

ACEITAR, REJEITAR OU QUESTIONAR? ANÁLISE CRÍTICA DE DISCURSOS DE JOVENS SOBRE POLÍTICAS DE IGUALDADE

SARA I. MAGALHÃES¹, CARLA CERQUEIRA², ROSA CABECINHAS²

e M. CONCEIÇÃO NOGUEIRA³

¹CENTRO DE PSICOLOGIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

²CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE - UNIVERSIDADE DO MINHO

1. Investigação feminista dos *media* e a escassez de estudos de receção

No contexto português as iniciativas de análise dos discursos das/os recetoras/es de *media*, no que concerne as questões de género, não tem ainda sido uma prioridade de investigação. Este artigo pretende contribuir para a problematização crítica (e.g. Ferin-Cunha, 2007; Lobo e Cabecinhas, 2010) centrando-se na receção de conteúdos informativos sobre políticas de igualdade de género.

Como refere Lúcia Amâncio (2003), o facto da área dos estudos de género ter sido introduzida tardiamente por limitação do período ditatorial português de quase meio século marcou de forma indelével a invisibilização dos esforços da segunda vaga dos feminismos na luta pela igualdade de género. A investigação feminista dos *media* em Portugal, mais concretamente, dividia-se inicialmente em duas grandes áreas fundamentais: estudos feministas dos *media* e investigação da esfera pública (Silveirinha, 2001). Em virtude dos desenvolvimentos posteriores, esta proposta inicial veio a ser complementada passando a centrar-se em trabalhos de três grandes domínios: representação dos conteúdos; produção e instituições mediáticas; audiências, receção e identidades (Silveirinha, 2004). Esta reanálise veio assim espelhar o esforço efetuado numa maior aproximação à complexidade implicada nas estruturas de poder instituídas, focalizando-se nas políticas de representação e na produção de conhecimentos levando a

“análises mais complexas da estrutura e do processo de representação, das estruturas culturais e económicas que os suportam, das relações sociais que produzem um discurso genderizado e da natureza da identidade genderizada” (Gallagher, 2006: 2).

Como advoga a autora, a “tirania das mensagens mediáticas”, principal foco dos primeiros movimentos e crítica feminista, foi suplantada por uma articulação mais elaborada e requintada (Gallagher, 2014). Temos, portanto, assistido a uma multiplicação dos estudos nas mais diversas problemáticas relacionadas com as questões de género e com o objetivo de caracterizar a interação entre estas e os *media* (e.g. Gallagher, 1981, 2001, 2006; van Zoonen, 1994; Álvares, 2006; Silveirinha, 2006; Cerqueira, 2012). Movimento este grandemente influenciado pelos estudos iniciais nas décadas de 60 e 70 (e.g. Friedan, 1963/2010; Tuchman, 1979), tem

desenvolvido abordagens mais sofisticadas construídas em torno de elementos comuns: poder, direitos, valores e representação (Gallagher, 2014).

Contudo, ainda que grande parte dos trabalhos se tenha focalizado na feminilidade, é importante ressaltar que falar em questões de gênero é também falar em masculinidades. Também neste âmbito temos assistido a uma maior exploração das dinâmicas de construção e representação (e.g. Amâncio, 1993, 1994; Januário, 2009; Santos, 2009). O nosso olhar assenta, portanto, num ponto de partida crítico face a representações assimétricas que penalizam um sexo em detrimento do outro através de uma polarização desigual.

Portanto, ainda que muito se tenha avançado no conhecimento da relação dialética entre gênero e *media*, os estudos de receção mantêm-se uma área em exploração (ver Ferin-Cunha, 2007; Santos, Cabecinhas e Cerqueira, 2014).

Também internacionalmente os estudos de gênero e os estudos feministas dos *media* têm sido caracterizados por um grande dinamismo. Como destaca Margaret Gallagher, na sua contribuição para a recente publicação da UNESCO sobre *media* e gênero:

“O puxa e empurra entre a teorização, a investigação e ativismo sempre foi uma característica das abordagens feministas dos *media*. Desde os seus primórdios, uma boa dose de estudos feministas tem sido motivado por um desejo de mudança política e social” (Gallagher, 2014: 27).

Este desenvolvimento foi impulsionado pela IV Conferência Mundial sobre a Mulher – Pequim 95 e a Declaração e Plataforma de Ação daí resultantes. Estas chamavam a atenção para como a falta de sensibilidade às questões de gênero se repercutia na incapacidade de uma ação concreta com vista à eliminação de estereótipos de gênero nas várias esferas mediáticas. Como sustentava já a declaração, a projeção continuada de imagens negativas e degradantes de mulheres nos *media* – eletrónicos, impressos, visuais ou áudio – deve ser alterada (UN, 1995). Os seus objetivos estratégicos para a área dos *media* incluíam, por um lado, o aumento da participação das mulheres enquanto profissionais e, por outro, a promoção de representações não estereotipadas das mulheres.

Quinze anos depois continuava-se a concluir pela necessidade das organizações civis e os próprios *media* reclamarem, quer da sociedade quer dos governos, uma atitude mais proativa no que diz respeito à igualdade de gênero e empoderamento feminino (UN, 2010). Resultados estes que impulsionaram campanhas em diversas áreas compondo os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (*Millenium Development Goals*) para 2015 e posteriormente expandidos até 2020.

Os estudos feministas dos *media* têm, como temos exposto, sedimentado, paulatinamente e ao longo das últimas décadas, a base para um conhecimento informado e uma compreensão mais próxima da relação entre recetoras/es e os *media*. Estes estudos têm surgido um pouco por todos os tipos de produtos mediáticos, com especial enfoque na relação do público feminino com a *pop culture* (e.g. Betterton, 1987; McRobbie, 1991, 1999, 2008; Brown, 2000, 2002; Gill, 2007). E ainda que pouco expressiva, a atenção dada pelos estudos feministas dos *media* à questão dos estudos de receção tem, a pouco e pouco, contribuído para a desconstrução de estereótipos que sustentam assimetrias mais estruturais ao nível do gênero, acentuando o caráter transformador dos discursos veiculados pela negociação dos conteúdos recebidos (Carter e Steiner, 2004).

Importa portanto fazermos uma distinção entre audiência e receção, uma vez que não são conceitos sinónimos. Parte-se, no entanto, do princípio que os dois conceitos, apesar de distin-

tos, estão interligados. Como refere Rangel (2010: 69), “o termo audiência está ligado ao termo mais amplo recetores, mas este modelo sequencial simples é pouco capaz de explicar todas as relações envolvidas na experiência comunicacional”. A audiência ou é encarada como uma dimensão mensurável ou é constituída, assim, pelo conjunto de indivíduos que escutam, leem ou ouvem o conteúdo produzido pelos meios de comunicação. A análise da receção parece ir mais longe. A receção é entendida como a negociação e interação dos sujeitos sociais com diversos conteúdos e através de múltiplas fontes, levando à aceitação, rejeição ou negociação (Martín-Barbero, 1999) dos produtos mediáticos. De acordo com Baccega (1998:11), o recetor passa a ser, ele próprio, um produtor de conteúdo não se limitando a ser um “simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem”.

Neste sentido, se com os autores dos estudos pioneiros da Escola de Frankfurt (e.g. Adorno e Horkheimer, 1947/1977) as audiências eram vistas sobretudo como homens e mulheres com interesses comuns e enquanto grupos homogêneos e monolíticos, os quais eram influenciados pela cultura dominante veiculada pelos *media* e face a eles tinham uma atitude passiva, com as novas perspetivas estes passam a ser considerados elementos ativos e intervenientes na produção de significados (e.g. Asch, 1953; Hall, 1980). Adota-se assim uma visão mais abrangente em que se integra a relação do indivíduo e o ambiente em que se insere e a interação com os outros, não podendo assim dissociar-se os conteúdos produzidos da ação das/os recetoras/es (Moscovici, 1961). Ao mesmo tempo que os indivíduos são condicionados pelos conteúdos, estes selecionam os de sua eleição, demarcando as suas necessidades e preferências; o ciclo completa-se de forma tautológica ao se verificar uma reação por parte dos *mainstream media*. Claro que a liberdade de interpretação estará sempre em certo ponto condicionada, uma vez que

“(…) apesar de existir flutuação na significação, a mensagem estará sempre associada a uma significação preferencial, pelo que não pode ser definida como infinitamente conotativa” (Hall, 1980, in Álvares e Silveirinha, 2005: 920).

Neste domínio Pertti Alasuutari (1999) fala da existência de três gerações de estudos sobre a receção. O trabalho de Stuart Hall (1974) sobre a codificação/descodificação revela que face ao papel hegemónico do emissor, as audiências podem exercer três tipos de descodificação: aceitar sem contestação, negociar os conteúdos e, contestar. Associado à segunda geração aparece Morley (1980) e os estudos sobre a etnografia das audiências. Estes apontam para diferentes formas de apropriação dos conteúdos mediante os grupos e a localização. Por fim, na terceira geração refere-se que os estudos têm que considerar a flexibilidade e volatilidade dos momentos e as trajetórias individuais e identitárias dos sujeitos no momento da apropriação (e.g. Martín-Barbero, 2003).

Esta caracterização mostra que estamos numa área marcada por uma panóplia de abordagens, sendo que no nosso projeto privilegiaremos as abordagens socioculturais de receção, caracterizadas por uma triangulação metodológica e multidimensional. Outro aspeto a salientar e que nos é particularmente importante é que o impulso pluralista dos estudos de receção foi fortemente impulsionado por teóricas feministas que apresentavam a “vontade de desconstruir e redefinir as estruturas sociais e políticas do poder vigente” (Álvares, 2006: 32).

Neste sentido, estudar a dimensão de género na receção implica então perceber como este se articula com o consumo dos *media*, ou seja, como se verifica a articulação e construção diária de subjetividades femininas e masculinas através dos *media*, tendo em consideração as diversas trajetórias dos sujeitos. Portanto, entendemos que as questões de género não devem

ser vistas como uma propriedade fixa dos indivíduos mas como parte de um processo contínuo em que os sujeitos se constituem.

Consideramos, pois, importante olhar os *media* enquanto elementos ativos na construção da realidade social. Serão as representações por estes veiculadas que serão negociadas socialmente e integradas em esquemas pessoais que formatam as interações sociais. Destaca-se ainda a capacidade dos *media* de ir além da mera função informativa, modelando atitudes e comportamentos sociais. Contudo, também não podemos ignorar que a própria produção de conteúdos é condicionada pelo *background* da/o jornalista (Schudson, 2000), pelas suas percepções e estereótipos e pela economia política dos *media*, a qual é determinante para a constituição dos produtos que chegam aos públicos (Sousa, 2006). Neste sentido, a desconstrução dos discursos veiculados, bem como uma aposta no debate e na literacia para os *media* torna-se essencial (Cerqueira *et al.*, 2011). Como advoga Padovani (2014:168-169),

“Há um sentimento comum de que os investigador/es podem contribuir para destacar lacunas persistentes e as desigualdades, bem como a identificação de novas e abertas questões, nomeadamente as decorrentes do evoluindo meios e ambientes de comunicação, que precisam ser enquadrada, investigados e incluídos na “agenda também como reflexos de diversidades geoculturais existentes”.

2. Metodologia

Tendo por base uma análise crítica, o nosso projeto – *O género em foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista* – integra essencialmente dois grandes eixos de trabalho, abarcando dois pontos de vista distintos face aos conteúdos publicados nos *media* informativos portugueses: o que se produz e por quem *versus* quem recebe e de que forma.

Sinteticamente, os principais objetivos deste projeto são o aumento de conhecimento sobre as questões de género nos *media* portugueses e promoção da igualdade de género pela desconstrução de valores e estereótipos incorporados na cultura jornalística (Mesquita, 2000). Neste artigo centramo-nos no segundo eixo de pesquisa, procurando refletir sobre a importância da análise dos discursos das/os recetoras/es destes *media* - jovens adultos, homens e mulheres. Consideramos fundamental esta linha de pesquisa, uma vez que está pouco explorada no contexto português e permite contribuir para a problematização crítica dos conteúdos (Lobo e Cabecinhas, 2010).

Este estudo pretende assim compreender o modo como os meios informativos são apropriados pelo público, analisar as percepções dos públicos jovens em relação aos conteúdos mediáticos e compreender como é que os significados de género, identificados nas revistas e as medidas criadas para atenuar as desigualdades, são negociados e interiorizados pelas/os jovens adultos. Revela-se então de suma importância a utilização de estudos de receção, mediante a realização de grupos focais (*focus group*). Em alternativa às entrevistas individuais em profundidade, optámos pela constituição de grupos focais, na tentativa de fazer emergir “percepções, pensamentos e impressões de um grupo selecionado de pessoas” (Milena *et al.*, 2008: 1279). Não se trata tanto de explorar de forma intensa a perspetiva de determinado indivíduo, mas antes desenvolver uma discussão coletiva em torno de um tema previamente definido. Como Munday (2006) afirma, o uso de grupos focais parece ser a metodologia mais útil quando se pretende estudar identidades coletivas.

Podemos definir de uma forma geral grupos focais, como uma “técnica de investigação que recolhe dados através da interação grupal sobre um tema determinado pelo investigador” (Morgan, 1996: 130). Outras definições, como a de Packer-Muti (2010: 1024) chamam a atenção para o facto de, além de esta técnica se constituir enquanto uma interação grupal da qual resulta uma discussão acerca de um determinado tópico, esta incluir, obrigatoriamente, a existência de um/a moderador/a que “ativamente encoraja e está atento à interação grupal”. Desta forma, esta técnica pressupõe que quem modere lance os temas que serão discutidos coletivamente. Os grupos focais resultam precisamente em algo mais do que a soma de várias entrevistas individuais e não são uma alternativa mais rápida, fácil ou barata às mesmas. O que se pretende ouvir é, mais do que o discurso de cada indivíduo, o discurso social. Nas palavras de Canales e Peinado (1995: 290) “o discurso social, a ideologia no seu sentido amplo (...) não é interior ao indivíduo no sentido de uma subjetividade interpessoal, mas sim exterior, social”. O desenvolvimento de *grupos focais* é precisamente um meio que permite as emergências destas significações sociais acerca de um tema eleito.

Para a nossa amostra optámos por questionar jovens adultos, homens e mulheres, estudantes de ensino superior das áreas das ciências sociais. Ao todo participaram 101 estudantes, dos quais 77 eram do sexo feminino (76,2%) e 24 do sexo masculino (23,8%), e a sua média de idades era de 20 anos. A predominância de estudantes do sexo feminino, prende-se portanto com a participação nestas áreas científicas e não a um critério de partida. Foram então realizados 11 grupos focais, dos quais três foram com estudantes do sexo feminino (por moderadoras), um grupo com elementos do sexo masculino (por moderador masculino) e sete grupos com estudantes de ambos os sexos (por moderadoras), no sentido de se recolher a maior diversidade de posicionamentos possíveis. Consideramos que, apesar das mensagens mediáticas estarem sujeitas a leituras diferenciadas, de acordo com quem as recebe, estas não deixam de ser compostas por um conjunto de códigos sociais que levam a determinado tipo de interpretações. É ainda importante mencionar que não nos cingimos às perceções que as/os jovens têm relativamente às revistas informativas de cariz generalista nacionais, mas sim aos *media* em geral e aos conteúdos veiculados por eles. Paralelamente, é importante referir que no decorrer dos grupos focais foram ainda introduzidas, como material-estímulo, duas peças (uma da *Sábado* e outra da *Visão*) do tema *Política* que suscitaram o debate ao explorarem a integração e desempenho das mais recentes ministras e deputadas na Assembleia da República.

Os produtos do debate foram posteriormente analisados, recorrendo ao software NVivo 8, segundo os pressupostos de análise temática (Braun e Clarke, 2006), sendo posteriormente aprofundada com recurso à Análise Foucaudiana de Discurso (Willig, 2003, 2008). Esta metodologia é baseada nas conceptualizações de discurso de Michel Foucault e constitui uma metodologia abrangente quer numa perspectiva macrosocial quer atendendo às experiências individuais. Assenta numa conceptualização que articula a transição entre as teorizações da arqueologia e da genealogia uma vez que “em toda a sociedade a produção do discursos é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de procedimentos que têm por função esconjurar os seus poderes e perigos, dominar o seu acontecimento aleatório, esquivar a sua pesada e temível materialidade” (Foucault, 1971/1997: 9-10).

Este aprofundamento que expomos de seguida teve como enfoque as políticas de género e é o resultado dessa análise de seis passos – identificação de *Construções Discursivas, Discursos, Orientações para a Ação, Posicionamentos, Práticas e de Subjetividades*. Estes passos possibilitam a organização dos “modos de falar” mais salientes (Construções Discursivas) num determinado contexto que são por sua vez sustentados por modelos sociais mais amplos (Dis-

cursos) que derivam de um enquadramento e de condições específicas do contexto em que se inserem (Orientações para Ação). Estes permitem às/aos atoras/es sociais orientarem os seus modelos de ação no âmbito mais macrossocial (Posicionamentos), nomeadamente pela adoção e rejeição de atitudes e comportamentos concretos no seu dia-a-dia (Práticas), os quais em última análise se repercutem na sua formulação identitária integrando, enquanto sujeitos ativos, as condicionantes sociais com as suas idiossincrasias (Subjetividades).

3. Aceitar, rejeitar ou questionar?

Da diversidade de posicionamentos foi possível observar algumas comunalidades quanto ao modo como os produtos mediáticos são apropriados e como estes têm vindo a reproduzir e contestar as políticas e a ideologia de género. Assume-se a importância dos discursos na definição da cultura mediática contemporânea, que não caia em visões monolíticas mas adira a um modelo de consumo que englobe poder e participação, respondendo a questões ideológicas marcadas quer pela transmissão de conteúdos, quer pela assimilação dos mesmos no dia-a-dia (Morley, 1999). Uma vez que a manutenção e reforço de assimetrias de género nos *media* informativos não são por estas/es jovens considerados significativos de uma mudança mais imediata (Santos *et al.*, 2014), o nosso enfoque pretende, ao ser específico sobre as políticas para a igualdade portuguesas, analisar criticamente as perceções das/os jovens nesta mediação. Interessa-nos pois perceber como são vistas as demandas legislativas e as suas aplicações como elemento de reforço de assimetrias de género socialmente disseminadas.

Neste seguimento, foram identificadas três construções discursivas: a) *Political Persona*; b) *Lei como uma façade*; e, c) *Meritocracia e empoderamento social*.

Political Persona

Political persona corresponde à partilha de uma ideia base de que há pessoas mais capazes e preparadas para o exercício da política.

“E às vezes também a própria característica das pessoas. Nem todas as pessoas têm essa característica de líder... então [...] os géneros têm diferenças entre si, então talvez sejam características mais encontradas em homens do que em mulheres... [...] às vezes colocar uma mulher despreparada vai acabar por chamar a atenção e vai voltar ao mesmo assunto se essa lei é válida, se atrapalha, se... contribui de alguma forma... mas a preparação eu acho que é indispensável que tenha, não é?” (António Pereira³)

Esta construção discursiva desenvolve-se em torno de uma legitimação da ausência de mulheres no exercício da vida política. Assente na popularização da conceptualização de Habermas (1981) sobre espaço público e privado em que se argumenta que a impreparação das mulheres ao nível do pensamento racional é um impedimento natural para o acesso ao espaço público (Magalhães *et al.*, 2012). Ainda que atualmente esta ideia esteja superada, permanecem ainda ideais remanescentes a nível discursivo.

³ Por motivos de confidencialidade todos os nomes apresentados na identificação dos discursos ilustrativos foram alterados e não correspondem a qualquer indivíduo envolvido no estudo.

“Isso mostra assim um bocadinho o desinteresse da mulher pela política, porque se a mulher fosse interessada, vá, não precisava de ser obrigada a ser preenchido aquele espaço com mulheres. Era e já não havia regra nenhuma.” (Mariana Pereira)

Como afirmamos anteriormente (Magalhães *et al.*, 2012: 40) “esta rigidificação social levou a uma imagem das mulheres rígida, estereotipada e monolítica ao a opor aos homens.”

“[...] não temos que passar aquilo que era exagerado para a mulher, não ter acesso a tudo, toda a vida social em relação a profissões e a tudo mais, hoje não se pode passar de um extremos para o outro. Como é que eu hei de equacionar isso? É isso, passar de um extremo para o outro. A lei da Paridade não pode... que estava antes, era 33 por cento em relação às mulheres, não se pode passar agora para o outro lado inverso, deveria haver aí um equilíbrio de... nas situações. O homem não pode continuar com a predominância que sempre teve, nem a mulher num papel secundário que também a sociedade impôs que ela tivesse.” (Cristina Novais)

Ainda radicada na conceptualização binária e dicotómica do género, esta construção discursiva reporta a uma aniquilação simbólica (Tuchman, 1979) das mulheres. Mantém-se o foco da naturalização e essencialização de características e competências pessoais como elementos segregadores e critério de pertença aos grupos sociais rigidificando, ou impedindo mesmo, a mobilidade entre estes.

Lei como uma fachada

Apesar desta primeira construção discursiva, existe já um reconhecimento dos esforços de reposição de equidade social e de integração da igualdade de género. A construção discursiva – *Lei como uma fachada* – revela as várias nuances da lei e os posicionamentos das/os estudantes face à sua importância e implementação.

Uma primeira conceptualização destaca que as ações de *mainstreaming* de género são vistas como pressupostos que desequilibram a sociedade ao introduzirem uma discriminação positiva das mulheres.

“Até certo ponto. Também penso que em certas situações, essas tais políticas de género são elas próprias a criar as diferenças de género ao abrirem benesses, ao beneficiarem um género ou outro em detrimento de outro por causa de uma política e não por causa de valorização pessoal ou de mérito mesmo.” (Vasco Ribeiro)

“Eu acho que faz sentido existir essas leis, agora não sei é até que ponto depois elas não se podem tornar obsoletas ou não correm o risco de agudizar uma discriminação que já existe. Eu acho que elas fazem sentido, sim, mas temos que ter cuidado com a maneira como as definimos e aplicamos porque contratar porque sim, porque imagine, porque posso ter compensações financeira do Estado ou porque senão posso ter problemas com a justiça, muito honestamente pode ser o correto, mas pode ser... eticamente ou moralmente não sei se será o melhor porque eu sou obrigado a contratar e depois do contrato, o que é que eu faço com essa pessoa? É tratada de igual forma quando eu a contrato? Por isso, eu acho que essas leis se esquecem um bocadi-

nho do depois. Querem contratar, sim, e depois esqueceu, está contratada, isso é que importa, é bonito nós termos dados a apresentar e acabou. Por exemplo, eu sei que... aliás, é do conhecimento público que as mulheres são mais... na Universidade estão mais mulheres do que rapazes e depois de sair da universidade, basicamente... como que desaparecem, não sei o que é que acontece, os jovens surgem todos e os cargos de chefia, pelo menos, aqueles que têm visibilidade pública, são os homens e continuam a existir políticas quando, na verdade, os efeitos continuam a ser rigorosamente nenhuns. Portanto eu acho que não passa pelas políticas para conseguir a equidade... acho que não são essas políticas que vão..." (João Cerqueira)

Será ainda necessária muita sensibilização e informação para possibilitar o enquadramento das medidas de ação positiva enquanto mecanismos sociais de equilíbrio entre os sexos, desconstruindo a visão geral de que se trata de uma luta de mulheres pela supremacia feminina sobre os homens.

"O que eu acho que acaba acontecendo é que para que a lei seja posta em prática, às vezes é necessário outros métodos institucionais para ir forçando uma certa mudança social. Que a mudança social também não ocorre do nada." (Joana Silva)

"É polémico no sentido de que por vezes isso gera, como alguém chegou a comentar, a própria discriminação, a própria política gerava discriminação e tal, mas eu acho que se existe a política, ela existe pelo motivo de que a gente não consegue por si só tratar aquilo de maneira igualitária, então precisa de um instrumento institucional para ir modelando aquilo. [...] Não acho que é super correto e tal, mas entendo que é uma medida que é paliativa, porém é necessária neste momento para que as pessoas tenham um acesso mais ou menos igualitário." (Joana Silva)

"Eu não sei, eu acho que a ideia é correta e tudo mais, mas acho que mesmo a própria lei já é um fator de discriminação." (Artur Guimarães)

"Acho que isso é reforçar a discriminação e a diferença, ninguém obriga a que existam homens onde quer que seja." (César Pinto)

Paralelamente, destaca-se algum descrédito com a implementação da lei. Partindo de casos individuais e que lhes são próximos de mau exercício de cidadania e de aplicação de lei as/os participantes constroem visões generalistas assumindo que todas as ocorrências são baseadas no mesmo pressuposto. Suposição que coloca as mulheres como meros objetos, jogáveis, nas listagens e nos cargos políticos/públicos aceites. Assume-se a sua presença apenas para fazer cumprir a lei e não invalidar as candidaturas.

"[...] acho que se não houver esse esforço anterior e muito anterior a tudo, por exemplo, chega na hora e temos que colocar uma mulher, que mulher é que vamos colocar? Talvez uma que não esteja preparada... ou que não queira tanto... então vão começar a surgir maçãs podres nesse bolo que vão chamar mais a atenção... 'olha, vocês colocaram uma mulher lá, olha o que é que ela está a fazer', mas porque não é uma pessoa que devia estar ali mesmo, porque ela não... de certa forma talvez não tenha merecido ser colocada porque estava ali para preencher..." (Paula Barbosa)

“E acho que muitas vezes há mulheres que são postas ali só para a fotografia como se costuma dizer, porque depois na realidade elas nunca estão a exercer nenhum tipo de cargo e acho que isso de certa forma é uma hipocrisia, eu acho que isso deve ser uma coisa que é feito naturalmente [...] As mulheres estão como deputadas, mas não exercem nenhum tipo de cargo, nem lhes é permitido chegarem a algum tipo de cargo. [...] aceitou porque na altura era um amigo dela e pediu-lhe a ver se fazia o jeito e ela pronto, ela aceitou, mas porque é obrigatório, mas não quer dizer que essa lei esteja a ser seguida corretamente, não é?” (Júlia Lobo)

“Porque nessa altura não tinham voz. Para preparar um dossier, estou ali a assinar papéis, a pôr carimbos, mas ninguém me pergunta o que é que eu realmente quero, o que é que eu penso daquele assunto. Agora sim, agora têm oportunidades de expressão.” (Cecília Sarmento)

Diretamente relacionada com a construção discursiva anterior, esta visão é aceite pelas/os participantes por considerarem que ainda existe um longo percurso para a integração total das mulheres na vida política.

“Mas eu acho que se numa fase inicial não impusermos, hum... depois não vamos ter a fase seguinte. Se calhar eu acho que, numa fase inicial, tem que ser um bocadinho imposto, que é para depois as pessoas acharem, ‘Ó pá, se calhar ela até tinha capacidade de fazer aquilo, mesmo antes de ser obrigada’ e aí vamos começar a ter outra opinião, então vamos começar a pô-las sem que seja obrigado, mas se não há essa primeira obrigação, também, ninguém as vai por lá de livre vontade, e acho que é um bocadinho isso em tudo. Se numa primeira fase, nós não obrigarmos, também não há oportunidade de elas se mostrarem, estás a perceber?” (Rosa Marques)

“Sim, mas eu acho que a partir do momento em que é obrigar, acho que já não é evoluir. Se temos que obrigar a que as coisas aconteçam, não está a acontecer naturalmente e já não se pode chamar de evolução [...] mas acho que é um bocado por aí, acho que não podemos obrigar, porque isso não é evoluir. A partir do momento em que estamos a impor uma coisa, acho que não se pode chamar de evolução.” (Rita Mendes)

Em suma, quando conjugada esta visão da lei enquanto processo lento de mudança social com a da discriminação positiva e favorecimento da lei confluímos para uma articulação discursiva que reforça os impasses e imobilismos existentes que condicionam a construção de uma cidadania plena e ativa que se articule de forma independente de condicionalismos e iniquidades de género.

“[...] na verdade do ponto de vista formal, está todo o mundo correto desde o liberalismo, todo o mundo igual e tal, só que a gente vê que na prática não é assim que acontece. E aí surgem outros instrumentos, surgem outros métodos que são necessários do ponto de vista institucional para ir engendrando certas mudanças sociais e aí que no futuro não são mais necessárias porque existe uma educação social que acaba assimilando isso, mas é... complicado porque do ponto de vista legal todo

o mundo gosta porque isso não acontece... assim, as representações, a gente continua vendo que são muito diferentes, enfim, não são igualitárias como legalmente é.” (Joana Silva)

Meritocracia e empoderamento social

Para as/os jovens presentes a resolução deste impasse, que conjuga uma primeira visão determinista e esta segunda formulação não legislativa, reside na implementação de um regime meritocrático que favoreça naturalmente os mais aptos e preparados para o exercício das funções impulsionando a sociedade.

“[...] Acho que isso não deve ser assim, acho que as pessoas devem ter lugar nas coisas por mérito.” (Telma Amorim)

“Talvez no início quando foi aprovada a lei, hum... os deputados começassem a pôr mais mulheres, a apresentá-las ao parlamento, naquela ideia de “ok, vamos cumprir a lei”, mas se calhar com o tempo viram que realmente têm capacidades e têm boas ideias e à partida, isto agora pode ser o início para entrarem mais mulheres, porque se aquelas são boas o suficiente para estar lá e para apresentar as suas ideias, outras virão e também têm igualdade de oportunidades.” (Cecília Sarmento)

Esta construção discursiva baseia-se portanto na ideia de que a meritocracia será atingida se respeitada uma certa evolução temporal que consagre e reconheça o esforço dos mais interessados e dispostos a melhorar as suas competências ao serviço da construção de políticas públicas de qualidade e da sua efetivação numa sociedade mais justa e igualitária.

“Há um caminho a percorrer nesse sentido, não é? De qualquer forma [...] não se compara com o que era antigamente, agora têm muito mais espaço, mas de qualquer forma, continua a fazer sentido qualquer uma dessas políticas.” (Leandro Pinho)

“Por outro lado, se não for imposto, será que há evolução na mesma? Será que se numa primeira fase nós não obrigarmos a que aquilo aconteça, essa evolução se vai dar naturalmente?” (Rosa Marques)

“Mesmo a nível burocrático, acho que sim, concordo com o que disse, que já foi alcançado tudo ou quase tudo, já há igualdade burocraticamente, a nível de leis, um homem já não pode mais do que uma mulher em sítio algum. Agora, penso que a mudança que ainda terá que haver e que terá que continuar. Será uma mudança social e de mentalidades e de educação e não tanto de política ou de criação de novas políticas, porque essas políticas, por elas só, não vão fazer nada, se as mentalidades não forem mudadas de alguma forma. Não podem ser por imposições, tem de ser por aprendizagem, por cultura, por educação.” (João Almeida)

Ainda assim, muitas/os têm dificuldade em integrar o peso histórico da construção social de género na formação inicial e construção pessoal, deixando invisibilizadas as múltiplas barreiras e desafios colocados às mulheres na integração na vida política.

“Temos aqui o caso da Assunção Cristas que acho que é aqui no artigo da Sábado que o trabalho dela é várias vezes elogiado e pessoas que... testemunhos que dizem que quando a metem a fazer um certo trabalho, já sabem que será bem feito, ou seja, mostra a competência... das mulheres.” (Rui Siqueira)

“Seria... não deveria fazer sentido, não é, hoje em dia, que estamos no século XXI e somos um país em que se defende a igualdade de género, mas na realidade se não houverem essas leis de controlo e desenvolvimento, estaria bem pior.” (Júlia Lobo)

Ao nível dos discursos presentes, enquanto modo de ‘fala’ ou prática reguladora e que sustenta conjunto de afirmações e construções sociais, podemos localizar as construções discursivas como sendo informadas por um discurso essencialista. Discurso este que constrói homens e mulheres como lados opostos e enquanto detentores de características e vivências estanques e delimitáveis. Ou seja, que mantém rígidas as construções sociais de uma dicotomia de género que reforça o poder simbólico do masculino sobre o feminino. Como afirmaram Santórum e Barrio (1998:58):

“... Aprendemos a ser homens e mulheres também através da linguagem, a falar e a ouvir falar, e através de mensagens ocultas. Ao usar a linguagem como lhes foi ensinado e as crianças mantêm e perpetuar o sexismo, a subordinação do sexo feminino e a transmissão valores de andrométricos...”.

Neste sentido, verifica-se ainda um discurso de poder. De um poder castrador, que o sistematiza de forma verticalizada e hierárquica e que sobrepõe os valores masculinos – considerados universais – a características mais transversalmente disseminadas ou a posicionamentos marcadamente construídos como femininos. Por fim, não se poderia deixar de notar a presença de um discurso mais neoliberal que se antagoniza a uma legislação defensora da igualdade de género e que se norteia por ideais meritocráticos como critério de decisão, independentemente do alcance e da invisibilização que este implica.

Estas construções discursivas e discursos surgem assim enraizados em ideias de construção social que articulam conceptualizações mais dicotómicas de espaço privado/espço público e que permanecem delimitadoras do desenvolvimento mais generalizado de políticas horizontalizadas e de promoção de igualdade entre cidadãos/ãos, entre homens e mulheres nas suas idiossincrasias e diversidade. Enquadradas em noções, mais ou menos apuradas, de liberalismo, neoliberalismo e, mesmo, sistema democrático, as orientações para ação que fundamentam este posicionamento radicam em sistematizações algo rígidas do viver social e do que é “adequado” esperar ou atribuir a homens e mulheres. Reifica-se assim, diariamente, um posicionamento mais tradicional e essencialista de género ao se localizar na rede social de interações posicionamentos específicos a cada um dos sexos.

Neste sentido, os posicionamentos disponíveis serão sempre de conformidade ou desafio. Conformidade com as construções e discursos, encadeando na lógica funcional e estabilizadora do sistema vigente, ou de desafio da rigidez procedimental e envolvimento ativo na desconstrução de barreiras sociais – muitas vezes de vidro – que limitam os posicionamentos e as práticas pessoais. Práticas essas que sendo conformistas ou desafiantes levarão a um posicionamento concreto num projeto sempre político e público. Neste caso, feminista e crítico desta noção de que o feminino não se pode construir como sujeito mas que implica sempre uma alteridade.

Aliás, sendo um dos melhores instrumentos de construção e desenvolvimento pessoal a tomada de consciência ativa e reflexiva do seu posicionamento pessoal, esta torna-se também um elemento que localiza numa rede de interação e responsabilidade macrosocial de orientação pela dignidade de todos e pela justiça social nos mais variados campos.

Como afirmou, mesmo, uma estudante:

“Sim, eu espero que sim, eu espero que a gente um dia chegue a um ponto em que não seja mais necessária esse tipo de políticas.” (Joana Silva)

De salientar que nesta análise se denota a constatação de um movimento de integração de alguns elementos que levam a uma maior subtileza e dissimulação de discursos assimétricos, ainda que se mantêm subjacentes ideais menos empoderadores. Continuamos a verificar a persistência de discursos que legitimam desigualdades e sexismos. Este fenómeno tem vindo a ser identificado por várias/os autoras/es como novos sexismos (e.g. Amâncio, 2001), sexismo benevolente (Glick e Fiske, 1996: 493) ou sexismo flexível/*unspeakable inequalities* (Gill, 2007, 2011), um “conjunto ágil, dinâmico, diversificado e em evolução de representações maleáveis e práticas de poder” (Gill, 2011: 62).

Em suma, intrínseco aos estudos feministas dos *media* está, portanto, esta contínua demanda por compreender a forma como o sexismo, enquanto expressão visível de assimetrias de poder, opera através dos meios mediáticos (Gallagher, 2014). Nomeadamente, será importante aprofundar as implicações desta ausência de questionamento das implicações de género por parte dos atores e atorais sociais que negociam ativamente estes discursos no seu contacto constante com os *media*, para as suas construções pessoais e interações sociais.

4. Notas finais

De forma conclusiva, gostaríamos de ressaltar quatro aspetos mais salientes que reforçam a manutenção do paradigma e a persistência de discursos androcêntricos, os quais confirmam conclusões de estudos anteriores.

Assim, consideramos importante que se atente a uma presença marcada de uma estratégia de conformismo acrítico face a um *mainstreaming* de género (Snyder, 1995). Quando confrontados com questões de igualdade de género, as e os estudantes tendem a reger-se por uma opinião baseada no politicamente correto. Esta ponderação de expectativas e de reações do grupo em que estão inseridos é sobretudo visível pela não-adesão aberta a uma estrutura de desigualdade ainda que recorram a argumentações que vêm legitimar a sua presença. Justificações essas que como vimos assentam sobretudo num processo histórico, nas próprias escolhas jornalísticas (mais ao nível da produção de conteúdos) ou mesmo pelos posicionamentos dos intervenientes nas notícias (Lobo e Cabecinhas, 2013). Mantém-se portanto uma problematização mais intuitiva e pouco trabalhada que espelha a ausência de um processo reflexivo, consistente e integrador, potenciador de mudança. Ou seja, mantém-se o recurso fácil ao sexismo subtil que ainda que a um nível mais superficial aparente uma caminhada rumo a uma maior equidade, apresenta a um nível mais profundo barreiras estruturais e conceptuais que limitam a sua efetivação.

Neste sentido, podemos identificar a retórica da meritocracia (Nogueira, 2006; Gill, 2011) como o recurso mais comumente integrado como justificativa para a não-implementação da legislação. É através da nomeação de casos específicos, ou seja redirecionando para as conquistas

individuais e o triunfo associado, que geralmente as/os estudantes se referem a uma atribuição mais interna e menos social das responsabilidades pelos percursos individuais. Ao fulanizarem o fenómeno automaticamente se coloca a tónica no esforço e competência individuais ignorando as barreiras estruturais e as assimetrias de poder que limitam o acesso em função do sexo dos intervenientes. Como reflete Nogueira (2006: 70) sobre um discurso essencialista-individualista:

“O discurso essencialista-individualista é por norma mais utilizado para caracterizar as mulheres em situações de liderança quando da disseminação pelos meios de comunicação social, o mesmo não acontecendo com o outro. Admite-se ser realmente mais fácil, porque mais difundido e compreensível, a utilização desse discurso; ele é também muito mais conveniente a uma ideologia dominante, que permite a “algumas mulheres especiais” certas posições, mas que não organiza a sociedade de forma igualitária para “todas” as outras mulheres.”

Além disso, ocultam desta argumentação o desconforto de assumir que existe na verdade uma barreira social – *“glass ceiling”* – que regula todo este processo. Aliás, toda esta conceptualização assenta numa “desculpabilização histórica” (Lobo, 2011). Implícita está a noção, tal como foi referido pelas/os estudantes, de que é ainda necessário aguardar um processo natural de evolução e envolvimento das mulheres com o mundo da política. E ainda que se verifique uma maior participação das mulheres (ver Santos e Amâncio, 2012; Santos *et al.*, 2014) no campo da política, as investigações têm reificado as perceções da política como um espaço masculino (Ross *et al.*, 2013). Contudo, esta visão desresponsabiliza os atores sociais e delega em fatores externos um desenvolvimento que se tem verificado premente.

Ao considerarmos as desigualdades de género e as questões feministas não o fazemos apenas no que diz respeito à forma como as mulheres são representadas mas também quanto ao papel que atores sociais, como os *media*, têm na manutenção e disseminação de discursos (Magalhães *et al.*, 2012). Concluímos, pois, pela urgência do desenvolvimento de uma política e uma teoria de cidadania, em que se reconheçam necessidades e interesses universais ao mesmo tempo que se tem em consideração as diferenças pessoais e o modo como cada um de nós pode responder socialmente a esses desafios contemporâneos.

Por fim, destacamos a centralidade da conceptualização do “feminino” e “da mulher” quando referidas as questões das políticas de igualdade de género. Digno de nota é o desconhecimento de muitos das/os participantes face aos principais *dossiers* e conquistas nesta área, tendo apenas uma estudante identificado a frequência de uma ação de formação sobre igualdade de género. A formação de opinião no momento tem para nós um duplo valor. Se por um lado, nos parece interessante aceder a uma primeira e, menos ponderada, opinião das/os participantes, por outro o desconhecimento leva-nos a refletir sobre a eficácia da comunicação destas matérias e a forma de os tornar mais efetivos. A localização das questões de género como um assunto de mulheres poderá reforçar estes entraves sociais. Contudo, não podemos deixar de notar que a grande maioria das/os participantes era do sexo feminino. Explicar-se-á desta forma a dependência de exemplos femininos e a dependência de uma interpretação masculina da lei da paridade com um difícil equacionar de uma proporção que não seja da obrigatoriedade de 1/3 de mulheres, quando a lei é inespecífica quanto ao sexo da maioria (são admissíveis listas com 2/3 de homens e 1/3 de mulheres ou 2/3 de mulheres e 1/3 de homens). Parece-nos pois que esta formulação se encontra algo dependente da experiência portuguesa e do contexto em que se inserem as/os estudantes.

Em suma, pretende-se com esta desconstrução estimular a reflexão crítica sobre a importância de uma aposta na intervenção mas também na investigação, nomeadamente com o apoio de organismos e associações nacionais e internacionais, que contemple os vários parâmetros envolvidos na produção e receção dos conteúdos informativos. Neste sentido, a problematização crítica dos conteúdos surge como fundamental e exige que percebamos as diversas apropriações que são feitas por quem está exposto ou processa seletivamente as informações. E como as questões de género são mediadoras deste processo ativo de construção de públicos.

Agradecimentos

Este artigo foi desenvolvido no âmbito do projeto “O género em foco: representações sociais nas revistas portuguesas de informação generalista” (PTDC/CCI-COM/114182/2009), que teve o apoio do FEDER - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional através do programa COMPETE e da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Mais informações disponíveis em: <http://www.lasics.uminho.pt/genfoc/>

Gostaríamos de agradecer a todos os estudantes que participaram nos diversos grupos focais e os contributos de Mariana Bernardo e Anabela Santos na recolha e análise de dados.

Bibliografia

- Asch, S. E. (1953), Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. In D. Cartwright and A. Zander (eds.), *Group Dynamics* (pp. 189-200), New York: Harper and Row.
- Adorno, T. e Horkheimer, M. (1947/1977), *The culture industry: enlightenment as mass deception*. In J. Curran et al. (orgs.), *Mass communication and society*, London: Edward Arnold.
- Alasuutari, P. (1999), *Rethinking the Media Audience*, Londres: Sage.
- Álvares, C. (2006). Os estudos de recepção como modelo multidimensional: o caso das imigrantes brasileiras em Portugal. In I. Ferin (coord.), *A televisão das mulheres: ensaios sobre a recepção* (pp. 17-33), Lisboa: Bond.
- Álvares, C. e Silveirinha, M. J. (2005), *Introdução à mesa temática “Estudos culturais e de Género”*, Livro de Actas 4º SOPCOM [online] disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/alvares-claudia-introducao-mesa-tematica-estudos-culturais-genero.pdf>
- Amâncio, L. (1993), *Género. Representações e identidades. Análise das representações do masculino e do feminino e sua articulação com as identidades*, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 14: 127-140.
- Amâncio, L. (1994), *Masculino e Feminino. A construção social da diferença*, Porto: Afrontamento.
- Amâncio, L. (2001), *O género na psicologia: um história de desencontros e rupturas*, *Psicologia*, XV(1): 9-26.
- Amâncio, L. (2003), *O género no discurso das ciências sociais*, *Análise Social*, XXXVIII(168): 697-714.
- Baccega, M. A. (1998), *Recepção: Nova perspectiva nos estudos da comunicação*, *Comunicação & Educação*, 12: 7-16.
- Betterton, R. (1987), *Looking on: Images of Femininity in the visual arts and media*, London: Pandora Press.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006), *Using thematic analysis in psychology*, *Qualitative research in Psychology*, 3(2): 77-101. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>

- Brown, J. D. (2000), Adolescents' sexual media diets, *Journal of Adolescent Health*, 27s(2): 35-40.
- Brown, J. D. (2002), Mass media influences on sexuality, *Journal of sex research*, 39(1): 42-5.
- Canales, M. y Peinado, A. (1995), Grupos de Discusión. In J. M. Delgado e J. Gutiérrez (Eds), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciências sociales* (p. 287-316), Madrid: Editorial Síntesis.
- Carter, C. and Steiner, L. (2004), Mapping the Contested Terrain of Media and Gender Research. In C. Carter & L. Steiner (ed.), *Critical Readings: Media and Gender* (pp.11-32), Glasgow: Open University Press.
- Cerqueira, C. (2012), Quando Elas (Não) São Notícia: Mudanças, Persistências e Reconfigurações na Cobertura Jornalística sobre o Dia Internacional da Mulher em Portugal (1975-2007), [Tese de Doutoramento não Publicada], Braga: Universidade do Minho.
- Cerqueira C., Magalhães S. I., Cabecinhas, R. e Nogueira, C. (2011), As representações de género nas revistas portuguesas de informação generalista - em busca de uma cidadania inclusiva. In S. Pereira (Orgs), *Literacia, Media e Cidadania*, Braga: CECS-UM.
- Ferin-Cunha, I. (2007), *A Televisão das Mulheres: Ensaio Sobre a Recepção*, Lisboa: Quimera.
- Foucault, M. (1971/1997), *A ordem do discurso* (trad. Laura Sampaio), Lisboa: Relógio d'Água.
- Friedan, B. (1963/2010), *The Feminine Mystique*, The Penguin Classics.
- Gallagher, M. (1981), *Unequal opportunities: the case of women and the media*, Paris: Unesco Press.
- Gallagher, M. (2001), *Gender-Setting: News Agenda for Media Monitoring and Advocacy*, London: Zed Books.
- Gallagher, M. (2006), Perspectiva feminista sobre os media, *Ex aequo*, 14:11-34.
- Gallagher, M. (2014), Feminist scholarship and the debates on gender and communication. In, UNESCO (2014), *Media and Gender: A Scholarly Agenda for a Global Alliance* (pp. 11-14), Paris: UNESCO.
- Gill, R. (2007), Postfeminist Media Culture; elements of a sensibility, *European Journal of Cultural Studies*, 10(2): 147-166.
- Gill, R. (2011), Sexism Reloaded, or, it's Time to get Angry Again!, *Feminist Media Studies*, 11(1): 61-71.
- Glick, P e Fiske, S. T. (1996), The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70: 491-512.
- Hall, S. (1974), The Television Discourse-Encoding and Decoding. In, A. Gray e J. McGuigan (eds.) (1997), *Studies in Culture: An Introductory Reader* (pp. 28-34), London: Arnold.
- Hall, S. (1980), Cultural Studies: two paradigms, *Media, Culture and Society*, 2: 57-72.
- Habermas, J. (1981), *The theory of communicative action: reason and the rationalization of society* (vol I.), Cambridge: Polity Press.
- Januário, S. (2009), O homem contemporâneo e a sua representação social nos media, *Passages de Paris, Édition Spéciale*: 223-235.
- Lobo, P. and Cabecinhas, R. (2010), The Negotiation of Meanings in the Evening News: Towards an Understanding of Gender Disadvantages in the Access to the Public Debate, *International Communication Gazette*, 72(4-5): 339-358.
- Lobo, P. e Cabecinhas, R. (2013), Perspectivas de Género no Acesso ao Espaço Público Mediatizado: refletindo sobre os conteúdos noticiosos do telejornal, *Estudos em Comunicação*, 13: 195 - 236.
- Lobo, P. (2011), *Desigualdades de género no acesso à esfera pública: uma análise crítica dos conteúdos noticiosos televisivos*, [Tese de Doutoramento não Publicada], Braga: Universidade do Minho.

- Martín-Barbero, J. (2003), *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Magalhães, S. I., Cerqueira, C. and 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* (pp. 35-52), Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus.
- McRobbie, A. (1991), *Feminism and youth culture: From Jackie to Just Seventeen*, Boston: Unwin Hyman.
- McRobbie, A. (1999), *More!*. New sexualities in girls' and women's magazines. In, A. McRobbie, *In the culture society. Art, fashion and popular music* (pp. 46-61), London: Routledge.
- McRobbie, A. (2008), *Young women and consumer culture*, *Cultural Studies*, 22(5): 531-550.
- Mesquita, M. (2000), *Em louvor da Santa Objectividade*, *Jornalismo e Jornalistas*, 1:22-27, [online] disponível em: <http://www.jornalistas.online.pt/noticia.asp?id=517&idCanal=300>.
- Milena, Z., Dainora, G. and Alin, S. (2008), *Qualitative research methods: a comparison between focus-group and in-depth interview*, *The Journal of the faculty of economics – Economic*, 4(1): 1279-1283.
- Morgan, D. L. (1996), *Focus Groups*, *Annu. Ver. Sociol*, 22: 129-152.
- Morley, D. (1980), *The 'Nationwide' Audience*, London: British Film Institute, *Television Monographs*.
- Morley, D. (1999), *"To Boldly Go...": The "Third Generation of Reception Studies"*. In P. Ala-suutari (Org.), *Rethinking the Audience: The New Agenda* (pp. 195-205), London: SAGE.
- Moscovici, S. (1961), *La psychanalyse, son image et son public*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Munday, J. (2006), *Identity in Focus: The Use of Focus Groups to Study the Construction of Collective Identity*, *Sociology*, 40(1): 89-105.
- Nogueira, C. (2006), *O(s) discursos das mulheres em posições de poder*, *Cadernos de Psicologia Social e do Trabalho* 9(2): 57 - 72.
- Packer-Muti, B. (2010), *Conducting a Focus Group*, *The Qualitative Report*, 15(4): 1023-1026.
- Padovani, C. (2014), *Gaps in media and communication governance: towards a gender-aware research and advocacy agenda*. In UNESCO (2014), *Media and Gender: A Scholarly Agenda for a Global Alliance* (pp. 165 – 186), Paris: UNESCO.
- Rangel, J. G. (2010), *Uso e gratificações: uma abordagem do processo recepção e audiência*. In, J. Rangel (org.), *A mídia e os seus efeitos: textos seleccionados* (pp. 68-76), Belo Horizonte: s/ editora.
- Ross, K., Evans, E., Harrison, L., Shears, M. and Wadia, K. (2013), *The Gender of News and News of Gender: A Study of Sex, Politics, and Press Coverage of the 2010 British General Election*, *The International Journal of Press/Politics*, 18 (1): 3-20.
- Santórum, R. y Barrio, R. (1998), *Del sexismo lingüístico a la diferenciación sexual en el lenguaje. Desarrollo del lenguaje y cognición*, Madrid: Pirámide.
- Santos, A., Cabecinhas, R. & Cerqueira, C. (2014), *Leer, Interpretar y (Re)construir: Percepciones de Jóvenes sobre las Mujeres en la Política*. *Revista Communication Papers* 5: 74-90.
- Santos, L. (2009), *Tornar-se homem: Dramaturgias em torno das apresentações de si, das emoções e dos afectos em palcos offline e online*, [Tese de Doutoramento não Publicada], Braga: Universidade do Minho.
- Santos, M. H. e Amâncio, L. (2012), *Género e Política: Análise sobre as Resistências nos Discursos e nas Práticas Sociais Face à Lei da Paridade*, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 68: 79-101.

- Silveirinha, M. J. (2001), O Feminismo e o Estudo dos Media: Em Busca da Ligação Necessária, *Revista Faces de Eva*, 6: 65-84.
- Silveirinha, M. J. (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* (pp. 5-12), Lisboa: Livros Horizonte.
- Silveirinha, M. J. (2006), Obliterando o "político": o "pessoal" no espaço público mediatizado, *Ex aequo*, 14: 67-92.
- Schudson, M. (2000), *The Power of News*, Harvard University Press.
- Snyder, M. (1995), *The Politics of Women and Development*. In A. Winslow (ed), *Women, Politics and the United Nations* (pp. 95-116). Westport: Greenwood Press.
- Sousa, H. (2006), *Comunicação, Economia e Poder*, Porto: Porto Editora.
- Tuchman, G. (1979), Introduction: the symbolic annihilation of women by mass media. In G. Tuchman, A. Kaplan Daniels e J. Benét (Org.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media* (pp. 3-38), New York: Oxford University Press.
- UN – United Nations (2010), *Commission on the Status of Women. Report on the fifty-fourth session (13 March and 14 October 2009 and 1-12 March 2010)*, Official Records, Suppl. 7, New York: Economic and Social Council.
- UN – United Nations (1995), *Beijing Declaration and Platform of Action on the Fourth World Conference on Women*, Beijing: United Nations.
- van Zoonen, L. (1994), *Feminist Media Studies*, London: SAGE Publications.
- Willig, C. (2003), *Discourse Analysis*. In J. A. Smith (Org.), *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods* (pp. 159-183), London: Sage Publications.
- Willig, C. (2008), *Foucauldian Discourse Analysis*. In, C. Willig, *Introducing Qualitative Research in Psychology* (pp. 112-131), London: Open University Press.