

OBLITERANDO O «POLÍTICO»: O «PESSOAL» NO ESPAÇO PÚBLICO MEDIATIZADO

Maria João Silveirinha

Faculdade de Letras
da Universidade de Coimbra

Resumo Neste artigo questionamos o papel que os *media* podem ter na construção da violência doméstica como um problema público, através de dois casos protagonizados por figuras públicas e noticiados pela imprensa. Sendo estes casos uma oportunidade para desconstruir a distinção público/privado que as feministas há muito reivindicam, o artigo questiona a força e as debilidades de tratar no espaço público mediatizado casos de violência doméstica que envolvem figuras conhecidas do público. Procuramos, em última análise, compreender as ambiguidades resultantes do cruzamento de interesses públicos e privados no espaço mediático.

Palavras-chave violência doméstica, celebridades, espaço público

1. Introdução

Uma boa parte do trabalho das feministas no final da década de 1970 procurou desconstruir as perspectivas dominantes sobre o que, na relação entre os géneros, era então considerado apolítico, nomeadamente os assuntos respeitantes ao espaço doméstico e às relações familiares. Negando que fossem exclusivamente pessoais ou privadas, as feministas exigiram que estas questões constituíssem matéria de deliberação pública, considerando que a sua privatização apenas as trivializa. Com o *dictum* «o pessoal é político», argumentaram, pois, a favor da abertura do campo político a questões antes consideradas privadas, como a violência sobre as mulheres e crianças.

O desafio da oposição entre assuntos públicos e privados, sobre os quais a interferência do Estado é considerada legítima, e assuntos privados, estes como supostamente livres dessa interferência, levou também a reconceptualizações importantes do conceito de espaço público inicialmente pensado por Jürgen Habermas, que abaixo discutiremos. Um dos elementos que obriga a repensá-lo é, por outro lado, o papel que os meios de comunicação jogam nos fluxos comunicacionais, papel esse que, para as feministas, pode ter uma dimensão emancipatória, uma vez que ajuda, por exemplo, à consciencialização pública dos problemas outrora privados.

O tema da discussão pública da violência doméstica reúne todas estas problemáticas. Apesar de em Portugal morrerem cerca de cinco mulheres todos os meses vítimas de violência doméstica, a questão não é habitual na discussão

pública¹. Na nossa imprensa, com excepção dos jornais populares onde é matéria recorrente através, sobretudo, das fontes policiais ou outras, como as instituições de solidariedade e os organismos oficiais, a violência doméstica raramente é noticiada. No ano de 2002 surgiram, no entanto, nos títulos da imprensa nacional, um conjunto de notícias com um perfil noticioso bastante diferente do habitual: não veiculadas por uma qualquer fonte oficial e protagonizadas por pessoas públicas ou «celebridades». Com efeito, em Fevereiro desse ano, Catarina Fortunato de Almeida veio aos jornais acusar o seu marido, o conhecido médico José Maria Tallon, de agressões físicas. O caso prolongar-se-ia para os meses seguintes, com o «escândalo» em torno dos problemas judiciais a propósito da publicação do livro sobre essa relação de violência. No ano seguinte, outro caso teria uma relevância noticiosa menor e circunscrita apenas aos jornais populares, mas ainda assim pouco habitual: Lisa Albarran fazia também títulos de imprensa a partir do tema da «violência doméstica», revelando igualmente os problemas familiares de personagens públicas e de uma família do *jet-set*.

Como iremos ver, alguns jornais aproveitaram, de facto, a oportunidade para falarem da questão geral da violência doméstica, mesmo que de forma secundária. Mas, no seu conjunto, e apesar das diferenças dos dois casos, ambos foram percebidos pela imprensa como guiões dramáticos desempenhados por figuras públicas. A violência doméstica foi construída no espaço público mediático apenas como um enredo novelesco protagonizado por nomes e rostos conhecidos, realçando as características de personalização e os enquadramentos de protagonismo apimentados pelo *glamour* típico dos escândalos mediáticos da imprensa tablóide. Os casos revelaram, por outro lado, as fragilidades das fronteiras entre o público e o privado, informação e entretenimento.

A prioridade do espectáculo e da intriga, do conflito familiar e entre as várias fontes é uma preocupação óbvia para os mediólogos. No entanto, o efeito tablóide e de escândalo – que parecia inevitável dada a disputa entre figuras públicas – não deve ser pensado estritamente e apenas em termos de degradação da imprensa, rejeitando-o como «mau jornalismo». Devem igualmente ser pensadas as suas implicações para o espaço público.

Como investigadoras feministas dos *media*, devemos questionar o papel dos *media* dentro do espaço público para avaliar, por exemplo, se casos protagonizados por pessoas públicas podem ajudar a transformar a arena do debate público sobre a violência doméstica. Como iremos argumentar, quando colocado no espaço público, o pessoal nem sempre é político. Por isso, os casos referidos são exemplares da ambiguidade das definições de «público» e de «privado» e dos problemas de colocar os *media* no centro do espaço público, mas sem ter em

1 Dados do relatório da Amnistia Internacional de 2004 (respeitante a 2003). O Gabinete de Estudos e Planeamento do Ministério da Justiça registou, em 2002, um total de 462 crimes de Maus Tratos do Cônjuge ou Análogo, sendo destas vítimas 428 do sexo feminino e 34 do sexo masculino.

conta o seu funcionamento na gestão do que McLaughlin (1998: 73) chama o «espaço dos eventos mediáticos».

Pensamos que um olhar pela imprensa relativa aos casos referidos permite construir uma análise inserida dentro da hipótese que desafia as construções sociais e legais da notoriedade e da privacidade como elementos centrais de uma transformação social e política. Para o efeito, começaremos por pensar: as reivindicações feministas no que toca ao público e ao privado; o modelo habermasiano de espaço público e o papel dos *media* neste modelo; o funcionamento específico dos *media* para onde convergem os modelos referidos, assumindo novas complexidades; por fim, para a ilustração empírica destas mesmas complexidades, faremos uma análise da cobertura jornalística dos casos acima referidos.

2. O público e o privado: as reivindicações feministas

A distinção entre o «público» e o «privado» é um dos princípios fundamentais não só das preocupações feministas como da vida social, operando mesmo uma das «grandes dicotomias do pensamento político ocidental» (Bobbio *apud* Weintraub e Krishan, 1997: 1).

Jeff Weintraub e Kumar Krishan (1997: 5), numa análise desta «grande dicotomia», referem que lhe subjazem duas formas pelas quais os termos se podem opor: o que está escondido *versus* o que é aberto, revelado ou acessível e o que é individual *versus* o que é ou afecta o colectivo. Acrescenta ainda que ««público» e «privado» são usados descritiva e/ou normativamente, para distinguir diferentes tipos de acções humanas (...) e os diferentes domínios da vida social ou espaços sociais ou físicos em que elas ocorrem. Para o autor, a análise social e política tem utilizado esta distinção segundo, pelo menos, quatro modelos: o modelo económico-liberal que vê a distinção em termos de administração do Estado e da economia de mercado; a abordagem clássica da virtude republicana onde o termo «público» está associado a comunidade política e a cidadania, distinguindo-se tanto do mercado como do Estado; a abordagem da sociabilidade destas esferas gerada por convenções culturais e dramáticas; e um quarto modelo de análise de «público» e «privado» que é utilizado pela análise feminista em termos da distinção entre família e as ordens da economia e da política (Weintraub, 1997: 7).

Para pensar o caso em questão verificamos que, com efeito, muitas destas acepções e modelos se sobrepõem. Nenhum dos modelos do público e do privado, com efeito, pode, só por si, dar conta da complexidade do problema. Como veremos, o caso da violência doméstica mediatizada envolve fazer uma análise do modelo económico-liberal dos *media*, uma abordagem política onde o espaço público ideal é visto como um espaço de debate racional e comunicação, uma abordagem aos dispositivos simbólicos de mediação dos espaços público e privado e ainda uma abordagem feminista a estes mesmos espaços.

Para uma compreensão das diferentes dimensões em análise começamos, no entanto, com as preocupações das feministas, para quem a necessidade de des-construir a distinção entre público e privado é crucial: são conceitos traiçoeiros que quase sempre foram afectados pelos poderes políticos e pelos sistemas ideológicos dominantes, como o patriarcado. Dois dos primeiros escritos feministas onde essa divisão é exposta sobretudo em termos das suas implicações para as relações entre o género e a política são *Women in Western Political Thought* de Susan Moller Okin e *Public Man, Private Woman: Woman in social and Political Thought* de Bethke Elshtain. Para esta última autora por exemplo, «público e privado estão enraizados numa densa teia de significados e de intimações associadas a outras noções básicas: natureza, cultura, homem e mulher (...) o conteúdo, significado e alcance do público e do privado podem variar com as exigências de cada sociedade e despoletar as virtudes da vida política ou os valores da vida privada como ricos e vitais ou despojá-los, sozinhos no conjunto, do seu significado normativo» (Elshtain, 1981: 5). Muitas outras feministas, desde então, desenvolveram um vasto corpo de literatura em torno das teorias da Grécia antiga ou das teorias políticas liberais e marxistas desconstruindo os seus dualismos implícitos, de tal forma que se pode dizer que «a dicotomia entre público e privado é central a quase dois séculos de luta política e escrita feminista; em última análise, é a questão central do movimento feminista» (Pateman, 1987: 118).

Para Iris Marion Young (1998: 424), «o slogan feminista «o pessoal é político» sugere que nem pessoas, nem acções, nem atributos pessoais devem ser excluídos da discussão pública e da tomada de decisão, embora a auto-determinação da privacidade possa ainda assim manter-se». A reivindicação pretendia, assim, chamar a atenção para os conflitos sociais e pessoais que ocorrem fora do campo político, no âmbito do poder patriarcal branco e heterossexual. Assuntos que aparentemente não podiam ser directamente articulados dentro do campo político – porque tinham que ver, por exemplo, com a igualdade entre parceiros, a legitimidade de gostos particulares ou o reconhecimento da experiência emocional como conhecimento social – tornaram-se parte dos argumentos em torno da cidadania. O alvo era sobretudo o aparentemente «natural» domínio da intimidade (a família e a sexualidade) enquanto lugar de relações de poder, construído legalmente e definido culturalmente. A estratégia feminista consistia portanto, nesta matéria, em desconstruir a retórica da privacidade como parte de um discurso de dominação que legitima a opressão das mulheres, o que envolve, como diz Sheyla Benhabib (1998: 87), trazer a público questões privadas, «tematizando as relações de poder assimétricas sobre as quais assentou a divisão sexual do trabalho entre os géneros».

Para a mesma autora (1998: 86) podemos encontrar três significados de «privado» no pensamento político moderno. Em primeiro lugar, «a privacidade foi compreendida como a esfera da consciência religiosa», correspondendo à separação da religião do Estado e à autonomia do indivíduo nas decisões de questões «racionalmente irresolúveis» a decidir segundo «as suas próprias consciências e

visões do mundo». Num segundo sentido, encontramos o domínio do empreendimento privado da «não interferência do Estado no livre fluxo das relações comerciais e em particular a não intervenção no mercado livre». Por fim, existe a «esfera íntima», tipicamente associada ao âmbito doméstico no pensamento moderno, onde «se cumprem as necessidades quotidianas da vida, da sexualidade e da reprodução, do cuidado dos jovens, dos doentes e dos mais velhos» (Benhabib, 1998: 86).

As tensões entre estes três sentidos podem-se encontrar no liberalismo, primordialmente construído em torno da distinção entre os domínios públicos e privados, tendo por fim proteger a liberdade e os direitos individuais. A liberdade é, nesta acepção, equacionada com a ausência de constrangimentos do Estado, pelo que esta distinção corresponde mais exactamente à que se faz entre Estado e Sociedade Civil, a esfera da vida onde aos indivíduos é permitida a busca da sua própria concepção do bem em livre associação com os outros. A sociedade civil é «privada» no sentido em que não tem interferência do poder do Estado. O privado aqui não implica o pessoal, o íntimo ou o familiar. Ou seja, a divisão aparentemente binária entre o público e o privado é afinal tripartida, na medida em que implica a existência de uma terceira esfera, também considerada privada, que é a da vida pessoal. Kymlicka (1990: 250) diz, a este propósito, que «de facto existem dois conceitos diferentes da distinção entre público e privado: o primeiro, que teve origem em Locke, é a distinção entre o político e o social; o segundo, que nasceu com os liberais influenciados pelo Romantismo, é a distinção entre o social e o pessoal. (...) Os liberais normalmente negligenciaram o papel da família na estruturação tanto da vida pública como privada». Para muitas feministas, esta negligência torna todo o projecto liberal suspeito mas, mais em geral, o que é importante questionar são as relações de poder que podem criar constrangimentos mais extensivos do que os do poder do Estado, nomeadamente no que toca à tematização desses mesmos constrangimentos.

A desconstrução da dicotomia público/privado, no entanto, teve várias implicações disruptivas para a acção feminista, nomeadamente pela introdução de elementos de desunião entre a unidade das mulheres (segundo linhas de raça, classe e sexualidade). Ameaçou também as experiências da individualidade feminina, podendo levar ao mito de que as mulheres seriam obrigadas a adoptar vozes masculinizadas para serem levadas a sério na política, onde as vozes e as formas de pensamento masculinos dominam. A desconstrução da dicotomia público/privado no espaço público mediatizado, como veremos, teve ainda outras consequências mais ambivalentes que procuraremos analisar.

O perfil de reconhecimento que tem hoje o problema da violência doméstica exercida sobre as mulheres, no entanto, é um resultado claro e emancipador da prática política feminista desenvolvida a partir destes conceitos.

Mesmo nos países europeus e nos Estados Unidos onde os movimentos de mulheres se desenvolveram, pouco era escrito ou conhecido sobre esta violência, como problema social, até ao início da década de 1970, mas desde então as femi-

nistas começaram a examinar a sua própria experiência de abuso e a constituir meios de apoio a mulheres que o sofressem. O reconhecimento da violência contra as mulheres como problema social acabou por ser dado internacionalmente, por várias formas de regulação².

Apesar dos números gritantes de assassinios de mulheres às mãos dos maridos, poder-se-ia dizer que o tema faz parte de um espaço público já constituído, uma vez que a preocupação dos movimentos feministas com esta matéria encontrou já o seu caminho para a esfera de decisão política formal, tendo obtido reconhecimento legal como «crime público», estabelecendo a lei penas criminais em casos de violência exercida contra um cônjuge³.

No entanto, entre nós o tema é muito raramente debatido, sendo recentes as acções institucionais desenvolvidas para a criação de estruturas e serviços de apoio⁴. Um sistema social tradicional ainda muito agarrado a valores societários de predominância masculina desencoraja, na verdade, muitas mulheres de apresentarem queixa ou, sequer, de falarem do problema. Ainda que agora «entre marido e mulher» já se possa «meter a colher», este é um tipo de assunto que, por muitas ordens de razão, se mantém ainda bastante reservado para o «privado», entendido este tanto na sua acepção de confinado à esfera da intimidade, como nas acepções de que fala Weitraub, de «invisível» e «individual».

Mesmo sendo um tema já legislado, portanto, continua a ser fundamental uma consciencialização pública que o desencoraje, sendo neste ponto que a acção mediática tem certamente um papel muito relevante. No entanto, pensamos que a sua enunciação no espaço público mediatizado, como os casos em análise ilus-

- 2 É o caso das várias abordagens ao tema pelo Conselho da Europa, tendo o Comité dos Ministros adoptado, a 30 de Abril de 2002, a Recomendação sobre a Protecção das Mulheres contra a Violência. Refira-se também a resolução da Comissão dos Direitos Humanos, 2002/52, sobre a Eliminação da Violência contra as Mulheres. E ainda, no âmbito das Nações Unidas, a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres, adoptada pela Assembleia Geral em 1979, e a Declaração sobre a Eliminação da Violência contra as Mulheres. Igualmente importantes foram a 4ª Conferência Mundial sobre as Mulheres em Pequim, em 1995, e a Sessão Extraordinária da Assembleia Geral das Nações Unidas «Mulher 2000: Igualdade entre os Sexos, Desenvolvimento e Paz no Século XXI».
- 3 A violência doméstica no seio familiar, entre cônjuges ou entre quem viva em condições análogas às dos cônjuges, traduzida em maus tratos físicos ou psíquicos, é, desde 2000 (Lei n.º 7/2000, de 27 de Maio), crime público, punido com pena de prisão de 1 a 5 anos, e ainda com pena acessória de proibição de contacto com a vítima, incluindo afastamento da sua residência, por um período máximo de 2 anos (art.º 152.º/2 e 6 CP). O II Plano Nacional Contra a Violência Doméstica (2003-2006) estabelece uma estratégia de informação, sensibilização e prevenção, no seio da sociedade civil e de instituições públicas e não governamentais relacionadas com a violência doméstica, bem como de formação dos profissionais que lidam com esta realidade. Prevê ainda o incremento da actual rede nacional de casas de apoio destinadas a prestar assistência às mulheres vítimas de violência doméstica.
- 4 O primeiro refúgio especializado na protecção, defesa de direitos e apoio técnico a mulheres e crianças sobreviventes de Violência Doméstica, gerido por uma ONG de mulheres, foi lançado pela *Associação de Mulheres contra a Violência* em 2001. No entanto outras organizações, principalmente Ordens Religiosas, já anteriormente acolhiam mulheres em situação de violência, ainda que de forma escondida e numa perspectiva apenas assistencial.

tram, mostra as fragilidades de o pensarmos como «resolvido» do ponto de vista social e político. No espaço público mediatizado, o político – entendido como o que pertence à experiência elementar da vida associativa dos sujeitos humanos e remetendo-nos directamente para a questão da ordem social – pode ser obliterado, dissipado, para dar lugar ao pessoal. Em sociedades marcadas pela complexidade, frequentemente transformada numa opacidade derivada das interdependências múltiplas, nem todas visíveis e previsíveis, entendemos como pessoal a acção estratégica desempenhada pelos sujeitos a partir de normas «externas», procurando estes não mais do que modificá-las mediante um certo poder que lhes advém do próprio poder de definir ou influenciar a definição das situações sociais que protagonizam individualmente.

Como refere Nancy Fraser (1998: 334), o próprio acto de descrição envolve poder, sendo fundamental reconhecer que «em sociedades do capitalismo tardio altamente estratificadas nem toda a gente tem a mesma relação face à privacidade e à publicidade; alguns têm mais poder que outros de traçar e de defender essa linha». Importa também reconhecer que o papel dos *media* no espaço público não é simplesmente funcionar como transmissores de informações potencialmente positivas ou negativas para os actores envolvidos nestas enunciações e para os seus públicos mais em geral. Os seus regimes de funcionamento, aliados aos regimes de funcionamento societário, tornam mais complexas do que se poderia esperar estas relações no espaço público.

3. O espaço público mediatizado

O conceito de espaço público de Jürgen Habermas provou ser especialmente importante para as questões atrás abordadas. O autor, no espírito da teoria crítica e de um projecto emancipador de formulação kantiana, delineia, como é bem sabido, o ideal de espaço público como um espaço baseado em normas de inclusividade e de universalidade, a partir da descrição da emergência, no século XVIII, de uma arena de debate crítico e racional – o espaço público burguês que privilegia o uso da razão no debate de questões de interesse comum. As limitações conceptuais da dicotomia público/privado são aí enfatizadas numa formulação deliberadamente paradoxal (Habermas, 1989: 26): «o espaço público burguês pode ser concebido acima de tudo como a esfera de pessoas privadas que se reúnem como um público» para discutir questões de interesse comum (fora do Estado e mesmo contra este), situando-se assim como interface entre o domínio privado da sociedade civil e o domínio público da autoridade do Estado. A opinião pública crítico-racional aí desenvolvida punha em marcha uma ligação entre o Estado e a sociedade. Nestes termos, o espaço público burguês era essencialmente privado.

Este processo de colectivização e de formação de um público, a partir do privado e do individual, no entanto, só pode fazer-se como reverso de uma nova

forma de privatização do sujeito e da subjectividade. Por um lado, o trabalho e a casa pertenciam ao domínio privado, uma vez que o controlo dos meios de produção estava nas mãos de um proprietário que fazia contratos privados com os seus trabalhadores. Por outro lado, no entanto, entre a burguesia ascendente, a separação da casa do trabalho também significou uma crescente privatização do ambiente doméstico e da família. Habermas sugere que as esferas íntimas da «família conjugal» estavam imbuídas de um espírito de intimidade e não de orientação para o mercado, um lugar onde as pessoas entravam em «relações puramente humanas». Foi neste espaço privatizado, portanto, que foi possível experienciar uma nova forma de individualidade e subjectividade e foi nessa experiência que, simultaneamente, o conceito de público passou a fazer sentido – o espaço público mantém-se público no sentido de que ele só existe pela publicidade, o modo pelo qual as opiniões pessoais podem evoluir pela crítica e pelo debate para uma opinião pública (Habermas, 1989: 219).

Note-se como está aqui presente a concepção de «público» como «colectivo» e de «privado» como «individual», de que fala Weitraub. A participação (individual) no espaço público burguês (colectivo) significava uma dupla identidade como proprietário («burguês») e como ser humano («homme»): «a esfera pública burguesa baseou-se na identidade fictícia dos dois papéis assumidos pelos indivíduos privatizados que se reuniram para formar um público: o papel de proprietários e o papel de seres humanos, pura e simplesmente» (Habermas, 1989: 56). E o papel do proprietário (individual) é aqui fundamental na medida em que ele se joga simultaneamente com o de cidadão (colectivo). Mais ainda, a reunião das duas identidades foi possível precisamente pelo papel da família conjugal, que desenvolveu também ela simultaneamente uma intimidade (individual) e uma subjectividade orientada para o colectivo.

Habermas corrige assim a dicotomia tradicional do público e do privado, concebendo um espaço articulado entre quatro termos: a família, a economia (oficial), o Estado e o espaço público (Fraser, 1995: 32). Mas a reunião de «homem», «proprietário» e «cidadão» acaba por produzir mais uma dicotomia, de «homem público» e «mulher privada» (Elshtain, 1981). Aos termos do espaço público corresponderá, mais tarde no trabalho de Habermas, uma distinção entre «sistema» e «mundo da vida», designando o «sistema», o Estado (o poder) e a economia oficial (o dinheiro) e sendo o «mundo da vida» equivalente ao lugar do espaço público e da esfera íntima.

O princípio da publicidade que está subjacente ao modelo habermasiano do espaço público é um arquétipo da universalidade iluminista com raízes em Kant e Bentham, ainda que com bases substancialmente diferentes nos dois autores (Splichal, 2002), mas o desenvolvimento dos modernos meios de comunicação trouxe novos contornos a este princípio. No processo de avanço do capitalismo e à medida que o Estado penetrou mais esferas da sociedade e que o debate público foi permeado por interesses «particulares» (individuais), perdeu-se a função política: «o princípio do espaço público, isto é, a publicidade crítica, pareceu perder a

sua força na medida em que se expandiu como uma esfera» (Habermas, 1989: 140). Isto é, à medida que o espaço público ganhou força pelos *media* e por outras forças políticas (o Estado, os partidos políticos e os grupos de interesse), estes tenderam a deslocar o papel dos cidadãos, assumindo funções políticas directas, tendo a publicidade assim degenerado em publicidade manipulativa. Neste contexto, os *media* aparecem como um dos principais elementos de apoio aos interesses privados, operando uma degeneração do discurso público racional e crítico que se transforma em passividade política e em consumismo cultural. Culturalmente, isto significou também a transformação de um debate público racional (colectivo) num «consumo de cultura» (Habermas, 1989: 161) individual e privatizado.

As feministas contestaram esta idealização do espaço público burguês. Fizeram-no em várias frentes, nomeadamente pelo seu androcentrismo que mascarou o «subtexto do género» na cidadania: «a identidade de género feminina e masculina correm como dois fios cor-de-rosa e azul em todas as áreas do trabalho assalariado, da administração pública, e da cidadania, bem como no domínio das relações familiares e sexuais» (Fraser, 1995: 36). Questionaram também a distinção entre a reprodução material das sociedades, assente no trabalho assalariado, e a reprodução simbólica, enraizada nos papéis femininos de cuidados das crianças, da sua socialização e transmissão da herança cultural.

Algumas teorias feministas revisionistas da democracia comunicativa inspirada pelo trabalho de Habermas assumem também a necessidade de transformar sujeitos privados em sujeitos políticos (Benhabib, 1992; Young, 1996). No entanto, rejeitam as distinções entre questões de justiça e de valor (ou vida boa). No trabalho de Habermas, as primeiras estão associadas a normas generalizáveis e as últimas a culturas mais privadas e subjectivas. A compreensão da «esfera íntima» como parte da esfera privada, onde «as regras que regulam a divisão do trabalho na família foram colocadas para além do domínio da justiça» (Benhabib, 1992: 109) foi, no entanto, posta em causa. No espaço público não podemos apenas discutir as questões de justiça, mas também as de valor, a partir de uma ética discursiva, onde as distinções «como as que se colocam entre justiça e vida boa, normas e valores, interesses e necessidades (...) são renegociadas, reinterpretadas e rearticuladas como resultado de um discurso público radicalmente aberto e proceduralmente justo» (Benhabib, 1992: 110).

O caso da violência doméstica é um dos exemplos que mostra essa necessidade: se antes era considerada uma questão de valor (a vida da mulher é melhor se não experienciar essa violência), é agora uma questão de justiça – a sociedade tem a responsabilidade de proteger as mulheres e as crianças no lar e não o fazer é injusto. Mas esta extensão do argumento habermasiano não muda, na verdade, o diagnóstico do empobrecimento cultural do espaço público, que é também o que aqui nos ocupa, nomeadamente pela sua mediatização enformada por determinadas lógicas «privadas».

O princípio da publicidade no tocante à violência doméstica tem, por outro lado, um duplo significado: nos termos de Weitraub, baseia-se na colectividade

versus indivíduo e «visibilidade» versus «ocultação». A aplicação de ambos aos *media*, no entanto, complica ainda mais o quadro. A democracia liberal dá, com efeito, prioridade aos *media* como meio de constituição do espaço público: «esse domínio da vida social onde a troca de informação e de pontos de vista sobre questões de interesse comum pode ocorrer de forma a constituir uma opinião pública» (Dahlgren, 1995: 7). Mas a cultura mediatizada e o seu papel contemporâneo na democracia não é exactamente objecto de um tratamento sistemático no trabalho de Habermas, uma vez que o seu alvo preferencial de atenção são as dimensões filosóficas da linguagem e da comunicação. Os *media* aparecem no seu primeiro trabalho sobre o espaço público normativo, onde desempenham um papel importante no espaço público burguês e na sua subsequente deterioração. O espaço público é assim descrito (Habermas 1991: 398):

«Uma parte do espaço público constitui-se em cada conversação em que pessoas privadas se reúnem em público. Quando o público é vasto, este tipo de comunicação exige certos meios de disseminação e influência; hoje os jornais e os periódicos, a rádio e a televisão são os *media* do espaço público».

A influência da Escola de Frankfurt sobre a compreensão da cultura mediática e do papel dos *media* é aqui bastante evidente e a explicação das dimensões críticas da razão é feita numa análise assente no modelo frankfurtiano da evolução do capitalismo de mercado e da democracia liberal para um capitalismo monopolista. A explicação de Habermas assume a validade das teses da indústria da cultura de que as grandes corporações tomaram conta do espaço público e transformaram-no numa arena de demonstração de interesses particulares a que correspondia um consumo passivo e manipulado. Mesmo quando reconsiderando as suas formulações iniciais do espaço público, o autor descreve-o como «caracterizado por, pelo menos, dois processos cruzados: a produção de poder legítimo por um lado e o uso manipulativo do poder dos *media* para servir a lealdade de massas, as exigências de consumo e a «obediência» aos imperativos sistémicos por outro» (Habermas, 1992: 452).

De uma certa forma, o modelo de organização social traçado no espaço público burguês pode ser entendido como um prelúdio para a teoria do agir comunicativo onde o uso deliberativo da razão em questões públicas constitui a característica mais importante do espaço público. O princípio e a promessa deste espaço público é a sujeição da dominação política à razão. Quando Habermas opera esta «viragem linguística» que foca a capacidade da linguagem, na comunicação interpessoal e quotidiana, em gerar normas que possam orientar para a compreensão mútua, para o consenso e para a formação racional e discursiva da vontade, os *media* são ou fontes de degradação do mundo da vida ou meros mecanismos para a transmissão de informação dentro da sociedade civil (Kellner, 2000).

Mas, diz Lisa McLaughlin (2004: 158), ele «de uma forma desapontadora abandona a crítica do espaço público mediado juntamente com qualquer tenta-

tiva de imaginar uma alternativa à sua constituição (...), assumindo uma atitude de nostalgia relativamente ao espaço público burguês [abandonando] as condições materiais que facilitam ou obstruem a emergência de uma forma democrática de comunicação».

O olhar (relativamente secundário) de Habermas sobre os *media* é hoje bastante mais situado num contexto da teoria democrática, como resposta às críticas ao seu primeiro trabalho. Em vez de uma estrita divisão entre público e privado e em vez de os *media* operarem, na colonização entre estas esferas, uma simples «refeudalização» do espaço público, a actividade política é conceptualizada de uma forma mais complexa e os *media* ocupam um lugar intermédio nesse mesmo complexo de fluxos comunicacionais. No centro da democracia liberal, argumenta Habermas, está o governo, a administração pública, o aparelho judicial, o parlamento, os partidos políticos e os processos eleitorais e de concorrência partidária (ou seja, os corpos correspondentes às definições convencionais do Estado). Este centro tem, no seu perímetro exterior, dois tipos de organizações que podem ser chamados de uma forma ampla os «clientes» (as associações empresariais, os sindicatos e as organizações privadas) e os «fornecedores» (as associações voluntárias, as igrejas, os grupos de interesse e os novos movimentos sociais). A democracia funciona de uma forma saudável se as preocupações da periferia (a sociedade civil) encontrarem o seu caminho para o centro político da deliberação e da acção política formalizada. A este complexo corresponde também uma nova visão do espaço público já não unitário, mas múltiplo (Habermas, 1996: 374):

«Nas sociedades complexas o espaço público consiste numa estrutura intermédia entre o sistema político, de um lado, e os sectores privados do mundo de vida e os sistemas funcionais, do outro. Representa uma rede altamente complexa que se estende numa série de arenas internacionais, nacionais, regionais, locais e subculturais, as quais se intersectam. Especificações funcionais, focos temáticos, campos políticos e outros factores fornecem os pontos de referência para a diferenciação substantiva das esferas públicas, que são, no entanto, acessíveis aos leigos».

Algumas das subesferas são delimitadas geograficamente (por fronteiras nacionais, regionais, de cidade e locais), outras são demarcadas por via de um tema central de preocupação comum (seja de saúde, arte, experiências religiosas, ciência e tecnologia, política social, educação, cinema, etc.), outras por duração (das esferas públicas passageiras dos cafés e das discussões às esferas públicas mais organizadas apoiadas por associações voluntárias, periódicos, e movimentos sociais) e outras por alcance (variando de esferas públicas que ainda incluem interacção face a face até à forma de uma esfera pública «abstracta» gerada pelos meios de comunicação de massas) (Habermas, 1996: 374).

Nesta concepção são pois especialmente importantes as formas organizadas da sociedade civil que devem impedir a subversão do espaço público pelo poder,

bem como desempenhar o seu papel em chamar à atenção e em interpretar os problemas sociais. É nessa tarefa que surgem de novo os *media* que devem «reunir» as ideias dispersas pelas redes informais, por forma a elas se transformarem em opiniões públicas (Habermas, 1996: 360). A criação da opinião pública não é, no entanto, um fim em si mesmo, devendo antes passar para as instituições de governo e assim criar a base para um sistema de leis legítimo. Para isso, a opinião pública deve ser testada «do ponto de vista dos interesses generalizáveis» (Habermas, 1996: 371).

O papel dos *media* está pois aqui longe das teses frankfurtianas, mas tão-pouco é concebido para além da sua função de «transmissores» das opiniões. Enforma-o uma visão normativa, mas que não levanta ou pensa a questão de os projectos dos *media* não terem de ser normativamente orientados mas constituídos institucionalmente como indústrias de bens culturais ou, pelo menos, de serem um pouco ambas as coisas. Tão pouco os públicos destes *media* são pensados de uma forma que não seja autónoma e emancipadora, não tendo em conta as múltiplas *núances* de um público poder constituir-se como fonte interessada ou como audiência mais ou menos activa a partir das próprias práticas dos *media*. Habermas (1996: 378) cita, aprovando, as tarefas atribuídas aos *media* por Gurevitch e Blumler, acrescentando que

«De acordo com o conceito de democracia deliberativa os *media* devem entender-se como mandatários de um público racional cuja vontade de aprender e capacidade de crítica pressupuseram, exigiram e reforçaram; como o aparelho judicial, devem preservar a sua independência da pressão política e social; devem ser receptivos às preocupações e propostas do público, assumindo imparcialmente estas questões, contribuições e argumentos críticos e confrontar o processo político com as exigências articuladas de legitimação».

No entanto, a forma como esta concepção normativa pode ser posta em prática depende, em grande parte, do nível de actividade da sociedade (Habermas, 1996: 379; *italico no original*):

«A sociologia da comunicação de massas retrata o espaço público como infiltrado pelo poder social e administrativo dominado pelos *media*. A partir desta imagem, mesmo que difusa, e segundo as linhas normativas acima traçadas, há que ser especialmente cuidadoso na avaliação das possibilidades da sociedade civil influenciarem o sistema político. Certamente que essa caracterização apenas pertence a um espaço público *em descanso*. Em períodos de mobilização, as estruturas que realmente apoiam a autoridade de um público criticamente envolvido começam a vibrar. Muda então o equilíbrio de poder entre a sociedade civil e o sistema político».

Embora mais descentralizado e complexo, este novo modelo de espaço público ainda contém muitas ambiguidades e problemas, nomeadamente pelo

facto de ignorar, ou pelo menos não discutir, as práticas hegemónicas dos *media*. No entanto, se queremos estabelecer uma abordagem normativa do espaço público, não podemos ignorar que eles não agem simplesmente pela disseminação de discursos por um público vasto, mas também moldando esses discursos segundo as suas próprias necessidades e lógicas. Com frequência essas lógicas exercem-se precisamente na forma como são assinaladas as preocupações e propostas do público no agendamento dos assuntos e no confronto dos processos políticos.

4. Lógicas do espaço público mediatizado

A partir do trabalho inicial sobre o espaço público de Habermas vários autores extrapolaram um modelo normativo para o espaço público que fosse mais sensível a novos significados do público e do privado, que a sua mediação introduziu. Nas palavras de Sheller & Urry (2003: 108):

«as formas características pelas quais a distinção público/privado foi traçada e a grande preocupação com o problema da «erosão» do espaço público ou «o esbatimento de fronteiras» entre o público e o privado não conseguem capturar as relações móveis entre eles, relações essas que envolvem a complexa e fluida hibridação da vida pública-e-privada».

Os *media* e o seu «fluxo contínuo de imagens» são as fontes de uma «crescente fluidez» que «transforma o que se chamou “espaço público” no que poderíamos pensar como um “ecrã público”», visível em todo o lado e ligado às redes globais (Sheller & Urry, 2003: 118).

Do mesmo modo, também Thompson (1995: 248) considerou os *media* destabilizadores das relações entre o público e o privado, na medida em que introduziram a sua despacialização, transformando desta forma o político: «os *media* podem tornar político o quotidiano, tornando-o mais visível e observável de formas que antes não eram possíveis, transformando os acontecimentos quotidianos num catalisador da acção que vai bem além dos locais imediatos em que os acontecimentos ocorreram».

Para pensar as raízes desta nova «hibridação» precisamos, no entanto, de voltar às categorias de Weitraub, para desta vez equacionar os *media* como uma forma de estruturação do «público» e do «privado» segundo um modelo económico-liberal. Este mesmo modelo tem também implicações nos termos do debate sobre o conteúdo e prática dos meios de comunicação que foca as questões de privacidade como «(in)visibilidade».

O argumento subjacente a este modelo é político-liberal: os *media* são compreendidos como um meio necessário para monitorizar as actividades do Estado, para proteger os cidadãos dos abusos das autoridades oficiais. No entanto, o

argumento é também económico: os *media* devem organizar-se como parte de um mercado livre, que é a única forma de garantir uma completa independência do governo, uma vez que, quando sujeitos à regulação e às leis da propriedade privada, perdem a sua função de vigia. Dentro da teoria liberal, esta visão defensiva dos *media*, que tem que ver sobretudo com a protecção do público face ao Estado, ganha forma nas discussões entre os partidários do serviço público de radiodifusão e os opositores das formas de controlo público de *media*. A diferença entre as duas opções está, segundo Nicholas Garnham (1990: 10-11), na questão fundamental da economia política dos *media*: quem diz o quê, a quem, e com que efeito? Para os defensores do modelo público, é importante manter a capacidade dos *media* (colectivos) oferecerem um produto à colectividade, não sendo seu objectivo a satisfação dos seus próprios interesses económicos (individuais). A dificuldade de argumentar por este modelo público, no entanto, está em que a defesa do pluralismo de opiniões pode acabar por ser a defesa de uma instituição estabelecida para combater, precisamente, o pluralismo (Garnham, 1990). No entanto, os defensores do modelo público acreditam que o papel social e político dos *media* (sobretudo da radiodifusão) deve estar nas mãos no Estado, o único que pode apoiar não só as perspectivas minoritárias e não-comerciais, como defender o cidadão de estratégias de lucro agressivas como as que passam, por exemplo, pela invasão de privacidade. Mas este mesmo sentido de privado tem também as suas dificuldades: «não obstante o poder da ideia de que uma pessoa tem uma espécie de direito a um (certo) grau de privacidade, é difícil operacionalizar este direito. O «interesse público» e o «interesse do Estado» são limites igualmente óbvios em qualquer direito de privacidade. E há claras dificuldades em designar quer espaços particulares, quer categorias de acções como inviolavelmente privadas» (Frazer, 2004: 31).

A morte da Princesa Diana alargou o debate a outras questões, como a busca do lucro à custa de dramatização e de focalização em momentos dramáticos na vida das pessoas expondo a sua fragilidade (Frazer 2004). Além do debate ético, reside também aqui um tema central dos nossos tempos que os *media* alimentam e de que se alimentam: a crescente tensão entre, por um lado, a invisibilidade do pessoal (que importa proteger do olhar público) e, por outro, a visibilidade das relações pessoais e do individualismo como fonte suprema de valor. O resultado, e em parte a causa desta situação, é a obsessão mediática pela celebridade e pelo escândalo. As figuras públicas encontram-se agora sempre sob o foco da «visibilidade mediada» o que, associado à crescente presença de «notícias leves» (*soft news*) nos tablóides, entre outros factores, acabou por levar a imprensa em geral para um «síndrome do escândalo» (Thompson, 2000: 6).

Estas são, por outro lado, questões ligadas ao modelo económico dos *media*. Os conglomerados mediáticos no espaço público e a sua necessidade de atrair audiências crescentes não podem ser negligenciados. Os *media* desenvolveram, por exemplo, uma «economia das celebridades» que está enraizada na globalização e na convergência mediática que produziu o «bem celebridade» (Turner,

2004), uma economia que dá grande visibilidade a figuras individuais que personificam diferentes campos sociais, bem como do desejo e do imaginário. É tipicamente o caso da tão debatida crescente personificação da política, mas o fenómeno tem também um novo contorno que é o seu alargamento aos «anónimos», pessoas que nunca tiveram lugar no espaço público e podem agora «participar» mais «democraticamente» nele.

Os críticos do modelo da racionalidade procedimental do espaço público defendem que essa racionalidade não é mais do que uma certa prática intelectual que exclui, num movimento de violência simbólica, pessoas que não pertençam a um grupo social que detenha o capital simbólico que lhes permita essa prática – as «massas» em geral ou grupos sociais particulares, como as mulheres.

Por outro lado, este aparente alargamento do espaço público também divide os debates sobre a avaliação das implicações políticas da cultura popular mediática na forma, por exemplo, de *talk shows* ou da tabloidização dos *media* em geral. Alguns consideram-na perigosamente anti-racional e portanto antidemocrática e outros realçam a natureza democraticamente positiva do acesso de pessoas «vulgares» às arenas de debate público, outrora dominadas pelas elites.

Por fim, as novas formas de «visibilidade» colocam em questão a formação de um espaço público mediático, cujas fronteiras entre informação e entretenimento entram em rotura, levantando, de novo, a questão da razão e da emoção no espaço público, em formas híbridas de apresentação pública. A personalização da vida pública e a crescente ascensão de uma fascinação das audiências com as «celebridades» são, pelo menos parcialmente, os motores de uma rotura que conduz a uma hibridação entre o público e o privado nos *media*. Essa hibridação também tem implicações relativas ao que conta como «notícia» ou «facto mediático» (McLaughlin 1998), sendo visível sobretudo em géneros mediáticos a que já se chamou «histórias-da-vida-real» (Bondebjerg, 1996), como os *reality shows*. Na imprensa, a tendência é também para um crescimento das chamadas «notícias leves», que Patterson (2003: 21-22) define como as que salientam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e que são seleccionadas pela sua capacidade de chocar, ou de entreter. Tais notícias enquadram-se, também elas, numa lógica económica de propriedade privada dos *media*.

A «fascinação pela celebridade» deu lugar a um vasto conjunto de publicações que vive precisamente das celebridades e uma «imprensa cor-de-rosa» cuja razão de ser é a vida «privada», conduzindo ao que Van Zoonen (1991), seguindo Richard Sennett, chamou «a tirania da intimidade». O comentário de Andy Warhol que, numa sociedade altamente mediatizada, todos podiam ser uma celebridade durante quinze minutos, parece agora mais verdade do que nunca. Daniel Boorstin (1961: 58), há já alguns anos, foi dos primeiros a dar conta deste fenómeno, definindo a celebridade como «a pessoa que é bem conhecida pelo facto de ser bem conhecida», sendo o equivalente humano ao «pseudo-acontecimento», fabricado para os *media* e avaliado em termos da escala e eficácia dessa mesma visibilidade (Boorstin, 1961: 65). Mas como Turner (2005: 8)

nos recorda, os discursos em jogo na representação mediática das celebridades são «altamente contraditórios e ambivalentes: elas são extraordinárias ou «tal como nós»; merecem o seu sucesso ou «tiveram sorte»; são objectos de desejo e emulação ou são provocações para desvalorização e desdém» (Turner, 2004: 8). O regime discursivo das celebridades é portanto complexo, mas a forma como nele se joga o pessoal e o privado no espaço público é talvez a sua principal característica.

A esta crescente personalização e ascensão das «celebridades» no espaço mediático junta-se, ao nível da produção noticiosa, a «explosão» das fronteiras entre público e privado nas «notícias leves», associadas ao que tem sido chamado «tabloidização». Sendo um fenómeno original da imprensa britânica, este termo passou também a incluir outras formas de produção dos *media*. Pelos seus críticos, «é normalmente considerado um sacrifício da informação pelo entretenimento, da exactidão pela sensação, e pela utilização das táticas de representação que armadilham e exploram os seus sujeitos», constituindo «um movimento cultural de base ampla, mais visível em certos *media*, que é possível pela crescente comercialização da via moderna e de um correspondente declínio dos «valores tradicionais» (Turner, 1999: 60).

A crítica a estes novos formatos mediáticos centrados nomeadamente numa concepção do privado e pessoal vedetizado, não é unânime. Para Todd Gitlin (1997: 35), como para Patterson (2003), a «trivialização das questões públicas e da usurpação dos discursos públicos pela telenovela, a aparente quebra dos mecanismos de formação de uma vontade» tem, para a vida pública e para a mobilização política, perigos evidentes. Também Bob Franklin (1997: 4) lamenta:

«O entretenimento ultrapassou a informação; o interesse humano suplantou o interesse público, o juízo ponderado sucumbiu ao sensacionalismo; as relações íntimas das celebridades (...) têm maior noticiabilidade do que questões e acontecimentos de consequência internacional (...). O «infotainment» está fora do controlo».

Colin Sparks (1992: 41), pelo seu lado, recorda que, obliterando o «político» e assentando no «pessoal» como factor explicativo, as notícias da imprensa tablóide impedem os leitores de desenvolver uma capacidade de entender a natureza abstracta da totalidade social que «não é constituída pela experiência imediata nem inteiramente compreensiva nesses termos».

Estas características de funcionamento dos *media* poderiam constituir-se como parte do que Altheide e Snow designam uma «lógica mediática». Nas suas palavras (Altheide e Snow, 1991: 9):

«Em termos gerais, a lógica mediática consiste numa forma de comunicação, o processo pelo qual os *media* apresentam e transmitem a informação. Isto inclui elementos de vários *media* e dos seus formatos (...). O formato torna-se uma perspectiva usada tanto para apresentar como para interpretar os fenómenos».

Para outros autores, no entanto, a suspeita sobre os *media* não é mais do que um pânico conservador sobre o que é e deve ser a política nos *media*. Ian Connell (1992: 82), por exemplo, rejeita o «snobismo» dos críticos elitistas e procura demonstrar que «ao contrário do que foi muitas vezes dito sobre a imprensa tablóide, esta está de facto (...) preocupada com as diferenças sociais e as tensões que delas nascem (...). O foco na personalidade e privilégio é uma das formas como estas diferenças e tensões são representadas como categorias concretas e reconhecíveis em vez de abstractas e remotas». Acrescenta ainda que, mesmo que seja «indesmentivelmente verdade» que «nas suas sagas de azar e mau comportamento» não há nenhum mundo alternativo, os tablóides, podem sempre, em sua defesa, «perguntar aos seus críticos que alternativas convincentes conseguiram eles encontrar» (Connell, 1992: 83).

Também de um ponto de vista feminista, os novos formatos podem constituir um meio valioso de interessar as audiências por questões políticas que de outra forma seriam excessivamente abstractas. Sem desvalorizar o potencial ideológico dos *media*, Myra MacDonald argumenta que «as provas textuais sugerem que os estudos de caso e os testemunhos pessoais podem permitir uma compreensão política através – e não à custa – das suas qualidades inerentes» (MacDonald, 2000: 265). Ao analisar os potenciais de politização e despolitização dos diferentes formatos e estilos mediáticos que combinam o pessoal e o político conclui que a personalização e a caracterização de personalidades na imprensa apelam à nossa empatia, implicando-nos num imaginário capaz de nos levar além da nossa experiência individual. No entanto também nos recorda que o *voyeurismo* congela esta capacidade (MacDonald 2003: 69):

«A explicação pessoal, desenraizada na imprensa convida à leitura como se fosse ficção. A sua «repetição pela diferença» imita a estrutura genérica das narrativas populares que também estabelecem respostas emocionais básicas, desenhando cenários e personagens que oferecem modos de identificação familiares. A identificação é superficial e temporária, contida pelo nosso conhecimento das convenções e da sua previsibilidade».

Na literatura feminista dos *media*, em grande parte influenciada pelos estudos culturais de ênfase nas audiências e nos seus poderes de descodificação autónomos, há uma tendência para explorar com mais ou menos vigor os potenciais positivos da imprensa tablóide e dos novos formatos como *talk shows* e telenovelas que alargam o tipo de questões e vozes que o jornalismo tende a excluir. Para Catharine Lumby (1999: xiii),

«Nas últimas décadas assistimos a uma esmagadora democratização nos nossos *media* – uma diversificação não só das vozes, como das formas de falar sobre a vida pessoal, social e política (...). A esfera mediática contemporânea constitui um fórum muito diverso e inclusivo onde uma série de importantes questões sociais outrora consideradas apolíticas, triviais ou pessoais estão agora a ser levantadas».

Estes investigadores consideram crucial que alarguemos a nossa atenção a novos formatos mediáticos que, substituindo as vozes de elite com que a maioria das pessoas não se identifica, pode ser mais democrático para as mulheres e outros grupos marginalizados (Lumby, 1997, Holland, 1998; Van Zoonen, 2005). No entanto, pensamos que o problema não está só nos regimes de funcionamento dos *media* e nas suas «lógicas mediáticas», como lhes chamam Altheide e Snow (1991), mas também no que poderíamos chamar uma «lógica do género» subjacente à própria sociedade que dá prioridade, ou pelo menos ênfase, às vozes e lugares de poder tendencialmente masculinos.

5. A mediatização da violência doméstica: o caso das «figuras públicas»

Todas estas questões são visíveis, de uma forma muito particular, na cobertura da imprensa dos casos de violência doméstica de Lisa Albarran e de Catarina Almeida: ambas são pessoas «públicas», dando visibilidade a um problema «público» através de narrativas «pessoais» sobre a sua vida «privada». As suas histórias cruzaram-se «publicamente» nas páginas dos jornais constituindo um «espaço de evento mediático». Por outro lado, a imprensa, como veremos, não tratou simplesmente ambas as mulheres como meros estereótipos – tratou-as na medida dos respectivos acessos ao espaço público e segundo não apenas uma «lógica mediática», mas também segundo uma «lógica de género».

O caso de Catarina Almeida recebeu atenção tanto na imprensa popular como de referência, enquanto que o de Lisa Albarran, posterior, apenas chegou às páginas da imprensa popular. Por outro lado, a vida social de Catarina e José Maria Tallon sempre teve maior projecção na imprensa dedicada à vida social, na roda das classes médias altas. Ao contrário de Lisa, a própria Catarina tem ligações familiares aos *media* e aos círculos políticos.

Apesar destas diferenças, ambas as mulheres gozaram de estatuto de «pessoa pública», sobretudo pelo facto de terem sido casadas com «celebridades»: um médico da classe média e um jornalista/entertainer/empresário, ambos bem conhecidos da televisão e da imprensa cor-de-rosa. As histórias pessoais das duas mulheres são relativamente desconhecidas, apesar de ambas terem tido vidas profissionais próprias. Em qualquer dos casos, a apresentação mediática das duas mulheres fez-se, no entanto, no seu estatuto de esposas. Atente-se, a título de exemplo, nestas expressões retiradas de títulos, subtítulos e *leads* das notícias, os lugares por excelência de importância das notícias:

1. «Catarina Tallon, casada com o médico espanhol José Maria Tallon, apresentou três queixas-crime contra o marido por violência doméstica» (*Expresso*, 16.02.02);
2. «Mulher do conhecido médico espanhol acusou o marido de agressões físicas e fez queixa à polícia» (*Diário de Notícias* 19.02.02);

3. «Catarina Tallon revela tudo ao CM. A ex-mulher de José Maria Tallon conta, pela primeira vez e na primeira pessoa, o drama de 13 anos vividos ao lado do “médico dos gordos”» (*Correio da Manhã* 29.09.02).
4. «Lisa Albarran, mulher de Artur Albarran, alega ter sido convencida pelo marido e dois amigos a revelar publicamente que nunca tinha sofrido qualquer agressão por parte do ex-jornalista» (*Correio da Manhã* 17.03.03).

Como vemos, o *Expresso* (1) começou a sua notícia sobre o caso de Catarina Almeida enfatizando o valor apositivo da expressão nominal que caracteriza bem o marido e a determina como sua esposa. A violência doméstica aparece apenas no final da proposição, tendo também ela valor apositivo relativamente à queixa-crime. Esta é uma forma discursiva que, mais do que um elemento da «lógica mediática», decorre da própria «lógica de género» social, pela qual os lugares de poder público são ocupados pelos dois maridos, e não pelas suas mulheres.

No *Diário de Notícias* (2) a ênfase da condição de esposa é topicalizada no subtítulo da notícia sobre o caso. A modalização do estatuto público do marido enfraquece a acção de Catarina. A escolha lexical de «agressões físicas» estabelece um contexto mais vago do que o termo criminal «violência doméstica».

No *Correio da Manhã* (3) não se foge à ênfase subordinada e «privada». «Catarina Tallon revela tudo ao CM» é o título, onde o sujeito «Catarina» é contraposto à abreviatura impessoal CM (*Correio da Manhã*) e a expressão «revela tudo» projecta um conteúdo indeterminado e confessional. No pós-título (segunda proposição), Catarina é caracterizada como ex-mulher e a indicação da alcunha do marido estabelece também um pressuposto de conhecimento alargado aos leitores que auxilia o tom confessional, próprio do estereótipo de género da «emoção feminina». A forma verbal estabelece o tom de história (Catarina não informa ou declara, mas «conta») e a aliteração aposta estabelece um tempo e uma forma de verdade ainda não contada, cujo complemento directo está lexicalizado por forma a antecipar um relato emotivo e privado.

Na última expressão, do *Correio da Manhã* (4), o aposto do sujeito da acção também se repete no caso de Lisa que é também enfraquecida pela passivação. A modalização da revelação tem também implícitos acontecimentos privados.

As duas mulheres, ainda que agentes dos títulos, são assim subordinadas à sua condição privada de esposas de figuras públicas e os actos em questão são não só secundarizados como subordinados à vedetização.

Os *media*, no entanto, são actores e palcos diferentes para as suas trágicas histórias. Não só apenas Catarina teve acesso aos jornais de referência, tendo o caso de Lisa apenas sido referido pelos jornais populares, como são estes últimos que estabelecem uma hierarquia de status: Catarina é convidada pelo *Correio da Manhã* a ocupar o lugar de «provedora para a violência doméstica» e Lisa é mesmo objecto desta acção «profissional» de Catarina. Mas não é apenas a esse nível que a diferença se faz sentir.

Quando, por exemplo, olhamos as fotografias das páginas dos jornais, vemos duas mulheres muito diferentes. Lisa Albarran, nas páginas do *Correio da Manhã*, aparece não só vestida de uma forma informal e mesmo descuidada, como apresenta expressões de uma mulher fora de si e descontrolada. O boné que apresenta nas fotografias é aparentemente descabido (porque em pose sentada, em ambiente interior, nas fotografias) e contrasta com o cabelo sempre cuidado de Catarina. Os títulos e entretítulos das notícias, como «loucura» e «desmentidos» (CM 17.03.03) dão conta desse descontrolo e parecem confirmar, de uma forma foucaultina, o retrato que o marido dela faz: a de ser uma mulher patológica, psicologicamente doente, que «inventa» as acusações de violência. O desenrolar noticioso dos acontecimentos também concorre para a mesma ideia. A história «pessoal» de Lisa é dramatizada pelo *Correio da Manhã* num formato discursivo e gráfico tipicamente tablóide, apresentando um sem número de pormenores da relação do casal, enchendo as páginas do jornal com as suas fotografias. Numa ocasião, o jornal é actor do processo, acompanhando-a a casa numa «reportagem» que não é mais que um verdadeiro «filme» gráfico, fotográfico e textual que enche as páginas do jornal. A «reportagem», «Lisa pediu protecção à GNR de Colares para ir buscar roupas e objectos pessoais» (11.03.03) é visualmente construída como um filme, com uma sucessão de fotografias que graficamente são dispostas como slides e cuja descrição da acção constrói uma verdadeira dramatização de uma cena de um filme de *supense* ou de acção. No título, Lisa é paciente e não agente de um processo em que está profundamente fragilizada, não só porque precisa de protecção como porque, de forma ainda mais básica, necessita de roupas e objectos pessoais. Por oposição, o marido é apresentado em perfeito controlo de todas as situações, detentor de um discurso sólido e coerente e portanto, de algum modo, vítima de uma mulher «descontrolada». Lisa não é sequer protagonista das suas acções, a não ser nas estratégias defensivas em relação ao seu marido. De notar como é arredada no primeiro título do *Correio da Manhã* sobre o seu caso, dando antes lugar ao marido que «é acusado»: «Artur Albarran acusado de violência doméstica» (10.03.03). É a acusação que é topicalizada, não a violência alegadamente sofrida.

Catarina Almeida, por outro lado, apresenta-se sempre de forma «pública», cuidada, penteada, maquilhada, estando desde o primeiro momento em controlo das suas acções. O marido, José Maria Tallon, tem também a iniciativa da acção, emitindo, num acto seguro de distanciamento, um «comunicado» à imprensa onde afirma não querer «alimentar polémicas públicas sobre questões que devem permanecer no foro privado». O *Expresso* centra-se no fim da relação amorosa e antecipa que «o divórcio é inevitável». Catarina Almeida, no entanto, projecta-se no espaço público de forma determinada. O *Correio da Manhã* concorre directamente para esse estatuto público, institucionalizando-a como uma das suas profissionais, como vimos, no lugar de «provedora». A sua personagem é, pois, cuidadosamente construída pelo seu envolvimento nas campanhas de luta contra a violência doméstica e por estratégias de «visibilidade» como a sua presença em

programas de *talk show* televisivos. As suas colunas de provedora do *Correio da Manhã* têm um tom intimista e pessoal, numa profunda hibridação do discurso pessoal e público. Esta mistura é muito visível aquando da coluna no *Correio da Manhã* escrita a propósito do caso de Lisa Albarran («Apenas mais uma», 10.03.03). Aí, Catarina conta os acontecimentos na primeira pessoa, numa narrativa que enfatiza a intimidade e familiaridade pela referência aos lugares, objectos pessoais, emoções e relações pessoais: «encontrei-a por acaso (...) numa pastelaria da Av. João XXI (...) Contou-me a sua história a chorar e que (...) tinha tentado obter o meu número de telefone junto de amigos comuns (...)». Noutra coluna, uns dias mais tarde («De consciência tranquila», 17.03.03), quando, por pressão do ex-marido Lisa Albarran tenta desmentir as suas próprias declarações, Catarina comenta o caso uma vez mais num registo pessoal que serve também para falar de si própria em pressupostos que deliberadamente estabelece. Diz que esteve «fora do país nas primeiras férias em mais de um ano e meio», refere-se a «todas as pessoas que estão a levantar calúnias contra mim» e confirma a sua primeira versão dos acontecimentos, referindo como conheceu Lisa e como «a recebi em minha casa» e a ajudou no processo de encontrar as vias institucionais.

Desde o início do seu caso, Catarina apresenta-se como servidora da causa pública, querendo «dar a cara pela campanha pela protecção contra a violência doméstica» (*Independente*, 15.02.02). A sua visibilidade «pública», no entanto, tem como momento alto a publicação da sua biografia (pessoal) que é apresentada ao «serviço» da causa da luta contra a violência doméstica. O livro, cujo título romantiza a «sua» história (*Ferida de Amor*), prefaciado por outra figura pública, Maria Barroso, tem no entanto novos contornos de «drama» e escândalo, servidos pela «polémica» judicial que envolve a publicação do livro.

Nas notícias, tanto da imprensa popular como generalista, predomina a «celebridade» (privada) Catarina Tallon, o escândalo, e não o tema (público) da violência doméstica. Aquando do lançamento do livro, que foi impedido por uma ordem judicial, a fotografia da capa do *Diário de Notícias* (muito semelhante à repetida nas páginas interiores do jornal) mostra-a num plano da frente, tendo por fundo, como todas as celebridades, um grupo de fotógrafos de câmaras em riste (*Diário de Notícias*, 01.10.02). O título da capa é «Polémica» e o da notícia interior, «Escândalo na Praça dos Restauradores», o mesmo enquadramento já usado antes (19.02.02). No entanto, nessa ocasião, o jornal tinha introduzido, em complemento ao acontecimento, alguma informação de actualidade sobre o problema mais geral da violência doméstica (*Diário de Notícias*, 19.02.02). Também o *Independente* ligou a acusação de Catarina ao caso mais vasto da violência doméstica em geral, a que dedicou quase uma página do jornal, incluindo a opinião de um psiquiatra (15.02.02). Em ambas as ocasiões, no entanto, este enquadramento mais vasto foi subordinado à actualidade do caso da celebridade em questão.

Num caso e no outro, os *media* apresentaram portanto a violência doméstica como visão de um «palco», revelando ao público os bastidores da vida «pri-

vada» das celebridades. No caso de Lisa, a focalização no pessoal apresentou-a como uma vítima de forças para além do seu controlo humano, «encurralada» em terrores físicos e emocionais, onde uma das mais violentas estratégias por parte do marido – a desvalorização por uma suposta «doença mental» – jogou um papel essencial. Sem o sentido potencial de activação da acção, as ligações entre o «pessoal» e o «político» desapareceram, e Lisa Albarran foi o objecto do espectáculo, oferecida para consumo do olhar *voyeurista*. O público, neste caso, foi construído como o «visível» da violência doméstica, despojada de avaliação moral e carregada de espectáculo. No caso de Catarina, o tema da violência em si mesmo também não foi apresentado como a questão principal, como matéria que diz respeito ao colectivo. Pelo contrário, as notícias pouco saíram do registo da «celebridade» e o enquadramento foi «individual», realçado pela batalha das partes envolvidas pela opinião pública. O leitor foi construído como *voyeur*, observador de uma «polémica» que não era exactamente «da vida real», mas da vida dos famosos, uma fama que se prolongou para outros patamares, como «escritora» e «provedora». Apenas por duas vezes, e de uma forma periférica, a problemática mais vasta da violência doméstica foi mencionada, mostrando mesmo nesses casos como os *media* precisam de um «gancho» para se interessarem por problemas gerais e complexos. No geral, no entanto, a natureza pública e persistente da violência contra as mulheres esteve largamente ausente. Podemos assim concluir, como refere McLaughlin (1998: 89) a propósito da cobertura jornalística do julgamento de O. J. Simpson, que os casos «constituíram um fórum para a discussão da violência doméstica apenas na medida em que a informação pode ser moldada ao formato espectacular de um acontecimento mediático».

6. Notas para uma conclusão

Há razões importantes para considerar que a visibilidade que as figuras públicas podem dar à problemática da violência doméstica é estrategicamente importante para a acção de sensibilização. Há também boas razões para ter em conta a questão levantada por algumas feministas de que uma grande parte do discurso jornalístico de «referência» exclui as vozes e perspectivas femininas, e a sugestão de que devemos explorar os potenciais benefícios de algumas das mudanças do jornalismo habitualmente desvalorizadas como «tabloidização» (Van Zoonen 1991, 2005; Holland, 1998). No entanto, também não é difícil concordar que os aspectos contra-hegemónicos do que John Langer chama as «outras notícias» podem servir para reforçar a sujeição das mulheres (Langer, 1998: 150-160), sobretudo numa sociedade onde as lógicas de dicotomia de género são ainda fortes. Na verdade, o poder de configuração dos *media* daquilo a que acima nos referimos como as preocupações e propostas do público no agendamento dos assuntos, reside não propriamente nas suas «lógicas» no sentido tecnologicamente determinado que lhes dão Altheide e Snow (1991), mas na

aliança das lógicas económicas que com frequência subjazem aos seus formatos, com as lógicas de género da sociedade. Estas, aliadas às práticas hegemónicas dos *media*, tornam as «lógicas» mediáticas dificilmente contrariáveis, mesmo não presumindo que as audiências são passivas ou não têm mecanismos próprios de descodificação.

O argumento dos benefícios da visibilidade dos casos de violência doméstica envolvendo figuras públicas precisa de ter em conta que, nos *media*, o pessoal não é sempre político. Ao focar na intriga pessoal, no escândalo ou na tragédia, a personalização das notícias faz do «pessoal» não só o ponto de partida, mas também o ponto de chegada, despojando o assunto de todas as suas implicações morais que deveriam ser objecto de discussão.

É irrealista acreditar que existe algum tipo de «espaço público mediatizado» em termos (mesmo que contrafactuais) de racionalidade crítica, de busca de consenso ou de avanço do «melhor argumento». No entanto, as evidências preocupantes sobre os *media* não colidem com outras evidências de que, dentro de certas condições, a visibilidade que podem dar e o tipo de conhecimento que podem produzir poderá encontrar o seu caminho para outras esferas de produção de conhecimento, de discussão e de deliberação, ancorando-se na substância crítica não só de outras esferas públicas contra-hegemónicas, como da própria vida quotidiana. O facto de a violência doméstica ser agora punida por lei é certamente, pelo menos em parte, resultado desse processo. A pesquisa feminista diz-nos que, por uma consciência crítica em geral e por uma decisiva alfabetização dos *media*, é possível mudar hegemonias e diferenciais estruturais de género. Relembramos, assim, as palavras de Marian Meyers (1997: 124), no que se tornou um clássico da investigação sobre a análise da cobertura jornalística das notícias sobre violência doméstica:

«Os mitos e ideias prevalecentes sobre as mulheres, os homens e a violência, bem como os que dizem respeito à raça, idade e orientação sexual, são a cola que mantém o patriarcado (...). Reconhecer a existência de mitos patriarcais e de estereótipos dentro das notícias é o primeiro passo para mudar a representação da violência doméstica contra as mulheres. O passo seguinte é os jornalistas recusarem-se a comprar e perpetuar a mitologia».

Não se trata, no entanto, de pensar a politização do tema dentro de um quadro nostálgico do espaço público, mas de pensar formas de instigar a consciência de que a acção crítica nos pode levar a melhores formas de representar os problemas e questões que nos tocam a todos.

Como vimos, apesar do enquadramento maioritariamente pessoal e privado, por duas vezes os jornais avançaram informação mais vasta, mesmo que marginal, sobre a questão. Poderemos, a partir de aqui, dizer que os casos que analisámos em nada beneficiaram a causa feminista de «meter a colher» em situações ocultas de opressão? Em termos estritos, verdadeiramente, não sabe-

mos, porque os efeitos dos *media* nunca devem ser equacionados de uma forma isolada e ainda menos a curto prazo. Mas se não conhecemos «os efeitos», podemos avaliar as *nuances*, a fragilidade das dicotomias, as ambiguidades comuns a toda a produção cultural e de conhecimento. Mas, mantendo um olhar crítico sobre os *media* e sobre as suas lógicas, não devemos tão-pouco esquecer o que nos diz Nicholas Garnham (1992: 374): «o conteúdo do entretenimento nos *media* é claramente a primeira ferramenta que usamos para lidar com a relação entre o mundo dos sistemas e o mundo da vida».

No modelo liberal-económico do «privado», os *media* não precisam de ter necessariamente associado um projecto normativo. Mas, como cidadãos e mulheres, para os consumirmos, os pensarmos e neles agirmos, é fundamental que o tenhamos.

Referências Bibliográficas

- Altheide, D. L. e R. P. Snow (1991), *Media Worlds in the Postjournalism Era*, New York, De Gruyter.
- Benhabib, S. (1992), *Situating the Self: Gender, Community and Postmodernism in Contemporary Ethics*, New York, Routledge.
- Benhabib, S. (1998), «Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas» in J. Landes (ed.) *Feminism, the Public and the Private*, Oxford, Oxford University Press, pp. 65-99.
- Bondebjerg, Ib, (1996), «Public discourse/private fascination: Hybridization in "true-life-stories" genres», *Media, Culture and Society*, vol. 18: 27-45.
- Boorstin, Daniel J. (1961), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York, Vintage Books.
- Connell, Ian (1992), «Personalities in the Popular Media» in Dahlgren, P. Sparks, C., *Journalism and Popular Culture*, Londres, Sage.
- Dahlgren, Peter (1995), *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*, Londres, Sage.
- Elshtain, Jean Bethke (1981), *Public Man, Private Woman: Women in Social and Political Thought*, Princeton, Princeton University Press.
- Franklin, Bob (1997), *Newszak and News Media*, Londres, Arnold.
- Fraser, Nancy (1995), «What's critical about critical theory?», in Johanna Meehan, (ed.) *Feminists Read Habermas: Gendering the Subject of Discourse*, Londres, Routledge.
- Fraser, N. (1998), «Sex, lies and the public sphere», in J. Landes (ed.) *Feminism, The Public and the Private*, Oxford, Oxford University Press, pp. 314-337.
- Frazer, Elisabeth (2004), «Provavelmente a ocasião mais pública que o mundo conheceu: "público" e "privado" na cobertura de imprensa da morte e funeral de Diana, princesa de Gales» in Maria João Silveirinha (ed), *As mulheres e os media*, Lisboa, Livros Horizonte, pp. 29-53.
- Garnham, Nicholas (1990), *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*, Londres, Sage Publications.
- Garnham, Nicholas (1992), «The Media and the Public Sphere», in Craig Calhoun (ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge Ma, the MIT Press, pp. 359-376.

- Gitlin, Todd (1997), «The Anti-Political Populism of Cultural Studies», in Marjorie Ferguson and Peter Golding (eds) *Cultural Studies in Question*, Londres, Sage.
- Habermas, J. (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Londres, Polity Press.
- Habermas, Jürgen (1991), «The public sphere», in C. Mukerji and M. Schudson (eds.) *Rethinking Popular Culture*, University of California Press, Berkeley, pp. 398-404.
- Habermas, J. (1992), «Further Reflections on the Public Sphere», in Craig Calhoun (ed), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, pp. 421-461.
- Habermas, J. (1996), *Between Facts and Norms*, Cambridge, Polity.
- Holland, Patricia (1998), «The politics of the smile: "Soft news" and the sexualisation of the popular. Press», in Cynthia Carter, Gill Branston and Stuart Allen (eds), *News, Gender and Power*, Londres, Routledge, pp. 17-32.
- Kellner, Douglas (2000), «Habermas, the Public Sphere, and Democracy: A Critical Intervention», in Lewis Hahn (ed), *Perspectives on Habermas*, Open Court Press.
- Kymlicka, Will (1990), *Contemporary Political Philosophy: An Introduction*, Oxford, Clarendon Press.
- Langer, John (1998), *Tabloid Television: Popular Journalism and the «Other News»*, Londres, Routledge.
- Lumby, Catharine (1997), *Bad Girls: The Media, Sex and Feminism in the 90s*, Sydney, Allen and Unwin.
- MacDonald, Myra (2000), «Rethinking personalization in current affairs journalism», in C. Sparks & J. Tulloch (eds), *Tabloid Tales: global debates over media standards*, Boulder, Rowman & Littlefield, pp. 251-266.
- MacDonald, Myra (2003), *Exploring Media Discourse*, Londres, Arnold.
- McLaughlin, Lisa (1998), «Gender, Privacy and Publicity in "Media Event Space"», in Carter, Cynthia Gill Branston e Stuart Allen (eds), *News, Gender and Power*, Londres, Routledge, 1998.
- McLaughlin, Lisa (2004), «Feminism and the Political Economy of Transnational Public Space», in N. Crossley & J. Roberts (eds), *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere*, Londres, Blackwell, pp. 156-175.
- Meyers, Marian (1997), *News Coverage of Violence Against Women: Engendering Blame*, Thousand Oaks, Sage.
- Pateman Carole (1987), «Feminist Critiques of the Public/Private Dichotomy» in Anne Phillips (ed.), *Feminism and Equality*, Oxford, Blackwell, pp. 103-126.
- Patterson, Thomas E. (2003), «Tendências do jornalismo contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia?», in *Revista Media e Jornalismo*, Coimbra, Minerva, 2: 9-47.
- Sparks, C. (1992), «Popular journalism: theories and practice», in P. Dahlgren and C. Sparks (eds.) *Journalism and Popular Culture*, London, Sage, pp. 24-44.
- Splichal, Slavko (2002), *Principles of Publicity and Press Freedom*, Lanham, Rowman and Littlefield.
- Sheller, M. and J. Urry (2003), «Mobile transformations of "public" and "private" life», *Theory, Culture and Society*, 20(3): 115-133.
- Thompson, John B. (1995), *Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Oxford, Polity.
- Thompson, John B. (2000), *Political Scandal*, Cambridge, Polity.
- Turner, G. (1999), «Tabloidization, journalism and the possibility of critique», *International Journal of Cultural Studies*, 2(1): 59-76.
- Turner, Graeme (2004), *Understanding Celebrity*, Londres, Sage.
- Van Zoonen, Lisbet (1991), «A tyranny of intimacy? Women, femininity and television

- news», in P. Dahlgren and C. Sparks (eds.), *Communication and Citizenship*, Londres, Routledge.
- Van Zoonen, Lisbet (2005), *Entertaining the citizen: When politics and popular culture converge*, Lanham, Rowman and Littlefield.
- Young, Iris M. (1996), «Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy», in S. Benhabib (ed.), *Democracy and Difference*, Princeton, Princeton University Press, pp. 120-35.
- Young, Iris M. (1998), «Impartiality and the Civic Public: Some Implications of Feminist Critiques of Moral and Political Theory», in J. Landes (ed.) *Feminism, The Public and the Private*, Oxford, Oxford University Press, pp. 421-447.
- Weintraub, Jeff, e Krishan Kumar (1997), *Public & Private in Thought & Practice – Perspectives on a Grand Dichotomy*, Chicago, University of Chicago Press.

Abstract

Obliterating the «political»: «personal issues» within the mediatized public space

In this article we question the role of the *media* in the building of domestic violence as a public issue by analysing two cases involving public figures as reported in the press. This being the opportunity to break down the public/private distinction that feminists have long argued for, the article questions the strengths and weaknesses of dealing with the issue of domestic violence involving well know figures in the media public sphere. The article ultimately tries to understand the ambiguities that result from crossing public and private interests in the *media* public sphere.

Key words domestic violence, celebrities, public sphere

Résumé

Effacer le «politique»: la personne dans l'espace public médiatisé

Dans cet article on discute le rôle des media dans la construction de la violence domestique comme problème public, à travers l'analyse de deux cas publics et articles dans la presse. Ces cas se présentent comme une opportunité pour déconstruire la distinction publique/privée que les féministes proclament dès long temps. Le but de l'article c'est de questionner la force et débilite de traiter dans l'espace public et médiatisé des cas de violence domestique des figures publiques. On essaye de comprendre les ambiguïtés de l'interception des intérêts publiques et privés dans l'espace médiatisé.

Mots clés violence domestique, célébrités, espace publique

Maria João Silveirinha é docente de Comunicação no Instituto de Estudos Jornalísticos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e investigadora do Centro de Investigação *Media* e Jornalismo. Interessa-se particularmente pelas questões das mulheres na Comunicação e é autora de vários textos sobre esta temática.

Artigo recebido em Junho de 2005 e aceite para publicação em Agosto de 2005.