

9. Entre o papel de espelho e o de produtor da realidade: os media e a (des)codificação de masculinidades

Sofia José Santos

Introdução

Em 2016, os crimes de violência sexual registados pela APAV, em Portugal, somaram 472 casos (APAV 2016), aumentando 41,7% em relação a 2015, ano em que foram registados 333 casos (APAV 2015), um número que representou uma subida de 92,65% em relação a 2011 (APAV 2011). Podemos interpretar estes dados como uma subida dos crimes de violência ou como um aumento da consciência sobre os seus direitos da parte das vítimas. Independentemente da nossa escolha interpretativa (e das duas poderem estar simultaneamente corretas), a verdade é que crimes de violência sexual continuam a ser perpetrados, sendo, em grande medida, resultado de normas de género desiguais que expressam e alimentam relações de poder também elas desiguais na sociedade.

Ainda que sejam fenómenos distintos, violência sexual e representações sociais de género, particularmente as que retratam o que significa ser homem e o que significa ser mulher, estão intimamente interligadas. Masculinidades e feminilidades representam ideais culturalmente imaginados, sendo social (Connell e Messerschmidt 2005) e semioticamente (Santos 2004) construídos e definidos (assim como reforçados) numa base binária e relacional (Connell e Messerschmidt 2005). A partir do momento em que a sua constituição é construída através de processos sociais e culturais dinâmicos, as noções do que significa ser e comportar-se como um homem e ser e comportar-se como uma mulher são suscetíveis de serem desafiadas, reconstruídas e transformadas (Boni 2002).

É neste contexto que os media emergem como um forte aliado na manutenção ou na desconstrução das identidades de género e dos estereótipos associados. Se é praticamente

incontestável que as imagens, representações e narrativas usadas pelos media informam e enformam profundamente o conhecimento e as percepções que cada indivíduo tem do mundo, (McCombs e Shaw 1972; Shoemaker *et al.* 2001; Couldry *et al.* 2016), as identidades de género e os papéis que lhes são atribuídos não são uma excepção a esta lógica. Vários estudos mostram o enorme poder que os media têm em modelar a forma como as crianças apreendem a noção de género, influenciando a forma como elas definem como meninas e meninos, homens e mulheres devem pensar, ser e comportar-se (Craig 1999; Katz e Earp 1999; Femiano e Nickerson, 2002; Katz 2011).

No campo da articulação “media e igualdade de género”, têm-se registado progressos interessantes. A frequência com que hoje em dia encontramos uma notícia sobre políticas a favor da igualdade de género (e.g. como o alargamento da licença de parentalidade, a proibição de discriminação salarial com base no género, a denúncia ou condenação de assédio sexual) ou iniciativas feministas (e.g. movimento *#metoo*) é cada vez maior. Isto mostra não só como a sociedade está mais consentânea com a igualdade de género, como evidencia que os media informativos estão também eles mais recetivos a cobrir este tipo de temática e a dar voz a quem lhe quer ser testemunho. Do mesmo modo, o entretenimento veiculado pelos media tem registado uma tendência crescente para desconstruir estereótipos e introduzir nas diferentes páginas e telas uma diversidade maior de feminilidades e de masculinidades, rompendo dicotomias estanques e desafiando estereótipos e normas de género tradicionais.⁴³

Porém, apesar do registo importante desta tendência, a questão que se coloca é se os *media* estão de facto alinhados e empenhados na luta pela igualdade de género (Hassink 2015). Isto é, se estão dispostos a alterar não apenas o texto, mas também os subtextos; se estão dispostos a incluir não só coberturas de violência sexual, mas também formas construtivas e preventivas de a cobrir; e se estão disponíveis não apenas para reproduzir

⁴³ A inclusão de personagens como Joel na série *Parenthood* ou a dupla Mitch e Cam na *Modern Family* são dois exemplos de inclusão de uma diversidade não alinhada com visões estereotipadas e segmentadas do que significa ser e comportar-se como homem e como mulher. Para além disso, as noções de masculinidades tornaram-se cada vez mais complexas, particularmente com a inclusão de representações de papéis domésticos masculinos (Westerfelhaus e Lacroix 2012) e de masculinidades andróginas (*mangrooming* e *menscaping*). Do mesmo modo, iniciativas como o “gender seal” da ONG norte-americana *Common Sense Media* que atribui um selo de igualdade de género a todos os filmes que saem e que promovem a desconstrução dos estereótipos de género (para saber mais sobre esta iniciativa da Common Sense Media, ler este artigo do *The New York Times*: <https://nyti.ms/2sKEg1i>).

a realidade como ela tem sido e como ela tem mudado, mas também para reconhecer, compreender e fazer uso do seu papel de produtor de realidade.

Este capítulo tem como objetivo explorar estas questões a partir da perspectiva das masculinidades, numa lógica dupla de diagnóstico e de boas práticas, compreendendo o papel de (re)produtor de realidade que os media encerram. Assim, numa primeira parte explora a bidimensionalidade “(re)produtora” do papel dos media. Numa segunda parte, apresenta o que entende por masculinidades (Cohen e Messerschmidt 2005), centrando-se especificamente nos conceitos de “masculinidade hegemónica” (Connell 2005) e “masculinidade tóxica” (Kupers 2005), uma vez que a análise das representações de género num sentido relacional é fundamental para entender a globalidade da temática da igualdade de género (Connell 2005). Finalmente, uma terceira e última parte irá focar-se na proposta de boas práticas. Aqui será apresentada a proposta do Jornalismo para Paz (Galtung 1998; Lynch e McGoldrick 2005) e da literacia mediática crítica (Kellner e Share 2009). A primeira, ao oferecer ferramentas e metodologias para a cobertura da violência (sexual) em cenários de guerra, mas também de paz formal (Santos 2012), abre espaço para a compreensão da complexidade do fenómeno assim como para a sua prevenção do lado da (re)produção de conteúdos e realidade. A segunda, ao centrar-se no lado das audiências, explora como a dotação de competências para desconstruir mensagens sexistas e (re)produtoras de violência sexual nos media é fundamental.

Porque quando se reflete, também se produz: O poder dos media enquanto espelho e produtor da realidade

O poder dos media nos dias de hoje é reconhecido de uma forma quase dogmática. Pela possibilidade de recurso à linguagem (verbal e não-verbal) e à tecnologia (que encurta distâncias e permite explorar de uma forma cada vez mais complexa e assertiva a linguagem não-verbal), os media assumem-se como particularmente eficazes perante outros atores discursivos na veiculação de significados e de narrativas, assumindo-se como um ator extremamente rico do ponto de vista discursivo e comunicacional, potenciando o impacto das narrativas e mensagens que veiculam. Pela ubiquidade e pelo seu poder de mediação, os media assumem uma autoridade social importante, controlando o nosso conhecimento sobre as coisas, validando, perante cada indivíduo e

a sociedade no seu todo, narrativas e, conseqüentemente, rótulos, papéis, percepções e comportamentos. Como vários autores afirmam, os media acabam por modelar o que sabemos, desconhecemos, valorizamos, invisibilizamos ou negligenciamos, assim como condicionar a perspectiva que temos sobre cada assunto, ator ou relação (McCombs e Shaw 1972; Gofman 1974; Shoemaker *et al.* 2001). Neste sentido, os media assumem-se como potenciais produtores da realidade (Shoemaker *et al.* 2001). Se pensarmos nas vezes em que reclamamos autoridade usando o argumento de ter lido num jornal ou visto na televisão, temos um exemplo biográfico deste poder “produtor” dos media.

Por outro lado, a política económica dos media – que faz com que estes dependam cada vez mais das suas receitas de publicidade, do número de audiências e do investimento de grandes grupos económicos (Herman e Chomsky 1988) - e o cânone do jornalismo liberal – sustentado pelo valor da objetividade, da primazia das fontes institucionais e dos valores-notícia (Galtung e Ruge 1965; Mesquita 2003; Lynch e McGoldrick 2005) - fazem com que os media dominantes tendam a convergir para a opção pela reprodução de uma realidade próxima da tradicionalmente convencionada e, portanto, reproduzam estereótipos e papéis convencionalmente atribuídos a cada género, e sigam, particularmente do ponto de vista informativo, o conhecido ditame sensacionalista “*if it bleeds, it leads?*”.

Numa lógica comercial e de jornalismo convencional, os media, para além de produtores, são também um reflexo que reproduz os acontecimentos e as dinâmicas consentâneas com os padrões de normalidade convencionados, utilizando opções e regras discursivas dentro do estabelecido.

A parte e não o todo: masculinidades hegemónicas (tóxicas) entre masculinidades

Masculinidades e feminilidades são socialmente construídas (Connell e Messerschmidt 2005), definidas numa base binária e relacional e representando ideais e modelos culturalmente imaginados. Não são, por isso, naturais, espontâneas, fixas ou imutáveis, decorrendo sim de processos sociais e culturais dinâmicos, sendo suscetíveis de serem desafiadas, (re)construídas e transformadas (Boni 2002). Tal como Connell (1995; 2005) afirma, falar de masculinidades não significa falar necessariamente de homens, mas sim

de relações de género, especificamente da posição do homem numa ordem de género. Sendo múltiplas, complexas e por vezes mesmo contraditórias, as masculinidades podem ser definidas como padrões de práticas (conjunto de expectativas, identidades e comportamentos) através das quais tanto homens como mulheres, ainda que predominantemente homens, assumem essa posição dentro da hierarquia (Connell 2005). Neste sentido, há múltiplas concepções e expressões de masculinidades, todas elas variando de acordo com o tempo, a cultura e o próprio indivíduo (Connell 1995). Entre as múltiplas masculinidades que existem, há duas particularmente relevantes enquanto categorias de análise para refletir sobre violência sexual e desigualdade de género: masculinidades hegemónicas (Connell e Messerschmidt 2005) e masculinidades tóxicas (Kupers 2005).

Baseado na concepção gramsciana de hegemonia (Gramsci 1971), o conceito de masculinidade hegemónica pode ser visto como uma norma cultural que liga continuamente os homens ao poder (Connell 1995). Ou seja, refere-se às dinâmicas culturais através das quais os homens reclamam e perpetuam uma posição de poder na hierarquia social existente na sociedade. A masculinidade hegemónica representa um ideal culturalmente imaginado do que significa ser, pensar, sentir, exprimir-se e comportar-se como um homem e está associado a noções de racionalidade, coragem, dureza, robustez física, tecnologia e a papéis de liderança e/ou de provedor económico. Sintetizam, pois, noções e representações idealizadas sobre como os homens devem ser, pensar, sentir, exprimir-se e comportar-se. Como bem referem Connell e Messerschmidt (2005, 832), a masculinidade hegemónica é normativa e não necessariamente estatística: trata-se de um ideal, que cria uma referência a partir da qual todos os homens se devem identificar numa lógica relativa). Homens que adotam traços consentâneos com o ideal de masculinidade hegemónica podem afirmar a sua (alegada) superioridade sobre as mulheres e consolidar a sua posição geral de dominação sobre elas tanto em termos físicos, como intelectuais e/ou sexuais (*Ibidem*). Do mesmo modo, homens que não adiram ao paradigma da masculinidade hegemónica (ou a aspetos que esta integra) e que mostrem características entendidas como "femininas" (por exemplo, sensibilidade, medo, emoção, subordinação e passividade) são invariavelmente ridicularizados e vistos como inferiores, sentindo-se subsequentemente excluídos, marginalizados ou subordinados (Boni 2002). As

masculinidades hegemónicas, cujos conteúdos mudam ao longo do tempo e do espaço, podem oferecer alguma segurança ou poder tanto a homens e meninos como a mulheres e meninas, mas muitas vezes têm consequências nocivas na sexualidade e relação com a violência, afetando negativamente mulheres e meninas, mas também homens e meninos (Giaccardi *et al.* 2016; Fleming *et al.* 2015; Heilman *et al.* 2017).

Por sua vez, o conceito de masculinidade tóxica sintetiza a constelação de traços masculinos regressivos que servem para alimentar a necessidade e legitimidade da violência gratuita, da dominação, de desvalorização da mulher e de condenação da homossexualidade (Kupers 2005). Pode ser visto como uma declinação da masculinidade hegemónica, uma vez que inclui os aspetos da masculinidade hegemónica que são socialmente destrutivos e não os que são culturalmente aceites (Kupers 2005) e, sobretudo, valorizados. Para Kupers, há aspetos da masculinidade hegemónica – por exemplo, a função de provedor económico - que não são destrutivos por si próprios e que, por isso, ainda que sejam incluídos nas características de masculinidades hegemónicas não devem ser integrados nas de masculinidades tóxicas (*idem*). Por seu lado, comportamentos violentos, como agressão física, sexual ou verbal adotados por homens como meio de reforçar a sua masculinidade são tóxicos porque diretamente destrutivos.

Ainda que sejam dois conceitos distintos, a interligação entre os dois – masculinidades hegemónicas e masculinidades tóxicas – não deve, porém, ser descurada, sendo os dois reflexo e alimento de um sistema patriarcal que promove e perpetua a desigualdade de poder baseada no género, com claras consequências na violência sexual.

Masculinidades codificadas nos media: diagnósticos do *mainstream*

Sendo as masculinidades e feminilidades social (Connell e Messerschmidt 2005) e semioticamente (Santos 2004) construídas, os meios de comunicação social são uma das esferas com maior potencial pedagógico e reconhecido papel de modelação social, especialmente no que toca as identidades de género (Craig 1999; Katz e Earp 1999; Femiano e Nickerson 2002; Baker e Raney 2007; Katz 2011).

Tradicionalmente, os conteúdos apresentados na programação dos media dominantes (tanto dirigidos a crianças, como adolescentes e adultos) veiculam imagens de

masculinidades que associam o “ser homem” a características e atitudes de domínio, agressão, racionalidade, poder, contenção de emoções, heterossexualidade, desempenhos sexuais dominadores, entre outras (Craig 1999; Katz e Earp 1999; Femiano e Nickerson 2002; Todd 2003; Baker e Raney 2007; Katz 2011; Sutherland *et al.* 2016; Ward *et al.* 2017).

Neste contexto, vários estudos mostram que os media – tanto no Norte, como no Sul Globais (Kareithi, s/d) – tendem a promover valores consentâneos como a naturalização da violência, nomeadamente em contexto de relações amorosas (Driesmans *et al.* 2015), a tolerância do assédio sexual, policiando o que cabe no ideal de “ser homem” (Hassink 2015) e perpetuando relações desiguais de poder entre géneros (Todd 2003).

Estas representações não são apenas expressas em personagens hiper-masculinizadas como o Rambo ou o James Bond, por exemplo. Há outras fórmulas mais subtis e que, assumindo-se como contra-hegemónicas - porque concebidos quase em oposição ao ideal de masculinidade hegemónica-, reproduzem também modelos sexistas e misóginos. A figura do “nerd” de Hollywood trabalhada em várias séries, como no caso da série *The Big Bang Theory*, é disso um exemplo.⁴⁴ No vídeo “The Adorkable Misogyny of The Big Bang Theory” da *Pop Culture Detective Agency*, um dos exemplos que é apresentado e desconstruído é o momento em que a personagem de Howard Wolowitz aparece vestido de avental e luvas sendo que toda a cena é produzida como piada. Isto porque, uma vez que essas são vestimentas tradicionalmente atribuídas a mulheres, a personagem – e o público - vê a sua masculinidade diminuída, o que é razão de vergonha para a personagem e de humor para o público. Há também vários filmes dirigidos a públicos adolescentes, como o “American Pie”⁴⁵ que naturalizam e, de alguma forma, vangloriam comportamentos enquadráveis no que se convencionou como masculinidades tóxicas,⁴⁶ com repercussões evidentes na violência sexual.

⁴⁴ Ver “The Adorkable Misogyny of The Big Bang Theory”, da Pop Culture Detective Agency, em <https://www.youtube.com/watch?v=X3-hOigoxHs>.

⁴⁵ Sobre esta última, ver também “Bom Sexy Yesterday” da Pop Culture Detective Agency em <https://www.youtube.com/watch?v=0thpE3vEwi80>

⁴⁶ A este propósito ler: Anónimo (2018) “I thought I was one of the good guys: Then I read the Aziz Ansari story”, Op Ed, *Vox*, 24 de janeiro 2018. Disponível em: <https://www.vox.com/first-person/2018/1/24/16925444/aziz-ansari-mc-too-feminism-consent>.

Do ponto de vista jornalístico, e de acordo com o *Global Media Monitoring Project* (2015), apenas 10% das notícias têm as mulheres como foco principal e apenas 24% das pessoas ouvidas, lidas e vistas em notícias de imprensa, rádio e TV são mulheres, não demonstrando qualquer evolução desde 2010. Também ao nível do comentário político, é muito frequente vermos painéis televisivos constituídos apenas por homens – “*all male panel*”.⁴⁷ De acordo com o Relatório do *Center for American Women and Politics* e da *Rutgers University* (2017), durante a campanha presidencial de 2016, nos EUA, as mulheres desempenharam apenas 25% das análises políticas televisivas.

Não surpreendentemente, este tipo de representações sobre o que significa “ser homem” e “ser mulher” que os media dominantes veiculam acabam por incentivar crenças e comportamentos sexistas, nomeadamente a responsabilização das escolhas e comportamentos da mulher enquanto vítima de violência sexual perpetrada por homens (Driesmans *et al.* 2015). Em relação à cobertura jornalística da violência sexual, o Relatório da ANROWS (Sutherland *et al.* 2016) reúne vários estudos que evidenciam a opção regular dos media em não dar a conhecer o contexto no qual a violência sexual foi perpetrada, por abordagens mais sensacionalistas ou por se centrar apenas nas histórias que cumprem com os valores-notícia, perpetuam mitos, responsabilizando geralmente a mulher por essa violência e recorrendo às forças de segurança como vozes especializadas.

A circulação destas representações e destes textos e subtextos nos media dominantes tem consequências negativas para a sexualidade de homens e meninos, a sua relação com a violência e o tipo de relações que estabelecem, afetando de forma negativa e danosa meninas e mulheres, mas também homens e meninos (Fleming *et al.* 2015; Giaccardi *et al.* 2016; Ion *et al.* 2017), contribuindo para a perpetuação de comportamentos, atitudes e valores que promovem a desigualdade de género e a violência sexual.

⁴⁷ O hashtag #allmalepanel aglutina nas redes sociais o movimento social online de contestação face ao predomínio de homens em painéis de comentário e análise em fóruns de discussão públicos, nomeadamente nos media.

Boas práticas: como (des)codificar? O Jornalismo para a Paz e a Literacia Mediática

Perante a natureza social e semioticamente construída de feminilidades e masculinidades, é relevante a promoção de dinâmicas que descodifiquem masculinidades tóxicas e hegemónicas ao mesmo tempo que codificam novas e diversas masculinidades não danosas. Tem havido alguma reflexão sobre este tema, decorrendo daí vários guias de boas práticas (e.g. Lloyd e Howard 2005; Dart Center 2011; Minnesota Coalition Against Sexual Assault 2013; Femifesto e Collaborators 2015) que almejam dotar profissionais dos media de instrumentos e metodologias que lhes permitam produzir coberturas e produzir conteúdos numa lógica de desconstrução e de prevenção da violência sexual, contribuindo assim para uma maior igualdade de género.

Assumindo precisamente como é o mote deste capítulo que os media são simultaneamente espelho e produtores de realidade e que a violência sexual é expressão de desigualdades de poder mais profundas, esta secção vai-se centrar na proposta do Jornalismo para a Paz (enquanto modelo de boas práticas) e na necessidade de investir em currículos de formação ao longo da vida centradas no desenvolvimento de competências de literacia mediática crítica.

O Jornalismo para a Paz

A primeira questão que se coloca quando vemos algo como “Jornalismo para a Paz” enquanto referência de boas práticas é porquê falar de todo um novo modelo de fazer jornalismo, se o que é preciso é melhorar o jornalismo existente? E porquê falar de jornalismo para a paz, se a violência sexual acontece em contextos de guerra, mas também em contextos de paz formal em que as ideias e palavras de guerra e paz não ocupam o quotidiano das práticas ou das preocupações?

A escolha deste modelo é um alerta para a necessidade não só de melhorar o jornalismo como de repensar profundamente o modelo dominante (moderno) de fazer jornalismo. Na verdade, muita da cobertura (sexista, polarizada) de violência sexual acontece enquadrada nos ditames éticos e deontológicos do jornalismo moderno ocidental -

nomeadamente valores como a objetividade (Mesquita 2003) que tende a legitimar a cobertura das normas convencionadas, sem as desconstruir, os valores-notícia que privilegiam o sensacionalismo, o enfoque no evento e não no processo profundo que lhe dá origem, e a primazia das fontes institucionais face às não-institucionais - ou como parte de uma estratégia comercial de garantir audiências. Nesta medida, o jornalismo para a paz, enquanto movimento de reequacionamento e transformação da prática jornalística (Lukacovic 2016), é um referencial relevante para discutir. Por outro lado, é importante frisar que a relação entre guerra e paz não é uma de oposição e dissociação, mas antes de continuum e de conexão (Scheper-Hughes 2004). Em tempo de guerra, a violência e a discriminação correspondem à hiperconcentração de crimes diários publicamente consentidos, assumindo-se como um padrão normal para as relações sociais, políticas e económicas. Por sua vez, os contextos de paz formal também testemunham altos níveis de violência e discriminação diária (muitas vezes baseados nos mesmos preconceitos, problemas estruturais e culturais como aqueles que geram e alimentam a violência na guerra) mas são menos visíveis, conhecidos ou vistos como marginais, ainda que dentro de um quadro não necessariamente aceite, mas compreensível e, portanto, de alguma forma justificável.

A proposta do Jornalismo para a Paz oferece um novo roteiro de articulação entre fontes, jornalistas, histórias e consequências do que se reporta, ou seja, problematiza a ética da intervenção jornalística (McGoldrick e Lynch 2000). Trata-se de uma abordagem normativa proposta por Johan Galtung na década de 1970 que surge como reação crítica à forma como os media ocidentais dominantes cobriam os conflitos violentos em contexto de guerra (Galtung e Ruge 1965). Para Galtung, essa cobertura era/é caracterizada essencialmente por ser superficial, polarizada, estereotipada, centrada nas elites e nas instituições e focada na violência e no momento dos factos a reportar (Lynch e McGoldrick 2005) - alimentando o conflito e as relações de poder vigentes. Para além disso, facilita a ausência de densidade analítica ao mesmo tempo que promove uma cobertura quase fordista, sensacionalista, e convencional dos eventos. Numa tentativa de evitar que a informação se torne numa mera acumulação de eventos que vão pautando os diferentes dias, mas antes um elemento construtivo e transformador das sociedades e

que dê às populações a possibilidade de conhecer e compreender as dinâmicas profundas implicadas num conflito violento, Galtung tenta redefinir o que se entende por jornalismo – comprometendo-o com o valor da paz, entendido de uma forma holística e positiva – e dá ferramentas conceptuais e práticas para que os/as jornalistas possam cobrir eventos, particularmente em contextos de guerra, de uma forma analiticamente mais rigorosa e humana (Lynch e McGoldrick 2005, 5). De acordo com Lynch e McGoldrick (2005) que desenvolvem a proposta de Galtung no livro *Peace Journalism*, há quatro princípios definidores e orientadores do Jornalismo para a Paz e que o distanciam do Jornalismo de Guerra/Violência que Galtung cola ao jornalismo convencional e dominante.

	Jornalismo para a Paz/conflito	Jornalismo de Guerra/Violência
I	<p>Orientado para a paz e o conflito</p> <p><i>Significa explorar a formação do conflito, procurar causas disseminadas no tempo e no espaço, nomeadamente na história e cultura; dar voz a todas as partes; humanização dos dois lados, cariz preventivo; incluir efeitos invisibilizados da violência retratada (e.g. trauma, glória, danos na estrutura e/ou cultura da sociedade).</i></p>	<p>Orientado para a guerra/violência</p> <p><i>Foca-se no conflito em si; centra-se no momento da violência explícita descurando todas as causas e contextos que a tenham potenciado; espera que a violência aconteça para fazer a cobertura da violência; foca-se nos efeitos visíveis da violência (e.g. mortes, ferimentos e danos materiais).</i></p>
II	<p>Orientado para a verdade</p> <p><i>Desconstrói as não-verdades dos dois lados da história, não se centrando apenas num.</i></p>	<p>Orientado para a propaganda</p> <p><i>Expõe apenas as não-verdades de um lado da história (geralmente daquele que lhe é mais distante ou que condena).</i></p>
III	<p>Orientado para as pessoas</p> <p><i>Foca-se no sofrimento de todos e todas, dando voz a quem habitualmente não tem voz; foca-se no trabalho de quem</i></p>	<p>Orientado para as elites</p> <p><i>Foca-se nas elites, dão voz a figuras masculinas robustas, polarizam.</i></p>

	<i>desconstrói os estereótipos e luta contra as violências.</i>	
II	Orientado para as soluções <i>Paz = não violência + criatividade</i> <i>Sublinha iniciativas de construção de paz positiva.</i>	Orientado para a Vitória <i>Paz = vitória + cessar fogo</i> <i>Invisibiliza iniciativas de construção de paz positiva; privilegia desfechos formais e superficiais.</i>

Figura 1 – Descrição dos quatro elementos constitutivos do Jornalismo para a Paz/Conflito e do Jornalismo de Guerra/violência (adaptado de Lynch e McGoldrick 2005, 6).

O modelo do Jornalismo para a Paz tem uma perspectiva de género implícita (Yiping 2012), permitindo uma cobertura (des)construtiva, plural e simultaneamente reativa e preventiva da violência sexual. Tentando adaptar o modelo central do Jornalismo para a Paz para as questões da violência sexual numa perspectiva de desconstrução de masculinidades,⁴⁸ surgem as seguintes diretrizes dirigidas à cobertura da violência sexual em contexto de paz formal:

- Compromisso com a transformação social rumo a uma maior igualdade de género que envolva homens e mulheres;
- Explorar e descortinar os processos (profundos e superficiais) que dão origem e alimentam a violência sexual;
- Explorar e desconstruir as relações de poder de género subjacentes à violência sexual;
- Explorar efeitos visíveis e invisíveis da violência sexual tanto em homens como em mulheres;
- Explorar como homens e mulheres são afetados (positiva e/ou negativamente) com as histórias que as reportagens/notícias cobrem;

⁴⁸ Para uma reflexão sobre o Jornalismo para a Paz numa perspectiva de género, ver: Yiping, Cai (2012) “Revisiting Peace Journalism With a Gender Lens”, ISIS Women, http://www.isiswomen.org/phocadownload/print/isispub/wia/wia2012/wia2012_10cimcaiyiping.pdf.

- Tratar o acontecimento a violência sexual como um processo e um fenómeno social e não como um evento e uma história individual;
- Humanizar e dar voz a todas as partes da história;
- Compreender o papel das estruturas institucionais na prevenção da violência sexual;
- Focar-se na cobertura preventiva e não apenas na cobertura reativa.

A literacia mediática crítica

É importante reconhecer e compreender o papel de modelador da realidade que os media desempenham. Porém, seria redutor ver os processos de comunicação enquanto um sistema linear que articula unidirecionalmente o emissor (ativo), a mensagem e o recetor (passivo), negligenciando a complexidade da estrutura de relações de contexto e de significado que esse sistema integra, tanto em termos de codificação como de descodificação (Hall 1973). Ou seja, os conteúdos – informativos ou de entretenimento – veiculados pelos media são resultado não só das opções claras de um emissor - bem explicadas pela teoria da *agenda-setting* (McCombs e Shaw 1972), do *gatekeeping* (Shoemaker *et al.* 2001) ou do *framing* (Goffman 1974) – mas também da adesão, apropriação, negociação ou recusa da parte do recetor face a essas opções.

Neste sentido, e no que toca as boas práticas, é também fundamental desafiar as audiências a serem cada vez mais mediaticamente letrada, ou seja, a compreender e a saber desconstruir a forma como autoria, texto, subtexto, técnicas de persuasão e ideologia (21 Century School, s/d) se articulam nas mensagens dos media, mesmo em contextos informativos. Deste modo, não só a audiência estimula (até numa lógica comercial hegemónica) a produção de conteúdos mais exigentes em termos de igualdade de género, como quando os conteúdos são, implícita ou explicitamente, sexistas, a audiência é capaz de filtrar e desconstruir esse tipo de mensagens. No que toca a violência sexual, a literacia mediática está associada a uma menor internalização dos ideais tradicionais de género, ao aumento da consciência sobre discriminação no local de trabalho, maior capacidade de identificar sexismo e maior capacidade de responder a comentários sexistas dos seus pares (Wade *et al.* 2017).

Porém, se o conceito de “literacia mediática” sintetiza (apenas) a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos media e dos seus conteúdos e de criar mensagens em diversos contextos (Potter 1998), a proposta da “literacia mediática crítica” expande essa noção para incluir o desenvolvimento de competências de análise dos media tendo em conta a relação entre media e audiências, informação e poder (Kellner e Share 2009, 4), tornando-se um conceito e uma “boa prática” particularmente interessante em termos de (des)construção de relações (des)iguais de género. Do mesmo modo, a literacia mediática crítica dialoga de alguma forma com a proposta do Jornalismo para a Paz no sentido em que pressupõe desenvolver competências de desconstrução dos códigos e das convenções dos media dominantes (*Ibidem*) à luz das relações de poder que sustentam e das invisibilidades e estereótipos que criam e/ou reproduzem. No contexto da cobertura de violência sexual, a proposta da literacia mediática crítica pretende descortinar estruturas de opressão e representações estereotipadas e promover princípios de igualdade e de justiça social nas representações mediáticas (Luke 1994).

Sendo um continuum (e não uma categoria à qual se pertence ou não se pertence ou um atributo que se tem ou que não se tem) permanentemente suscetível de ser desenvolvida (Potter 1998), a literacia mediática crítica ajuda cada pessoa a dissecar os conteúdos e as formas dos media, a compreender o alcance e o propósito dos efeitos dos media na sociedade e a usar os media de forma inteligente para construir alternativas mediáticas contra-hegemónicas (Kellner e Share 2009) com uma tónica feminista de (des)construção das masculinidades, no geral, e sobre a violência sexual, em particular.

Conclusão

Para pensarmos a questão das boas práticas na cobertura da violência sexual é fundamental – metaforicamente - dar dois passos atrás e um passo à frente, sendo cada um desses passos um eixo de análise que este capítulo propõe.

O primeiro passo atrás prende-se com uma abordagem à violência sexual a partir das masculinidades. Sendo as representações de género relacionais, é fundamental

explorar a temática e prevenção da violência sexual a partir da forma como convencionalmente se foi construindo a ideia do que significa ser e comportar-se como um homem. A inclusão desta perspectiva na reflexão permite que as boas práticas sejam pensadas e discutidas tendo em conta uma das causas profundas deste tipo de violência, garantindo assim maior rigor e eficácia na sua implementação.

O segundo passo atrás está relacionado com o próprio modelo de jornalismo moderno. O poder discursivo particularmente rico que os media encerram faz com que eles não desempenhem apenas de forma bem-sucedida o papel de reprodutores da realidade, mas podem desempenhar de forma igual o de produtor de realidade, ou seja, contribuir para a produção de uma realidade comprometida com uma maior justiça social assente na compreensão das causas profundas da violência sexual. É neste sentido que as boas práticas assumem centralidade na reflexão. Porém, pensar boas práticas dentro do jornalismo moderno, sendo um exercício extremamente útil e necessário, corre o risco de se propor melhorar um jogo que está desde o seu início viciado. Este capítulo pretendeu trazer para o debate das boas práticas os próprios cânones do jornalismo moderno. Na verdade, o modelo de jornalismo convencionalizado está ancorado em princípios que obstaculizam uma cobertura da violência sexual conducente à transformação das normas e violência de género, nomeadamente: o valor da objetividade, a primazia das fontes institucionais sobre as demais; a centralidade do evento em detrimento do contexto; a reação em detrimento da prevenção. Neste contexto, a proposta teórica do jornalismo para a paz é particularmente interessante, uma vez que não só desafia os cânones do jornalismo moderno denunciando as formas como este acaba por voluntária ou involuntariamente, explícita ou implicitamente alimentar relações de poder e violências, nomeadamente de género, como apresenta metodologias e ferramentas para fazer a cobertura de eventos, como a violência

sexual, de uma forma mais analítica, preventiva e conducente com a transformação social.

Finalmente, o passo à frente empurra-nos para fora da esfera da produção dos media e faz-nos chegar à esfera das audiências ou da receção. Seria redutor ver os processos de comunicação enquanto um sistema linear que articula unidireccionalmente um emissor ativo e um recetor passivo. Do lado do recetor também há “agency” face à mensagem que os media produzem. Quanto mais mediaticamente literada a audiência for, mais exigente será com os seus emissores e o impacto das mensagens (sexistas) será também menor, porque criticamente filtradas e desconstruídas. Neste sentido, a reflexão sobre boas práticas na cobertura da violência sexual deve incorporar também uma reflexão sobre currículos de literacia mediática crítica a desenvolver junto das várias audiências dos media, apostando numa abordagem holística e integrada dos processos de comunicação.

Referências

- APAV. 2011. Estatísticas APAV, Relatório Anual. https://apav.pt/apav_v3/images/pdf/Estatisticas_APAV_RelatorioAnual_2011.pdf. [consultado a 16.06.2018]
- APAV 2015 Estatísticas APAV, Relatório Anual. https://apav.pt/apav_v3/images/pdf/Estatisticas_APAV_Relatorio_A_nual_2015.pdf. [consultado a 16.06.2018]
- APAV 2016 Estatísticas APAV, Relatório Anual. https://apav.pt/apav_v3/images/pdf/Estatisticas_APAV_Relatorio_A_nual_2016.pdf. [consultado a 16.06.2018]
- Baker, K., e Raney, A. 2007. “Equally super? Gender role stereotyping of superheroes in children’s animated programs”. *Mass Communication and Society*. 10: 24–41.
- Boni, F. 2002. “Framing Media Masculinities. Men’s lifestyle magazines and the biopolitics of male body”. *European Journal of Communication*. vol. 17(4): 465-478.
- Brown, J. D., Campbell, K., e Fisher, L. 1986. “American adolescents and music videos: Why do they watch?”. *Gazette*. 37: 19-32.

- Center for American Women and Politics e Rutgers University. 2017. *Who talks?* Relatório. Disponível em: <https://static1.squarespace.com/static/52d48817e4b02a4ced94d551/t/58b8c1fbf7e0ab3459b05c60/1488503294413/WhoTalksReport.pdf>. [consultado a 16.06.2018]
- Connell, R. 1995. *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R. 2005. "Change among the Gatekeepers: Men, Masculinities, and Gender Equality in the Global Arena". *Journal of Women in Culture and Society*. vol. 30 (3): 1801-1825.
- Connell, R. W. e Messerschmidt, J. W. 2005. "Hegemonic masculinity: rethinking the concept?". *Gender Society*. 19(6): 829-859.
- Couldry, N., Livingstone, S., e Markham, T. 2016. *Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Craig, S. (ed). 1999. *Men, Masculinity, and the Media*. Londres: Sage.
- Dart Center. 2011. "Reporting on Sexual Violence". 15-07-2011. Disponível em: <https://dartcenter.org/content/reporting-on-sexual-violence>. [consultado a 16.06.2018]
- Driesmans, K., Vandenbosch, L., e Eggermont, S. 2015. "Playing a videogame with a sexualized female character increases adolescents' rape myth acceptance and tolerance toward sexual harassment". *Games for Health Journal*. 4(2): 91-94.
- Femiano, S. e Nickerson, M. 2002. "How do media images of men affect our lives?". *Media & Values*. vol. 38. Disponível em: <http://www.medialit.org/reading-room/how-do-media-images-men-affect-our-lives>. [consultado a 16.06.2018]
- Femifesto e Collaborators. 2015. *Use the right words: Media Reporting on sexual violence in Canada*. Disponível em: <http://www.femifesto.ca/wp-content/uploads/2015/12/UseTheRightWords-Single-Dec3.pdf> [consultado a 16.06.2018]
- Fleming, P.J., McCleary-Sills, J., Morton, M., Levitov, R., Heilman, B., Barker, G. 2015. "Risk Factors for Men's Lifetime Perpetration of Physical Violence against Intimate Partners: Results from the International Men and Gender Equality Survey (IMAGES) in Eight Countries". *PLoS ONE*, 10(3): e0118639.
- Galtung, J. 1998. "High road: Low road: Charting the course for Peace Journalism". *Track Two*, 7 (4): pp. 95-102.
- Galtung, J. e Ruge, M. 1965. "The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers". *Journal of Peace Research*. 2: 64-91.
- Giaccardi, S.; Ward, L.; Seabrook, R.; Manago, A. e Lippman, J. (2016) "Media and Modern Manhood: Testing Associations Between Media Consumption and Young Men's Acceptance of Traditional Gender Ideologies", *Sex Roles*, 75(3-4): 151-163.

- Gitlin, Todd. 1980. *The whole world is watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California.
- GMMP - Global Media Monitoring Project. 2015. *Gender Inequality in the News 2015*. Disponível em: <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>. [consultado a 16.06.2018]
- Goffman, E. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Londres: Harper and Row.
- Gramsci, A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. Nova Iorque: International Publishers.
- Hall, Stuart. 1973. "Encoding and Decoding in the 'Television Discourse'", paper for the Council of Europe Colloquy on 'Training in the Critical Reading of 'Televsual language', org. por Council e Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, setembro.
- Hassink, Alexa. 2015. "Men on Screen: Over-Represented, Badly Portrayed". *New America*, 22-12-2015. Disponível em: <https://context.newamerica.org/men-on-screen-over-represented-badly-portrayed-404a0b804c79>. [consultado a 16.06.2018]
- Heilman, B., Barker, G., e Harrison, A. 2017. *The man box: A study on being a young man in the U.S., U.K., and Mexico*. Washington, DC: Promundo-US and Unilever.
- Herman, E. S.; Chomsky, N. 1988. *Manufacturing Consent*. Nova Iorque: Pantheon Books.
- Kareithi, Peter J. s/d *Hegemonic masculinity in media contents*, UNESCO. Disponível em: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/gamag_research_agenda_kareithi.pdf [consultado a 16.06.2018]
- Katz, Jackson and Earp, Jeremy. 1999. "Tough Guise: Violence, Media & the Crisis in Masculinity (study guide)", *Media Education Foundation*. Disponível em: <http://www.mediaed.org/discussion-guides/Tough-Guise-Discussion-Guide.pdf>. [consultado a 16.06.2018]
- Katz, Jackson. 2011. "Advertising the construction of violent white masculinity: from BMW's to Bud Light", in G. Dines e Humez, J.M. (Ed.), *Gender, Race and Class in Media*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kellner, D. e Share, J. 2009. "Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education" In Macedo, D. e Steinberg, S. R. (eds.) *Media Literacy*. Nova Iorque: Peter Lang.
- Kupers, Terry A. 2005. "Toxic masculinity as a barrier to mental health treatment in prison", *Journal of Clinical Psychology*. 61 (6): 713–724.
- Lloyd, Fiona e Howard, Ross. 2005. "Gender, Conflict and Journalism: A handbook for South Asia". UNESCO. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001439/143925E.pdf>. [consultado a 16.06.2018]

- Lukacovic, M. N. 2012. "Peace journalism and radical media ethics". *Conflict & communication online*. Vol. 15 (2): 1-9.
- Luke, C. 1994. "Feminist pedagogy and critical media literacy". *Journal of Communication Inquiry*. 18 (2): 30-47.
- Lynch, J. e McGoldrick, A. 2005. *Peace Journalism*. Stroud: Hawthorn Press.
- McCombs, M. e Shaw, D. 1972. "The agenda-setting function of mass media". *The public Opinion Quarterly*. 36(2): 176-187.
- McGoldrick, A e Lynch, J. 2000. "Peace Journalism: What is it? How to do it?". *Reporting the World*. Disponível em: https://www.transcend.org/tri/downloads/McGoldrick_Lynch_Peace-Journalism.pdf. [consultado a 16.06.2018]
- Mesquita, Mário. 2003. *O Quarto Equívoco*. Coimbra: Minerva.
- Minnesota Coalition Against Sexual Assault. 2013. "reporting on sexual violence: a guide for journalists". Disponível em: <http://www.mncasa.org/assets/PDFs/briefbank/2013MediaManual.pdf>. [consultado a 16.06.2018]
- Potter, W. James. 1998. *Media Literacy*. Londres: Sage Publications.
- Santos, M. L. 2004. *Gênero e comunicação: O masculino e o feminino em programas populares de rádio*. São Paulo: Anna Blume.
- Santos, S. J. 2012. "Media and Interculturality: Mapping Theories, Projects and Gaps". In Susana Gonçalves, Mark A. Carpenter (org.). *Diversity, Intercultural Encounters, and Education*, 72-87. Londres: Routledge.
- Scheper-Hughes, N. e Bourgois, P. I. 2004. *Violence in war and peace - An Anthology*. London: Blackwell Readers in Anthropology.
- Shaw, E. 1979. "Agenda-Setting and Mass Communication Theory", *Gazette (International Journal of Mass Communication Studies)*. XXV (2): 96-105.
- Shoemaker, P.; Eichholz, M.; Kim, E.; Wrigley, B. 2001. "Individual and routine forces in gatekeeping". *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 78:233-246.
- Sutherland, G.; McCormack, A.; Pirkis, J.; Vaughan, C.; Dunne-Breen, M.; Eastal, P. e Holland, K. 2016. *Media representations of violence against women and their children: final report*. Sydney: ANROWS.
- Todd, Julia T. 2003. *Gendered lives: communication, gender, and culture*. Belmont: Thomson/Wadsworth.
- Wade, T., Wilksch, S., Paxton, S., Byrne, S., e Austin, S. B. 2017. "Do universal media literacy programs have an effect on weight and shape concern by influencing media internalization?", *International Journal of Eating Disorders*, 50 (7): 731-738.
- Ward, L. M., e Aubrey, J. S. 2017. *Watching gender: How stereotypes in movies and on TV impact kids' development*. São Francisco, CA: Common Sense.
- Westerfelhaus e Lacroix, C. 2012. "Gender and Masculinity: Fatherhood". In Kosut, Mary (ed.) *Encyclopedia of Gender in Media*, 134-136. Nova Iorque:

- Sage.
- Yiping, Cai. 2012. “Revisiting Peace Journalism with a Gender Lens”, *ISIS Women*.
Disponível em:
http://www.isiswomen.org/phocadownload/print/isispub/wia/wia2012/wia2012_10cimcaiyiping.pdf. [consultado a 16.06.2018]
- 21 Century School (s/d). “Media literacy toolbox: Media Literacy Concepts & Skills”.
http://www.21stcenturyschools.com/uploads/2/1/5/4/21542794/deconstructing_media_messages.pdf [consultado a 16.06.2018]