

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A cobertura mediática do movimento social #MeToo nos jornais Público e Correio da Manhã

Ana Rita Câmara Alves

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada com Agregação,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

A cobertura mediática do movimento social #MeToo nos jornais Público e Correio da Manhã

Ana Rita Câmara Alves

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada com Agregação,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023

À minha família

Agradecimento

Gostaria de, aqui, deixar grafadas algumas palavras de apreço, de estima e de gratidão a todos os que tornaram possível a minha chegada até este momento. Refiro-me a todos os que me possibilitaram, de alguma forma, crescer pessoal e culturalmente e aprofundar os meus conhecimentos nas áreas do meu interesse.

Começo, naturalmente, por mencionar todos os meus Professores de Mestrado e, de entre eles, destacar o nome da Ex.^{ma} Senhora Professora Doutora Cláudia Álvares, alguém que me marcou profundamente, desde o início, pela profundidade dos seus conhecimentos e ensinamentos, fazendo com que saísse das suas aulas sempre satisfeita, preenchida e apaixonada pela vontade de saber e de aprender mais.

Quero também endereçar uma palavra de amor, carinho e afeto à pessoa mais especial da minha vida que, desde o primeiro minuto, me incentivou a manter-me firme e a lutar até ao fim por uma causa. Foi esta pessoa que tudo fez para que eu conseguisse chegar até aqui, ajudando-me incansavelmente a ultrapassar os obstáculos, a derrubar as pedras que se foram atravessando no meu caminho e a de entre elas escolher as mais perfeitas, para que, no final, pudesse erguer o meu castelo. Muito obrigada por tudo, mãe!

Por fim, quero ainda deixar uma palavra de amor e de saudade a outra pessoa não menos importante que partiu cedo demais. Pai, espero que estejas em paz e quero que saibas que tenho muitas saudades tuas, muito obrigada por tudo!

Resumo

O desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação e de *sites* de redes sociais provocou uma transformação, no que concerne aos modelos de ação e de interação entre os indivíduos que passaram a ser mediados por dispositivos tecnológicos (computadores, *smartphones*, *tablets* e outros).

Perante a transformação dos modelos de ação e de interação entre os indivíduos, ocorre uma reconfiguração sem precedentes no contexto de ativismo e de movimentos sociais.

Recorrendo à Internet, às TIC e aos SRS, o ativismo serve-se do espaço digital para a democratização da ação e participação individual ou coletiva, na defesa de causas específicas, passando a designar-se de ciberativismo.

De igual modo, os movimentos ciberfeministas recorrem ao digital como lugar de eleição para a ação, a interação e a aproximação dos agentes sociais. No entanto, o grau de atenção e de visibilidade que lhes é concedido estende-se além da rede, desempenhando os meios de comunicação social (rádio, televisão, jornais e outros) uma função de extrema importância na cobertura destes movimentos.

Seguindo a premissa de que os meios de comunicação exercem um papel crucial na informação, explicação e compreensão dos fenómenos sociais, reais ou digitais, esta dissertação teve o objetivo de estudar o tipo de cobertura mediática empregue na comunicação e problematização do fenómeno social da violência contra as mulheres. Para tal, realizou-se uma análise ao *corpus* de peças jornalísticas publicadas nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã referentes ao movimento social #MeToo, nos meses de Outubro de 2017 a Outubro de 2022.

Palavras-chave: Movimentos sociais, Ativismo digital, Meios de comunicação social, *Agenda-Setting*, Cobertura mediática, Enquadramento

Abstract

The development of information and communication technologies and social networking sites caused a transformation in terms of the models of action and interaction between individuals, which began to be mediated by technological devices (computers, smartphones, tablets, and others).

In face of the transformation of models of action and interaction between individuals, an unprecedented reconfiguration occurs in the context of activism and social movements.

Using the Internet, ICT and SNS, activism uses the digital space to democratize individual or collective action and participation, in defense of specific causes, becoming known as cyberactivism.

Likewise, cyberfeminist movements use the digital word as a preferred place for action, interaction and to bring social agents together. However, the degree of attention and visibility given to them extends beyond the network, with the media (radio, television, newspapers and others) playing an extremely important role in covering these movements.

Following the premise that the media play a crucial role in the information, explanation and understanding of social phenomena, real or digital, this dissertation aimed to study the type of media coverage used in communicating and problematizing the social phenomenon of violence against women. To this end, an analysis of the corpus of journalistic pieces published in the websites of the Público and Correio da Manhã newspapers referring to the social movement #MeToo was carried out, from October 2017 to October 2022.

Keywords: Social movements, Digital activism, Media, Agenda-setting, Media coverage, Framing

Índice

Agradecimento.....	iii
Resumo.....	v
Abstract.....	vii
Índice geral.....	ix
Índice de Figuras.....	xi
Introdução.....	1
Capítulo 1. Movimentos sociais e meios de comunicação social.....	4
1.1. Movimentos sociais.....	4
1.1.1. Movimentos sociais feministas.....	9
1.1.2. Meios de comunicação social e movimentos sociais feministas.....	11
1.2. Movimento social #MeToo.....	12
Capítulo 2. Desenho da Pesquisa.....	18
2.1. Metodologia e tipo de estudo.....	18
2.2. Campo empírico e métodos de recolha e análise de dados.....	19
Capítulo 3. Estudo de Caso.....	23
3.1. Apresentação e discussão dos dados.....	23
Capítulo 4. Conclusão.....	43
Referências Bibliográficas.....	45

Índice de Figuras

Figura 3.1 - Peças jornalísticas publicadas com as palavras-chave “MeToo”, “Violência Sexual” e “Assédio Sexual” no <i>site</i> do jornal Público.....	26
Figura 3.2 - Autoria das peças jornalísticas publicadas no <i>site</i> do jornal Público.....	27
Figura 3.3 - Peças jornalísticas publicadas com as palavras-chave “MeToo”, “Violência Sexual” e “Assédio Sexual” no <i>site</i> do jornal Correio da Manhã.....	28
Figura 3.4 - Peças jornalísticas publicadas com as palavra-chave “Harvey Weinstein” no <i>site</i> do jornal Correio da Manhã.....	28
Figura 3.5 - Autoria das peças jornalísticas publicadas no <i>site</i> do jornal Correio da Manhã.....	29
Figura 3.6 - Formato jornalístico das peças publicadas no <i>site</i> do jornal Público.....	31
Figura 3.7 - Formato jornalístico das peças publicadas no <i>site</i> do jornal Correio da Manhã.....	32
Figura 3.8 - Registo linguístico de identificação do movimento social #MeToo no <i>site</i> do jornal Público.....	33
Figura 3.9 - Registo linguístico de identificação do movimento social #MeToo no <i>site</i> do jornal Correio da Manhã.....	33

Introdução

As estruturas sociais da contemporaneidade estão suscetíveis a um grau de fluidez mutável no processo da sua produção, reprodução e transformação cuja dinâmica integra, conjuntamente, o micro e o macro fundamentos da ação (Howard, 1994: 210).

Esta conceção das estruturas sociais da contemporaneidade insere-as numa perspetiva behaviorista que concebe a sua origem e subsistência como resultado de um amplo conjunto de atitudes, de ações e de comportamentos levados a cabo pelas instituições, pelas organizações, pelos padrões e pelos atores sociais (Porpora, 1989: 197).

As estruturas sociais são, assim, alvo de uma negociação e redefinição contínuas por meio da ação e da interação, o que demonstra que o indivíduo e a sociedade estabelecem uma relação “mutuamente constitutiva” (Porpora, 1989; Howard, 1994).

Por conseguinte, constata-se que estas estruturas encerram um grau de vulnerabilidade intrínseco, tornando-as, simultaneamente, “resilientes”, “frágeis” e “permeáveis” à reconstituição por meio da “interação” e “alteração” de contextos (Howard, 1994: 216).

É no âmbito desta vulnerabilidade que os movimentos sociais conquistam forma.

Os movimentos sociais emergem como disruptores do *status-quo* ao levar a cabo um conjunto de atitudes, ações e comportamentos de contrapoder que recorrem a um processo de “comunicação autónoma”, procurando libertar-se do “controlo” do poder institucional. Estes movimentos estabelecem-se contra conjunturas e contextos lesivos, favorecendo a reconfiguração de relações de poder presentes nas estruturas sociais (Castells, 2012: 9).

Por este motivo, os movimentos sociais são os principais “produtores” de novos símbolos, “novos valores” e “objetivos” em torno dos quais as instituições são “transformadas”, criando novas formas de organização da vida social (Castells, 2012: 9).

Com o aparecimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC), concretiza-se um nivelamento horizontal que permite um “fluxo contínuo” de notícias e informações, superando restrições e constrangimentos de ordem geográfica, política ou social (Philipose, 2019: 210).

Na realidade, a “horizontalidade” permitida pelas tecnologias de informação e comunicação e pela rede na qual estas operam permitiu superar e ultrapassar a “verticalidade” das “estruturas de poder” que procuravam condicionar e limitar a ação dos indivíduos, culminando na criação de um conjunto de novas possibilidades para o contexto dos movimentos sociais que começam a migrar gradualmente para o novo espaço digital (Paul Mason (2012) *in* Philipose, 2019: 210).

Diante deste panorama de “democratização na transmissão de notícias e opiniões” (Kesavan, 2018: 213), os movimentos sociais feministas reconfiguram o seu modelo de existência e de atuação, adotando o ciberespaço como um canal apto para dar a conhecer a ideologia feminista, através de uma postura pedagógica cujo objetivo principal é o de consciencializar e sensibilizar para os problemas estruturais da desigualdade e da violência de género. Fazendo uso das potencialidades do meio digital, estes movimentos procuram, igualmente, a mobilização de novos agentes na discussão e problematização das questões de género, a fim de criar uma atmosfera inclusiva e transcendente capaz de demonstrar que existe um espaço onde as histórias das vítimas são escutadas e validadas, pondo termo ao silêncio a que estiveram sujeitas.

Com o propósito de seguir e acompanhar as causas e efeitos destes movimentos, os meios de comunicação social possuem um papel fundamental ao construírem narrativas que visam facultar um sentido comum na informação e explicação dos acontecimentos.

Para além do papel de construção de narrativas orientadoras na interpretação dos acontecimentos, os meios de comunicação social revelam-se ferramentas com potencial para maximizar ou minimizar os efeitos sortidos pelos movimentos sociais no espaço digital.

Por este motivo, torna-se cada vez mais recorrente afirmar a existência de uma íntima relação entre os movimentos sociais e os meios de comunicação social, com base na conexão que ambos estabelecem com a opinião pública.

Assim sendo, o objetivo principal deste trabalho é analisar a cobertura mediática do movimento social #MeToo nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã.

Pretende-se analisar a forma de tratamento da informação, interpretação e significação das peças jornalísticas referentes a este fenómeno social de assédio e violência sexual, a fim de identificar o tipo de discurso empregue na cobertura mediática.

O presente trabalho divide-se, assim, em quatro partes.

Na primeira parte, introduzem-se os movimentos sociais; os movimentos sociais feministas, os meios de comunicação social e o movimento social #MeToo.

Na segunda, expõe-se o desenho de pesquisa, delineando a metodologia e o tipo de estudo a seguir, assim como o campo empírico e os métodos de recolha e análise de dados utilizados.

Na terceira parte, realiza-se o estudo de caso da cobertura mediática do movimento social #MeToo nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã. Na quarta e última parte, fazem-se as reflexões e considerações finais sobre o estudo.

Concluindo, o propósito último desta investigação é o de analisar, quantitativa e qualitativamente, o tipo de cobertura mediática dos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã referente ao movimento social #MeToo.

CAPÍTULO 1

Movimentos sociais e meios de comunicação social

1.1. Movimentos sociais

O indivíduo e a sociedade estabelecem entre si uma relação simbiótica assente no princípio de construção mútua através de micro e macro interações e ações que produzem (Howard, 1994; Meyer & Jepperson, 2000; Castells, 2012).

É graças a esta relação ininterrupta e interminável que a estruturação social é edificada. Efetivamente, a estruturação social é criada por meio de relações individuais ou coletivas, estabelecidas através do recurso a meios e ferramentas tradicionais ou modernas, nas quais ocorrem contactos e disputas de poder. Por esta razão, a criação e sustentação das estruturas sociais fica altamente dependente de atitudes, de ações e de comportamentos que sofrem variações constantes decorrentes de processos de formação, negociação e redefinição levados a cabo pela sociedade e pelos seus componentes (Porpora, 1989; Meyer & Jepperson, 2000).

Neste sentido, o indivíduo, a sociedade e as estruturas sociais possuem uma ligação “contraditória” e “conflituosa”, na qual os indivíduos detêm capacidade e autonomia para “desafiar” o “poder” da sociedade e das instituições sociais através do recurso à tomada de atitudes e de ações de contrapoder, cuja finalidade é a de “reivindicar a representação dos seus próprios valores e interesses” (Castells, 2012: 5). Esta relação torna manifestamente aparentes as “dinâmicas da vida social” que oscilam entre a estabilidade e mudança (Howard, 1994: 210). A estruturação social reflete, deste modo, relações de poder complexas e antagónicas cuja negociação faz parte de um “processo histórico interminável” de “conflito e negociação” no qual a “configuração real” do Estado e das instituições é intrinsecamente subordinada à “interação constante entre poder e contrapoder” (Castells, 2012: 5).

Nesta interação sucessiva de elementos de “poder” e de “contrapoder” ocorre o processo de criação e definição de regras, leis, normas, instituições e relações sociais que encerram uma lógica de organização e estruturação social. Consequentemente, a legitimidade da estruturação social está sempre sujeita a um grau de vulnerabilidade vacilante devido ao processo ininterrupto de “interação” e “alteração” de conjunturas e contextos que coloca em risco a continuidade e sustentabilidade daquela (Howard, 1994: 216).

A fragilidade a que a estruturação social está subordinada atua como um estímulo que determina o desenvolvimento e aprimoramento de movimentos sociais, visando a disrupção do *status quo*.

Os movimentos sociais desenvolveram-se inicialmente como um novo modelo de “ação coletiva” durante o final do século XVIII e início do século XIX (Anjou & Male, 1998: 2).

O reconhecimento dos movimentos sociais como objeto de pesquisa acadêmica remonta ao final da década de 1960, durante a qual se verificou a eclosão de um elevado número de ações coletivas para a mudança social na Europa e nos Estados Unidos (Chesters, 2015: 349).

Muito embora a academia tenha confirmado a importância dos movimentos sociais ao dignificá-los como objeto de estudo, jamais foi encontrado um consenso acadêmico no que concerne à sua definição. Devido à inexistência de uma significação consensual acerca de movimento social, adota-se, neste trabalho, a definição de Mario Diani (1992):

“(…) a process whereby several different actors, be they individuals, informal groups and/or organisations, come to elaborate, through either joint action and/or communication, a shared definition of themselves as being part of the same side in a social conflict. By doing so, they provide meaning to otherwise unconnected protest events or symbolic antagonistic practices, and make explicit the emergence of specific conflicts and issues.” (Diani, 1992: 2-3).

Os movimentos sociais são o produto final de um conjunto de “interações informais entre uma pluralidade de indivíduos, grupos ou associações envolvidos num conflito político ou cultural, com base numa identidade coletiva partilhada” (Diani, 1992: 2-3).

Por esta razão, os movimentos sociais possuem uma natureza essencialmente “mutável”, subentendida no próprio termo de “movimento” que perpetua a ideia de “fluxo contínuo” (Johnston & Klandermans, 1995: 4).

Independentemente do grau de mutabilidade, apanágio deste tipo de movimentos sociais, pode afirmar-se a existência de uma “cultura” característica e própria de cada movimento, identificada através de “fenómenos” que podem ser observados e avaliados, como é o caso dos “símbolos”, do “discurso público”, das “narrativas”, da “retórica” e da “identidade coletiva” ostentados (Johnston & Klandermans, 1995: vii).

Os movimentos sociais são, simultaneamente, “fenómenos estruturais” e “culturais”. Fundamentalmente, estes movimentos são “fenómenos estruturais” pelo facto de formarem uma “rede complexa de atores e de interações” e, adicionalmente, são “fenómenos culturais” por procederem a uma análise, avaliação e reestruturação do estado da sociedade civil (Anjou & Male, 1998: 2).

O facto de os movimentos sociais formarem uma “rede social” que procura combater as disparidades e injustiças no que concerne ao respeito pelos direitos civis básicos, concede-lhes uma dimensão de estímulo e “inspiração” aquando da mobilização individual ou coletiva, que solidifica a ideia supramencionada (Martin, 2007: 5-6).

De acordo com Anjou e Male (1998: 2), os movimentos sociais são invariavelmente compostos pelos seguintes elementos: “diagnóstico”, “prognóstico” e “motivação”.

O “diagnóstico” refere-se ao processo de observação e comunicação do que está errado na sociedade; o “prognóstico” foca-se nos aspetos a melhorar e nas soluções encontradas e a “motivação” remete para as ações e comportamentos que os indivíduos e coletivos devem adotar, a fim de implementar um conjunto específico de mudanças necessárias.

Logo, os movimentos sociais tornam-se os principais criadores e produtores de novos “símbolos”, “valores” e “objetivos” cujo propósito é o de reivindicar liberdades e direitos, alterando as relações de poder preexistentes e concebendo novas formas de organização da vida em sociedade (Castells, 2012: 9).

Em conformidade com a data de aparecimento e com as metas e finalidades delineadas, os movimentos sociais podem ser classificados como “velhos”, “novos” ou “novíssimos” (Mousinho, 2017: 3-4).

A designação de “velhos” movimentos sociais refere-se às ações coletivas de contrapoder eclodidas no século XIX e XX cujo propósito era criar uma melhoria de condições no que concerne os direitos civis ligados à “classe social”, às “relações laborais” e às “condições de produção”. Seguem-se-lhes, de imediato, os “novos” movimentos sociais, com início na década de 60 e término em 1990, cuja agenda passa a centrar-se na defesa de “causas emancipatórias e de igualdade social”, como é o caso das “lutas feministas, pacifistas, ambientalistas, direitos de orientação sexual, raça, etnia, informação, democracia”. Por fim, os “novíssimos” movimentos sociais, do final de 1990 em diante, compreendem o debate de temas e questões políticas, económicas e sociais do quotidiano como “emprego”, “educação”, “saúde”, dívida pública, condições salariais e de habitação e outras intimamente ligadas com o eclodir das tecnologias de informação e comunicação (Mousinho, 2017: 3-4).

Efetivamente, graças ao surgimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC) concebe-se um novo modelo de comunicação em rede, caracterizado por uma democratização da participação individual e coletiva, ao instaurar uma espécie de nivelamento horizontal perceptível no fluxo ininterrupto de informações e comunicações que ultrapassam limitações e confrangimentos económicos, políticos, culturais, sociais e, em particular, geográficos (Castells, 2012; Philipose, 2019; Bloomfield, 2019).

Tal como afirma Kesavan (2018: 213), as tecnologias de informação e comunicação viabilizaram uma liberdade de expressão e comunicação sem precedentes que apelava para a criação de um sentido de união e “solidariedade” dos indivíduos, a fim de consolidar a “mobilização” destes no processo de reivindicação de direitos civis, políticos e sociais e dificultava o exercício da atividade de *gatekeeping* dos “guardiões institucionais”.

O termo *gatekeeping* refere-se a um processo de segmentação, seleção e transformação de um conjunto de informações e comunicações disponíveis em canais específicos.

Este vocábulo foi cunhado pelo psicólogo social Kurt Lewin e explicado como sendo um “processo pelo qual bilhões de mensagens disponíveis no mundo são cortadas e transformadas em centenas de mensagens que atingem uma determinada pessoa num determinado dia” (Barzilai-Nahon, 2008: 1493). O processo de *gatekeeping* compreende (1) a “entrada num canal”, designado “portão”, e “nas suas secções”, caso existam; (2) a “movimentação” dentro e/ou fora desse canal e (3) o “controlo por um ou mais *gatekeepers* ou “regras imparciais”, favorecendo, conseqüentemente, uma ideia de “direção social” para assuntos e acontecimentos específicos em detrimento de outros (Barzilai-Nahon, 2008: 1493). Aplicado a diferentes campos do saber, designadamente: “ciência política, sociologia, ciências da informação” e da “saúde”, “gestão”, direito”, “jornalismo” e outros, o conceito de *gatekeeping* tem vindo a ser aplicado às TIC (Barzilai-Nahon, 2008: 1493).

Na verdade, através do recurso à internet, às TIC e aos sites de redes sociais (SRS) ocorre uma transformação do modelo de comunicação que se torna mediada por um computador. A comunicação no espaço digital torna-se mais participativa e democrática ao reunir agentes sociais de origem diversificada que se dedicam ao debate de questões anteriormente subjugadas ao controlo institucional e/ou governamental.

A partir da década de 90, e com a eclosão dos “novíssimos” movimentos sociais, o contexto de ativismo é, igualmente, alvo de um processo de reconfiguração profundo.

Por ativismo entende-se uma ação ou um conjunto de ações não usuais ou convencionais, de que são exemplos reuniões, comícios, protestos, manifestações e angariações públicas, em defesa de uma causa específica, geralmente relacionada com a defesa dos direitos humanos ou dos direitos dos animais (Martin, 2007: 19-27).

Os métodos de ação do ativismo dividem-se em ações não violentas e ações violentas. No que concerne aos métodos de ação não violenta encontram-se, em primeira instância, ações de “protesto e persuasão” não convencionais (discursos, cartazes, faixas, protestos, vigílias, marchas, etc); em segundo lugar, ações de “não-cooperação” ou de “sabotagem”, traduzidas em greves, boicotes e embargos e em terceiro lugar “intervenções” pacíficas, como é o caso da

ocupação não violenta de espaços públicos e privados, greves de fome e criação e utilização de novas instituições económicas, políticas, culturais e sociais.

Por outro lado, os métodos de ação violenta incluem a utilização de armas brancas, de espancamentos, aprisionamentos, torturas, “assassinatos”, tiroteios e “bombardeios” por indivíduos sem autorização para o fazer. Por último, entre os métodos de ação não violenta e violenta, encontra-se, ainda, a agressão contra objetos físicos ou digitais, incluindo destruição de infraestruturas, de propriedades públicas ou privadas e *hacking* de *websites* entre outros (Martin, 2007: 21).

Fazendo usufruto da internet, das TIC e dos *sites* de redes sociais (SRS), o ativismo transforma-se em ativismo digital, o que torna o processo de “ação”, de “mobilização” e de “organização” individual e coletiva mais simples e permite obter “reações” ou respostas mais rápidas e imediatas (Pew, 2004: 3). Assim, é gradualmente substituída a necessidade de uma presença corpórea, em espaços públicos, no exercício do direito de manifestação por uma presença não-corpórea e em formato, parcial ou totalmente, digital.

O ativismo digital passa a ser designado de ciberativismo, referindo-se, assim, ao processo de utilização de tecnologias de média digital e de plataformas de redes sociais na defesa de uma causa comum específica (Radsch, 2012; Stewart & Schultze, 2017).

Por outras palavras, o ciberativismo refere-se ao processo de “intersecção da tecnologia informática com tecnologias subversivas de contracultura” (Hall, 1996: 148).

Na ótica de Radsch (2012: 5-6), a definição de ciberativismo está centrada no aspeto material de dependência das novas tecnologias para a consolidação de atos de “disseminação de informações”, “construções de identidades coletivas e reivindicações conjuntas” e “organização e mobilização” sociais na criação de uma “forma de política contenciosa”.

Em contrapartida, na perspetiva de Stewart & Schultze (2017: 1-2) esta é vista através de uma “lente sociomaterial afetiva” que defende que as novas tecnologias adotam o papel de “atores tecnológicos que intervêm nos processos de construção de significado dos atores sociais”.

Esta premissa é igualmente defendida por Imma Tubella, ao advogar que a internet, as TIC e, em particular, os *sites* de redes sociais influenciam o projeto simbólico de construção de identidades individuais e coletivas, definindo-se pela característica principal de os atores sociais não se encontrarem fechados e isolados, mas conectados numa vasta rede (Tubella *apud* Castells & Cardoso, 2005: xxi).

Esta alteração no modo de definir o ciberativismo, passando-o de uma perspetiva material e tecnológica para uma “lente sociomaterial afetiva”, está relacionada com o processo de reestruturação de que foi alvo.

Efetivamente, o ciberativismo foi alvo de reestruturações na transição da *web 1.0* para a *2.0*. Inicialmente, na *web 1.0*, o ciberativismo recorria à utilização de ferramentas tecnológicas mais tradicionais: “a invasão das páginas da internet”, a utilização do *e-mail* para “recrutar e organizar atividades presenciais” e a “criação de páginas de divulgação do grupo ou de protestos”. Ao consolidar-se a criação da *web 2.0*, o ciberativismo centra-se na utilização dos *sites* de redes sociais digitais, a fim de estabelecer uma “organização descentralizada”, assente no princípio de “co-criação” que, simultaneamente, permitia um alargamento do campo de ação, de interação e de difusão da mensagem ou ideologia defendidas (Mousinho, 2017: 6).

De entre os diferentes tipos de movimentos sociais realizados em formato digital, aqueles que serão objeto de estudo neste trabalho são os movimentos sociais de carácter feminista.

1.1.1. Movimentos sociais feministas

O termo feminismo ou “*féminisme*” tem a sua origem em França, em 1880, combinando a palavra “*femme*” ou “mulher” com o sufixo “-isme” referente a um “movimento social ou a uma ideologia política” (Freedman, 2002: 3).

Os movimentos sociais feministas surgem com o propósito de conceder uma posição de destaque para as questões dos direitos das mulheres na vanguarda das mudanças sociais. Este termo alcança os países da Europa em 1890 e em 1910 aparece no norte e sul da América. A primeira vaga de movimentos feministas, bebendo das ideologias e contestações levantadas pelas revoluções francesa e industrial, pelo capitalismo e pelas duas guerras, eclode na sequência da queda do Antigo Regime (Mousinho, 2017: 10). Esta vaga inicial, intitulada “os movimentos das mulheres”, defende a emancipação das mulheres, no que dizia respeito aos direitos de reprodução, de educação, de voto e de propriedade (Freedman, 2002: 3).

Muito embora estes movimentos tivessem o propósito de defender a igualdade de direitos das mulheres, a utilização do termo “feminismo” suscitou alguma polémica e relutância, pelo facto de, ao instaurar-se contra a ordem social patriarcal e machista, em vigor à época, ter sido erroneamente associado à ideologia de “radicalismo”, o que originou uma conotação pejorativa em relação a este tipo de movimentos e aos seus defensores (Freedman, 2002: 4).

Será no momento de eclosão da segunda vaga destes movimentos que o termo começa a conseguir demarcar-se de conotações negativas e pejorativas.

No seguimento do aumento de movimentos sociais surgidos no contexto do Pós-Guerra, a segunda vaga destes movimentos emerge na década de 1960, sob o título novo de “libertação das mulheres”, com o objetivo de reforçar o argumento de identidade comum entre homens e

mulheres e de defender uma política de igualdade de direitos e deveres (Mousinho, 2017; Freedman, 2002). Estes movimentos procuravam criticar e consciencializar a sociedade civil para a existência de uma “política de diferença” observável nas relações interpessoais que favoreciam a posição social de indivíduos do sexo masculino, em detrimento dos do sexo feminino, visando reforçar a necessidade de igualdade entre homens e mulheres, no que concerne aos direitos laborais, económicos, políticos, culturais e sociais (Freedman, 2002: 5). A terceira vaga de movimentos feministas acontece num período mais recente, fruto da emergência de novos pontos de vista na discussão de problemáticas como a identidade de género não-binária, a orientação sexual, a religião, a etnia, a classe social, a violência sexual, “body-positivity” e outras, advogando a necessidade de desconstrução e reformulação da designação de “mulher” (Mousinho, 2017; Banet-Weiser, 2020).

Envidando esforços no combate às diferenças de género e para a implementação de uma política de igualdade extensível a todos os membros da sociedade civil, os movimentos feministas e, em particular o termo feminismo, distanciam-se mais facilmente da conotação radical a que estavam ligados, alargando o seu apelo a um público mais vasto.

Cientes da ascensão na utilização das novas tecnologias e, em particular, das redes sociais, os movimentos feministas transitam para o espaço digital, através do qual numerosas vítimas de abusos e agressões sexuais narram as suas histórias, na esperança de difundir uma mensagem de combate ao isolamento e de apelo ao apoio mútuo entre vítimas (Hosterman et. al, 2018: 70). A este processo de junção de movimentos sociais feministas com o espaço digital deu-se o nome de ciberfeminismo.

O ciberfeminismo é o termo aplicado ao processo de intersecção das novas tecnologias com a “contracultura subversiva feminista”, em que os dispositivos tecnológicos (computadores, telemóveis, *smartphones*, *tablets* e outros) são imaginados como instrumentos de uma “utopia libertadora” que não reconhece os problemas estruturais da desigualdade e da violência de género (Hall, 1996: 148).

A violência sexual é uma forma de “violência de género” que se reporta a todos e quaisquer atos de carácter sexual não desejados ou não consentidos, tais como: “assédio sexual, violação ou tentativa de violação, abuso sexual, coação sexual, lenocínio, negação do direito à contraceção ou outras medidas de proteção, divulgação não consentida ou abusiva de conteúdos de carácter sexual, entre outras” (UMAR, 2022: 5).

Estes atos de violência sexual são, na sua maioria, praticados por indivíduos que mantêm relações com a vítima, sejam “relações de intimidade, relações familiares, de amizade ou laborais, ou por pessoas conhecidas da vítima e não por estranhos”.

Por este motivo, a violência sexual ocorre em diversos contextos: “na esfera privada”, “em contextos públicos e de trabalho”, “através das redes sociais ou outros meios de comunicação” e, ainda, “em ambientes de lazer noturno” (UMAR, 2022: 5).

Efetivamente, o que se constata é uma transição sem precedentes, na qual os sites de redes sociais acabam por tornar-se a plataforma com o maior grau de atenção e de visibilidade na difusão do feminismo popular. Conseqüentemente, verifica-se o aparecimento de movimentos sociais designados de ciberfeministas, de que são exemplos #bringbackourgirls, #yesallwomen, #NotOkay e, ainda, o movimento em estudo, o #MeToo (Banet-Weiser et al., 2020: 11).

1.1.2. Meios de comunicação social e movimentos sociais feministas

Os meios de comunicação social desempenham um papel fulcral na difusão de factos e de informações referentes a fenómenos específicos na esfera pública (McCombs, 2015: 12).

Efetivamente, os meios de comunicação social estabelecem uma relação simbiótica com a esfera pública, ou os indivíduos, uma vez que os indivíduos fazem uso destes meios para colmatar três tipos de necessidades, a níveis pessoal e coletivo, como é o caso das necessidades seguintes: “orientação em relação às questões noticiadas”, “orientação para os factos” e “orientação para as avaliações jornalísticas” (Matthes, 2006, como citado em McCombs, 2015).

Por esta razão, a premissa de que a agenda dos meios de comunicação social tem um impacto significativo na agenda pública espelha uma realidade crua, direta e altamente arriscada. A agenda dos meios de comunicação social, comumente designada de *agenda-setting*, constitui um processo de ligação íntima entre agenda mediática e pública que se desencadeia em três níveis: o primeiro nível do processo de *agenda-setting* defende a ideia de que os meios de comunicação social, através da técnica de intensificação ou mitigação dos factos e das informações presentes nas peças jornalísticas publicadas, exercem influência no grau de relevo atribuído a um determinado fenómeno junto da esfera pública.

O segundo nível advoga que os meios de comunicação social influenciam a forma como são recebidos e interpretados os fenómenos pela esfera pública, através do emprego de recursos estilísticos (adjetivação, anáfora, metáfora, comparação e outros). A utilização destes recursos permite que os fenómenos sejam enquadrados positiva ou negativamente, enviesando a qualidade dos factos e das informações transmitidos à esfera pública.

O terceiro nível defende que os meios de comunicação social têm influência na interpretação dos fenómenos na esfera pública, o que pode resultar na criação de uma nova significação e perceção daqueles pelos indivíduos. (McCombs, 2015: 1-10)

O processo de *agenda-setting* espelha uma realidade na qual os meios de comunicação têm um poder inigualável na informação, significação e disseminação dos fenómenos sociais, ao criarem um “pseudo-ambiente” baseado na seleção, intensificação e mitigação daqueles enquanto objetos de notícia, o que resulta na criação de uma “dieta noticiosa” da esfera pública. (Price & Tewksbury, 1997; McCombs, 2015)

A relação simbiótica estabelecida entre os meios de comunicação social e a esfera pública baseia-se na qualidade dos factos e informações divulgados sobre determinados fenómenos nestes veículos de informação a que os indivíduos recorrem a fim de suprir as suas necessidades. Por outras palavras, a cobertura mediática dos fenómenos sociais tem um impacto significativo na informação, interpretação e significação junto da esfera pública.

No caso dos movimentos sociais feministas, os meios de comunicação social apresentam um tratamento da informação que oscila entre: o positivo, o negativo, o parcial e o superficial (Ashley & Olson, 1998; Barakso & Schaffner, 2007; Nuraddin, 2018). De facto, a literatura aponta para incongruências na informação, na representação e na, conseqüente, significação dos movimentos sociais feministas que ora são apresentados de forma objetiva e não ambígua ora são enquadrados de forma irónica ou satírica, o que impacta significativamente a legitimidade e a credibilização daqueles junto da esfera pública.

Adicionalmente, a tendência para a inclusão de traços de comentário de enviesamento negativo acerca dos movimentos sociais feministas é realizado, maioritariamente, por indivíduos do sexo masculino que os caracterizam como sendo uma “caça” de “bruxas” ao “poder masculino” (Ashley & Olson, 1998; Barakso & Schaffner, 2007; Nuraddin, 2018).

1.2. Movimento social #MeToo

O #MeToo é um movimento social ciberfeminista.

O movimento #MeToo surge, em 2006, na sequência da interação de Tarana Burke, ativista afroamericana para os direitos humanos, com Heaven, uma criança, vítima de abusos sexuais. Burke, compadecendo-se do sofrimento daquela criança, mas, não tendo coragem para partilhar detalhes acerca da sua história pessoal de violência sexual, respondeu-lhe apenas com a expressão “me too” ou “eu também”, a fim de lhe transmitir a mensagem de que elas partilhavam uma realidade em comum (Bloomfield, 2019: 400).

Tarana Burke recorre à expressão “Me Too” com o propósito de sensibilizar para a ideia de que os “sobreviventes de abuso e de agressão sexual” não se encontram sozinhos no processo de recuperação do trauma vivenciado (Hosterman et. al, 2018: 69).

Apesar de ter origem em 2006, o movimento social #MeToo aumenta a sua notoriedade uma década mais tarde devido ao facto de se ter tornado viral na rede social Twitter.

Fundada por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, em 2006, o Twitter é uma rede social de *microblogging* (Mousinho, 2017: 17). Por *microblogging* entende-se a publicação de imagens, áudios, vídeos e textos limitada a uma extensão máxima de minutos ou de caracteres (Kwak et al. 2010: 591). No caso do Twitter, esta limitação foi traduzida num máximo de 140 caracteres por publicação, que adota a designação de *tweet*.

Atualmente, o limite é de 4000 caracteres para utilizadores que subscrevam a modalidade *Twitter Blue* e que, cumulativamente, residam nos Estados Unidos. Para os restantes que não cumpram estas condições, o limite aumenta de 140 para 280 caracteres por *tweet* (Reimann, 2023).

No Twitter, à semelhança das outras redes sociais, os utilizadores seguem-se mutuamente ou são seguidos por outros. Todavia, a relação que estabelecem nesta rede é diferente das restantes, pois não há qualquer exigência de reciprocidade. Efetivamente, ser um seguidor no Twitter indica tão somente que o utilizador recebe informações ou notificações acerca das publicações do utilizador seguido, sem que se verifique a necessidade de resposta da parte daquele. Adicionalmente, a prática de interação ou de “resposta” a um *tweet* poderá passar apenas pelo *retweet* ou RT, isto é, pela simples republicação do *tweet* original no perfil de outro utilizador. O mecanismo de *retweet* é muito importante, visto que permite que os utilizadores divulguem tópicos e informações cujo alcance suplanta enormemente o do *tweet* original, expandindo-se a um público mais vasto e numeroso (Kwak et. al. 2010: 591).

No caso de ser incluído um “@”, seguido pelo nome de um utilizador, verifica-se a existência de uma ou mais interações públicas entre utilizadores que surgem isoladamente ou em cadeia. Por seu turno, o “*direct message*” diz respeito às interações privadas entre utilizadores, através do recurso ao “*chat*” ou conversa de acesso restrito.

Por fim, ainda dentro do jargão da rede social Twitter, surge um “#” antecedido de uma palavra ou expressão-chave que permite aos utilizadores seguirem um determinado assunto ou acontecimento, vinculando as suas publicações sobre o mesmo (Kwak et. al. 2010; Rauschnabel et. al, 2019). À ferramenta “#” supramencionada dá-se o nome de *hashtag*.

Ao carregarem na *hashtag* é garantido aos utilizadores o acesso direto e imediato aos conteúdos veiculados dentro desse canal informativo. Será por meio da tração do número de visualizações,

publicações e interações realizadas através de uma determinada *hashtag*, que os tópicos ou assuntos em debate conseguem ser promovidos à categoria de “*trending topics*” ou “tópicos em tendência” (Rauschnabel et. al, 2019: 2).

Atualmente, as *hashtags* são uma ferramenta de uso recorrente na comunicação digital que, contribuíram para o “desenvolvimento de públicos”, “difusão de movimentos sociais e políticos”, “campanhas de relações públicas”, “pesquisas de mercado” e académicas (Rauschnabel et. al, 2019: 1).

Na data de 15 de outubro de 2017, a atriz e ativista Alyssa Milano dirigiu um pedido na rede social Twitter (renomeada de X em Agosto de 2023) para que as diferentes vítimas de violência sexual respondessem ao seu *tweet*, utilizando a *hashtag* #MeToo: “*If you’ve been sexually harrassed or assaulted write “me too” as a reply to this tweet.*” (Pflum, 2018 *apud* Bloomfield, 2019: 400).

A publicação deste *tweet* surgiu numa altura em que eram debatidas publicamente as acusações de assédio e de abusos sexuais do magnata do cinema, Harvey Weinstein, contendo, igualmente, o ímpeto de promover a criação de um espaço seguro para que as vítimas pudessem revelar situações de violência sexual (Benedictis et. al, 2019: 719).

Esta *hashtag* foi alvo de um elevado número de *tweets* e *retweets* por milhões de pessoas dispersas pelo globo que, simultaneamente, partilhavam as suas histórias pessoais de violência sexual ou demonstravam o seu apoio para com as demais vítimas (Bloomfield, 2019; Benedictis et. al, 2019).

O impacto do *tweet* de Alyssa Milano, juntamente com a tração da *hashtag*, foi de tal forma elevado que resultou num fenómeno social que desencadeou o renascer do movimento social #MeToo (Benedictis et. al., 2019: 719).

No momento de formulação deste pedido, Alyssa Milano não possuía conhecimento acerca do movimento que havia sido anteriormente criado por Tarana Burke, em 2006.

Independentemente desse facto, o objetivo do *tweet* de Alyssa Milano foi muito semelhante ao de Tarana Burke quando utilizou a expressão #MeToo porque ambas apresentavam em comum um sentimento de união entre as vítimas de abusos e agressões sexuais e promoveram atos de solidariedade e de empatia.

O *tweet* de Milano atuou como um verdadeiro “catalisador” para as discussões acerca do #MeToo, (Bloomfield, 2019: 400), com base na partilha do trauma e no apoio social.

Efetivamente, esta noção de apoio social digital passa a ser alvo de estudo pela academia que a classifica como uma “importante forma de comunicação”, capaz de afetar a saúde física e mental das vítimas, ajudando-as no processo de superação e de recuperação de stress e traumas.

De acordo com House (1981) existem as seguintes categorias de apoio social: “emocionais, informativas, de avaliação e instrumental”. As “mensagens de apoio emocional” incluem: “demonstrações verbais ou não verbais de compreensão, carinho, bondade, confiança ou amor para com uma pessoa em perigo”; as “informativas” focam-se na partilha de “conselhos relevantes ou conhecimentos úteis” que permitem enfrentar desafios e contextos particulares; as “de avaliação” têm o propósito de guiar os “destinatários” a avaliarem-se melhor e às situações que enfrentam, por meio da “comparação social”, isto é, comparando-se com os outros; as de “apoio instrumental” referem-se às ajudas “diretas e tangíveis” (House, 1981 *apud* Hosterman et. al., 2018: 70).

Na verdade, o *tweet* de Milano agiu, primeiramente, como uma mensagem de apoio emocional, ao vincular uma ideia de união, suscitada pela partilha de uma realidade comum, combatendo a ideia distorcida de isolamento social das vítimas de agressão e de abuso sexual. Tal facto fica provado quando Milano refere que a resposta ao movimento permitiu que o “sofrimento coletivo” se transformasse em “poder coletivo” (Pflum, 2018 *apud* Bloomfield, 2019: 400).

Ainda assim, pode-se afirmar que o *tweet* de Milano despoletou igualmente as outras dimensões de apoio social: como mensagem de apoio informativa, dando voz às histórias das vítimas e ampliando o debate acerca destas questões; como mensagem de apoio de avaliação, ao revelar o elevado número de vítimas, apontando para a presença generalizada de situações de assédio sexual e, por fim, como mensagem de apoio instrumental, ao serem fornecidas, dentro da *hashtag* #MeToo noções básicas de defesa contra agressores, ajuda psicológica e tratamento jurídico-legal destas situações, entre outras.

Para além desta dimensão de apoio social, tal como explica o site #MeToo, o movimento tem o objetivo de “agregar uma ampla base de sobreviventes para perturbar os sistemas que permitem a proliferação global da violência sexual” (Bloomfield, 2019: 400).

Por outras palavras, o que se pretende é (1) difundir uma mensagem de apoio e união entre vítimas de abusos ou agressões sexuais; (2) consciencializar para a prevalência destes casos na contemporaneidade e (3) estimular a ação coletiva no combate à violência sexual.

Tendo por base um ponto comum que se prende com a sobrevivência e a recuperação psicoemocional das situações de abuso ou agressão sexual ocorridas na infância, adolescência ou idade adulta, o #MeToo pretende combater em particular o que designa de “assédio sistémico”, muito presente na contemporaneidade (Bloomfield, 2019: 400).

O movimento social #MeToo recebeu muita atenção e apoio pelo facto de incluir a participação de várias celebridades que expunham as suas histórias de violência sexual. No entanto, o #MeToo não fica limitado à participação das celebridades, estando igualmente aberto a todas

as vítimas de abuso e agressão sexual. Efetivamente, a mensagem que se pretende transmitir é a de que a violência sexual é uma realidade muito presente na sociedade civil que transcende “divisões raciais, de género, económicas, culturais e sexuais”, sendo necessária a tomada de uma posição ativa para que ocorra uma completa mudança na sociedade civil (Bloomfield, 2019: 404).

Apesar da considerável atenção dada ao papel dos *sites* de redes sociais na divulgação do #MeToo, muito pouco foi dito acerca do papel dos meios de comunicação social.

Efetivamente, as redes sociais tiveram um papel importantíssimo ao aumentar a atenção e a visibilidade dadas ao movimento social #MeToo que se difundiu a uma escala global.

Não obstante, os meios de comunicação social desempenharam uma função primordial, no que concerne à informação e discussão do #MeToo, através do recurso a notícias tradicionais, que enquadravam o movimento social em contextos particulares, facilitando a acessibilidade e a compreensão dos factos para os indivíduos com dificuldade de acesso à internet ou com iliteracia digital (Benedictis et al., 2019: 719).

Por conseguinte, pode afirmar-se a existência de uma relação indissociável entre a “visibilidade mediática do feminismo” e a “energia e ativismo feminista” (Banet-Weiser, 2020: 15).

CAPÍTULO 2

Desenho da Pesquisa

2.1. Metodologia e tipo de estudo

A presente investigação encerra uma pesquisa quantitativa e qualitativa.

As investigações de pesquisa quantitativa ostentam, normativamente, uma configuração particular cuja elaboração é feita através do recurso a métodos quantitativos específicos.

O objetivo da pesquisa quantitativa é o de registar a presença ou ausência de um conjunto de variáveis específicas que permitem criar uma “quantificação adequada e representativa” do cômputo geral dos dados em análise (Lanza et. al., 2017: 12), tornando-os em factos “reprodutíveis e generalizáveis” (Karami & Slee, 2006 *apud* Lanza et. al., 2017: 12).

A decisão de efetuar uma pesquisa quantitativa no estudo da cobertura jornalística do movimento social digital #MeToo visa determinar o grau de frequência com que palavras ou expressões, temáticas e atores sociais são referidos e em que contexto se inserem.

Por seu turno, as investigações de pesquisa qualitativa assumem entre si diferentes formatos, no que concerne ao método, à forma e aos objetivos que estiveram na origem da sua realização (Neves, 1996: 1); todavia, as investigações de pesquisa qualitativa apresentam uma característica essencial cuja intenção é permitir aos investigadores a identificação de uma pesquisa deste tipo.

De acordo com a explicação de Maanen (1979) as investigações de pesquisa qualitativa:

“Compreende(m) um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a descodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenómenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação.” (Maanen, 1979: 520 *apud* Neves, 1996: 1).

De igual modo, a presente investigação abrange interesses de âmbito fundamentalmente “exploratório”, “descritivo” e “explicativo” (Babbie, 2013: 112) cujo objetivo é proceder ao encontro e à compreensão de “significados através das narrativas verbais” (Bento, 2012: 1).

Neste trabalho, a forma de pesquisa qualitativa aplicada é o estudo de caso, visto que visa à realização de uma “análise profunda de uma unidade de estudo”, particularmente da cobertura mediática do fenómeno social digital #MeToo (Neves: 1996: 3).

O facto de esta investigação aplicar conjuntamente métodos quantitativos e qualitativos tem o benefício de “identificação de variáveis específicas”, de registo e controlo dos “vieses” e, finalmente, da criação de uma “visão global do fenómeno” social, respetivamente (Duffy, 1987 *apud* Neves, 1996: 3).

Neste seguimento, urge definir a questão de partida, através da qual será realizada esta investigação académica, e as hipóteses de investigação que serão alvo de testagem.

A questão de partida que se coloca é a seguinte: “Qual é o tipo de cobertura mediática acerca do movimento social #MeToo nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã?”.

As hipóteses de investigação que nortearão este estudo são:

H1: Os meios de comunicação social elaboram uma cobertura mediática oscilante dos movimentos sociais ciberfeministas.

H2: Os meios de comunicação social elaboram a cobertura mediática dos movimentos sociais ciberfeministas em conformidade com os registos de atenção e atividade social.

H3: A cobertura mediática no *site* do jornal Público acerca do movimento social #MeToo apresenta um discurso mais informativo.

H4: A cobertura mediática no *site* do jornal Correio da Manhã acerca do movimento social #MeToo apresenta um discurso mais opinativo.

2.2. Campo empírico e métodos de recolha e análise de dados

Tal como refere Manning (1979), uma investigação de pesquisa quantitativa e qualitativa obriga, invariavelmente, ao estabelecimento de um “corte tempo-espacial” cujo propósito é o de delimitar o “campo” e a “dimensão” do objeto de estudo (Manning, 1979: 668 *apud* Neves, 1996: 1).

Neste seguimento, importa definir qual o “corte tempo-espacial” ou “campo empírico”, no que concerne ao período de tempo de observação e aos meios de comunicação em análise.

Primeiramente, no que concerne à escolha dos meios de comunicação social, importa referir que se optou pela versão digital, em detrimento da versão impressa, devido ao crescimento do consumo de notícias e informação disponíveis *online*.

De acordo com os dados avançados pelo recente estudo publicado pelo Bareme Internet da Marktest, o número de portugueses que leem notícias *online* tem vindo a aumentar constantemente desde 2013. Em 2017, o universo total de leitores de notícias *online* em Portugal correspondia a 60.6%, tendo aumentado para 63.3% em 2018 e para 71.9%, em 2022 (Marktest, 2022).

Posto isto, os meios de comunicação social escolhidos foram os *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã.

Esta escolha justifica-se por três razões. A primeira prende-se com o facto de o Público e o Correio da Manhã serem ambos jornais diários portugueses. A segunda tem a ver com o facto de se tratar de dois jornais com elevados números de circulação digital paga, em Portugal (APCT, 2022). A terceira, por serem jornais muito diferentes no que diz respeito às suas linhas editoriais. Inequivocamente, os jornais Público e Correio da Manhã são antagonicamente diferentes no espectro da imprensa portuguesa, visto que o Público é caracterizado como um “jornal de referência em Portugal” e o Correio da Manhã é considerado um “jornal de cariz popular” ou tabloide. (Teixeira, 2021: 2)

Um jornal em formato *online* distingue-se pela sua apresentação e configuração de um jornal em formato impresso, principalmente no que concerne à transposição de uma organização disposta em sucessivas páginas de texto para uma configuração em “níveis de profundidade” cuja ligação remonta, invariavelmente, à página inicial (Fidalgo, 2003: 4-5).

Para a recolha da amostra, procedeu-se a uma pesquisa centrada puramente nos motores de busca dos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã, recorrendo ao uso de palavras-chave identificativas do movimento em estudo: “MeToo”, “violência sexual” e “assédio sexual”.

O campo empírico da presente investigação compreende os meses de Outubro dos anos de 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 e 2022.

Esta delimitação pretende explorar a frequência da cobertura mediática do movimento social #MeToo, partindo do mês em que este se tornou viral na rede social Twitter, Outubro de 2017, percorrendo todos os meses do seu aniversário e terminando no mais recente, em que completa o seu quinto aniversário, a fim de constatar se existe um aumento ou declínio de cobertura.

Finalmente, no que diz respeito ao método de análise de dados optou-se por escolher a Análise Crítica do Discurso.

A análise crítica do discurso enquanto disciplina surgiu na década de 1960, sob a influência da Linguística e das Ciências Sociais e Humanas, com o propósito de estudar o uso da linguagem, os *media* e o jornalismo.

Neste sentido, a análise crítica do discurso procurou atentar à articulação linguística empregue em “eventos comunicativos”, isto é, “em situações de interação e de comunicação”, transcendendo as limitações de “palavras” e “frases”, com o propósito de verificar o modo de “reprodução da sociedade” no cômputo geral (Correia, 2011: 45).

Não obstante o facto de a análise crítica do discurso possuir diferentes modelos de estudos linguísticos e de comunicação, o presente trabalho irá operar de acordo com a análise crítica do discurso de Ruth Wodak, pelo facto de se tratar de uma ferramenta analítica do discurso focada na observação, na interpretação e na significação das diferentes narrativas construídas pelos meios de comunicação (Wodak, 2007).

A Análise Crítica do Discurso de Ruth Wodak defende a premissa que existem cinco estratégias discursivas na construção das narrativas mediáticas, designadamente as estratégias de: “nominalização”; “predicação”; “argumentação”; “perspetivação” e “intensificação/mitigação” e, adicionalmente, advoga que estas estratégias podem produzir consequências na transmissão clara e objetiva de informações e de notícias.

A estratégia de nominalização refere-se à conceção de uma dicotomia entre grupos: *ingroup* (grupo interno) e *outgroup* (grupo externo). Esta divisão de grupos heterogéneos será reforçada através da estratégia de predicação que antagonicamente identifica e caracteriza os grupos, recorrendo à utilização de palavras, expressões e adjetivações de carácter positivo e negativo, respetivamente. A estratégia de argumentação levará a cabo o processo de legitimação da dicotomia formada pelas suas antecessoras, justificando-as com o recurso a premissas cuja credibilidade poderá ser corroborada ou contestada.

Por seu turno, a estratégia de perspetivação refere-se ao papel assumido pelo criador da narrativa construída, focando-se no posicionamento assumido por aquele que poderá ser de inclusão (caracterizando-se como membro de um grupo em detrimento do outro); exclusão (optando por, publicamente, não tomar partido por nenhum destes grupos) ou neutro (imiscuindo-se totalmente da narrativa que constrói). Por fim, a estratégia de intensificação/mitigação visa, tal como o nome indica, sublinhar ou aplacar a dicotomia entre os grupos, fazendo usufruto do trabalho desenvolvido pelas estratégias anteriores.

CAPÍTULO 3

Estudo de Caso

3.1 Apresentação e discussão dos dados

A fim de realizar uma análise quantitativa inicial do número de peças jornalísticas publicadas, procedeu-se à recolha do material de análise, primeiramente, no *site* oficial do jornal Público.

Aquando da elaboração desta recolha primária dos dados, verificaram-se duas questões. Em primeiro lugar, constatou-se que a filtragem das peças jornalísticas com o recurso às palavras-chave “MeToo”, “violência sexual” e “assédio sexual” incluía um conjunto de peças referentes ao movimento social #MeToo cujo enquadramento era realizado, em simultâneo, nos espaços dedicados às três palavras-chave, culminando no encontro de um mesmo conteúdo em três locais diferentes. Perante esta descoberta decidiu-se, por uma questão de rigor quantitativo, que as notícias cuja publicação era realizada, simultaneamente, no âmbito de duas ou mais palavras-chave eram contabilizadas exclusivamente uma vez.

O objetivo desta distinção, no momento de contabilização das peças jornalísticas, prende-se com a necessidade de apurar se a concentração de notícias referentes ao movimento social #MeToo era maioritariamente visível no espaço dado à primeira palavra-chave ou, caso contrário, nas palavras-chave “violência sexual” e “assédio sexual” se tornava viável o encontro de publicações novas referentes ao #MeToo.

Em segundo lugar, verificou-se que as palavras-chave “violência sexual” e “assédio sexual” incluíam um vasto conjunto de peças jornalísticas referentes a outros assuntos e acontecimentos enquadrados no âmbito destas temáticas que optavam por não mencionar ou aludir ao #MeToo. Nestes casos, verificou-se que as peças jornalísticas em questão reportavam-se, essencialmente, a casos de violência doméstica, de abusos a menores e de assédio sexual no desporto e na igreja. Em terceiro lugar, identificou-se, ainda, a existência de um conjunto de conteúdos jornalísticos que, estando enquadrados no âmbito das palavras-chave selecionadas, não incluíam qualquer referência ao movimento social #MeToo, optando por aludir sub-repticiamente àquele através da figura de Harvey Weinstein.

No caso específico do movimento social #MeToo, Harvey Weinstein foi identificado na sequência das denúncias de assédio e abuso sexual feitas por celebridades, em Hollywood.

Em face da descoberta destes fatores, julgou-se necessário delimitar a amostra recolhida da seguinte forma: as peças jornalísticas presentes nas palavras-chave “MeToo”, “violência sexual” e “assédio sexual” serão contabilizadas uma única vez e pela ordem supra-indicada e, no caso das palavras-chave “violência sexual” e “assédio sexual”, requerer-se-á a obrigatoriedade de referência ao movimento social #MeToo, podendo ficar expressa no título ou no corpo do texto, ou, em alternativa, a referência a Harvey Weinstein, figura de destaque no movimento social, realizada, por diversas ocasiões, em detrimento de nomeação do #MeToo.

Respeitando as delimitações apresentadas anteriormente, no que concerne aos dados recolhidos através do *site* do jornal Público, verificou-se que a soma final do número de peças jornalísticas publicadas per fez o total de 113 notícias (Figura 1).

No que toca à análise quantitativa inicial, apurou-se que a distribuição das peças jornalísticas pelas diferentes palavras-chave não foi elaborada de modo equitativo, tal como se presumira. Inicialmente, julgava-se que a maior concentração das notícias estaria invariavelmente presente na palavra-chave “MeToo”, mas, logo no mês inicial, Outubro de 2017, verificou-se o oposto. De facto, em Outubro de 2017, a palavra-chave “assédio sexual” regista um maior número de publicações de peças jornalísticas em referência ao movimento social, comparativamente ao número daquelas registadas na palavra-chave “MeToo”, que per fez um total de 14 notícias.

Inclusivamente, pode, desde já, revelar-se que existe uma diferença notável em relação às peças. Nas peças jornalísticas com a palavra-chave “MeToo”, o movimento social é abordado de forma informativa e diligente, ao passo que na palavra-chave “assédio sexual”, este movimento social, em diversas ocasiões, acaba por ser meramente citado ou referido em face das denúncias de abuso e assédio sexual feitas, na sua grande maioria, pelas vítimas ou sobreviventes.

Contudo, a partir de 2017, a palavra-chave “MeToo” passa a concentrar em si a maioria ou a totalidade das notícias publicadas, como se verifica nos meses de Outubro do ano 2019 a 2022. Ainda no que se refere à análise quantitativa, verificou-se que a publicação das peças jornalísticas não ficou distribuída de forma igualitária ao longo do período de tempo estudado. Em primeiro lugar, verificou-se que, ao contrário do que se previa encontrar, o maior número de notícias publicadas pelo *site* do Público foi registado em Outubro de 2018.

Inicialmente, pressuponha-se que a data de maior produção e publicação das peças jornalísticas seria Outubro de 2017, data da publicação do *tweet* da ativista Alyssa Milano, cuja repercussão catapultou o movimento social #MeToo para a categoria de “tópico em tendência” na rede social. Todavia, os resultados demonstram o oposto, patenteando um aumento de 9 peças jornalísticas publicadas do ano de 2017 para o de 2018, passando, assim, de um total de 42 para 51 notícias.

Não obstante o facto de este representar um aumento ligeiro, procurou-se apurar a razão que levara a esta diferença positiva.

De imediato, averiguou-se que havia sido a denúncia de violação sexual de Kathryn Mayorga por Cristiano Ronaldo que atuara como evento catalisador para o debate acerca do #MeToo.

Efetivamente, de entre as 51 notícias publicadas em 2018, 13 reportavam-se à denúncia de Kathryn Mayorga, o que viabilizou que a discussão acerca do #MeToo fosse reconduzida para o espaço geográfico nacional, por meio da figura do jogador português, Cristiano Ronaldo.

Em segundo lugar, verificou-se que a publicação de peças jornalísticas referentes ao #MeToo diminuiu acentuadamente em Outubro de 2019, contrariando a tendência de crescimento obtida no ano anterior, tendo voltado a diminuir nos meses de Outubro de 2020 e de 2021.

Constatou-se igualmente que, nestes períodos, as peças jornalísticas publicadas referentes ao #MeToo tinham o propósito fundamental de transmitir ao público-leitor novas e atualizadas informações respeitantes ao movimento social que, por norma, se detinham no processo de julgamento e da subsequente atribuição de pena de prisão a Harvey Weinstein.

Em terceiro lugar, constatou-se que, em Outubro de 2022, o número de peças jornalísticas aumentou para o dobro das registadas no ano anterior, devido ao facto de, por esta altura, ocorrer o julgamento de três figuras, nomeadamente do realizador Paul Haggis e dos atores Danny Masterson e Kevin Spacey. Inclusivamente, foram as acusações de assédio sexual a quatro homens realizadas pelo ator Kevin Spacey que tiveram o maior destaque.

Na sequência da análise quantitativa realizada, ilustradora da queda do número de peças publicadas, no espaço de tempo selecionado, e da respetiva justificação para tal decréscimo, procurou-se, igualmente, quantificar o *corpus* da análise no que se refere à autoria das peças. A autoria das peças jornalísticas, em função do sexo do autor, foi objeto de análise pelo facto de facultar um melhor entendimento acerca do grau de atenção e visibilidade dada ao #MeToo e, em particular, como se verá posteriormente, no que concerne ao registo linguístico utilizado. Neste sentido, verificou-se que, no cômputo geral, a autoria das peças jornalísticas é maioritariamente realizada por indivíduos do sexo feminino (num total de 55 peças) enquanto os indivíduos do sexo masculino ocupam o terceiro lugar de autoria (num total de 15 peças). A categoria “outros” ocupa o segundo lugar, reportando-se à autoria das agências de notícias que, pelo facto de não identificarem o autor, não permitem a categorização em função do sexo (Figura 2).

De acordo com a análise quantitativa do número de peças jornalísticas publicadas pelo *site* do jornal Público foi possível apurar que o movimento social #MeToo perdeu substancialmente a atenção mediática de que havia usufruído em Outubro de 2017 e, em particular, de 2018.

No que concerne à autoria das peças jornalísticas verificou-se uma notória disparidade nas peças publicadas por indivíduos do sexo feminino e masculino.

Efetivamente, o número de notícias publicadas por indivíduos do sexo feminino suplantou grandemente o número daquelas publicadas pelos indivíduos do sexo masculino, numa diferença considerável de 55 para 15, o que totaliza um decréscimo de 40 peças jornalísticas.

Por fim, apurou-se que, não obstante o facto de as questões de violência e de assédio sexual marcarem presença assídua na *agenda-setting* dos meios de comunicação social, o destaque que foi dado ao movimento social #MeToo, em particular, foi de curta duração.

Após Outubro de 2018, as peças jornalísticas publicadas no *site* do jornal Público davam conta apenas de um relatório anual cujo propósito era o de informar o estado em que se encontravam os processos jurídicos daqueles que haviam sido alvo de denúncias de violência e assédio sexual.

Em jeito de conclusão, afirma-se que a cobertura mediática dada ao movimento social #MeToo foi extremamente efusiva, o que acabou por remetê-lo ao esquecimento pelo público.

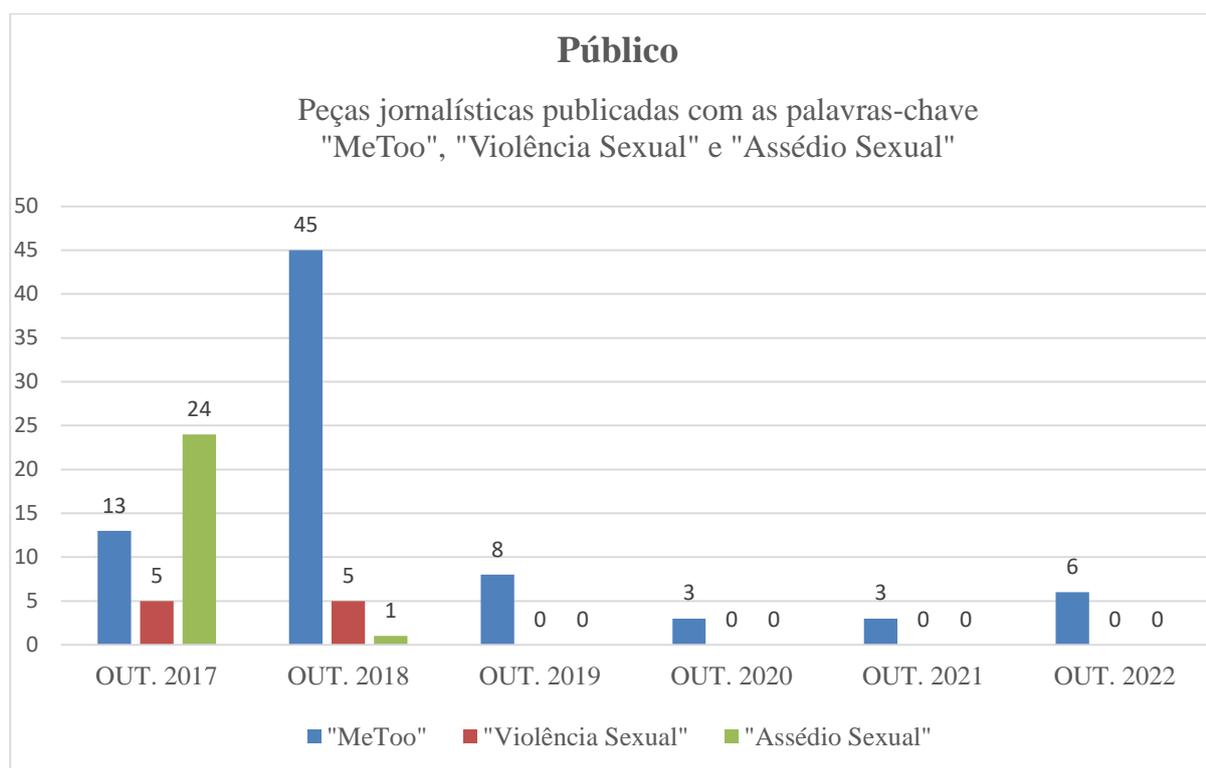


Figura 3.1. Peças jornalísticas publicadas com as palavras-chave “MeToo”, “Violência Sexual” e “Assédio Sexual” no *site* do jornal Público.

Fonte própria

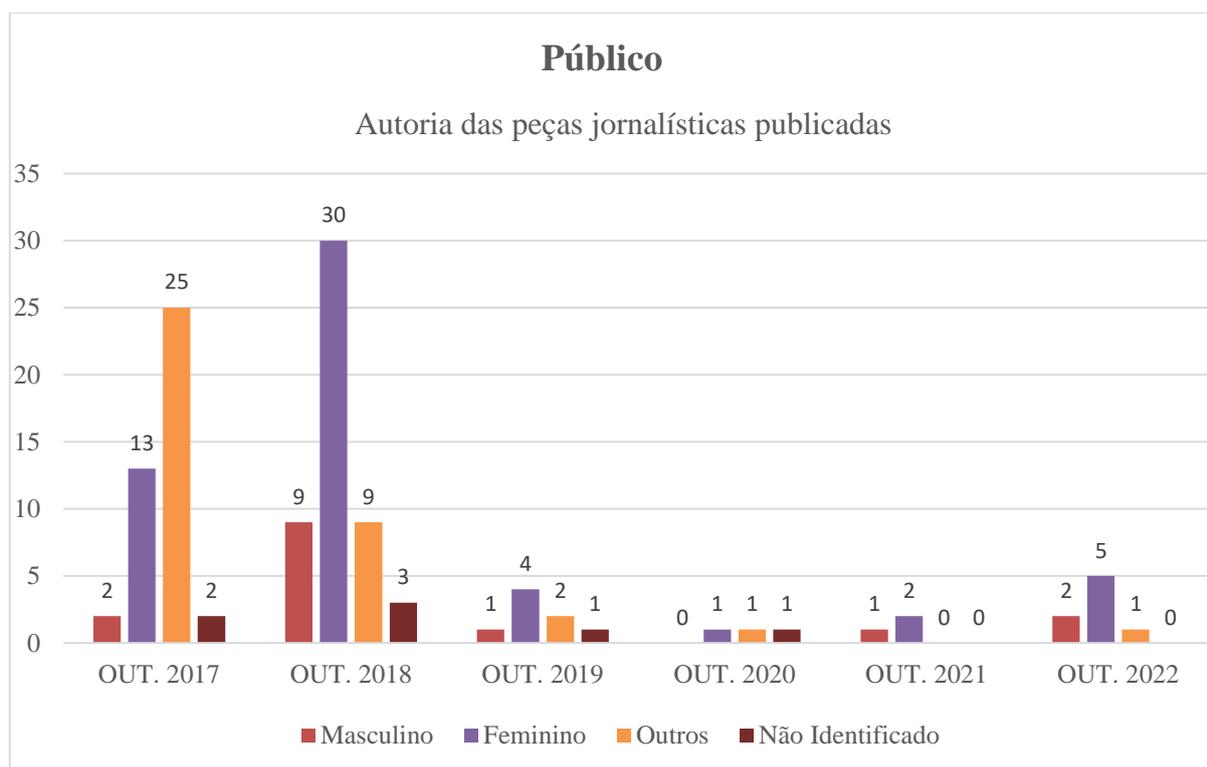


Figura 3.2 - Autoria das peças jornalísticas publicadas no *site* do jornal Público.

Fonte própria.

Finda a análise quantitativa do *site* do Público, passou-se para a do Correio da Manhã. No que concerne à quantificação do número de peças jornalísticas publicadas neste *site*, constatou-se que se trata de uma realidade totalmente diferente daquela encontrada no anterior. Em primeiro lugar, verificou-se que a concentração das notícias referentes ao movimento social #MeToo, no primeiro mês em análise, Outubro de 2017, foi nula no espaço da palavra-chave. Ao procurar apurar a razão pela qual isto acontecera, constatou-se que as notícias referentes ao #MeToo estavam a ser enquadradas no espaço cuja palavra-chave era “Harvey Weinstein”. De facto, exclusivamente em Outubro de 2017, foram registadas, no total, 29 peças jornalísticas referentes ao movimento social com a palavra-chave “Harvey Weinstein”, sendo que, nos meses em análise seguintes, esta não voltou a verificar quaisquer outros registos da mesma ordem. A título excepcional foram consideradas as peças jornalísticas publicadas com a palavra-chave “Harvey Weinstein” pelo facto de conterem referências ao movimento social #MeToo, elucidativas do modo como foi elaborada a cobertura mediática do movimento social no *site*. No cômputo geral, as peças jornalísticas publicadas no *site* do Correio da Manhã referentes ao #MeToo foram, na sua totalidade, 42 peças, contabilizando as mencionadas acima. De modo semelhante ao que ocorre no *site* do Público, no do Correio da Manhã o maior número

de peças jornalísticas publicadas ocorre em Outubro de 2017, na soma total de 30 peças, e em Outubro de 2018, com apenas 11 peças. Em Outubro de 2019 é publicada apenas 1 notícia. Em Outubro de 2020, de 2021 e de 2022 não foram verificados quaisquer registos de peças referentes ao movimento social #MeToo no âmbito das quatro palavras-chave mencionadas.

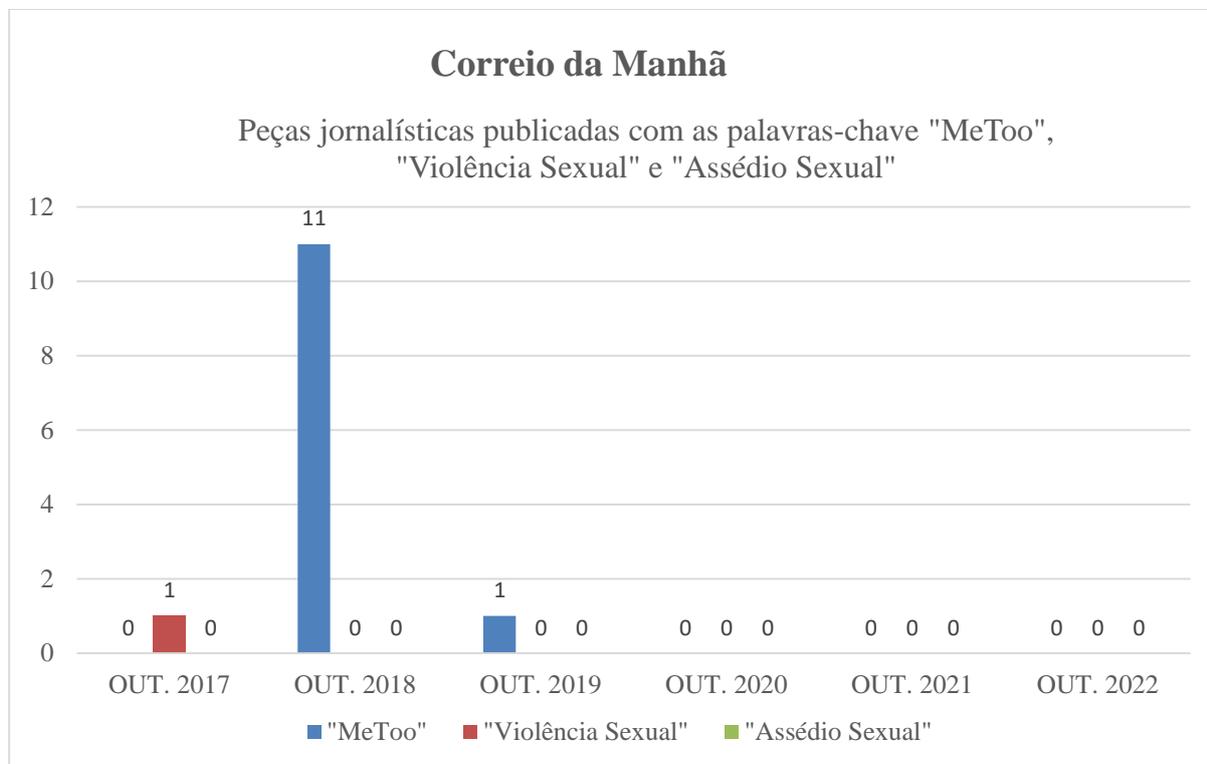


Figura 3.3 - Peças jornalísticas publicadas com as palavras-chave “MeToo”, “Violência Sexual” e “Assédio Sexual” no *site* do jornal Correio da Manhã.

Fonte própria.

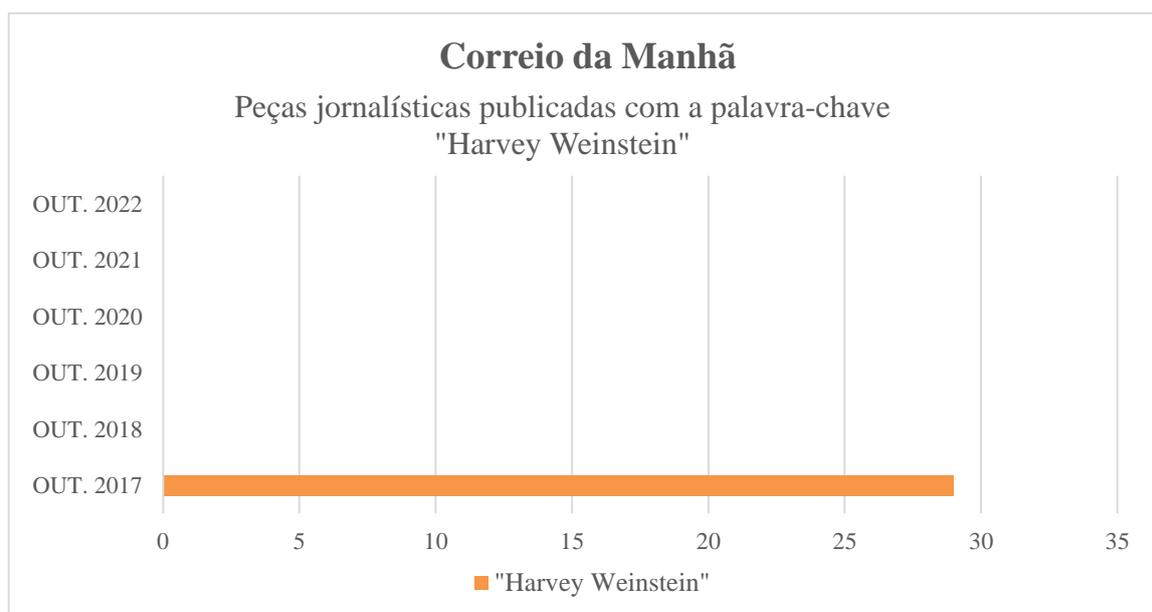


Figura 3.4 - Peças jornalísticas publicadas com a palavra-chave “Harvey Weinstein” no *site* do jornal Correio da Manhã.

De modo análogo ao que havia sido realizado na análise do *site* do jornal Público, procurou-se, igualmente, apurar a autoria das peças jornalísticas no *site* do Correio da Manhã, tendo-se, novamente, verificado dissonâncias entre o primeiro e o segundo.

Neste seguimento, constatou-se que a maior parte das peças jornalísticas publicadas não fornece qualquer informação acerca da autoria das mesmas. Trata-se de 14 notícias cuja autoria não é revelada. Segue-se-lhe, em segundo lugar, a autoria das agências de notícias, que, neste caso, é atribuída à agência Lusa, a única criadora das 11 notícias recolhidas neste *site*.

O terceiro lugar de autoria pertence a indivíduos do sexo masculino, com um total de 10 peças, e em quarto e último lugar encontram-se indivíduos do sexo feminino, com a quantia de 7 peças.

No que concerne à análise quantitativa do número de peças jornalísticas referentes ao #MeToo, publicadas no *site* do Correio da Manhã, constata-se que a cobertura mediática dada ao movimento social foi extremamente parca.

No que se refere à categorização por palavras-chave, verifica-se que foi indevidamente formulada, na medida em que a palavra-chave “Harvey Weinstein” regista um maior número de peças jornalísticas publicadas em comparação com a palavra-chave “MeToo”, num cálculo de 29 peças contra apenas 12, respetivamente.

Concluindo, reputa-se, sumariamente, a cobertura mediática do Correio da Manhã do movimento social #MeToo como sendo diminuta, insuficiente e indevidamente categorizada.

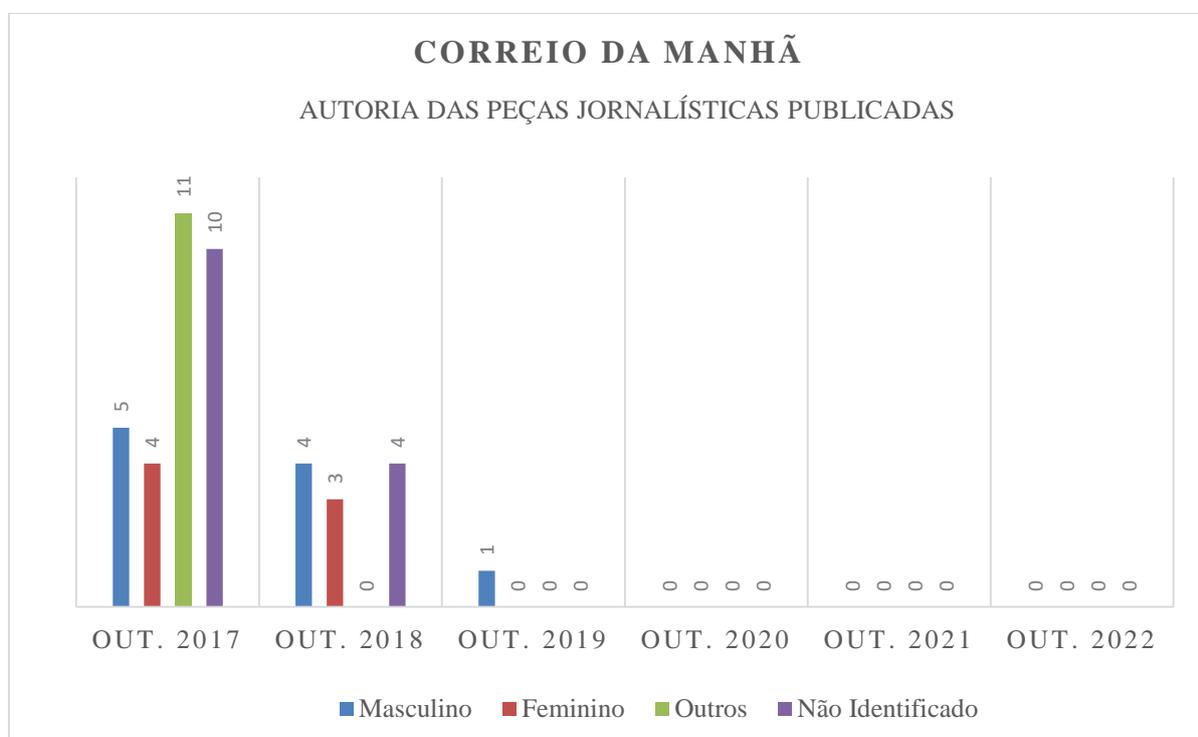


Figura 3.5 - Autoria das peças jornalísticas publicadas no *site* do jornal Correio da Manhã.

Fonte própria.

Finda a análise quantitativa inicial, procurou-se analisar o conteúdo das peças jornalísticas. Neste sentido, deu-se início à análise qualitativa com o estudo do formato jornalístico das peças. No que concerne ao *site* do Público, constatou-se que o formato jornalístico predominante foi o formato notícia.

A notícia é um enunciado linguístico cuja produção encerra o objetivo de retratar um fenómeno significativo, procurando inscrevê-lo, de forma neutra e objetiva, no âmbito da realidade social. (Sousa, 2002; Aguiar, 2007; Correia, 2011) Por este motivo, o ato de criação de uma notícia encontra-se indubitavelmente a par do ato de dar sentido ou dar significado à realidade.

Neste sentido, o papel da notícia é o de veicular um conteúdo essencialmente informativo, representativo de uma determinada realidade, adotando uma linguagem clara e concisa.

O jornalista, cuja função é a produção da notícia, cinge-se, aqui, ao papel de puro mediador, relatando os fenómenos sociais com base em registos factuais, eliminando quaisquer traços de um posicionamento pessoal em relação ao que relata.

Efetivamente, no *site* do jornal do Público, o domínio informativo teve maior nível de destaque, no qual a notícia foi o formato jornalístico mais presente, perfazendo um total de 91 peças.

O registo linguístico deste *corpus* de análise focava-se na representação do movimento social #MeToo, cuja realização foi feita ora com recurso a registos empíricos ora baseando-se em palavras, em frases e em excertos da autoria de jornais, de vítimas, de perpetradores ou outros.

O segundo formato jornalístico mais presente no *site* deste jornal foi o artigo de opinião.

O artigo de opinião é um género discursivo marcado pelo emprego de recursos adjetivais que manifestam a visão e o posicionamento pessoal do sujeito enunciadador em relação a um determinado fenómeno. (Silva et al, 2018; Lima et al, 2019)

A legitimidade da publicação de artigos de opinião é fundamentalmente dúbia ou ambígua, devido ao facto de existir uma clara “assimetria” entre o sujeito enunciadador e o interlocutor, visto que a visão e posição expressas pelo sujeito enunciadador podem condicionar a interpretação do interlocutor que consome este conteúdo a fim de obter informações e esclarecimentos sobre um fenómeno específico. (Silva et al, 2018: 85)

O terceiro formato jornalístico mais recorrente foi a entrevista, num total de apenas 5 peças.

A entrevista é um formato alicerçado em modelos de pergunta e de resposta, nos quais os entrevistadores estabelecem um conjunto de “regras” para os entrevistados (Olson & Peytchev, 2007: 273-274). Estas regras podem ir desde restrições de temáticas a abordar a limitações de tempo de resposta ou de comportamentos a adotar pelos entrevistados.

O quarto e último formato jornalístico observado foi a crónica, totalizando 3 peças.

A crónica é um género discursivo híbrido que engloba os estilos literário e jornalístico em simultâneo. De modo semelhante ao artigo de opinião, a crónica contém traços discursivos baseados na opinião particular do sujeito enunciator, remetendo para a sua categorização enquanto género opinativo, em detrimento do informativo. (Lopes, 2010; Reis, 2022)

Sintetizando, constatou-se que no *site* do Público o número de publicações de peças jornalísticas de carácter informativo, entre as quais se destacam as notícias e as entrevistas, prevalece sobre o número daquelas de carácter opinativo, isto é, os artigos de opinião e crónicas.

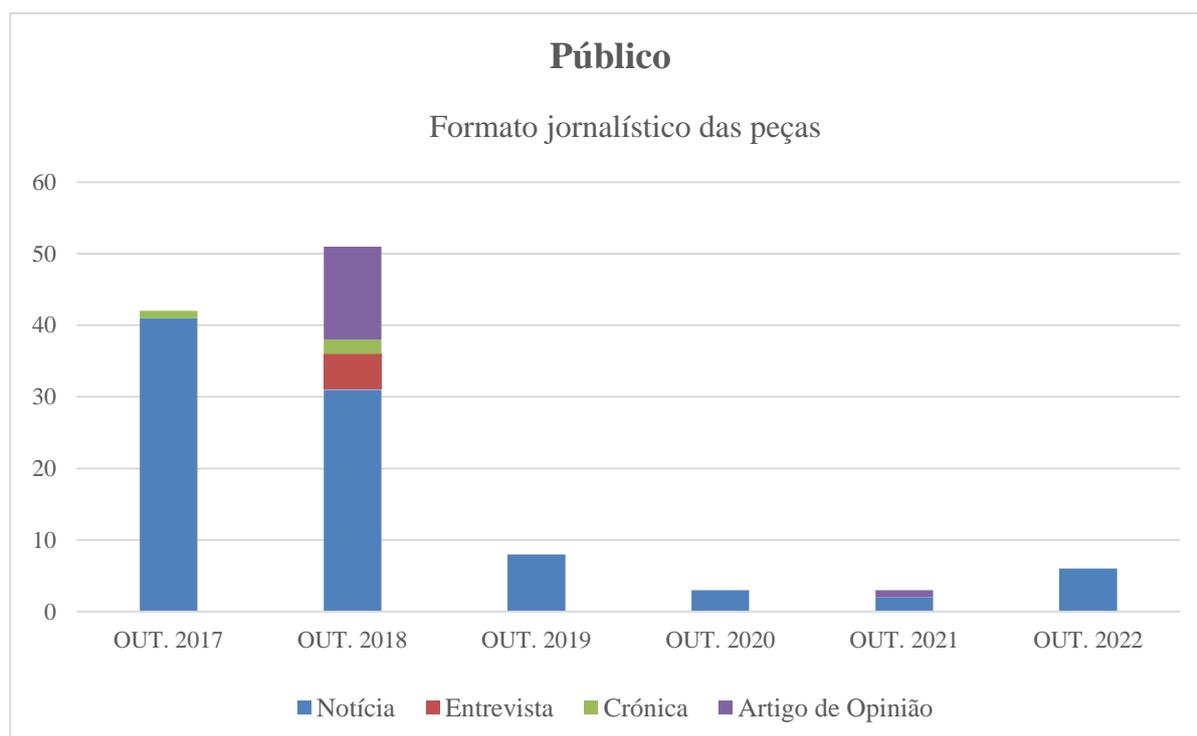


Figura 3.6 - Formato jornalístico das peças publicadas no *site* do jornal Público.

Fonte própria.

No que se refere à publicação de peças jornalísticas referentes ao MeToo no segundo *site*, o do Correio da Manhã, verificou-se a existência de apenas dois formatos jornalísticos. Desta forma, observou-se a predominância do formato notícia, com um total de 34 peças, e, em segundo e último lugar, o formato de artigo de opinião, com a publicação de 8 peças. De modo idêntico ao que ocorre no primeiro *site*, verificou-se o predomínio do carácter informativo sobre o carácter opinativo na publicação das peças jornalísticas referentes ao movimento social em estudo (Figura 7).

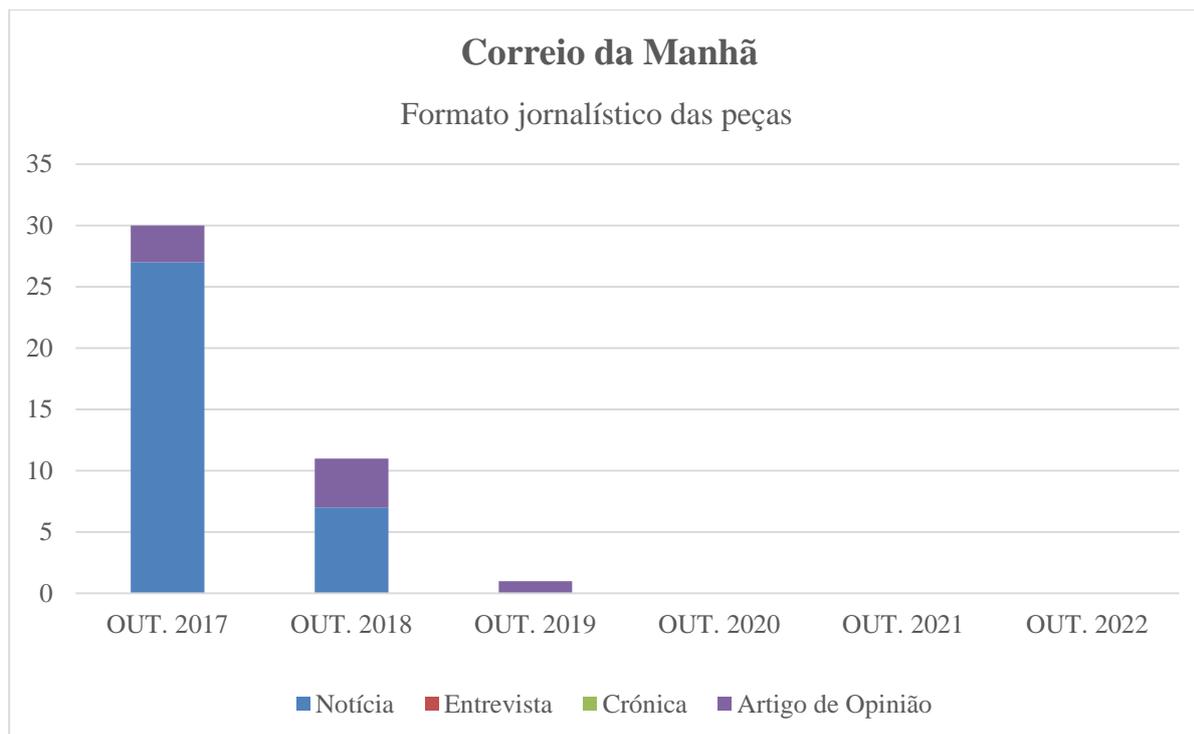


Figura 3.7 - Formato jornalístico das peças publicadas no *site* do jornal Correio da Manhã.

Fonte própria.

Perante os resultados obtidos, chegou-se à conclusão de que a pesquisa cujo foco incide apenas sobre a observação do formato jornalístico de maior destaque nestes dois *sites* não é suficiente para ilustrar a diferença do discurso empregue pelos dois meios de comunicação. Efetivamente, apesar de, em ambos os casos, prevalecer o domínio informativo, a análise do *corpus* das peças jornalísticas permitiu apurar a existência de diferenças colossais, no que diz respeito ao tratamento e ao grau de qualidade da informação.

Antes de procedermos à identificação dos excertos mais importantes, referentes ao modo como são dadas informações e esclarecimentos acerca do movimento social #MeToo, torna-se necessário atentar no registo linguístico utilizado para a identificação e referência daquele. No que concerne ao tratamento informativo do #MeToo no *site* do jornal Público, verificou-se que o registo linguístico de identificação era, notória e maioritariamente, o de contextualização, num total de 80% do *corpus*, ao invés da menção que teve um peso diminuto, com apenas 20%, tendo sido feita essencialmente em três tipos de peças jornalísticas: em notícias sobre outros casos de violência sexual, regionais ou internacionais; em notícias sobre situações de assédio sexual, com destaque para o caso da denúncia de Kathryn Mayorga de violação por Cristiano Ronaldo e, finalmente, em entrevistas a figuras públicas sem relação direta ao movimento social (Figura 8).

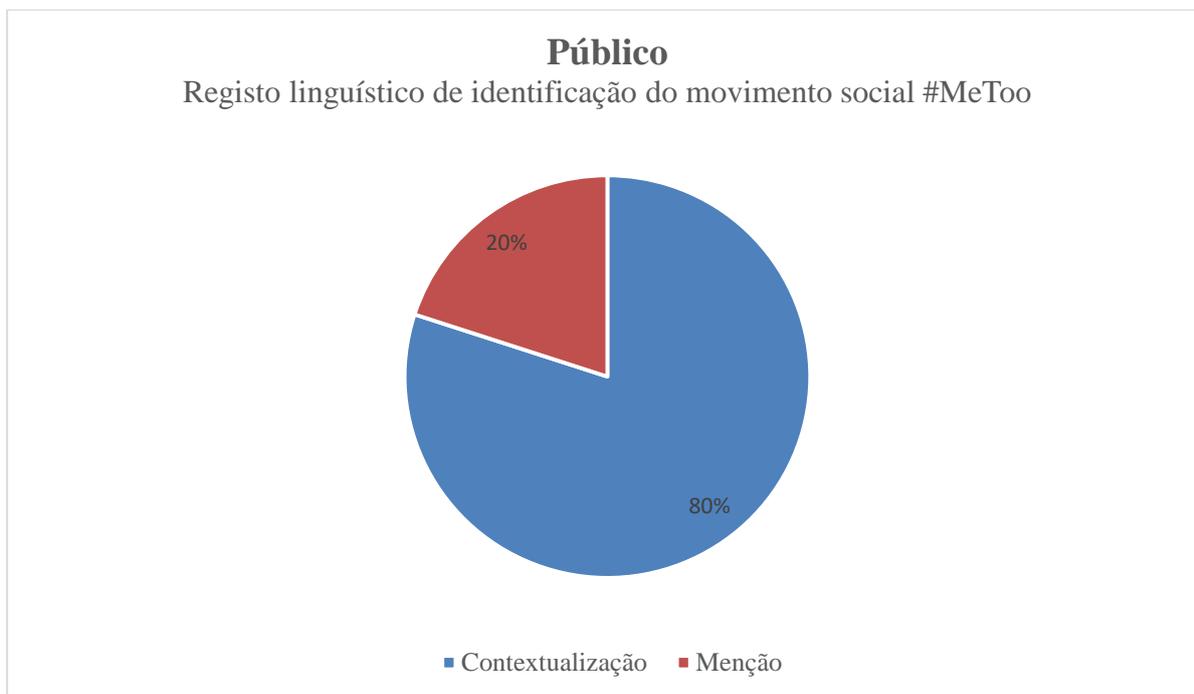


Figura 3.8 - Registo linguístico de identificação do movimento social #MeToo no *site* do jornal Público.

Fonte própria.

Em contrapartida, no *site* do jornal do Correio da Manhã, o registo linguístico de identificação mais utilizado foi a menção, com uma percentagem de 99%, tendo-se somente em 1% dos casos verificado a preocupação com a contextualização do movimento social #MeToo (Figura 9).

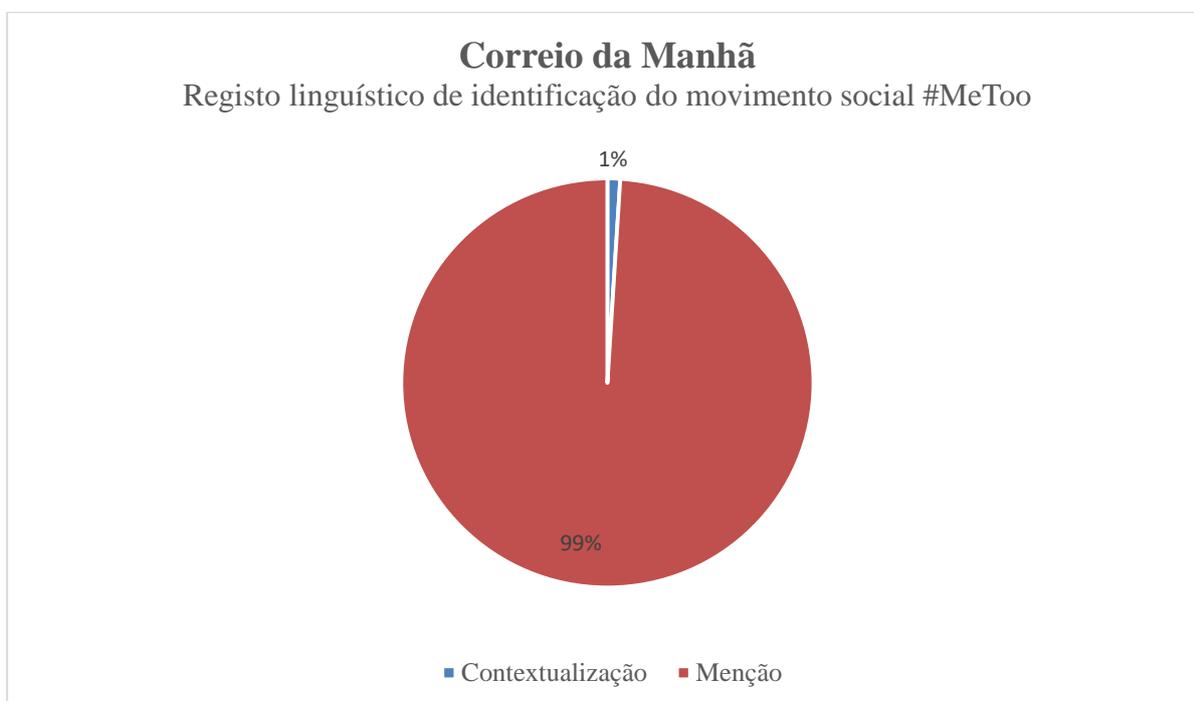


Figura 3.9 - Registo linguístico de identificação do movimento social #MeToo no *site* do jornal Correio da Manhã.

Fonte própria.

A fim de complementar a análise das peças jornalísticas do movimento social #MeToo, procedeu-se à identificação de excertos, frases e palavras a analisar, procurando enquadrá-las no modelo de análise crítica do discurso de Ruth Wodak.

No tocante às peças jornalísticas publicadas no *site* do jornal Público, verificou-se que a cobertura do movimento social foi feita maioritariamente de forma explanatória e não ambígua, a fim de produzir um relato objetivo dos factos.

A 16 de Outubro de 2017, o movimento social #MeToo é contextualizado da seguinte forma:

(1) No Twitter há uma hashtag que abre portas à denúncia de casos de assédio sexual, chama-se #MeToo e milhares de mulheres, mas também de homens partilham que já foram vítimas. Este movimento nasceu no domingo nos EUA e a imprensa aponta para a atriz Alyssa Milano como a sua criadora. Contudo, antes disso já alguns internautas partilhavam a expressão, que surgiu depois de ser conhecido o escândalo de Harvey Weinstein, o produtor de Hollywood que terá assediado centenas de atrizes e outras profissionais do mundo do espetáculo ao longo dos anos. (Público, 2017)

A partir deste excerto, torna-se possível identificar uma estratégia discursiva de Ruth Wodak. Esta estratégia é a estratégia de nominalização cujo propósito é o de criar uma dicotomia entre grupos heterogéneos: o grupo interno (ou *ingroup*) composto pelas “vítimas” de “casos de assédio sexual” e o grupo externo (ou *outgroup*) de que fazem parte os autores dos crimes, apresentando, naturalmente, a figura de Harvey Weinstein o maior destaque neste *corpus*.

A par da estratégia de nominalização encontra-se, normativamente, a estratégia de predicação, cuja junção encontra-se perceptível em passagens como:

(2) Desde a revelação do escândalo, têm-se multiplicado as denúncias de condutas incorretas e criminosas, quer por parte de atrizes reconhecidas, quer por milhares de anónimas... (Público, 2017)

(3) Três semanas de escândalo Harvey Weinstein têm um saldo significativo no que toca ao volume de denúncias, que têm como alvo não só o outrora poderoso produtor mas também muitas outras figuras de vários setores e países. (Público, 2017)

Esta segunda estratégia prende-se com a consubstancialização da dicotomia entre *ingroup* e *outgroup* através do recurso a predicados de carácter positivo e negativo aplicados a cada grupo. Neste sentido, o *ingroup* é caracterizado de forma benigna, visto que a atuação das vítimas de assédio sexual são encaradas como um “saldo positivo” de denúncias contra estes crimes.

Em contrapartida, o comportamento do *outgroup*, aqueles que praticam atos de assédio sexual, é caracterizado de modo totalmente oposto, sendo reputado de “incorreto” e “criminoso”.

As estratégias de nominalização e de predicção são as mais recorrentes nas peças jornalísticas do *site* do Público, estando presentes em essencialmente 80% das peças do *corpus* de análise. Na sequência destas estratégias, é igualmente possível encontrar neste *corpus* a estratégia de argumentação. No que concerne à estratégia de argumentação mantida pelo *site* do Público verificou-se que a lógica apresentada era muito semelhante, na maioria das peças jornalísticas. A premissa defendida é a de que o momento de divulgação das denúncias está enquadrado num contexto específico de revelação de casos de abuso, violência e assédio sexual cometidos por diferentes autores em diversos cargos de autoridade. Trata-se de um acontecimento de macro escala durante o qual as vítimas, influenciadas por um espírito de partilha, coragem e confiança, revelam as suas histórias, tendo o propósito de pôr termo ao assédio sexual sistémico.

(4) Durante décadas foi o porta-estandarte do cinema independente americano e também, denunciavam agora dezenas de mulheres, de abusos mantidos em segredo. Agora, porque o momento é outro. Há um Presidente que acha que pode “grab them by the pussy”, há os casos Bill Cosby ou Fox News, há um contexto. (Público, 2017)

(5) São pelo menos três décadas de assédio e chantagem sexual que se estendem numa lista de pelo menos 28 vítimas e que deverá continuar a crescer, à medida que mais mulheres perdem o receio de partilhar o seu testemunho. (Público, 2017)

Por seu turno, no *site* do Público, a quarta estratégia, a de perspetivação, é raramente perceptível, visto que a narrativa das peças jornalísticas ostenta um discurso claro, conciso e não ambíguo. Neste sentido, palavras, expressões ou frases reveladoras de um determinado posicionamento são, geralmente, utilizadas em formato de citação, estando atribuídas a figuras específicas:

(6) O irmão e sócio, Bob Weinstein, espera que o seu irmão “doente e depravado” tenha “a justiça que merece. (Público, 2017)

(7) “No Facebook, e depois de ter retractado as declarações em que dizia que Weinstein “não devia ser condenado por um sistema de justiceiros”, o realizador (Oliver Stone) disse que não deixaria o projeto... (Público, 2017)

Contudo, foi possível constatar a existência de traços de comentário reveladores de visões e opiniões heterogéneas que enquadravam, positiva ou negativamente, o movimento social em peças jornalísticas específicas, isto é, nos artigos de opinião e nas crónicas.

No momento de abordar o movimento social #MeToo, o discurso jornalístico oscila entre positivo, crítico ou negativo. Expressões como “marcha de solidariedade” (Público, 2017), “a força em números que vêm de experiências individuais acumuladas” (Público, 2017) e “lutas identitárias/feministas” (Público, 2018) são exemplos de um enquadramento positivo. Todavia, são também apresentados enquadramentos dissonantes que criticam a ausência de feedback dos apoiantes do #MeToo a respeito do caso de Ronaldo, que remetem para falhas na conceptualização do #MeToo e que colocam em questão os discursos das vítimas, deslegitimando a validade do movimento social.

(8) E o silêncio, agora ensurdecedor, de quem tão prontamente, com outros protagonistas, costuma erguer a bandeira do #MeToo. É Ronaldo, afinal. (...) Como se o movimento #MeToo tivesse, afinal, protegidos, intocáveis. (...) #MeToo não pode ter intocáveis: é para todas, por todas nós – ou não será. (Público, 2018)

(9) Porque a mensagem de que não há uma caça ao homem poderoso mas sim uma esperança na mudança de justiça social para todos ainda não passou. (Público, 2018)

(10) Não duvido da importância de movimentos como o #metoo na denúncia de delitos contra poderosos, mas também é hoje um dado adquirido que as proporções que o mesmo vem assumindo e a legião de sequeiros seguidores transformam tantas naturais e saudáveis demonstrações de carinho e afeto em crime. (...) Há gente a ganhar dinheiro com o #metoo e que somente procura isso mesmo. (Público, 2018)

(11) Todo o clima de denúncia é mórbido: criar tribunais onde as mulheres vão denunciar os homens que as pseudoviolarão sem provas faz delas criaturas tão odiosas... (...) Dá vergonha alheia ver os jornais onde elas publicam denúncias, sem qualquer investigação. Que náusea. (Público, 2018)

A última estratégia, a estratégia de intensificação/mitigação, cujo propósito é o de sublinhar ou aplacar a dicotomia entre o grupo interno e o externo, apresenta-se na vertente de intensificação. Encontrando-se presente na maioria das peças jornalísticas, a estratégia de intensificação contrapõe o papel das vítimas e o dos agressores, sublinhando a necessidade de pôr termo ao assédio sistémico que, ao silenciar a voz das vítimas na partilha e denúncia destes crimes, permite que os agressores continuem a praticar estes atos sem serem alvo de penas legais. Neste ponto, torna-se revelante abordar um dado curioso descoberto na análise do *corpus* das peças jornalísticas.

Na análise elaborada, verificou-se que as peças jornalísticas deram preferência à abordagem das denúncias de assédio e violência sexual e das consequências legais, resultantes do apuramento dos factos e da subsequente punição dos vários agressores, em detrimento de uma abordagem centrada em questões de igualdade de género e de igualdade de direitos.

Em concordância com a premissa defendida por Emma Bloomfield (2019: 396), observou-se uma tendência clara para a atribuição de culpas a “bodes expiatórios” cujo “sacrifício” viabiliza a instauração de uma ideia errónea de expurgação e de justiça face aos atos consumados.

Em síntese, ao aplicar o modelo de análise crítica do discurso de Ruth Wodak às peças do *site* Público verifica-se a presença de todas as estratégias discursivas na totalidade do *corpus*, salientando-se, particularmente, as de nominalização, de predicação e de intensificação.

Finda a análise do *site* do Público, efetuou-se a análise do *site* do Correio da Manhã.

No que concerne à análise das peças jornalísticas publicadas no *site* do Correio da Manhã, verificou-se que a cobertura do #MeToo foi totalmente contrária à do primeiro *site*.

No *site* do Correio da Manhã, a cobertura do movimento social foi elaborada de forma não-informativa e ambígua, verificando-se lacunas no tratamento de factos e de informações e observando-se uma tendência para a inclusão de comentários do sujeito enunciador.

Neste ponto, torna-se imperioso revelar o facto de que o movimento social #MeToo jamais foi explicitamente mencionado quer no título quer no corpo do texto das peças jornalísticas, publicadas no mês de Outubro de 2017. Este facto tem especial importância na medida em que permite identificar que, no momento fulcral de revitalização do #MeToo, a cobertura mediática omitiu o nome do movimento social, utilizando a expressão “escândalo sexual de Hollywood” e focando-se essencialmente em Harvey Weinstein.

Efetivamente, a primeira menção explícita ao movimento social #MeToo surge a 04 de Outubro de 2018 na sequência da denúncia de Kathryn Mayorga de violação por Cristiano Ronaldo. Trata-se de uma menção muito breve, nada esclarecedora e totalmente descontextualizada:

(1) Kathryn não esteve presente na conferência mas a sua defesa revelou que foi o movimento #metoo que deu força à norte-americana para revelar o caso de alegada violação. (Correio da Manhã, 2018)

A primeira menção explícita ao #MeToo que contém uma parca contextualização aparece na data de 06 de Outubro de 2018 numa peça jornalística dedicada à publicação da biografia do escritor José Saramago:

(2) Surpreendeu-me o seu lado multiamoroso, a forma mais atrevida como seduzia as mulheres”, explica o CM Joaquim Vieira. A novidade ganha maior atualidade tendo em conta as manifestações públicas contra o ,assédio sexual que têm acontecido a nível global, exemplificadas no movimento #MeToo. (Correio da Manhã, 2018)

Em 18 de Outubro de 2018, surge a terceira e última menção explícita ao movimento social, não existindo qualquer esforço para a inclusão de uma informação ou contextualização breves.

(3) Em resposta ao mesmo jornal, Paulo Dentinho explicou então que estava a preparar um programa sobre o movimento #MeToo, quando leu mais detalhadamente sobre o caso que envolve Ronaldo e Kathryn Mayorga. (Correio da Manhã, 2018)

Aplicando a análise crítica do discurso de Wodak, a diferença entre *sites* tornou-se mais visível. No tocante à estratégia de nominalização, o grupo interno e o grupo externo são alterados.

O grupo interno (ou *ingroup*) passa a ser composto por Harvey Weinstein e o grupo externo (ou *outgroup*) pelo conjunto de vítimas de casos de assédio sexual por ele praticados.

No *corpus* de peças jornalísticas, Harvey Weinstein é sucessivamente apresentado como sendo: “um dos produtores mais conhecidos e influentes de Hollywood” (Correio da Manhã, 2017) “alvo” de uma “tempestade” de acusações de abuso e de assédio sexual”.

Por seu turno, as vítimas são apresentadas como sendo: um grupo de “mulheres que denunciaram uma série de episódios diferentes que vão desde presumíveis comportamentos sexuais abusivos a supostas relações” (Correio da Manhã, 2017). Atente-se na utilização dos vocábulos “presumíveis” e “supostas”.

Efetivamente, a legitimidade das denúncias de assédio e violência sexual feitas pelas vítimas é reiteradamente colocada em causa, remetendo para a ideia de que se trata de uma “caça” que tem por “alvo” o “produtor galardoado com um Óscar” (Correio da Manhã, 2017).

(3) Harvey Weinstein, um dos produtores mais conhecidos e influentes de Hollywood, foi obrigado a abandonar no domingo a empresa de cinema independente que fundou devido a assédios sexuais que supostamente levou a cabo durante décadas. (Correio da Manhã, 2017)

(4) Múltiplas personalidades (...) vieram a público condenar o alegado comportamento de Weinstein... (Correio da Manhã, 2017)

Perante a nova formulação de grupo interno e grupo externo, a estratégia de argumentação mantém a lógica inicial de caracterizar positivamente o *ingroup* e negativamente o *outgroup*,

vinculando a ideia de que Harvey Weinstein é acusado de forma questionável, colocando em causa a legitimidade das denúncias de assédio sexual de que é alvo feitas da parte das vítimas.

(5) Harvey Weinstein, que durante muitos anos dominou Hollywood, recebeu uma chuva de críticas e comentários de repúdio depois de a revista *The New Yorker* e o jornal *The New York Times* terem revelado inquéritos ao seu comportamento baseados em dezenas de acusações.

(Correio da Manhã, 2017)

(6) “Angelina Jolie, Gwyneth Paltrow, Mira Sorvino, Ashley Judd, Léa Seydoux e Asia Argento figuram entre as mulheres que denunciaram uma série de episódios diferentes que vão desde presumíveis comportamentos sexuais abusivos a supostas violações por parte do produtor galardoado com um Óscar pela produção de “A Paixão de Shakespeare” (1998).

(Correio da Manhã, 2017)

Face ao exposto, a estratégia de perspetivação segue identicamente esta linha orientadora, sublinhando uma rutura entre os atos cometidos por Harvey Weinstein e o discurso das vítimas. O discurso apresentado contém traços de ironia, implícita e explícita, que se traduz na expressão de opiniões pessoais dos sujeitos enunciadorees que em nada abonam em favor do #MeToo.

(7) Os casos de assédio sexual a atrizes de Hollywood por parte de figuras públicas mundialmente conhecidas estão na ordem do dia. O produtor Harvey Weinstein é um dos que tem sido alvo de mais comentários e a cada dia que passa surgem mais acusações à sua pessoa. (Correio da Manhã, 2017)

(8) Felizmente as vítimas das violações, abusos e assédios de Weinstein tiveram a coragem de desabafar com jornalistas e seguidores nas redes sociais. Quando aconteceu o que lhes aconteceu nem todas estavam no início da carreira, saídas do autocarro que as tirara da terriola, como nos “anos de ouro” de Hollywood, mas foram confrontadas com o “casting couch”. (Correio da Manhã, 2017)

(9) “Condenar Harvey Weinstein, o produtor de Hollywood que agora toda a gente acusa de assédio sexual (um ato repugnante e obsceno), é o mínimo que se pode fazer. Mas é um caso de Hollywood. (Correio da Manhã, 2017)

Neste ponto específico, convém referir que, em Outubro de 2018, 10 das 11 peças jornalísticas publicadas na palavra-chave “MeToo” eram referentes à denúncia de violação feita pela modelo Kathryn Mayorga contra Cristiano Ronaldo. A última peça publicada neste período incidia sobre a publicação da biografia de José Saramago.

Perante este facto, foi possível observar que as menções explícitas ao movimento social #MeToo foram realizadas somente 3 vezes, estando presentes nos excertos (1), (2) e (3).

Na palavra-chave “MeToo” de Outubro de 2018, a estratégia de perspetivação mantém a lógica de amparar o indivíduo sobre o qual recaem as acusações de assédio ou violação sexual, Cristiano Ronaldo, e de questionar a veracidade das denúncias feitas por Kathryn Mayorga.

(10) Não é a primeira vez que Cristiano Ronaldo se vê envolvido em polémicas relacionadas com agressões sexuais... Este novo caso, envolvendo Kathryn Mayorga, parece ter mais sustentação de facto e de direito, não obstante continuar a soar, ao longe, a mais pedidos de dinheiro e bastidores. (Correio da Manhã, 2018)

(11) O que faz com que uma mulher, nascida e criada em Las Vegas, vinda da classe média, habituada ao jogo da sedução a clientes de bares, à noite, a homens que nem sempre se portam bem em frente a uma mulher e tomam um “não” por um “sim”, o que leva uma mulher a nove anos depois, expor a sua intimidade e pedir uma indemnização milionária? (Correio da Manhã, 2018)

(12) Culpado ou inocente, Ronaldo já começou a ser castigado. (...) É pena. Nestes nove anos, Ronaldo fez muita coisa boa, quer pelo mundo, quer por Portugal. (Correio da Manhã, 2018)

Finalmente, a estratégia de intensificação/mitigação está presente na vertente de intensificação cujo propósito é o de reforçar a divisão entre o grupo interno, composto por todos aqueles que são alvo de denúncias de assédio e violação sexual, e o grupo externo, composto pelas vítimas. Expressões como “mulheres que denunciaram uma série de episódios diferentes que vão desde presumíveis comportamentos sexuais abusivos a supostas relações” (Correio da Manhã, 2017) e “Quem é a mulher que pode tramar Cristiano Ronaldo” (Correio da Manhã, 2018) sublinham a noção de perseguição cujos alvos a abater são o “produtor galardoado com um Óscar” (Correio da Manhã, 2017) e o “melhor jogador do mundo” (Correio da Manhã, 2018).

No *site* do Correio da Manhã, a estratégia de intensificação coloca ênfase numa assimetria hierárquica, contrapondo a classe dita “inferior” das vítimas à classe “superior” dos agressores, num discurso que privilegia a referência sistemática aos feitos pessoais e profissionais deles. Na análise das peças jornalísticas deste *site* observou-se ainda um outro facto bastante curioso. No *site* do Correio da Manhã, verificou-se a existência de frases, de excertos e de parágrafos inteiros cujo conteúdo era retirado e copiado, por reiteradas vezes, em peças jornalísticas diferentes. Por outras palavras, observou-se uma tendência clara para a “reciclagem” dos factos e das informações em detrimento da pesquisa de novos dados ou materiais noticiosos.

Em síntese, no *site* do Correio da Manhã, as peças jornalísticas referentes ao movimento social #MeToo apresentam um discurso não-informativo e ambíguo que privilegia a figura de Harvey Weinstein enquanto o “alvo” das denúncias de assédio e violência sexual em detrimento

de uma menção explícita do movimento social e daquilo que preconiza e defende.

Na generalidade das peças publicadas, as informações acerca do movimento social #MeToo são inexistentes, na medida em que a contextualização do #MeToo é elaborada de forma insuficiente e pouco esclarecedora por apenas uma vez. Para além deste facto, o “copia e cola” de frases, excertos e parágrafos não favorece o tratamento dos factos e das informações e limita o conhecimento integral do #MeToo por parte do público leitor. Observam-se, sem dúvida, lacunas informativas, expressivas e inegáveis, numa estratégia discursiva que privilegia a inclusão de traços de comentário do sujeito enunciador, colocando em causa a relação entre subjetividade literária e o relato fidedigno dos factos.

Perante o levantamento dos dados e informações relevantes efetuado até ao momento, torna-se possível confirmar ou infirmar as hipóteses levantadas como auxiliares da resposta da pergunta de pesquisa.

No que concerne à primeira hipótese, “Os meios de comunicação elaboram uma cobertura mediática oscilante dos movimentos sociais ciberfeministas”, constatou-se que esta premissa corresponde à verdade, na medida em que apenas durante o primeiro e segundo ano após o reavivar do #MeToo existiu um maior número de publicações acerca deste fenómeno social, tendo diminuído significativamente o número de peças jornalísticas publicadas, no caso do *site* do Público, ou terminado subitamente, no caso do *site* do Correio da Manhã.

A segunda hipótese formulada, “Os meios de comunicação elaboram a cobertura mediática dos movimentos sociais ciberfeministas em conformidade com os registos de atenção e atividade social”, foi infirmada, na medida em que se registou um aumento da publicação das peças jornalísticas no ano de 2018, primeiro aniversário do #MeToo, em comparação com o número de peças publicadas no ano de 2017, data da eclosão daquele na rede social X.

A terceira hipótese, “A cobertura mediática no *site* do Público acerca do movimento social #MeToo apresenta um discurso mais informativo”, e a quarta hipótese, “A cobertura mediática no *site* do Correio da Manhã acerca do movimento social #MeToo apresenta um discurso mais opinativo”, ambas foram confirmadas, por meio da análise crítica do discurso de Ruth Wodak que demonstrou diferenças colossais na transmissão de factos e informações.

Assim, observou-se que, no caso do *site* do Público, o discurso das peças jornalísticas publicadas referentes ao #MeToo baseava-se no relato objetivo dos factos e o discurso do *site* do Correio da Manhã aparecia marcado por uma subjetividade literária intrínseca que espelhava as visões e opiniões do sujeito enunciador acerca deste movimento social.

CAPÍTULO 4

Conclusão

A presente dissertação teve o objetivo de analisar a forma através da qual foi efetuado o tratamento da informação, interpretação e significação nas peças jornalísticas, referentes ao movimento social #MeToo, publicadas nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã.

A investigação realizada encerrou, simultaneamente, uma pesquisa quantitativa e qualitativa.

Através da pesquisa quantitativa, procurou-se de averiguar o total de peças publicadas pelos *sites* destes jornais nos meses de Outubro de 2017 a 2022 enquanto a pesquisa qualitativa foi aplicada com base no modelo de análise crítica do discurso, desenvolvido por Ruth Wodak, com o propósito de obter dados mais concretos da cobertura mediática do movimento social. Na totalidade, foram analisadas 155 peças jornalísticas referentes ao movimento social #MeToo, publicadas nos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã.

Perante os dados recolhidos, foi possível o apuramento de informações curiosas, no tocante a semelhanças e diferenças do *corpus* em análise.

A primeira semelhança encontrada centra-se no período de publicação do maior número de peças jornalísticas. Tanto no *site* do jornal Público como no do Correio da Manhã, as peças referentes ao movimento social #MeToo foram publicadas maioritariamente em Outubro de 2017 e de 2018, tendo-se notado um declínio notável nos anos subsequentes, no caso do Público ou o seu total desaparecimento, no caso do Correio da Manhã.

De imediato, foi possível verificar que a cobertura mediática dada ao movimento social #MeToo por estes *sites* havia sido extremamente efusiva.

A segunda semelhança prende-se com o facto de, em ambos os *sites* dos jornais referidos, existir a prevalência de peças de formato jornalístico informativo em detrimento do formato opinativo. Efetivamente, nos *sites* do Público e do Correio da Manhã a maioria das peças jornalísticas publicadas enquadravam-se no formato notícia.

A terceira e última semelhança apurada evidenciou que a cobertura mediática dos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã estava centrada, essencialmente, na temática das denúncias de assédio e violência sexual. Ao contrário do que se previa encontrar, a questão de igualdade de direitos ou de igualdade de género teve um peso diminuto, em comparação com a tónica das denúncias e das repercussões daquelas.

Por este motivo, defende-se que a cobertura mediática do movimento social #MeToo feita pelos *sites* dos jornais Público e Correio da Manhã não contribui condignamente para uma melhor contextualização da questão da igualdade de género perante o público-leitor ao destacar, reiteradamente, as denúncias de assédio e violência sexual numa perspetiva de expurgação do bode expiatório em detrimento da denúncia do assédio sistémico e dos fatores que o permitem.

As diferenças apuradas tornaram-se visíveis no momento de aplicação do modelo de análise crítica do discurso de Ruth Wodak.

Em primeiro lugar, verificou-se que o tratamento informativo do #MeToo no *site* do jornal Público teve um registo linguístico em que predominava a contextualização, em 80% do *corpus*, sobre a menção, com apenas 20%. No caso do Correio da Manhã, os dados apurados eram totalmente diferentes, obtendo o registo linguístico de menção o total de 99% do *corpus* e o de contextualização de somente 1%.

Em segundo lugar, apesar de em ambos os *sites* dos jornais prevalecer o domínio informativo, o discurso era totalmente diferente de um para o outro.

Nas peças jornalísticas publicadas no *site* do jornal Público, a cobertura do #MeToo era efetuada de forma explanatória e não ambígua, dedicando-se ao relato objetivo dos factos.

Em contrapartida, no *site* do Correio da Manhã, a cobertura foi realizada de forma não-informativa e ambígua, observando-se lacunas significativas no tratamento da informação, marcadas pela inclusão de comentários, visões e opiniões do sujeito enunciador.

A terceira diferença prende-se com a narrativa jornalística desenvolvida por estes dois *sites* que, no caso do Público, favorece a posição das vítimas e, no Correio da Manhã, a dos agressores.

Em face da investigação realizada, julga-se que a presente dissertação consegue alcançar satisfatoriamente os objetivos delineados, tendo-se respondido à pergunta de pesquisa e confirmado ou infirmado as hipóteses formuladas no começo deste trabalho, o que acabou por contribuir para que fossem apurados novos factos e informações benéficos para o conhecimento científico da temática analisada.

Independentemente de esta investigação apresentar uma fração diminuta do saber em relação ao estudo dos movimentos sociais feministas nos meios de comunicação social portugueses, este trabalho poderá permitir outras reflexões neste domínio.

Por último, tendo presentes as limitações espaço-temporais que circunscreveram o *corpus* de análise desta investigação, torna-se evidente que subsistem margens para que pesquisas futuras abranjam um período de tempo mais alargado ou, caso contrário, que se dediquem ao apuramento de perceções do público-leitor em relação ao movimento social #MeToo e ao fenómeno do assédio e da violência sexual em Portugal.

Referências Bibliográficas

- Aguiar, L. A. (2007) *Os valores-notícia como efeitos de verdade na ordem do discurso jornalístico*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.
- Anjou, L., & Male, J. V. (1998). *Between Old and New: Social Movements and Cultural Change*. *Mobilization: An International Journal*, Vol. 3, No. 2, pp. 207-226.
- APCT (2022). *Análise Simples*. Disponível em: <https://www.apct.pt/analise-simples>
- Ashley, L. & Olson, B. (1998). *Constructing reality: Print media's framing of the women's movement, 1966 to 1986*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
- Babbie, E. (2013). *How to Design a Research Project*. In *The Practice of Social Research*. Wadsworth Cengage. Boston.
- Banet-Weiser, S., Gill, R., & Rottenberg, C. (2020). *Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation*. *Feminist Theory*, Vol. 21, No.1, pp. 3-24.
- Barakso, M. & Schaffner, B. (2006). *Winning coverage: News media portrayals of the women's Movement, 1969-2004*. *Harvard International Journal of Press/Politics*.
- Barzilai-Nahon, K. (2008). *Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Frame for Exploring Information Control*. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, Vol. 59, No. 9, pp. 1493-1512.
- Benedictis, S. D., Orgad, S., & Rottenberg, C. (2019). *#MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage*. *European Journal of Cultural Studies*.
- Bento, A. (2012). *Investigação quantitativa e qualitativa: dicotomia ou complementaridade?* Centro de Investigação em Educação. Universidade da Madeira.
- Bloomfield, E. (2019). *Rhetorical Constellations and the Inventional/Intersectional Possibilities of #MeToo*. *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 43, No. 4, pp. 394-414.
- Castells, M. (2005). *The Network Society: from Knowledge to Policy*. In Castells, M. & Cardoso, G. (2005) *The Network Society: from Knowledge to Policy*, pp. 3-22. John Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- Chesters, G. S. (2015) *Social Movements*. In Segal, R. & Stuckrad, K. (2015) *Vocabulary for the Study of Religion*. Vol. 3. Leiden: Koninklijke Brill NV: 349-354.

- Correia, J. C. (2011) *O admirável Mundo das Notícias. Teorias e Métodos*. Livros LabCom. Universidade da Beira Interior. Covilhã.
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Harvey Weinstein despedido devido a escândalo de assédio sexual*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/mundo/detalhe/despedido-produtor-de-hollywood-harvey-weinstein-devido-a-escandalo-de-assedio-sexual>
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Produtor da Amazon acusado de assédio, em mais um escândalo sexual de Hollywood*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/mundo/detalhe/produtor-da-amazon-acusado-de-assedio-em-mais-um-escandalo-sexual-de-hollywwod>
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Nos sofás de casting*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/leonardo-ralha/detalhe/nos-sofas-de-casting>
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Blog*. Disponível em: https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/francisco-jose-viegas/detalhe/20171016_0303_blog
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Sindicato de produtores de Hollywood expulsa Weinstein*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/cm-ao-minuto/detalhe/sindicato-de-produtores-de-hollywood-expulsa-harvey-weinstein>
- Correio da Manhã. (Outubro, 2017). *Tarantino envergonhado por não ter denunciado o abusador Harvey Weinstein*. Disponível em: https://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/tarantino-envergonhado-por-nao-ter-denunciado-o-abusador-harvey-weinstein?ref=Pesquisa_Destaques
- Correio da Manhã. (Outubro, 2018). *Kathryn Mayorga acusa Cristiano Ronaldo de mais de dez crimes*. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/desporto/futebol/detalhe/kathryn-mayorga-acusa-cristiano-ronaldo-de-mais-de-dez-crimes>
- Correio da Manhã. (Outubro, 2018). *CR7 Las Vegas*. Disponível em: https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/rui-zink/detalhe/cr7-las-vegas?ref=Pesquisa_Destaques
- Correio da Manhã. (Outubro, 2018) *Biografia revela um Saramago ousado com as mulheres*. Disponível em: https://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/biografia-revela-um-saramago-ousado-com-as-mulheres?ref=Pesquisa_Destaques
- Correio da Manhã. (Outubro, 2018). *Quem é a mulher que pode tramar Cristiano Ronaldo*. Disponível em: https://www.cmjornal.pt/famosos/detalhe/quem-e-a-mulher-que-pode-tramar-cristiano-ronaldo?ref=Pesquisa_Destaques
- Correio da Manhã. (Outubro, 2018). *Porquê agora?* Disponível em:

[https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/luisa-jeremias/detalhe/porque-
-agora?ref=Pesquisa_Destaques](https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/luisa-jeremias/detalhe/porque-
-agora?ref=Pesquisa_Destaques)

Correio da Manhã. (Outubro, 2018). *CR Sexo*. Disponível em:

[https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/andre-ventura/detalhe/cr-
-sexo?ref=Pesquisa_Destaques](https://www.cmjornal.pt/opiniao/colunistas/andre-ventura/detalhe/cr-
-sexo?ref=Pesquisa_Destaques)

Correio da Manhã. (2018). *ERC aprova nomeação de Maria Flor Pedroso para diretora de informação da RTP*. Disponível em: [https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/erc-aprova-
-nomeacao-de-maria-flor-pedroso-para-diretora-de-informacao-da-
-rtp?ref=Pesquisa_Destaques](https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/erc-aprova-
-nomeacao-de-maria-flor-pedroso-para-diretora-de-informacao-da-
-rtp?ref=Pesquisa_Destaques)

Diani, M. (1992). *The concept of social movement*. The Sociological Review.

Fidalgo, A. (2004). *Sintaxe e Semântica das Notícias Online: Para um Jornalismo Assente em Base de Dados*. Universidade da Beira Interior.

Freedman, E. (2002). *No Turning Back: The History of Feminism and the Future of Women*. Ballantine Books.

Hosterman, A. R., Johnson, N. R., Stouffer, R., & Herring, S. (2018). *Twitter, Social Support Messages and the #MeToo Movement*. The Journal of Social Media in Society, Vol. 7, No.2.

Howard, J. A. (1994). *A Social Cognitive Conception of Social Structure*. Social Psychology Quarterly, Vol. 57, No. 3, Special Issue: Conceptualizing Structure in Social Psychology, pp. 210-227.

Johnston, H., & Klandermans, B. (1995). *Social Movements and Culture*, Vol. 4. University of Minnesota Press. Minneapolis.

Kesavan, M. (2018). *The #MeToo Reckoning*. Indian Journal of Gender Studies, Vol. 26, No. 1&2, pp. 211-214.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Park, M. (2010) *What is Twitter, a social network or a news media?* Research Collection School of Computing and Information Systems. Singapore Management University.

Lanza, F., Silva, C., Junior, J., Almeida, V., & Bustos, V. (2017). *Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais - Introduções Metodológicas*. Universidade Estadual de Londrina.

Lima, A., Figueiredo-Gomes, J., & Souza, J. (2019) *Gêneros multimodais, multiletramentos e ensino*. São Carlos: Pedro & João Editores. Brasil.

Lopes, P. C. (2010). *A crónica (nos jornais): O que foi? O que é?* Universidade Autónoma de Lisboa.

Marktest (2022, Outubro). *Aumentam os leitores de notícias online*. Disponível em:

<https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2916.aspx>

- Martin, B. (2007). *Activism, social and political*. In Anderson, G. & Herr, K. (2007) *Encyclopedia of Activism and Social Justice*. Thousand Oaks.
- McCombs, M. (2015). *Agenda-setting*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (2nd Edition). Elsevier.
- Meyer, J. W. & Jepperson, R. L. (2000). *The “Actors” of Modern Society: The Cultural Construction of Social Agency*. Sociological Theory, Vol. 18, No. 1. American Sociological Association. New York Avenue NW, Washington, DC.
- Mousinho, F. (2017). *Ciberfeminismo em 140 caracteres: O caso da #EuParo no Twitter*. Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE-IUL.
- Neves, J. (1996). *Pesquisa Qualitativa – Características, Usos e Possibilidades*. Caderno de Pesquisas em Administração, Vol. 1, N° 3, 2.º SEM./1996. FEA-USP. São Paulo.
- Nuraddin, N. (2018). *The Representation of the #MeToo Movement in Mainstream International Media*. Jonkoping University, School of Education and Communication.
- Olson, K., & Peytchev, A. (2007). *Effect of Interviewer Experience on Interview Pace and Interviewer Attitudes*. Public Opinion Quarterly, Vol. 71, N.º 2, pp. 273-286.
- Pew, K. (2004). *A Review of Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. ODU Digital Commons. Old Dominion University.
- Philipose, P. (2019). *The #MeToo Movement*. Indian Journal of Gender Studies, Vol. 26, No. 1&2, pp. 207-211.
- Porpora, D. V. (1989). *Four Concepts of Social Structure*. Journal for the Theory of Social Behaviour, Vol. 19, No. 2, pp. 195-210.
- Price, V. & Tewksbury, D. (1997). *News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing*. Progress in Communication Sciences. Eds. George A. Barret & Franklin J. Boster. New York.
- Público (Outubro, 2017). *Weinstein perde séries, editora e o próprio irmão. Tarantino está de “coração partido”*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/14/culturaipilon/noticia/weinstein-perde-series-editora-e-o-proprio-irmao-tarantino-de-coracao-partido-1788935>
- Público (Outubro, 2017). *Mulher de Weinstein anuncia separação após revelações de abusos sexuais*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/11/impair/noticia/mulher-de-weinstein-anuncia-separacao-apos-revelacoes-de-abusos-sexuais-1788431>
- Público (Outubro, 2017). *Porquê agora? Uma anatomia da queda de Harvey Weinstein*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/12/culturaipilon/noticia/porque-agora-o-efeito-trump-e-cosby-na-queda-de-harvey-weinstein-1788505>

- Público (Outubro, 2017). *#MeToo é a resposta das mulheres que já foram assediadas*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/16/impar/noticia/metoo-e-a-resposta-das-mulheres-que-ja-foram-assediadas-1789081>
- Público (Outubro, 2017). *Escândalo Weinstein gera novas denúncias e reacende alegações de Pedofilia em Hollywood*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/26/culturaipsilon/noticia/escandalo-weinstein-desencadeia-novas-denuncias-e-reacende-suspeita-de-pedofilia-em-hollywood-1790402>
- Público (Outubro, 2017) *O efeito Weinstein chega a Crystal Castles, Ducktails, Gaslamp Killer*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/26/culturaipsilon/noticia/o-efeito-weinsten-chega-a-crystal-castles-ducktails-e-gaslamp-killer-1790428>
- Público (Outubro, 2017). *Os bons homens não deviam ser espetadores silenciosos*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/10/26/sociedade/opiniao/os-bons-homens-nao-deviam-ser-espectadores-silenciosos-1790123>
- Público (Outubro, 2018). *Mayorga, YoTeCreo*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/04/p3/cronica/mayorga-yotecreo-1846249>
- Público (Outubro, 2018). *Luta de sexos, o novo feminismo*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/09/sociedade/opiniao/luta-de-sexos-o-novo-feminismo-1846558>
- Público (Outubro, 2018). *Dos EUA ao Brasil: a ameaça do tribalismo identitário à democracia*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/14/mundo/opiniao/dos-eua-ao-brasil-a-ameaca-do-tribalismo-identitario-a-democracia-1847525>
- Público (Outubro, 2018) *#meconfused* Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/17/sociedade/opiniao/meconfused-1847909>
- Público (Outubro, 2018). *Saudades da Céline com acento, revisionismo com Malcom Gladwell e... MeToo*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/10/19/culturaipsilon/cronica/saudades-da-celine-1847558>
- Radsch, C. C. (2012). *Unveiling the Revolutionaries: Cyberactivism and the Role of Women in the Arab Uprisings*. James A. Baker III Institute for Public Policy of Rice University.
- Rauschnabel, P. A., Sheldon, P., & Herzfeldt, E. (2019). *What motivates users to hashtag on social media?* Wiley Psychology of Marketing. Wiley Periodicals, Inc.
- Reimann, N. (2023, Fevereiro). *Twitter Boosts Character Limit To 4,000 For Twitter Blue Subscribers*. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/nicholasreimann/2023/02/08/twitter-boosts-character-limit-to-4000-for-twitter-blue-subscribers/>

- Reis, B. (2022). *A violência contra a Mulher nos media em Portugal: a cobertura do Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra as Mulheres no jornal Público*. Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE-IUL.
- Silva, F., Silvano, P., Leal, A., Oliveira, F., Brazdil, P., Cordeiro, J., & Oliveira, D. (2018). *Análise de sentimento em artigos de opinião*. Revista de Estudos Linguísticos da Universidade do Porto – Vol. 13, pp. 79-114.
- Sousa, J. P. (2002) *Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia*. Universidade Fernando Pessoa.
- Stewart, M., & Schultze, U. (2017). *A Performative Identity Perspective of Cyberactivism: The Case of My Stealthy Freedom*. AIS Electronic Library (AISeL).
- Teixeira, P. (2021). *Desresponsabilização enunciativa nos jornais Público e Correio da Manhã: Mecanismos Linguísticos e Discursivos Extraídos de Corpora*. Universidade do Minho.
- UMAR (2022). *Relatório sobre Violência Sexual em Portugal: os casos noticiados na imprensa nacional em 2021*. UMAR – União de Mulheres Alternativa e Resposta.
- Wodak, R. (2007). *Pragmatics and Critical Discourse Analysis: A cross-disciplinary inquiry*. Pragmatics and Cognition.