibilidade*, *Inércia*, *Propriedade*, e *Instrumentalidade*.

A unificação da presença feminina à presença masculina reforça as noções de *propriedade*, visto que tende limitar a sua liberdade de atividade e a diminuir o trabalho realizado e conquistado; e de *negação de autonomia*, uma vez que restringe a sua presença e voz às margens da notoriedade, o que direciona a atenção mediática para as figuras masculinas que acompanham estas mulheres relatadas. A relação entre Maria Luís Albuquerque e Pedro Passos Coelho retrata este modo de tratamento informação. O papel da Ministra das Finanças parece ser relativizado e diminuído perante questões associadas ao seu cargo, já que a sua imagem e a menção do seu nome surge somente como referência secundária àquela que é vista como figura principal: o primeiro-

ministro português. O contraste entre peças noticiosas que protagonizam figuras femininas e peças que relatam as mesmas como figuras secundárias ou acessórias é muito visível. Será então que as notícias que repartam assuntos relacionados com figuras femininas e nas quais a sua presença é relatada como secundária, podem evidenciar uma estratégia de marketing, caminhando, na ótica comercial, de encontro às exigências de público do jornal *Expresso*? Ou esta persistência não será mais que uma projeção não intencional das construções sociais altamente influenciadas pelo tradicional sistema patriarcal português?

Nas peças dedicadas a assuntos relacionados com Jean-Claude Juncker e a obrigação legal da paridade na nomeação de comissários europeus, mostra-se recorrente o tratamento das personagens femininas conforme a sua *instrumentalidade* para a situação exposta, assim como de fungibilidade. Estas mulheres são mencionadas como instrumentos para o cumprimento de um acordo legal, visto como uma obrigação, sem que seja dada qualquer ênfase ou feita qualquer referência às suas competências ou possíveis contributos para o trabalho a desempenhar. Esta tendência acaba por negar individualidade destas mulheres, já que a figura feminina é representada como um objeto. Segundo Nussbaum (1995) a noção de fungibilidade (do inglês, *fungibility*) é aplicável nestes termos, uma vez que a mulher é tida como um meio para atingir um fim e, portanto, “permutável com outros objetos do mesmo tipo”, como é exemplificado com o seguinte excerto:

“Passos tem de pôr mulheres na lista (...) o recado sobre a ‘quota feminina’ é para ser levado a sério. No fim de semana, uma comunicação oficial do gabinete de Juncker alertou para o problema.”

Simultaneamente, os dados aparentam refletir a ausência de comentários, declarações e opiniões destas figuras femininas como um fenómeno espelhado por toda a amostra de notícias, salvo raras exceções. Nas notícias analisadas, aparece, por raras vezes, concedida uma voz ativa nas notícias analisadas e que com elas se relacionavam diretamente. Falar sobre mulheres sem que as mulheres falem de si representa um efeito generalizado da despersonalização que, não correspondendo a um fator específico (dos propostos por Nussbaum, 1995), parece estar intimamente relacionado com todas as noções elaboradas pela autora. Ou seja, o facto de as mulheres não serem consultadas sobre questões que a elas dizem respeito não se associa a um fator único, pelo contrário,

é aplicável a todas as noções exploradas neste capítulo quanto à despersonalização das figuras femininas tidas em conta neste estudo.

Às reflexões até agora elaboradas acrescenta-se uma visão do retrato da competência das mulheres, em diversas ocasiões retratada com surpresa e/ou subvalorizada, sendo a seguinte figura (c.f. figura 4) um exemplo referente a estas visões.



Figura 5 - Peça jornalística da página 28 da edição 2183 de agosto de 2014 do jornal Expresso

O aparente trato destas figuras com surpresa e subvalorização, comparece a objetificação como estratégia de purificação, “tornando-as [às pessoas objetificadas] em seres estéreis” (Goldenberg & Roberts, 2010 *citado por* Heflick, Goldenberg, Cooper & Puvia, 2011, p. 580), de condição e atividade nula. Sendo esta reflexão concordante com a noção de inércia, sugerida por Nussbaum (1995) que transmite o trato da figura feminina como dissociada de atividade e sem qualquer agência, o que poderá, em determinadas circunstâncias, ter um efeito negativo na forma como a sua competência e capacidade profissional são retratadas.

Acrescenta-se ainda uma atenção direcionada à atribuição de insucessos a fatores internos, descrita pelo tema de análise com a mesma denominação. Sendo que este é um fenómeno que aparenta emergir da amostra e que, ainda que com pouca frequência, apresenta a sugestão de atribuição do insucesso em temáticas relacionadas com a posição profissional destas figuras femininas às suas características pessoais e capacidades profissionais. Figuras como a Ministra da Justiça, Paula Teixeira da Cruz, é retratada desse modo, em algumas ocasiões, como é exemplo:

“(...) já este ano, o Ministério de Paula Teixeira da Cruz investiu meio milhão de euros em vários programas de atualização que se têm mostrado, por enquanto, ineficazes.”

O foco nas características individuais destas figuras mantêm-se aparentemente ocorrente nas peças noticiosas, relativizando o foco no universo pessoal das suas vidas. A atenção declarada à esfera pessoal da vida das figuras políticas femininas destaca-se nos discursos jornalísticos a elas dedicadas, como pode ser evidenciado no excerto:

“[Anabela Rodrigues] (...) presidiu à comissão que beneficiou os poderes do Ministério Público em detrimento do Instituto de Reinserção Social, onde na vice-presidência estava o seu ex-marido Duarte Fonseca (pai do seu único filho, hoje com 37 anos) (...)”.

Este fascínio com as questões que se separaram da sua dimensão profissional cultiva uma leitura pouco clara do seu trabalho que, idealmente, seria o foco principal. Com os dados que aparentam a existência de um padrão de desvalorização através do foco na esfera pessoal das mulheres identificadas nas peças analisadas, levantam-se duas questões: *A atenção à esfera pessoal ofusca o prestígio e as metas alcançadas na esfera profissional?* e, *O foco no universo pessoal destas figuras femininas surge como fundamentação para as metas e prestígio profissional alcançado?*.

Em síntese, as notícias analisadas parecem apresentar, ainda que de um modo inconscientemente dissimulado, discursos genderizado e pouco inclusivo. A despersonalização aparenta-se visível nas peças noticiosas estudadas, como mecanismo de desvalorização e objetificação da imagem profissional das mulheres em contexto político.

Em jeito de conclusão, com a análise temática realizada, reforça-se a importância de considerar os “média enquanto construtores ativos da realidade social e disseminadores de uma ideologia de género, uma vez que são as representações por estes veiculadas que vão ser apropriadas pelo(s) público(s)” (Cerqueira, Magalhães & Cabecinhas, 2014, p. 177).

## 5. Conclusão

O trabalho de análise de um discurso afigura-se uma tarefa que comporta um elevado grau de complexidade: por um lado, o domínio das componentes técnicas, teóricas e epistemológicas fundamentais a este exercício será sempre um trabalho inacabado, considerando que se encontrará sempre, espera-se, em constante renovação; por outro lado, a desconstrução de discursos, que deve revelar-se, tanto quanto possível – sobretudo quando direcionados a um dado grupo ao qual consideramos pertencer – isenta de juízos de valor e generalizações, implica que o papel de investigador seja exercido à luz de um equilíbrio entre princípios teórico-ideológicos, objetivos académicos e convicções pessoais. Como tal, importa antes de mais realçar que o presente trabalho procura refletir uma incursão pelo tema abordado tão prudente quanto possível, num tema que é tão complexo quanto subjetivo.

Por uma questão de objetividade e, sobretudo, por se tratar de uma primeira incursão pelos meandros da investigação, o presente estudo focou-se apenas num jornal de cariz informativo, num dado período de tempo. Contudo, uma melhor compreensão do fenómeno e uma leitura mais concreta daqueles que podem ser os mecanismos de objetificação da figura feminina na política e da sua presença (ou ausência) nos meios de comunicação social, seria alcançada com um estudo de carácter longitudinal. A análise da evolução deste fenómeno no discurso jornalístico, não só através de um único meio de comunicação social de cariz informativo, mas de todos aqueles cujo número de vendas se revele expressivo e significativo na população portuguesa, poderia revelar-se útil para a investigação sobre o tema.

A evolução tecnológica deve também ser tida em conta quando nos debruçamos sobre os contornos do discurso preconizado pelos média. O jornalismo virtual, os diários on-line e as crescentes fontes de informação que se reproduzem no mundo cibernético podem afigurar-se como um objeto de estudo interessante, que poderá revelar novos dados acerca dos discursos objetificadores da mulher.

Importa ainda realçar que, embora os dados recolhidos digam respeito à atualidade, o tecido social encontra-se em constante mudança, assim como o contexto político. Na verdade, o dia 4 de outubro de 2015 correspondeu a uma data histórica em Portugal, já que, pela primeira vez na história do país, um terço do parlamento será ocupado por figuras femininas. Será que esta representatividade impulsionará uma

mudança no discurso jornalístico, e quiçá, um ponto de viragem na história da representação social da mulher?

## Referências Bibliográficas

- Almeida, C., L. & Lole, A., (2014). Gênero, Identidade e Política: *E Agora, Aonde Vamos?. Temporais*. 14 (28), 79-94.
- Berberick, S., N.. (2011). The Objectification of Women in Mass Media: Female Self-Image in Misogynist Culture. *The New York Sociologist*, 5. 1-15.
- Bodenhausen, G., V., Kang, S., K., & Peery, D.. (2012). Social Categorization and the Perception of Social Groups. In S. T. Fiske & C. N. Macrae (Eds). *The SAGE Handbook of Social Cognition*. (pp. 311-329). SAGE Publications Ltd. Londres.
- Braun, V., Clarke, V.. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in Psychology*, 3(2),77-101.
- Calogero, R., M., & Jost, J., T.. (2011). Self-Subjugation Among Women: Exposure to Sexist Ideology, Self-Objectification, and the Protective Function of the Need to Avoid Closure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 100 (2), 211–228.
- Cerqueira, C., Magalhães, S. I., & Cabecinhas, R.. (2014). Questões de género nas revistas generalistas de informação em Portugal: cruzamentos temáticos na *Sábado e Visão*. *Calidoscópio*. 12 (2), 168-179.
- Cerqueira, C., Magalhães, S. I., Cabecinhas, R. & Nogueira, C.. (2011). As representações de género nas revistas portuguesas de informação generalista: em busca de uma cidadania inclusiva. In *Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania*, Braga, 25-26 Março 2011, (209-219).
- Duncan, M., C.. (1994). The Politics of women's body images and practices: Foucault, the Panopticon and the Shape Magazine. *Journal of Sport & Social Issues*. 18 (1), 49-65.
- Fredrickson, B., & Roberts, T.. (1997). Objectification Theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Gay, R., K., & Castano, E.. (2010). My body or my mind: The impact of state and trait objectification on women's cognitive resources. *European Journal of Social Psychology*. 40, 695–703.
- Gruenfeld, D., H., Inesi, M., E., Magee, J., C., & Galinsky, A., D.. (2008). Power and the Objectification of Social Targets. *Journal of Personality and Social Psychology*. 95 (1), 111-127.

- Hatton, E., Trautner, M., N.. (2011). Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone. *Sexuality & Culture*, 15, 256–278.
- Heflick, N., A., Goldenberg, J., L. (2011). Reply to Comments on “Sarah Palin, a Nation Object(ify)s”. *Sex Roles*, 65, 173–176.
- Heflick, N., A., Goldenberg, J., L., Cooper, D., P., & Puvia, E.. (2011). From women to objects: Appearance focus, target gender, and perceptions of warmth, morality and competence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 572–581.
- Kiefer, A., Sekaquaptewa, D., & Barczyk, A.. (2006). When appearance concerns make women look bad: Solo status and body image concerns diminish women’s academic performance. *Journal of Experimental Social Psychology*. 42, 78–86.
- Loughnan, S., Haslam, N., Murnane, T., Vaes, J., Reynolds, C., & Suitner, C.. (2010). Objectification leads to depersonalization: The denial of mind and moral concern to objectified others. *European Journal of Social Psychology*.
- Magalhães, S.I.; Cerqueira, C. & Bernardo, M. (2012) 'Media and the (Im)permeability of Public Sphere to Gender' in Nunes da Costa, M. (Org) *Democracia, Mass Media e Esfera Pública. Democracy, Mass Media and Public Sphere*, Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus, pp. 35-52.
- Magalhães, Sara I. (2011). *Como ser uma Rapaz. Discursos de sexualidade numa revista para raparigas adolescentes*. [Tese de Doutoramento não publicada], Psicologia da Educação, Escola de Psicologia, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Nogueira, C. (2001) Contribuições do construcionismo social a uma nova psicologia do gênero. *Cadernos de Pesquisa*, 112, 137-154.
- Nogueira, Conceição. (2001b). *Um novo olhar sobre as relações sociais de gênero. Perspectiva feminista crítica na psicologia social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Nussbaum, M., C.. (1995). Objectification. *Philosophy and Public Affairs*, 24 (4), 249-291.
- Papadaki, L.. (2010). What is Objectification? *Journal of Moral Philosophy* 7, 16–36.
- Quinn, D., M., Chaudoir, S., R., & Kallen, R., W.. (2011). Performance And Flow: A Review And Integration Of Self-Objectification Research. 119-139.



- Saguy, T., Quinn, D., M., Dovidio, J., F., & Pratto, F.. (2010). Interacting Like a Body: Objectification Can Lead Women to Narrow Their Presence in Social Interactions. *Psychological Science*. 21 (2), 178-182.
- Santos, A., Cabecinhas, R., e Cerqueira, C.. (2015). Onde está o Wally? (In)visibilidades sobre mulheres e política nas práticas de receção jornalística. *Observatorio Journal*, 9 (1), 017-042.
- Simões, R., J., B.. (2011). *Crime, Castigo e Género nas Sociedades Mediatizadas: Políticas de (In)justiça no Discurso dos Media*. [Tese de Doutoramento publicada], Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Silveirinha, M., J., (2010). Esferas públicas, media e ação feminista. In M. J. Silveirinha, A. T. Peixinho & C. A. Santos (Eds). *Género e Culturas Mediáticas*. (pp. 55-76). Mariposa Azul.
- Veiga, M.. (2010). Fazendo Género: as implicações da cultura profissional e das rotinas produtivas nas construções simbólicas do jornalismo. In M. J. Silveirinha, A. T. Peixinho & C. A. Santos (Eds). *Género e Culturas Mediáticas*. (pp. 101-130). Mariposa Azul.

## **Anexos**

## Anexo 1

**Tabela 1 – matriz de caracterização de dados da edição de jornal 2182 publicada no dia 23 de agosto de 2014**

| Jornal | Dia    | Código | Título                                             | Chamada de Capa | Figura Principal                     | Posição da mulher | Quem                   | Papel        | Centralidade      | Descrição breve do conteúdo da peça                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------|--------|--------|----------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------|-------------------|------------------------|--------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2182   | 23/ago | H1     | Govrno estuda repor pensões em 2015                | sim             | x                                    | x                 | x                      | x            | x                 | x                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        |        | H2     | Passos chama ministros para reunião extraordinária | não             | Passos Coelho                        | mencionada        | Maria Luís Albuquerque | profissional | Figura Secundária | Passos Coelho convoca reunião extraordinária de ministros. Na reunião Maria Luís Albuquerque e Passos Coelho informaram os restantes que o Governo irá aprovar na próxima semana o novo Orçamento Retificado.                                                                        |
|        |        | H3     | Conter para depois destruir                        | não             | x                                    | x                 | x                      | x            | x                 | x                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        |        | H4     | Caça ao homem a quem chamam "John"                 | sim             | x                                    | x                 | x                      | x            | x                 | X                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        |        | H5     | Portugueses que lutam ao lado dos extremistas      | não             | x                                    | x                 | x                      | x            | x                 | X                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        |        | H6     | Parte a corda entre Moreira e Rio                  | não             | x                                    | x                 | x                      | x            | x                 | X                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        |        | H7     | E se os vereadores de Rio baterem com a porta?     | não             | Rui Rio;<br>Rui Moreira;<br>CM Porto | mencionada        | Guilhermina Rego       | profissional | Figura Secundária | Dificuldades de relacionamento entre Rui Moreira e vereadores nomeados no tempo de Rui Rio condicionam a governação da CMP. Identificados pela sua aliança a Rui Rio estão Guilhermina Rego, Sampaio Pimentel e Filipe Araújo. Aliado de Moreira, Manuel Pizarro ganha protagonismo. |

