

REPRESENTATIVIDADE DO MOVIMENTO AMERICANO #METOO NOS MEDIA ONLINE PORTUGUESES

REPRESENTATION OF THE AMERICAN #METOO MOVEMENT IN PORTUGUESE ONLINE MEDIA

Recebido em: 15 de abril de 2023

Aprovado em: 22 de junho de 2023

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RCO | a. 15 | v. 2 | p. 211-234 | jul./dez. 2023

DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v2.3330>

Susana Amante susanamante@estgv.ipv.pt

Doutora em Filologia Inglesa pela Universidade de Salamanca (Salamanca/Espanha), com menção 'Doctor Europaeus' pela coorientação da Universidade de Coimbra (Coimbra/Portugal). Professora na Escola Superior de Tecnologia e Gestão, CI&DEI, Instituto Politécnico de Viseu (Viseu/Portugal). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1300-0785>

Andreia Freitas andreaif121@live.com.pt

Mestre em Ciências da Comunicação – Informação e Jornalismo, pela Universidade do Minho (Braga/Portugal). Formadora Profissional em URBE – Consultores Associados (Castelo de Paiva/Portugal). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0594-7629>

Ana Isabel Silva aisilva@esev.ipv.pt

Doutora em Línguas e Literaturas Modernas – Linguística e Ensino de Línguas pela Universidade Católica Portuguesa – Centro Regional das Beiras (Viseu/Portugal). Professora Adjunta da Escola Superior de Educação do Politécnico de Viseu e membro integrado do CI&DEI (Viseu Dão-Lafões/Portugal). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5751-3902>

RESUMO

Os abusos sexuais são um problema transversal que afeta diferentes sociedades. Outubro de 2017 assumiu-se como um período de viragem, devido ao aparecimento do movimento #MeToo. Neste artigo, propomo-nos analisar os conteúdos publicados por três jornais *online* portugueses para responder a: 1) qual a representatividade do movimento na imprensa *online* portuguesa? Foi feito o levantamento do conteúdo das notícias, a fim de aferir: 2) a diferença ou semelhança entre conteúdos publicados pelos jornais *online* em análise. Do estudo feito, conclui-se que há maior proliferação de informação nos *media* nacionais de notícias relacionadas com o impacto do movimento no panorama internacional e pouca representatividade do movimento em casos portugueses.

Palavras-chave: Ciberativismo. #MeToo. *Media*. Redes sociais. Valores notícia.

ABSTRACT

Sexual assault is a cross-cutting problem that affects different societies. October 2017 was heralded as a turning point due to the emergence of the #MeToo movement. In this article, we intend to analyse data published by three Portuguese online newspapers to answer the question: 1) what is the representativeness of the movement in the Portuguese online press? News content was retrieved in order to ascertain: 2) the difference or similarity between the contents published by the online newspapers under analysis. We conclude that there is greater dissemination of information in the national news media regarding the impact of the movement on the international stage and little representativeness of the movement in the Portuguese setting.

Keywords: Slacktivism. #MeToo. Media. Social Networks. News Values.

1 INTRODUÇÃO

A expressão inglesa “Me Too” apresenta um significado que transcende a sua literal tradução, passando a ter uma conotação relacionada com a violência sexual desde que a *hashtag* foi lançada nas redes sociais. Impulsionada pelo Twitter, foi lançada em 1996 por Tarana Burke, uma ativista dedicada aos direitos civis das mulheres negras. Contudo, a sua maior visibilidade fez-se notar no dia 15 de outubro de 2017, data em que a atriz americana Alyssa Milano adotou a *hashtag* MeToo, aquando dos escândalos que envolveram Harvey Weinstein, um reconhecido produtor de Hollywood, apelando à manifestação das mulheres vítimas de violência sexual. Foram milhares de pessoas que mostraram a sua simpatia para com o *tweet* da atriz, como Amanda Vink faz saber:

Em apenas dois dias, a *hashtag* foi usada 825 000 vezes no Twitter. No Facebook, 4,7 milhões de pessoas em todo o mundo juntaram-se à conversa levando a mais de 12 milhões de *posts*, comentários e reações. *Posts* de todo o mundo detalhavam experiências de assédio sexual – comentários sexuais indesejados, ameaças, avanços, ou insinuações dirigidas a outra pessoa, por um vasto número de indivíduos. (Vink, 2019, p. 48, trad. nossa)¹

Com efeito, criou-se um efeito bola de neve nas demais redes sociais. A divulgação do movimento #MeToo levou mais de 300 mulheres, pertencentes à indústria cinematográfica de Hollywood, a utilizarem o jornal *The New York Times* para lançarem um novo movimento: *Time’s Up*. Três dias depois dos *Golden Globes*, evento no qual várias mulheres se mostraram solidárias com o movimento #MeToo vestindo-se de preto, foi a vez de um grupo de mulheres publicarem num jornal francês – *Le Monde* – reivindicando o fim do assédio sexual.

O movimento ganhou poder em termos mundiais e o número de mulheres que divulgou a sua história e condenou os agressores não para de aumentar, como o atesta o polémico caso Mayorga, que envolveu o futebolista Cristiano Ronaldo numa alegada violação à norte-americana e cuja acusação foi recentemente arquivada (Silva, 2022). Essa propagação do movimento deu-se, essencialmente, nas redes sociais e nos *media*. Estas ferramentas de proliferação de informação têm sido encaradas como essenciais para o alcance das massas e, consequentemente, do objetivo do movimento.

¹ In just two days, the hashtag was used 825,000 times on Twitter. On Facebook, 4.7 million people around the world joined in on the conversation with more than 12 million posts, comments and reactions. Posts from around the world detailed sexual harassment experiences – unwanted sexual comments, threats, advances, or suggestions towards another person from a diverse crowd of people. (VINK, 2019, p. 48)

Por esse motivo, considera-se pertinente analisar este assunto na voz dos *media* portugueses, no ano imediatamente após o nascimento do movimento, num período temporal que inclui a cerimônia dos Globos de Ouro, o dia de S. Valentim e o dia internacional da Mulher. Pretendemos, assim: a) verificar a propagação de informação sobre o movimento #MeToo em Portugal e o seu impacto mediático.

Para tal, propomo-nos a: a) recolher as notícias veiculadas nos principais *media* nacionais em linha, nomeadamente: *Jornal de Notícias (JN)*, *Público* e *Observador*; b) contabilizar as notícias veiculadas nos *media* portugueses sobre o movimento em análise; c) comparar o mediatismo e as temáticas (Globos de Ouro; Casos de denúncias; Atitude de Trump face ao movimento, entre outras) valorizadas por cada meio de comunicação em análise.

Traduz-se, assim, neste artigo a descrição do comportamento dos *media* portugueses face ao movimento americano #MeToo, num ano em que seria expectável o acompanhar da tendência internacional de denúncia.

1 O MOVIMENTO #METOO

Desde outubro de 2017, com o surgimento do movimento americano #MeToo, a violência sexual passou a ser um tema debatido com intensidade em todo o mundo, como referido. Este movimento consiste na revelação de abusos sexuais, principalmente dentro do local de trabalho. O escândalo que envolveu o produtor americano de cinema, Harvey Weinstein, levou à criação dos primeiros movimentos que visavam a revelação de abusos sexuais. Foi o caso da #Balancetonporc e #MeToo. Ambos os movimentos fizeram com que dezenas de milhares de mulheres testemunhassem sobre a violência sexual de que foram alvo (Cova, 2018).

O movimento #MeToo surgiu pela voz de Alyssa Milano, mas o efeito bola de neve do movimento foi visível na manifestação de centenas de mulheres através das redes sociais. Tal facto fez com que o tema passasse das redes sociais para os *media* e ganhasse uma voz ainda mais ativa. Ao mesmo tempo, este movimento fez com que surgisse um outro, o *Time's Up*. Neste, 400 mulheres de Hollywood revelaram ao jornal *The New York Times* os casos que alegadamente tinham sofrido, como forma de protestarem e acabarem com os abusos sexuais e desigualdades entre sexos dentro do local de trabalho. Segundo Vink (2019, p. 49, trad. nossa), “[o] movimento começou com uma carta aberta que foi publicada *online* e

assinada por 400 mulheres que trabalham na indústria do entretenimento, incluindo Reese Witherspoon, Oprah Winfrey, e Shonda Rhimes, e que, em Março de 2018, tinha angariado 20 milhões de dólares”².

Em 2018, havia quarenta milhões de mulheres consideradas vítimas daquela que é tida como a escravidão moderna, ou seja, abusos sexuais dentro do trabalho (Dennis, 2018).

2 O PAPEL DOS SOCIAL MEDIA E DA IMPRENSA NO MOVIMENTO #METOO

Ao analisar o #MeToo, damos conta de que houve dois meios importantes na disseminação do movimento, bem como dos que se seguiram. Por um lado, as redes sociais, nomeadamente o Twitter, através do qual foi veiculado o movimento em análise. Por outro lado, foi com os jornais que o movimento foi divulgado mais amplamente, atingindo uma escala internacional.

No que concerne às redes sociais, estas são ferramentas que colocam a informação acessível nas várias partes do mundo, possibilitando a interação entre os utilizadores das plataformas (Dennis, 2018). O movimento rapidamente passou do Twitter para várias redes sociais, como o Facebook, onde foram criados grupos com os quais as mulheres passaram a partilhar a sua experiência de assédio em ambiente laboral. A partilha de informação nestes grupos ajuda a vítima a sentir-se compreendida no seio de um grupo de mulheres que sofreram experiências parecidas (Drakulić *et al*, 2018).

Para além disso, houve muitos casos denunciados através dos jornais. Por exemplo, poucos dias depois da criação do #MeToo, mais de 300 mulheres manifestaram-se no jornal *The New York Times*. Três dias depois dos *Golden Globes*, cem mulheres entregaram uma carta assinada, intitulada “Mulheres libertam uma outra palavra”, ao jornal *Le Monde* (Cova, 2018). Com esta proliferação da informação, o movimento #MeToo deixou de ser apenas um caso que se reportava a um homem poderoso de Hollywood, mas passou a centrar-se em muitos homens acusados de violação, assédio sexual, e inadequação do comportamento face às mulheres, assumido em público por diversas pessoas (Drakulić *et al*, 2018).

² “[t]he movement began with an open letter that was published online and signed by 400 women who work in the entertainment industry, including Reese Witherspoon, Oprah Winfrey, and Shonda Rhimes, and as of March 2018, it had raised \$20 million”.

3 O CIBERATIVISMO

A sociedade atual está envolvida numa conjugação quotidiana entre a vida *online* e *offline*. Nesta deambulação entre ambas, importa chamar à colação uma prática que emergiu nos últimos anos: o ativismo na internet. Este conceito é também denominado de ciberativismo.

O ciberativismo (a) é a utilização da internet para criar/integrar movimentos ativistas motivados pelo objetivo de alcançar metas relativas a um determinado assunto. Os objetivos primordiais do ciberjornalismo consistem no encontro *online* por parte desta comunidade em rede, de apoio e mobilização do grupo para uma causa ou simplesmente colocar uma multidão a falar/discutir um assunto, como forma de mobilizar as pessoas para ações e protestos na vida *offline*.

Já o *Slacktivism* (b) é aquilo a que chamamos de ativismo preguiçoso, quando o usuário das redes sociais se limita a clicar ou retransmitir uma informação que está *online* em prol de uma causa, podendo enfraquecer a adesão às ações objetivas e concretas de um determinado ativismo (Lima, 2012).

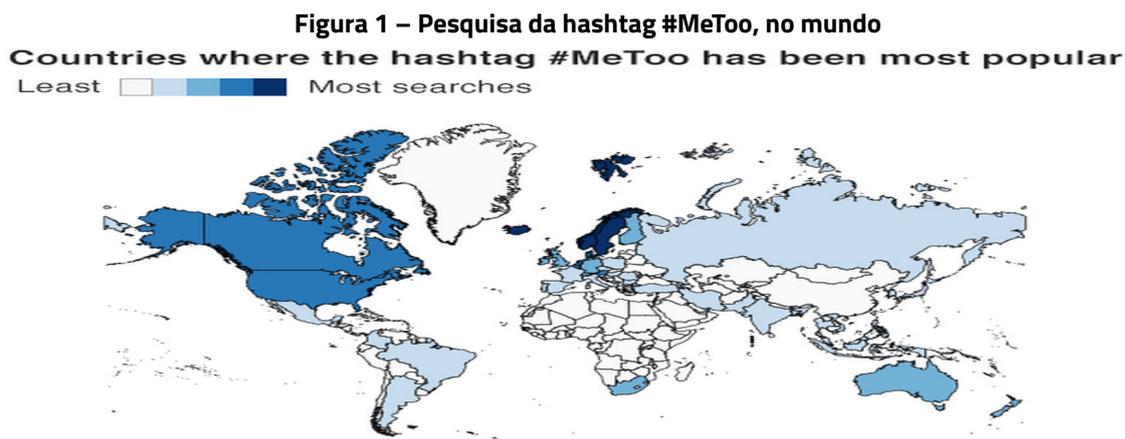
São vários os casos de organizações que utilizam as redes sociais para fazerem ativismo no meio *online*. É o caso da Associação Revolucionária de Mulheres do Afeganistão (RAWA), que aplica o conceito de ciberativismo, pois publica vídeos no Facebook onde se veem torturas e abusos de poder face às mulheres afegãs, com o intuito de que estes sejam vistos, partilhados, mas, sobretudo, que criem uma mobilização *offline* ativa face ao caso (Lima, 2012). O problema reside quando consideramos que o facto de partilharmos o vídeo da RAWA é, por si só, suficiente para defender os interesses da causa, quando isso é, na realidade, um ato de *Slacktivism* (ativismo preguiçoso).

No caso do movimento #MeToo, houve efetivamente a presença de ciberativismo, já que o movimento surgiu na esfera *online* mas rapidamente atingiu as suas metas. Houve já pedidos de alteração a leis a fim de proteger as vítimas de abusos sexuais, tal como aconteceu em Espanha, em que o Governo espanhol propôs que o ato sexual sem "sim" explícito seja considerado violação por lei (Jornal de Notícias, 2018a).

Decorrente deste movimento em análise, surgiu, como referido anteriormente, o movimento *Times's Up* que conseguiu angariar, em apenas um mês, 21 milhões de dólares destinados a prestar apoio jurídico a mulheres que passem por situações de assédio, abuso ou agressões no trabalho.

Porém, o ciberativismo referente ao #MeToo não se deu de igual modo em todos os cantos do mundo. Segundo o artigo publicado pela BBC News, relativamente ao mapeamento realizado pela *Google* numa pesquisa sobre este movimento, a mesma não foi efetuada de igual modo, observando-se diferenças de país para país. Mais refere: a liberdade de imprensa e a forma de atuação dos *media* são a causa para tal facto, e isso verifica-se em países como a Coreia do Sul e o Japão, onde o movimento tem registado maior

adesão, mas de uma forma muito lenta, colocando estes países muito longe dos ocidentais, como ilustra a figura 1 (Seales, 2018).



Fonte: Google Trends (Seales, 2018)

4 O PAPEL DA IMPRENSA PARA OS MOVIMENTOS SOCIAIS

O principal objetivo dos movimentos sociais da atualidade consiste em promover a democratização das relações dentro da sociedade. Na contemporaneidade, os movimentos sociais têm vindo a ocorrer na esfera *online* (Gangopadhyay, 2015). Os *media* assumem significativa influência na visibilidade dos problemas sociais, na formulação e na implementação das políticas públicas e são utilizados como forma de expandir o debate. De facto, além da rádio, televisão e imprensa, que integram a esfera *offline*, há ainda a transição dos movimentos para o meio *online* dos *media*. Os *media*, juntamente com as tecnologias da comunicação, têm emancipado movimentos sociais que, até então, não conseguiam erguer a sua voz em massa, prejudicando, por isso, o alcance da mudança (Gangopadhyay, 2015). Ainda assim, os meios de comunicação escolhem diferentes ângulos consoante a sua cobertura e linha editorial. É por isso que determinados assuntos (como o #MeToo) são mais noticiados por uns meios de comunicação do que outros. Critérios de noticiabilidade como o “imediate”, a “novidade”, “revolta” e o “próximo” tendem a ser mais valorizados.

5 ÂMBITO DE ESTUDO E METODOLOGIA ADOTADA

Para percebermos a notoriedade do #MeToo em Portugal, propusemo-nos a estudá-lo atendendo a uma pesquisa em três meios de comunicação nacional, através das plataformas *online* (*Público* – jornal generalista diário; *Observador* – jornal generalista digital; e *Jornal de Notícias* – jornal generalista diário). O papel não foi alvo de análise; optou-se pelo acesso aos *sites* de cada jornal, já que o formato em linha permite retroceder, de modo mais fácil, à informação publicada por cada órgão. Além do fácil acesso à informação, teve-se em consideração o aumento de leitores nestas plataformas: 1,2 milhões de portugueses consultaram notícias exclusivamente *online*, um número que tem crescido, principalmente, em leitores com idades entre os 15 e os 24 anos (Marktest, 2017).

A escolha destes três meios ocorreu em virtude das características de cada um. Por um lado, centrámo-nos no jornal *Público* que, segundo um estudo da *Reuters Institute Digital News Report*, é o terceiro órgão de comunicação português em que os cidadãos mais confiam (Reuters, 2018a). Em 2001, o jornal decidiu adaptar-se à nova realidade dos *media*, tendo criado um *site* de notícias, sendo o terceiro jornal *online* mais consultado em 2018.

O *Jornal de Notícias* é um dos meios de comunicação social do país com maior número de seguidores nas redes sociais (mais de 2 milhões só no Facebook). Disputa há vários anos consecutivos a liderança em todas as plataformas digitais.

Já o *Observador*, jornal digital nascido em 2014, foi eleito o jornal generalista do ano na 20.^a Edição dos Prémios Meios & Publicidade, prémio que, nos últimos anos, foi atribuído ao jornal *Expresso*. Segundo o *Observador* (2018), o jornal *online* teve “5,4 milhões de utilizadores da internet no passado mês de março, um novo máximo. Isto para um total de 13,4 milhões de visitas e quase 50 milhões de páginas vistas” (Carrilho, 2018).

A pesquisa foi elaborada a partir da ferramenta de pesquisa de cada jornal, no seu *site* de informação, através da expressão #MeToo, que remetia para notícias e artigos de opinião que mencionavam o movimento, quer no título, quer no corpo do texto. Posteriormente, analisou-se o seu conteúdo. A pesquisa debruçou-se sobre o período entre janeiro e julho de 2018. Tendo em conta que o escândalo que envolveu o CR7, em Portugal, não ficou abrangido pelo nosso âmbito de estudo, pensa-se que será pertinente, no futuro, realizar uma comparação dos dados deste artigo com os desse caso.

Foram submetidas a análise quantitativa 59 notícias do *JN*, 78 conteúdos publicados pelo *Observador* e ainda 142 artigos sobre o movimento publicado *online* pelo *Público*.

Primeiramente, procedeu-se à contabilização das notícias e artigos de opinião publicados por cada jornal de janeiro a julho de 2018. Foram, assim, obtidos dados que permitiram responder à questão de partida: Como tratou a imprensa portuguesa *online* o #MeToo e com que representatividade?

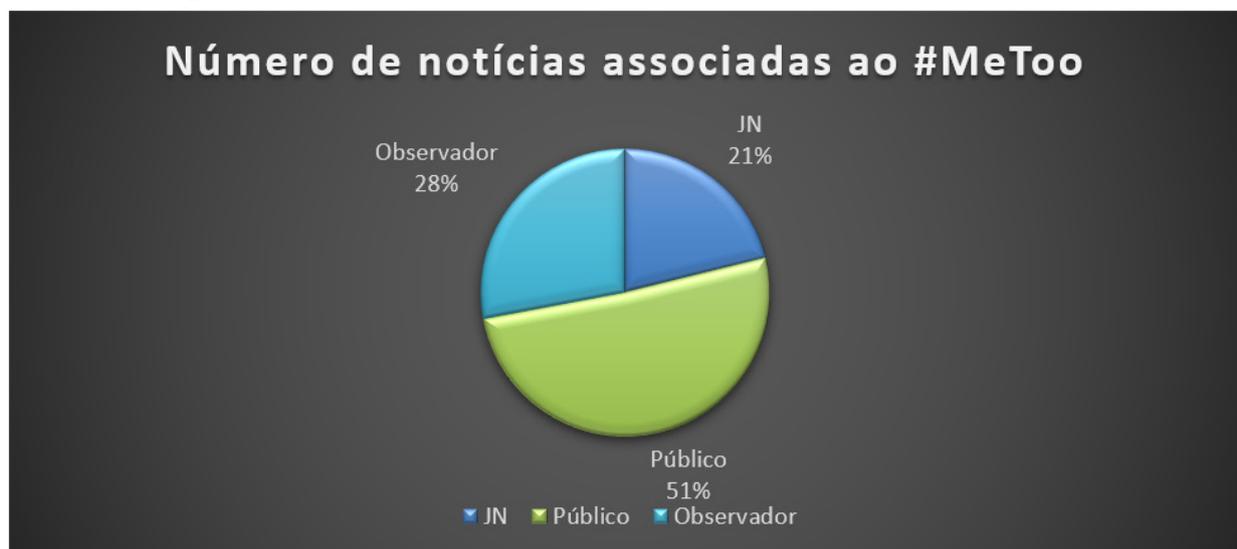
Depois, considerou-se pertinente analisar o conteúdo das notícias publicadas pelos jornais. Contudo, e porque a análise ficaria demasiado extensa, realizou-se um estudo qualitativo relativo a notícias publicadas entre janeiro e março de 2018, no que respeita ao *Jornal de Notícias* e *Público*. No caso do *Observador*, o estudo contempla apenas fevereiro e março – dado que o jornal restringe a visualização por pesquisa até cinco páginas, não permitindo visualizar as notícias subordinadas ao #MeToo de janeiro.

Procedeu-se ainda à análise qualitativa, através de análise de conteúdo, como forma de entender a diferença de temáticas entre os três órgãos de comunicação em análise.

6 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A partir da análise quantitativa, proveniente da contabilização do número de artigos publicados sobre o #MeToo, entre janeiro e julho de 2018, infere-se que há diferenças no que concerne ao número de notícias publicadas por cada um dos três órgãos de comunicação social.

Figura 2 – Número de notícias associadas ao #MeToo, de janeiro a julho de 2018

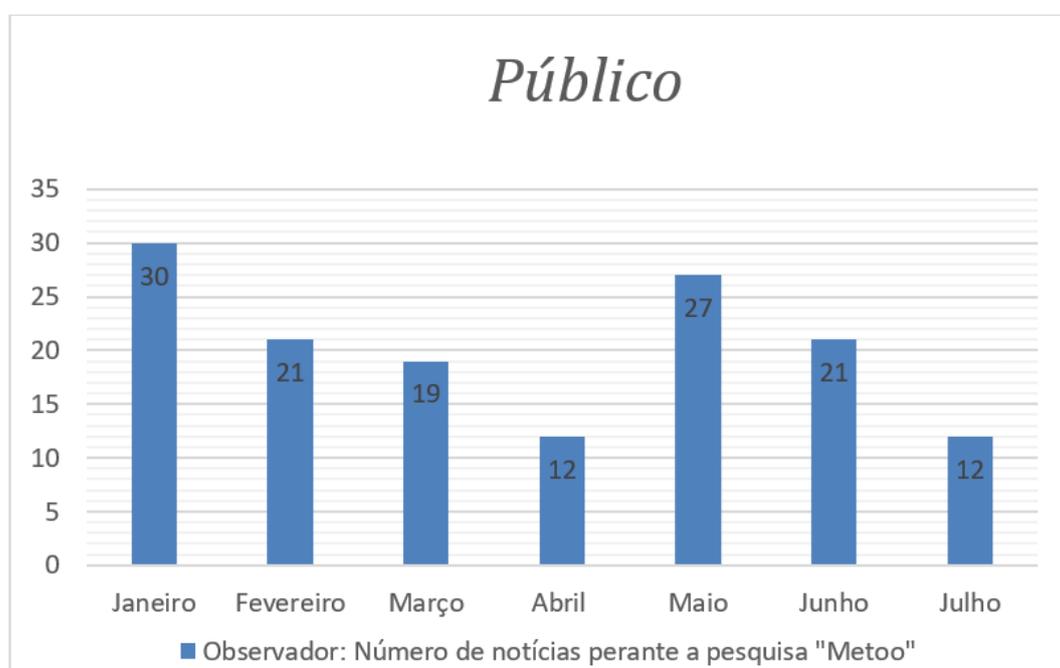


Fonte própria

Tal como se verifica na fig. 2, o jornal que evidenciou maior número de notícias publicadas, segundo a pesquisa no seu *website*, a partir do #MeToo, foi o *Público*, com 142 artigos publicados entre janeiro e julho de 2018. O *Observador* foi o segundo jornal analisado que manifestou maior cobertura do #MeToo.

6.1 NO CASO DO PÚBLICO

Figura 3 – Análise quantitativa referente ao jornal Público das notícias publicadas entre janeiro e julho 2018



Fonte própria

Observa-se um pico de notícias no mês de janeiro (30) com um decréscimo acentuado nos meses seguintes, chegando a 12 notícias publicadas sobre o movimento em abril. Há um novo aumento significativo no que concerne à cobertura noticiosa sobre o #MeToo em maio, embora se verifique um novo decréscimo até julho, menos acentuado do que o verificado de janeiro para fevereiro de 2018.

A primeira notícia publicada, no dia 1 de janeiro, alude a um artigo de opinião intitulado “A sociedade não nos ensina o que é consentimento”, da autoria de Aline Flor. O mesmo artigo debate a questão do consentimento e defende que esta luta já tinha sido iniciada antes do #MeToo, com a Marcha das Galdérias em 2011, no Canadá.

A notícia seguinte dá conta do impacto do movimento na sociedade, como parte da partilha de experiências de casos de abusos sexuais, bem como forma de provar “que as mulheres têm cada

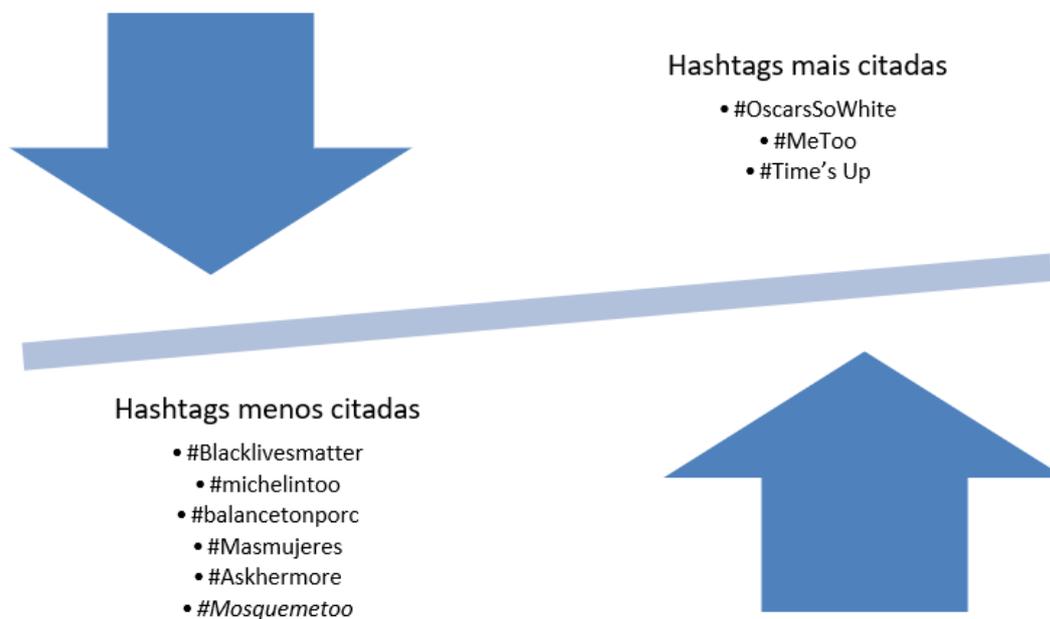
vez mais voz” na sociedade. Na sequência do impacto do movimento, o *Público* noticiou, no dia 18 de janeiro, o lançamento de uma aplicação que permitia dar o consentimento sexual, na Holanda, antes de um encontro. A aplicação “permite que duas pessoas possam combinar como será a sua vida sexual” (Reuters, 2018b).

As notícias que se seguiram dizem respeito, essencialmente, a casos referentes a Hollywood, nomeadamente aos Globos de Ouro, Óscares, entre outros eventos da indústria cinematográfica do mundo. Do dia 7 de janeiro ao dia 28 de março, foram mais de 22 notícias que abordavam esses acontecimentos, todos eles centrados no contexto internacional. Há, assim, um aumento do número de notícias produzidas pelo jornal aquando das datas de eventos relacionados com o mundo cinematográfico, como os Óscares.

A maioria das notícias publicadas pelo *Público* diz respeito às consequências do #MeToo. Após o surgimento do movimento, surgiram outros relacionados com a questão social defendida pelo #MeToo. É o caso de movimentos que foram encontrados nesta análise de conteúdo, como #BalanceTonPorc, em França, #MasMujeres, em Espanha, e #MosQueMeToo, referente a mulheres muçulmanas. Da análise às *hashtag* não se verifica nenhuma de origem portuguesa.

Além das novas *hashtag* criadas como consequência do #MeToo, foram encontradas notícias referentes a despedimentos, processos em tribunal, novas leis e até aplicações de telemóvel para denunciar casos de falta de consentimento em questões sexuais. Todas essas notícias fazem referência a casos no estrangeiro, exceto uma, como faremos notar. Ou seja, não há referência a casos portugueses nas notícias publicadas neste período pelo *Público*.

Figura 4 – Hashtags citadas nas notícias analisadas no jornal *Público*



Fonte própria

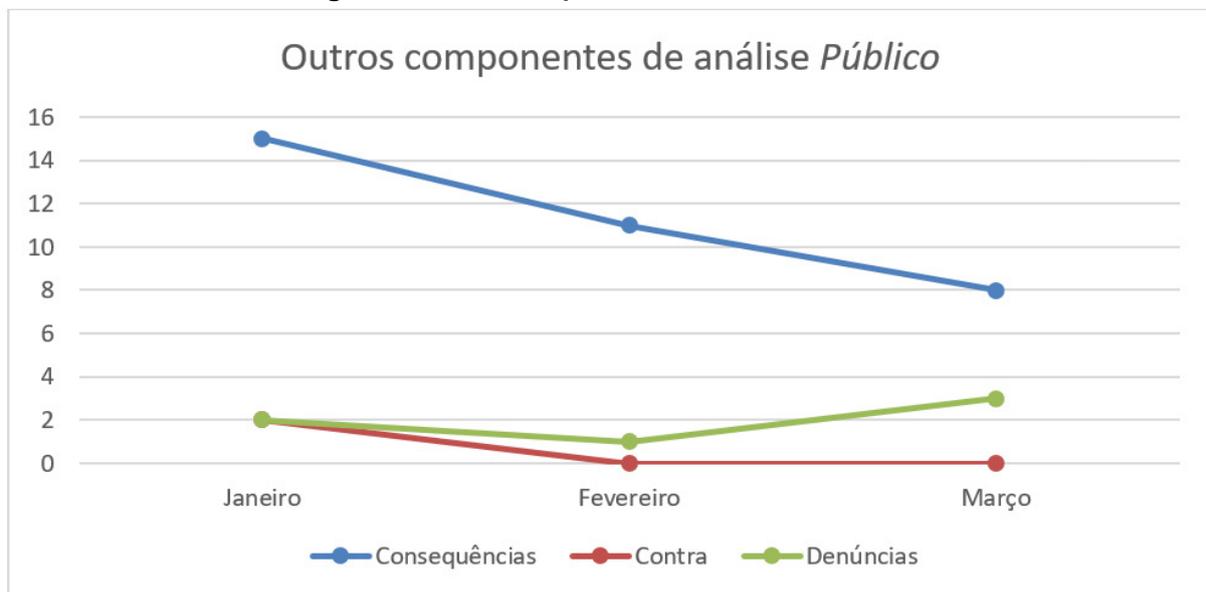
Desta análise de conteúdo, considera-se pertinente referir que há um nome que é mencionado, em todos os meses analisados, como praticante de abusos sexuais: Harvey Weinstein, o produtor de Hollywood. Constatamos, particularmente, um aumento da frequência com que aparecem notícias relacionadas com o produtor em março, fenómeno, possivelmente, resultante do facto de ter sido o mês dos Óscares, evento associado à produção cinematográfica.

Se neste artigo nos propusemos a analisar o impacto do movimento no contexto português, podemos dizer, no que refere aos casos portugueses noticiados, que houve pouca informação divulgada pelos jornais. A este propósito, leia-se: o #MeToo “teve relevância e uma grande visibilidade praticamente no mundo inteiro, influenciou a forma como se fala nesses assuntos”, pondera Nora Kiss, presidente da Rede Portuguesa de Jovens para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens. Mas contrapõe que, em Portugal, o efeito não foi tão visível como em outros países (Flor, 2018). Tal contrasta fortemente com o que se sucedeu em outubro de 2018 - caso Ronaldo - e que será alvo de análise em artigos futuros.

Das 70 notícias nas quais recaiu a análise de conteúdo, apenas uma se debruçou sobre Portugal. Ainda que aluda ao panorama nacional, o conteúdo da notícia não se prende com questões de abusos sexuais portugueses, mas antes com um filme intitulado “A Rapariga de Parte Nenhuma” (Brisseau, 2012), como ilustrador de casos de abusos sexuais, lançado por um português.

Considera-se pertinente referir que recaiu sobre o movimento a especial atenção dos autores de artigos de opinião do *Público*, já que se somam 11 dedicados ao #MeToo. Fevereiro manifesta-se como o mês com mais artigos, estando isso relacionado com a celebração do Dia dos Namorados, opinando sobre questões de relacionamento, muito embora março tenha ficado marcado pelo Dia Internacional da Mulher e artigos que associavam este dia ao movimento.

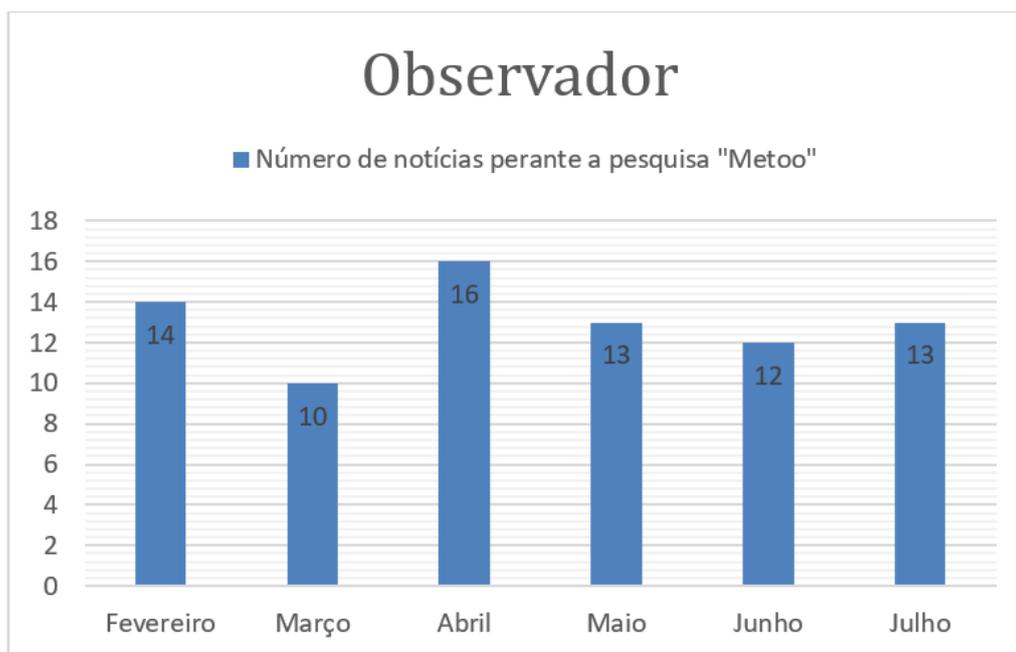
Figura 5 – Outros componentes de análise do *Público*



Fonte própria

6.2 NO CASO DO *OBSERVADOR*

Figura 6 – Análise quantitativa referente ao jornal *Observador* das notícias publicadas de fevereiro a julho 2018



Fonte própria

O *Observador* revelou ter temáticas distintas do *Público* e do *JN*. Os valores-notícia que mais pareceram ser valorizados por este jornal foram os de proximidade e de compromisso nacional, isto porque se revelou como o órgão que mais noticiou os casos portugueses, nomeadamente, no que respeita a denúncias de abusos sexuais, como observamos na Fig. 6.

Caso disso é a notícia referente a António Lobo Antunes, que dá conta da troca de acusações entre ele e a uma professora de Educação Moral e Religiosa que o tinha assediado quando era jovem, bem como em outros casos de denúncias de portugueses como Cristina Ferreira, Catarina Furtado e ainda José Cid. A presença de denúncias, por parte de homens, não se verificou nas notícias analisadas no panorama internacional, apenas no português.

Alguns dos artigos de opinião publicados fazem alusão a casos portugueses relacionados com a representação do #MeToo, em Portugal. Esta realidade contrasta com o jornal *Público*, visto que não foram encontradas, segundo os critérios de pesquisa, notícias com referência a casos nacionais.

Houve também mais notícias no *Observador* do que no *Público* no que respeita às consequências do #MeToo na sociedade, tal como se poderá constatar comparando a Fig. 7 com a Fig. 5.

No *Observador*, foram também noticiados casos de denúncias internacionais. Na análise dá-se conta da referência a jornais como *The New York Times*, para efetuar a primeira denúncia dos abusos sexuais.

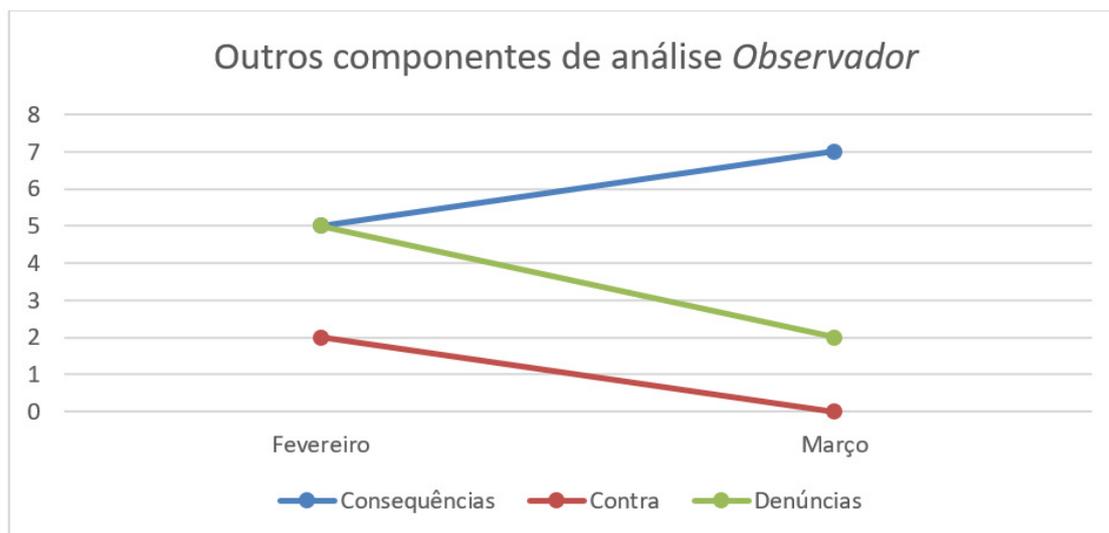
Tal como no *Público*, dos nomes denunciados, há alguns mais frequentes, com Weinstein a liderar, seguido de Trump. Numa notícia relacionada com Trump, publicada a 10 de janeiro, intitulada “Segunda baixa na Casa Branca leva Trump a questionar movimento #MeToo”, lia-se que “Donald Trump diz ter dúvidas em relação ao #MeToo, o movimento anti-assédio sexual nos EUA” (Alves, 2018). Esta notícia reforça a ligação do movimento aos EUA, local onde a *hashtag* surgiu.

A falta de conteúdos relacionados com os casos nacionais pode ter a ver com a falta de casos que cumpram o valor-notícia “proximidade”. Tal é explanado na notícia de Maria João Caetano, publicada no Diário de Notícias, a 5 de outubro de 2018. Na mesma, a autora do artigo dá conta da falta de casos portugueses divulgados como consequência do #MeToo. “A verdade é que em Portugal não se conhecem muitos casos de assédio com famosos”, diz, fazendo alusão ao esforço da organização UMAR, que “luta contra a desigualdade de género e procura ajudar as mulheres que, de alguma forma, sofrem essa desigualdade”. A associação admite que as mulheres não têm divulgado os seus casos de assédio sexual, já que as mesmas “tinham medo e vergonha e preferiam ficar caladas a levantar a sua voz contra o abusador” (Caetano, 2018).

No Dia Internacional da Mulher houve lugar a notícias sobre o movimento e um artigo de opinião intitulado “Mulheres: conheçam-se”, de Inês Relvas, onde a autora mencionava a frequência com que ouviu críticas ao movimento: “agora já não se pode sorrir a uma mulher sem se ser atacado” (Relvas, 2018).

Há, assim, um aumento de notícias e artigos de opinião relacionados com as consequências do #MeToo (Fig. 7) na sua maioria alusivas a casos internacionais. Porém, manifestou-se um decréscimo no que concerne ao número de notícias contra o movimento, bem como o número de denúncias, entre fevereiro e março.

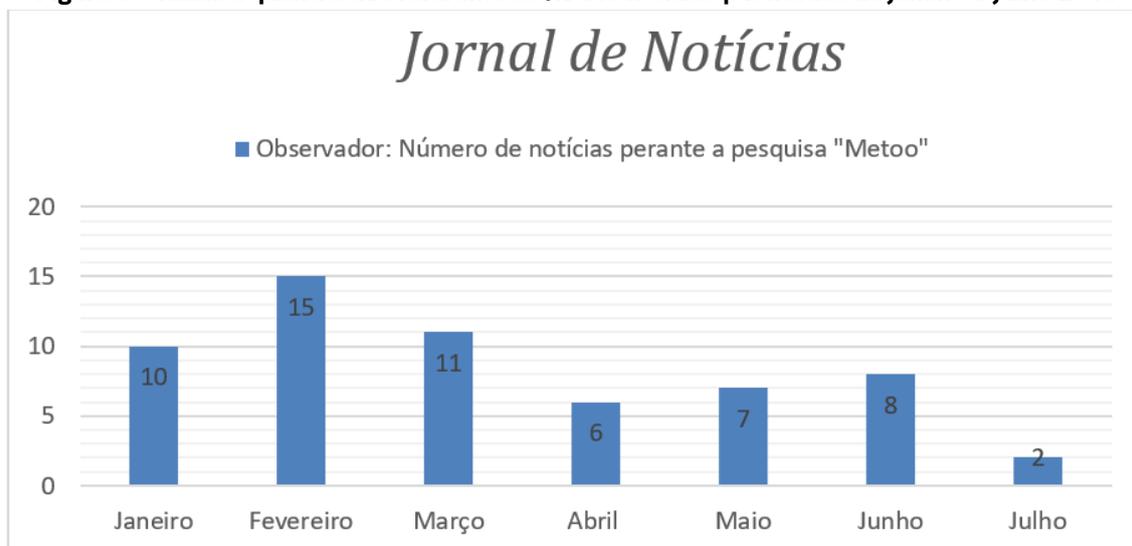
Figura 7 – Outros componentes de análise do Observador



Fonte própria

6.3 NO CASO DO JORNAL DE NOTÍCIAS

Figura 8 – Análise quantitativa referente ao JN das notícias publicadas de janeiro a julho 2018



Fonte própria

Importa referir que, no mês de janeiro, o JN abre com uma notícia intitulada "O mais procurado nos sites porno em 2017". O título remete para uma notícia que se reporta ao ano de 2017, ano em que

“as mulheres expressaram os seus desejos de forma mais aberta” (Delas, 2018). É nesse sentido que a notícia integra as consequências do movimento, uma vez que dá conta que a adesão ao movimento por personalidades como Hillary Clinton contribuiu para que as mulheres se sentissem “mais capacitadas e encontraram a sua voz”. Esta é a primeira de muitas notícias publicadas no *JN* que remetem para o artigo original que pertence ao blogue feminino *Delas*. Este, dedica-se à discussão do #MeToo, talvez pela sua ligação ao público feminino. Ao todo, foram contabilizadas 25 notícias publicadas no *JN* da autoria do blogue *Delas*.

São várias as notícias com ligação aos Globos de Ouro em janeiro e a maioria publicada pelo blogue anteriormente indicado. Em março, volta a haver uma tendência para fazer centrar as atenções no mundo do cinema, desta vez nos *Oscars*. Quer os *Globos de Ouro*, quer os *Oscars*, merecem destaque aquando das datas de realização dos eventos – os Globos de Ouro a 7 de janeiro, e os *Oscars* a 4 de março – o que denota a relevância do valor-notícia “atualidade”. Até porque, findos os eventos, os assuntos referentes ao #MeToo voltam a diminuir (o que justifica os dados da Fig. 8), embora não seja possível perceber se por esquecimento do tema, ou mesmo de agenda.

No que concerne às notícias com ligação ao panorama nacional, encontra-se uma publicação em janeiro, mas em fevereiro manifesta-se um pico de notícias relacionadas com Portugal, com quatro notícias. Em janeiro, referiam-se ao caso de acusação, por parte de oito mulheres, a um médico português, Rui Jorge Costa. Embora o caso remonte a 2016, ano em que se deu a denúncia por parte das oito mulheres, o certo é que a notícia revela o incentivo que o movimento lhes deu para não desistirem da sua causa.

Já em fevereiro, foram nomes como Catarina Furtado, que admite ter sido assediada, e ainda outras apresentadoras como Cristina Ferreira e Olívia Ortiz, que foram mencionados. Também Carla Bolito, atriz e membro do sindicato dos Trabalhadores de Espetáculos, foi mencionada nas notícias, por alegar que “há situações de assédio no trabalho, mas que elas não chegam a ser reportadas à estrutura”, admitindo que “o tema em Portugal ainda permanece um tabu em várias áreas profissionais” (Tomás, 2018a).

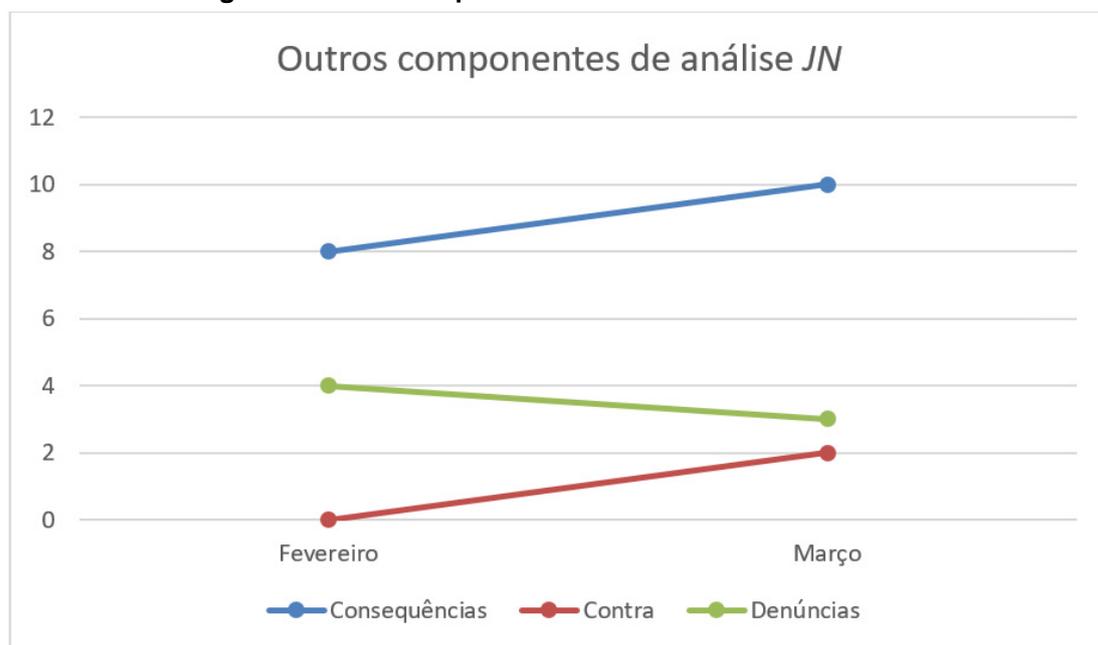
É na sequência destas notícias, que se reportam aos primeiros 8 dias de fevereiro, que no dia 10 do mesmo mês o *JN* publica uma notícia intitulada “O que pensam as feministas portuguesas”, um artigo publicado também no *blogue Delas*, onde se salienta que “em Portugal, as organizações feministas são convergentes na apreciação que fazem do movimento e consideram-no um passo importante contra o assédio” (Tomás, 2018b).

Neste contexto de importância do movimento no mundo, é de salientar os dados divulgados na notícia do Jornal de Notícias publicada a 27 de janeiro, onde se dava conta que o “Exército alemão registou 234 queixas de assédio e violência sexual em 2017”. A notícia dos abusos por parte do exército

foi revelada como consequência das várias queixas divulgadas de assédio contra o diretor alemão Dieter Wedel, movidas pelo #MeToo (Jornal de Notícias, 2018b).

No que concerne às notícias que se manifestam contra o movimento, como ilustra a Fig. 9, foi encontrada uma em janeiro, publicada a 15 do mesmo mês, e duas em março, denotando-se assim uma subida. No que respeita ao dia 15 de janeiro, o artigo de opinião intitula-se “Autora de ‘The Handmaid’s Tale’ é uma má feminista?” (Bernardino, 2018a).

Figura 9 – Outros componentes de análise do *Jornal de Notícias*



Fonte própria

Já no que concerne ao mês de março, é Judite de Sousa quem se manifesta contra o caminho traçado pelo #MeToo. Publicada a 25 de março, a notícia intitula-se “Judite de Sousa: Claro que não existe assédio nenhum”. Na mesma, Judite de Sousa, jornalista que atualmente desempenha funções na TVI, afirma que “o movimento #MeToo leva a mensagens muito intelectualizadas mas que mais não são do que conversas de travesseiro” (Bernardino, 2018b).

Outra personalidade portuguesa que aparece a tecer comentários ao movimento na imprensa é Clara de Sousa, a qual afirma que já teve “uma ou outra situação de assédio engraçada”. Ao longo da sua explanação sobre o caminho traçado pelo movimento, Clara de Sousa questiona-se sobre o que é, efetivamente, considerado assédio. Ao mesmo tempo, frisa que “O movimento “MeToo começou realmente bem, mas que, pelo caminho, tem vindo a descredibilizar-se” (Silveira, 2018).

O *JN* não fez, nos meses em análise, referência a novos movimentos que resultam em novas *hashtags*, como assistimos anteriormente nos dois jornais analisados, à exceção da #Times's Up.

Entre os nomes relacionados, direta ou indiretamente, com os acusados de abusos sexuais estão Donald Trump e Cristina Garcia. Em janeiro, a contrastar com os jornais Público e Observador, não houve referência, nos parágrafos analisados, a Harvey Weinstein. Assim, concluiu-se que houve um aumento, entre fevereiro e março, no *JN*, do número de notícias publicadas sobre consequências do #MeToo, tendência seguida pelo tema de denúncias, a contrastar com notícias e artigos de opinião contra este movimento, como se pode verificar pela Fig. 9.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa era em que o *online* é cada vez mais a arena dos debates públicos, têm emergido novas formas de protesto. A internet é um canal por onde circula informação e onde os movimentos sociais ganham força. Uns, por via do ciberativismo, chegam a diversas partes do mundo através das redes sociais e ações, atingindo os objetivos concretos dos movimentos e das revoltas sociais. Outros, nunca chegam a passar da esfera *online* para a *offline*, pela força do *Slacktivism*.

O #MeToo surgiu nos Estados Unidos, pela voz de Alyssa Milano, com a *hashtag* #MeToo, com repercussões em todo o mundo. Este é um nítido caso de ciberativismo, isto é, de uma ação que, efetivamente, começou nas redes sociais, que foi seguida por mais de 55 mil pessoas em todo o mundo, mas cujos efeitos do ativismo *online* já se fizeram sentir no dia-a-dia de muitas comunidades e individualidades.

Todavia, destacamos que se verificam desigualdades no que concerne ao tratamento do #MeToo nos *media online* nacionais, à semelhança do cenário mundial. Se, nos EUA, se observa uma vasta quantidade de informação sobre o assunto acerca do #MeToo – e desde o seu surgimento – não se pode dizer o mesmo em Portugal. Além do assunto emergir meses depois, a cobertura feita pelos diferentes meios de comunicação existentes no país é distinta, assim como o ângulo de tratamento noticioso dado às publicações.

Se atendermos à análise quantitativa deste artigo, salienta-se a pouca representatividade do movimento em estudo no ciberespaço mediático português.

Numa análise global do fenómeno, foi o jornal *Público online* que, entre janeiro e março de 2018, mais mediatismo deu ao movimento, somando o maior número de notícias e artigos de opinião sobre o #MeToo. É impossível perceber se o jornal deu maior destaque ao #MeToo do que o *Público*, visto que

o período de análise foi menor. Em todo o caso, é de salientar que, no que concerne ao conteúdo das notícias, os jornais se manifestaram de forma diferente. Será útil perspetivar as causas para tal, pondo em evidência as fontes de informação e os critérios de noticiabilidade mais valorizados por cada órgão.

Foi o *Público* que mais escreveu sobre as consequências do movimento em várias partes do mundo, tendo feito alusão a mais de seis *hashtags* criadas após o #MeToo. Mas talvez a maior consequência deste movimento tenha sido o efeito bola de neve que criou, no que respeita às denúncias. Ainda no panorama internacional, os três jornais fizeram um maior número de menções a personalidades como Harvey Weinstein ou Donald Trump que, embora não seja acusado de abuso sexual, é alvo de críticas sobre a sua atitude em defesa – ou falta dela – das mulheres. Neste âmbito das denúncias, parece fazer sentido a descrição da diretora executiva da agência das Nações Unidas, quando refere que o movimento #MeToo ainda é apenas “a ponta de um icebergue”, visto que se verifica, nesta análise, a pouca representatividade de denúncias de abusos sexuais na imprensa, através da *hashtag*.

No panorama nacional, foi o *JN*, embora com republicações do blogue *Delas*, que registou um maior número de denúncias, ao dar voz a figuras públicas como Catarina Furtado, Cristina Ferreira, de entre outras. Porém, a procura dos jornais para denunciar os casos de abusos, por parte dos queixosos/as portugueses/as, denota a importância dos jornais no que concerne à divulgação de movimentos sociais. Isto porque conseguem alcançar a notoriedade, expondo e debatendo vários pontos de vista.

Considera-se pertinente referir que o critério de noticiabilidade “proximidade” parece não ter sido valorizado de igual modo pelos meios de comunicação em análise. Por um lado, verifica-se falta de casos que obedecem ao critério de proximidade – ou seja, casos nacionais de denúncias de abusos sexuais como consequência do #MeToo. Em contrapartida, perante as denúncias das figuras públicas portuguesas, o certo é que nem todos os órgãos as cobriram de igual modo. Por exemplo, o JN faz referência ao caso de denúncia de Catarina Furtado, mas o Público não. O mesmo acontece relativamente às declarações de Judite Sousa e Clara de Sousa, que tecem comentários negativos sobre o movimento #MeToo, e que são ignorados pelo *Observador* e pelo *Público*. Isto vai ao encontro do verificado no enquadramento teórico, quando se afirmou que critérios de noticiabilidade como o novo, o inesperado e a revolta tendem a ser critérios muito valorizados pelos *media*.

Ainda sobre as vozes portuguesas no âmbito do #MeToo na imprensa nacional, pode dizer-se que há uma clara tendência para a escrita de artigos de opinião sobre o mesmo. Em ambos os jornais foram muitos os artigos de opinião que refletiam sobre o movimento. Neles, todas as vozes eram portuguesas, embora a reflexão alternasse entre o panorama nacional e o internacional.

O dia em que se observou maior número de artigos de opinião foi o Dia Internacional da Mulher, bem como os dias seguintes aos Globos de Ouro. Nesses artigos, vários foram os que abordaram a falta de denúncias portuguesas, do caminho longo que Portugal ainda tinha de fazer para conseguir maior adesão ao movimento, ou sobre a noite dos Globos de Ouro.

Este estudo revelou a importância da imprensa no âmbito da proliferação de movimentos e causas sociais. O seu impacto coloca-se em evidência no conteúdo noticioso de várias notícias nos três órgãos de comunicação. Verificou-se a existência de várias notícias publicadas pelos três órgãos de comunicação que noticiavam denúncias por parte de alegadas vítimas de assédio sexual e salientavam o facto de as vítimas terem feito as suas denúncias através de jornais, principalmente, o *The New York Times*. No que concerne ao panorama português, não foram encontradas notícias em que pessoas portuguesas denunciavam os seus casos de abusos sexuais através de jornais portugueses.

Outra questão que se revelou pertinente foi o facto de um dos jornais publicar, maioritariamente, notícias sobre o #MeToo que eram republicações de artigos publicados num dos blogues que pertence ao seu grupo de comunicação. Tal blogue evidenciou uma maior atenção ao movimento do que o próprio jornal, fenómeno que poderá estar associado ao perfil de leitores de cada um dos meios de comunicação. Sabe-se que o blogue em questão tem como principal público o feminino, que é o que, em Portugal, mais dá voz ao #MeToo. Tendo em conta que, no panorama nacional, os casos de denúncias tiveram autores de ambos os sexos, com representatividade distinta, a questão de género pode tornar-se um ângulo pertinente de estudo futuro, não só no contexto português, mas também estabelecendo um paralelismo com o fenómeno internacional.

Em todo o caso, torna-se ainda pertinente referir que, quando as consequências do #MeToo estão relacionadas com figuras públicas, como Cristiano Ronaldo, o comportamento dos jornais nacionais altera-se, como teremos oportunidade de analisar futuramente.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. Segunda baixa na Casa Branca leva Trump a questionar movimento #MeToo. **Observador**, 10/02/2018. Disponível em <https://observador.pt/2018/02/10/segunda-baixa-na-casa-branca-leva-trump-a-questionar-movimento-metoo/> Acesso em: 8 dez. 2020.

BERNARDINO, C. Autora de 'The Handmaid's Tale' é uma 'mã feminista?'. **Delas**, 15/01/2018a. Disponível em <https://www.delas.pt/autora-de-the-handmaids-tale-e-uma-ma-feminista/> Acesso em: 8 jan. 2021.

BERNARDINO, C. Judite Sousa: "Claro que não existe assédio nenhum". **Delas**, 25/03/2018b. Disponível em <https://www.delas.pt/judite-de-sousa-claro-que-nao-existe-assedio-nenhum/> Acesso em: 8 jan. 2021.

BRISSEAU, J.-C. **La Fille de Nulle Part** [filme]. França: Les Acacias, 2012.

CAETANO, M. J. #metoo em Portugal. 'Os homens têm muito a aprender'. **Diário de Notícias**, 05/10/2018. Disponível em <https://www.dn.pt/pais/interior/metoo-em-portugal-os-homens-tem-muito-a-aprender-9957750.html> Acesso em: 10 julho 2021.

CARRILHO, A. Observador com o melhor mês de sempre em março. **Observador**, 03/04/2018. Disponível em <https://observador.pt/2018/04/03/observador-com-o-melhor-mes-de-sempre-em-marco/> Acesso em: 19 abr. 2021.

COVA, A. Uma reflexão de... Repositório da Universidade de Lisboa, 2018. Disponível em <http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/32200/1/Pol%C3%A9mi%20Uma%20reflex%C3%A3o%20de%E2%80%A6Anne%20Cova.pdf> Acesso em: 8 jan. 2021.

DELAS. O mais procurado nos sites porno em 2017. **Jornal de Notícias**, 11/01/2018. Disponível em <https://www.jn.pt/delas/interior/o-mais-procurado-nos-sites-porno-em-2017-9041051.html> Acesso em: 8 jan. 2021.

DENNIS, A. The #MeToo Movement: A Global, Social Media Sensation. **Women Safe**, Vol. 24(1): 1-5, 2018. Disponível em

<https://static1.squarespace.com/static/5b34f3370dbda38e77202eb7/t/5c7e8dfefa0d6061f8e6b661/1551797761108/sp18.pdf> Acesso em: 10 jan. 2021.

DRAKULIĆ, S., IGHE, A., PAPP, R.K., POTTER, C. Where to for #MeToo. **Eurozin**, 2018. Disponível em <https://www.eurozine.com/where-to-for-metoo/> Acesso em: 15 fev. 2021.

FLOR, A. METOO: #MeToo em Portugal? Temos 'uma forma mais formiguinha' de fazer a luta. **Público**, 2018. Disponível em <https://www.publico.pt/2018/10/05/sociedade/noticia/metoo-em-portugal-temos-uma-forma-mais-formiguinha-de-fazer-a-luta-1846328> Acesso em: 8 jan. 2021.

GANGOPADHYAY, S. Digital Media and Social Movements. **Communication Today** 11, 2015. Disponível em <https://communicationtoday.net/2015/12/30/digital-media-and-social-movements/> Acesso em: 13 jun. 2021.

JORNAL DE NOTÍCIAS. Governo espanhol propõe que ato sexual sem 'sim' explícito seja considerado violação, 11/07/2018a. Disponível em <https://www.jn.pt/mundo/interior/governo-espanhol-propoe-que-ato-sexual-sem-sim-explicito-seja-considerado-violacao-9576732.html> Acesso em: 13 fev. 2021.

JORNAL DE NOTÍCIAS. Mundo: Exército alemão registou 234 queixas de assédio e violência sexual em 2017, 27/01/2018b. Disponível em <https://www.jn.pt/mundo/interior/exercito-alemao-registou-234-queixas-de-assedio-e-violencia-sexual-em-2017-9078603.html> Acesso em: 13 fev. 2021.

LIMA, G. Tipos de Ativismo Digital e Ativismo Preguiçoso no Mapa Cultural. **Revista GEMINIS**, 3 (1): 71-96, 2012.

MARKTEST. 3 milhões seguem páginas de jornais e revistas através do Facebook, 16/08/2017. Disponível em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2299.aspx> Acesso em: 8 jan. 2021.

RELVAS, I. Mulheres: conheçam-se. **Observador**, 13/03/2018. Disponível em <https://observador.pt/opiniao/mulheres-conhecam-se/> Acesso em: 10 julho 2021.

REUTERS. *Digital News Report 2018: Portugal*, 2018a. Disponível em https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/09/DNR_PT_2018.pdf Acesso em: 18 jun. 2021.

REUTERS. Apps: Depois de #MeToo, há uma app para dar o seu consentimento sexual. **Público**, 18/01/2018b. Disponível em <https://www.publico.pt/2018/01/18/culto/noticia/depois-de-metoo-ha-uma-app-para-dar-o-seu-consentimento-sexual-1799838> Acesso em: 18 jun. 2021.

SEALES, R. What has #MeToo actually changed? **BBC News**, 12/05/2018. Disponível em <https://www.bbc.com/news/world-44045291> Acesso em: 8 jan. 2021.

SILVA, F. Juíza arquiva acusação de violação de Mayorga..." **Record**, 11 junho 2022. Disponível em <https://www.record.pt/o-diario-de-cr7/detalhe/juiza-arquiva-acusacao-de-violacao-de-mayorga-contraronaldo> Acesso em: 8 jan. 2023.

SILVEIRA, A.F. Clara de Sousa: 'Já tive uma ou outra situação de assédio muito engraçada', 07/03/2018. Disponível em <https://www.jn.pt/pessoas/in/interior/clara-de-sousa-ja-tive-uma-ou-outra-situacao-de-assedio-muito-engracada-9168112.html> Acesso em: 10 julho 2021.

TOMÁS, A. #metoo: Sindicato não tem queixas de assédio mas 'não quer dizer que não aconteça'. **Delas**, 06/02/2018a. Disponível em <https://www.delas.pt/carla-bolito-assedio-sindicato-queixas/> Acesso em: 8 jan. 2021.

TOMÁS, A. #metoo: O que pensam as feministas portuguesas. **Delas**, 10/02/2018b. Disponível em <https://www.delas.pt/376234-2/> Acesso em: 8 jan. 2021.

VINK, A. **Online Activism: Social Change Through Social Media**. New York: Lucent Press, 2019.