

Intimate Partner Femicide in Portugal: The perception of intervention professionals with intimate partner violence

Femicídio na Intimidade em Portugal: Perceções de profissionais que intervêm com vítimas

Sofia Neves*, Ariana Correia**

* Universidade da Maia, Centro Interdisciplinar de Estudos de Género (ISCSP-ULisboa) (asneves@ismai.pt)

**Universidade da Maia, Centro Interdisciplinar de Estudos de Género (ISCSP-ULisboa) (acorreia@ismai.pt)

Abstract

This investigation aimed to analyze perceptions and impacts of media narratives about intimate partner femicide (IPF) starting from the discourses of support/intervention professionals, that work closely with intimate partner violence (IPV) victims, concretely, Criminal Police Professionals and Victims Support Technicians. The data collection was realized through semi structured interviews with 25 professionals in a national level, 11 females and 14 males, with an average age of 42 years old (SD=7.05). The discourses emerged from the thematic analysis, underlined the sensationalism proliferation that characterizes these narratives, warning for its copycat potential in intimate partner violence perpetrators, as well as potentially inhibits victims seeking help and also promotes a skewed IPF social construction.

Based on the participants representations, media coverage for IPF recommendations were listed, highlighting the importance in defining accuracy as the foundation of media coverage. Also was underscored the urge in training and specialize journalists in gender violence as well as the need of a positive approach, emphasizing cases of women who survived IPF attempts and women who overcame their victimization processes.

The representations shared by the participants converged with the national report from the Group of Experts on Action Against Violence against Women and Domestic Violence, that monitors the Istanbul Convention execution, pointing out the need in standardizing knowledge and procedures, regarding gender violence, acknowledging that media coverage varies according to beliefs, training level, and personal interests of journalists (Grevio, 2019). Therefore, it is recognized the urgency in promoting an ethically compromised journalism, adding to an effective regulation and a critical, conscious and reflexive media consumption – critical media literacy.

Keywords: Femicide, media, social impact

Resumo

A presente investigação teve com objetivo analisar as perceções e impactos das narrativas mediáticas do femicídio na intimidade a partir das representações de profissionais que intervêm com vítimas, nomeadamente Órgãos de Polícia Criminal e Técnicos/as de Apoio à Vítima. A recolha dos dados realizou-se através de entrevistas semi-estruturadas a 25 profissionais a nível nacional, 11 do sexo feminino e 14 do sexo masculino, com uma média de idades de 42 anos (SD=7.05). Da análise temática realizada emergiram discursos que sublinham a proliferação do sensacionalismo que reveste estas narrativas, alertando para o seu potencial mimético nas pessoas agressoras, assim como a inibição do pedido de ajuda junto de vítimas e a construção social enviesada do femicídio na intimidade.

Assentes nas representações dos/as entrevistados/as, foram listadas recomendações para a cobertura noticiosa deste crime, destacando-se a urgência em definir o rigor jornalístico como matriz subjacente à produção noticiosa. Também evidenciada a necessidade em formar e especializar jornalistas na temática e recomendada ainda uma abordagem positiva, relevando-se antes casos de mulheres que sobreviveram e casos de superação do histórico de vitimação.

As perceções e impactos problematizados pelos/as participantes vão de encontro ao relatório nacional de acompanhamento do grupo de peritos/as independentes para avaliação da execução da Convenção de Istambul, que assinala a necessidade em uniformizar conhecimentos e procedimentos, reconhecendo que a cobertura mediática varia em função das crenças, nível de formação e interesses pessoais dos/as jornalistas (Grevio, 2019). Percebe-se assim a imprescindibilidade no respeito pelos princípios éticos e deontológicos da comunicação, à qual deve associar-se uma regulação robusta e um consumo mediático crítico, reflexivo e consciente – literacia crítica mediática.

Palavras chave: Femicídio; *media*; impacto social

Introdução

A violência de género deriva de assimetrias estruturais promotoras de desigualdades que se repercutem em todas as dimensões, em particular na intimidade (Neves, 2016). No limite da violência de género está a prática de femicídio, crime este com responsabilidade social, cultural e política, diferindo do termo homicídio conjugal, na “lente de género” e na crítica sociopolítica (Passinato, 2011, Campos, 2015).

A escritora e ativista Diana Russell recuperou o termo femicídio em 1976, conceitualizando-o como o “homicídio de mulheres perpetrado por homens, porque estas são mulheres” (Russel & Harnes, 2001, p.13). De acordo com a autora, a neutralidade da expressão homicídio omite a natureza política do assassinato das mulheres, sendo o termo femicídio aquele que melhor capta a sua dimensão estrutural (Corradi et al., 2016). Posteriormente, Caputi e Russell (1992) ampliaram a definição do termo, considerando-o como o fim extremo de um *continuum* de violência de género, que inclui uma variedade de privações e abusos físicos, psicológicos e sexuais, perpetrados contra as mulheres ao longo das suas vidas. Entretanto, Radford & Russel (1992) acrescentam o conceito de misoginia na definição de femicídio, considerando-o uma forma de terrorismo sexista, sendo creditado também como um crime de ódio.

No último Relatório Anual de Segurança Interna (SSI, 2020), Portugal registou um total de 24 793 denúncias relativas ao crime de violência doméstica, assumindo o valor mais alto de casos denunciados de violência doméstica desde 2010. Interessa, todavia, evidenciar, que este aumento não significa necessariamente um incremento do número absoluto de casos de violência doméstica, mas sim um aumento da visibilidade, informação e sensibilização alocada a este crime, numa desocultação gradual das cifras negras.

Reconhecendo o potencial dos *media* como agentes altamente modeladores da opinião pública e de (re)conhecimento e (re)construção de realidade, conforme o tipo de narrativa veiculada, o espaço mediático poderá operar como um espaço, ora de consciencialização, ora de desinformação sobre o femicídio na intimidade. Consequentemente poderá promover a visibilidade e contextualização do crime, motivando assim a denúncia por parte de vítimas de violência na intimidade, ou por outro lado, poderá promover o desempoderamento das atuais vítimas, adensando as cifras negras, simultaneamente motivando a impunidade das pessoas agressoras. Poderá inclusivamente potenciar um efeito de identificação das pessoas agressoras com o crime de femicídio, promovendo um efeito mimético à semelhança da mediatização do suicídio (Cerqueira & Gomes, 2017; Vives-Cases et al., 2009).

Tendo em consideração que a vitimação na intimidade é o fator de risco com maior predição para o femicídio na intimidade (Stock et al., 2013; Campos, 2015), crê-se fundamental dar voz às crenças e práticas dos/as profissionais que atuam numa lógica de proximidade com as vítimas de violência na intimidade, nomeadamente Órgãos de Polícia Criminal (OPCs) e Técnicos/as de Apoio à Vítima (TAVs), recolhendo-se as representações que têm sobre as narrativas mediáticas sobre femicídio na intimidade e se percecionam o impacto destas últimas nas vítimas e pessoas agressoras de violência na intimidade, bem como na opinião pública.

Narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade: fator de risco ou protetor do crime?

A exposição prévia à violência de género na intimidade tem sido apontada como um dos mais fortes preditores do femicídio na intimidade, num processo cujas raízes estão vinculadas a assimetrias de género estruturais (Caputti & Russel, 1992).

A forma como quem consome as notícias constrói representações sobre os crimes, encontra-se eminentemente associado à forma como a narrativa foi construída e apresentada - enquadramento noticioso, funcionando este como uma estrutura mental que ajuda a perceber a realidade, conferindo organização às ideias e conceitos e moldando a forma de raciocinar, perceber e agir (Lakoff, 2006 as cited in Oliveira & Carvalho, 2012).

Desta forma, conforme o enquadramento adotado na produção noticiosa, difere a estrutura e o enfoque dado à temática, e conseqüentemente, a perceção do público, sendo que num enquadramento temático o femicídio na intimidade é devidamente contextualizado como parte de uma matriz sociocultural e, por outro lado, num enquadramento episódico, o qual é dominante, apresentam-se estes casos como eventos isolados, pontuais e imprevisíveis, sendo fornecidos apenas detalhes forenses do crime, ao qual são associados motivos intra e interpessoais (Fairbairn & Dawson 2013; Gillespie, et al., 2013; Richards et al., 2014).

Post et al. (2015), debruçando-se especificamente sobre a violência de género na intimidade e o femicídio, ressaltam 4 características das notícias que promovem a influência no público: 1) Enquadramento noticioso: sublinhando o carácter desinformativo do enquadramento episódico; 2) Rótulo: respeitante à descontextualização do crime, que não sendo diretamente associado à violência na intimidade, desconeta o público da relação entre o evento criminal e o fenómeno genderizado; 3) Dessincronização da informação: respeitante às diferenças na quantidade e tipo de informação veiculada entre vítima e perpetrador, i.e., pouca informação sobre a vítima (e.g., idade), contrastando com informação excessiva e acessória sobre o perpetrador (e.g., hábitos, interesses, religião), numa normalização que promove a empatia e identificação do público com este; 4) Informação pessoal: A veiculação de características pessoais da vítima e perpetrador (e.g., saúde mental, classe socioeconómica) estimula o *profiling* dos/as protagonistas com impacto na construção social do crime.

De relevar ainda, no seguimento à identificação com o crime, o efeito *copycat* ou mimético, materializado num ato criminal modelado ou inspirado por um outro, previamente mediatizado ou ficcionado (Hellfgott, 2015). Este tem sido associado na literatura ao suicídio, especificamente denominado Efeito Werther (Niederkrötenhaler et al., 2010).

De enfatizar, ainda, o viés que a expressão crime passional comporta, desarraigando-o de uma abordagem sistémica, basilar para a sua compreensão, prevenção e combate. Neste sentido, associar um crime desta natureza à passionalidade, numa ação irracional e intempestiva, movida por ciúmes, humilhação ou rejeição é associá-lo ao amor romântico, validando os ciúmes e a questão da honra. Na mesma medida, debruçar-se sobre este crime como tragédia familiar, impele para o foro privado e interpessoal (Neves et al., 2016; Simões, 2008).

Percebe-se, assim, essencial aprofundar a compreensão do potencial de impacto das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, por forma a perceber se operam como fator de risco ou protetor do crime fatal, objetivo que subjaz ao estudo que se apresenta de seguida.

Estudo empírico

Tendo em consideração que a violência de género na intimidade se apresenta como o fator de risco com maior predição para o femicídio na intimidade (Campos, 2015; Stock et al., 2013), foi objetivo deste estudo perceber, à luz dos discursos destes/as profissionais que operam numa lógica de proximidade com vítimas de violência na intimidade, quais as suas perceções acerca das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade e se consideram impactos destas últimas nas vítimas e pessoas agressoras na intimidade, bem como na opinião pública, problematizando-se se os *media*, poderão operar, como fator de risco ou fator protetor do femicídio na intimidade.

Neste sentido, contactaram-se, através de ofício, Órgãos de Polícia Criminal (OPCs), especificamente a Polícia de Segurança Pública (PSP), a Guarda Nacional Republicana (GNR) e a Polícia Judiciária (PJ), ainda Técnicos/as de Apoio à Vítima (TAVs) de Organizações da Sociedade Civil (OSC) e ainda o Instituto de Medicina Legal (IML), tendo-se realizado 25 entrevistas a nível nacional, 17 presenciais, 3 via Skype e 5 por escrito, junto de 18 OPCs, 6 TAVs e uma média legista. Em cada zona do país, foram entrevistados/as 2 profissionais especialistas em violência de género na intimidade, um/a pertencente à coordenação do serviço e outro/a designado/a por esta. Totalizaram-se assim 14 participantes do sexo masculino e 11 do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 26 e os 53 anos, com uma média de 42 anos. Ao nível das habilitações literárias, 11 participantes apresentam o Ensino Secundário, 4 Licenciatura, 8 Mestrado e 2 são pós-graduados/as, verificando-se como o tempo de exercício na função, não necessariamente experiência (i.e., promoção), entre os 5 meses e 22 anos.

Como técnica de recolha de dados, posteriormente à assinatura do consentimento informado e da ficha sociodemográfica, adotou-se a entrevista semiestruturada, construída e revista em função do objetivo geral e objetivos específicos definidos, permitindo recolher toda a complexidade e riqueza informativa, possibilitando a exploração das crenças e práticas de forma flexível (Bogdan & Bilien, 2010). Após a transcrição integral e a leitura exaustiva de todas as entrevistas, procedeu-se à sua codificação, efetuando-se posteriormente a análise temática das entrevistas. Este tipo de análise permite-nos adaptar uma vertente construcionista social, posicionando-nos crítica e epistemologicamente em relação á temática em estudo, percebendo-se os discursos como práticas sociais, produzidas por relações de poder concretas e localizadas temporalmente e, ocasionando certos efeitos que regulam e/ou controlam a ordem social (Braun & Clarke, 2006) apresentando-se de seguida os resultados.

Apresentação dos resultados

1. Narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade

À luz do discurso dos/as participantes, OPCs e OSC, pretende-se perceber, de que forma creem que os *media* podem impactar, não só na construção social do crime, mas também nos comportamentos advindos dessa mediatização, especificamente sobre as vítimas de violência na intimidade, como a pessoa mais vulnerável a tornar-se vítima de femicídio na intimidade (Caputti & Russel 1992), sobre as pessoas agressoras e sobre a opinião pública, problematizando se poderão operar como facilitador ou protetor do crime. No final, referem-se especificidades conforme o tipo de *media*, e tecem-se recomendações a partir dos efeitos percecionados e partilhados.

1.1. Perceções das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade

Como perceções das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, OPCs e OSC consensualizaram no sentido de as caracterizar como sensacionalistas, de matriz machista, com critérios editoriais capitalistas, reconhecendo que há efetivamente segmentos de negócio mais direcionados para a captação massiva de audiência, enquanto outros segmentos apresentam-se como mais rigorosos e isentos.

Apresenta-se seguidamente uma sumarização das categorias emergentes e posteriormente o seu desenvolvimento junto dos excertos de entrevistas mais exemplificativos.

Tabela 1: Análise temática das perceções das narrativas mediáticas sobre femicídio na intimidade

Categorias	Sub-categorias
1. Sensacionalismo	Vazio informativo; Descontextualização do crime; Desrespeito pela vítima/família; Falta de informação sobre recursos de apoio a vítimas de violência.
2. Matriz machista	Crime <i>passional</i> como crime de honra; Culpabilização da vítima; Desresponsabilização do perpetrador.
3. Critérios capitalistas	
4. Falta de formação da classe jornalística	
5. Discurso 2 tipos de imprensa, 2 tipos de crime	

Fonte: elaboração própria

O sensacionalismo, atribuído às construções noticiosas que se debruçam sobre o femicídio na intimidade, fraciona-se em categorias, todas elas ética e deontologicamente questionáveis, mas associadas à mediatização deste crime, como é o vazio informativo, a descontextualização do crime, o desrespeito pela vítima e pela família e a falta de contactos úteis para vítimas de violência na intimidade. Assim, o vazio informativo foi listado como uma das características da cobertura noticiosa destes casos, sublinhando-se o carácter repetitivo, bem como a descontextualização do crime, enfocando ao invés, questões-satélite como o carácter dos/as protagonistas, não raras vezes exaltando as qualidades do perpetrador e.g., bom pai, marido, cidadão.

Os media retratam os casos de violência com sensacionalismo e imprecisão. Demonstram interesse em dar a notícia o mais célere possível para bater a concorrência, independentemente dessa rapidez ser inimiga da verdade dos factos e nefasta, no que respeita às consequências para as partes envolvidas. Na qualidade de quem se encontra envolvido nas investigações, posso garantir que recorrem amiúde à mera especulação para noticiar ou complementar a notícia no que respeita a factos que desconhecem, sem nunca procederem à sua posterior retificação. A história da imprensa está repleta de julgamentos na praça pública em resultado de falta e falha de informação (E17, OPC).

Ainda o desrespeito pela vítima e pela família, utilizando a morte destas mulheres para captar a audiência, através não raras vezes de narrativas paralelas e acessórias, desalinhadas de princípios éticos e deontológicos, que parecem querer entreter o público. Também sublinhada a falta de contactos de recursos de apoio a vítimas de violência na intimidade no final das notícias ou reportagens sobre este crime, fundamental na capacitação para o pedido de apoio e mobilização para a denúncia.

Por outro lado, em casos de homicídio em contexto de violência doméstica, deve ter-se em conta que há sobreviventes, há filhos, há os pais da pessoa que foi morta e da pessoa que foi detida e deve haver respeito e respeito pela memória daquela mulher, ou daquele homem, daquela pessoa (E8, OPC).

(...) depois não passam informação para quem está a ser vítima ou conhece situações, não passam informações sobre o que pode ser feito (E25, OSC).

Uma outra perceção presente nos discursos destes/as profissionais foi a matriz machista presente na cobertura noticiosa do femicídio na intimidade, reproduzindo e promovendo estereótipos de género e demais superficialidades falaciosas que descontextualizam a matriz do crime, numa ode sexista que se crê lucrativa. O discurso que assenta nesta matriz é segmentado em quatro partes que se complementam: o crime *passional* como crime de honra, a culpabilização da vítima e desresponsabilização do feticida.

Temos o problema do costume, à semelhança dos casos de violência doméstica ou de violência de género em geral, abuso sexual de mulheres, questões ligadas às lutas de género, às lutas feministas, tudo isso, portanto continuam a reiterar estereótipos característicos de uma cultura machista e patriarcal (E21, OSC).

O discurso Crime *passional* como crime de honra critica a expressão no sentido em que, não só esvazia o crime da lente de género fundamental para a sua compreensão integrada, como romantiza-o, tornando-o tanto platónico como fútil, apenas com o objetivo comercial.

(...) quando vêm com a treta do crime passional... "Desculpe? Crime passional? Eu não sei o que é isso", portanto isto é bom por acabamos por nos ensinar uns aos outros (E25, OSC).

Diretamente relacionado com a matriz machista que subjaz e à luz destes discursos no que toca à construção destas narrativas, destaque para a culpabilização da vítima, bem como a desresponsabilização do feticida, comumente narrativas sexistas, que enfocam o comportamento e atitude da vítima fatal como justificação da sua própria morte. Ao invés, atenua-se o comportamento do feticida, como se de uma ação-reação se tratasse.

Portanto, se ela foi morta, é porque lhe foi infiel, traiu o marido, cometeu o adultério, logo ela não era uma boa mulher, não tinha valores e no limite ele se calhar até teve razão e ela mereceu morrer, pôs-se a jeito! Quem é que a mandou fazer aquilo que fazia? (E21, OSC);

(...) quanto mais romanceado o jornalista escrever ou estereotipa "Mulher foi morta pelo companheiro com quem vivia há 20 anos. Ela tinha encetado uma nova relação amorosa um mês após sair de casa"... pensamento automático... "Estava a pedi-las!", está a entender? A malta é isto que vai perceber!" (E25, OSC).

O discurso critérios editoriais capitalistas destaca que o objetivo primordial dos *media* na sua generalidade é meramente económico, subvertendo a sua obrigação do dever do rigor, de isenção, de informação e sentido ético, pese embora se assista em alguns grupos da comunicação social de forma mais proeminente do que outros.

(...) as notícias são trabalhadas de uma forma muito superficial, embora os jornalistas já tenham tido formação. O que nos é transmitido é que é o que se vende e já tivemos uma jornalista que nos disse "Se eu escrever como vocês dizem, o meu editor não deixa passar" (...) (E23, OSC).

No discurso falta de formação da classe jornalística, e à semelhança de outras classes profissionais já elencadas ao longo deste trabalho, apenas um pequeno grupo de jornalistas debruça-se com afinco sobre estas temáticas, construindo peças verdadeiramente informativas e pedagógicas, pelo que a maioria dos/as jornalistas trabalha sobre a temática sem qualquer sustentação teórica, recorrendo ao senso comum ou a fontes frágeis. Também uma chamada da atenção para o facto de alguns/mas jornalistas quererem trabalhar num outro paradigma, porém colidem com os interesses comerciais da edição e direcção.

Há sempre um ou outro jornalista, e aqui volta a idiosincrasia das pessoas que trabalham os casos e as notícias, neste caso, que lá está, há os mais sensíveis, os que estudaram mais sobre o fenómeno, os que se interessaram mais e os que se limitam reproduzir o senso comum e o que o próprio público lhes passa (...) (E21, OSC).

Diretamente relacionado com os discursos anteriores, surge o discurso *2 tipos de imprensa, 2 tipos de crime*, no qual os/as entrevistados/as consideram que não se deve generalizar a forma como é mediatizado o femicídio na intimidade, sendo que há grupos de comunicação social que se regem por princípios éticos e deontológicos, fazendo serviço público, não obstante não serem os mais populares ou com maior retorno financeiro, questionando-se o tipo de consumidor/a comum.

Há uma imprensa que se interessa mais em dar visibilidade a isto, quando sai um relatório faz um artigo de fundo sobre esta questão, e há outra imprensa diária, da mesma empresa na televisão, ou não, e aquilo que interessa é fazer e algaridar e quanto mais chocante, melhor. Têm, portanto, objetivos diferentes, públicos diferentes, servem coisas distintas, agora acho que podem melhorar muito (E22, OSC).

1.2. Efeitos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade

De acordo com os discursos que emergiram entre os efeitos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, estes são percebidos como negativos, mas também como positivos, pelo que nos debruçaremos sobre cada um deles.

1.2.1. Efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade

Os discursos que emergiram no âmbito dos efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade a partir das entrevistas a OPCs são em tudo semelhantes aos discursos que emergiram nas entrevistas efetuadas aos OSC, pelo que se justapõem as categorias, seccionando-se apenas entre efeitos negativos e positivos, plasmando-se citações de ambos os grupos. Entre os efeitos negativos que surgiram no âmbito das entrevistas, pode-se seccionar entre efeitos sobre a pessoa agressora, sobre a vítima de violência na intimidade, sobre a opinião pública e sobre profissionais que atuam numa lógica de proximidade com vítimas de violência na intimidade. Sobre a pessoa agressora surgiram os discursos efeito mimético e a sensação de impunidade, conquanto os efeitos negativos sobre a vítima de violência na intimidade relatam o aumento do medo por parte das vítimas de violência na intimidade e a devassa da vida privada. No que à opinião pública diz respeito, destaque para o seu enviesamento, a desresponsabilização do feticida, a culpabilização da vítima, a descrença na justiça e o distanciamento social do crime. Ainda os efeitos sobre

os/as profissionais que atuam numa lógica de proximidade com vítimas de violência na intimidade, dos quais se releva a desmotivação e a pressão que é trabalhar podendo fazer a diferença entre a vida e a morte.

a) Efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre as pessoas agressoras de violência na intimidade

No que concerne aos efeitos negativos sobre as pessoas agressoras de violência na intimidade sublinhando, tanto por OPCs como pelos/as profissionais das OSC, o efeito mimético. Este efeito, de acordo com os/as participantes, parte de um potencial de identificação das pessoas agressoras de violência na intimidade com a informação do crime que é mediatizada, nomeadamente as motivações apresentadas para o mesmo (e.g., suspeição de infidelidade), narrativas com descrições exaustivas sobre o *modus operandi* e/ou o local do crime. Também de relevar a sensação de impunidade dos perpetradores, o que pode também potenciar o efeito mimético, já que as narrativas sobre este crime, tendencialmente não enfocam as condenações, o que poderia funcionar como efeito dissuasor da prática do crime, debruçando-se sobretudo em lacunas legais e jurídicas, promovendo a descrença na justiça.

(...) acho que tem impacto nos agressores, sabe como? Para pressionarem o gatilho mais depressa! Não tenho dúvidas, não tenho dúvidas! Os próprios agressores às vezes dizem-nos a nós. No outro dia levamos um agressor a tribunal e ele disse isso (...). Não devem dar alguns pormenores porque depois alguém vai ouvir e imitar. Os meios de comunicação deviam filtrar a informação que passa cá para fora porque aprende-se muita coisa (E7, OPC);

Porque é que nunca ouvimos falar sobre as penas e só sobre o crime e quando é sobre as penas é muito rápido. Se dessem tempo de antena à pena como ao crime, ia ver se os agressores não se retrariam mais um bocadinho... é só arquivamentos, desistiu, então e eles? Claro que acham que passam pelos pingos da chuva! "A ele não aconteceu nada a mim também não me vai acontecer nada!" Eu leio esta descrença na cara das pessoas, nas instituições (E4, OPC).

b) Efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre vítimas de violência na intimidade

No que concerne aos efeitos negativos sobre a vítima de violência na intimidade percebidos por estes/as entrevistados/as, destaque para o aumento do medo por parte das vítimas de violência na intimidade e a devassa da vida privada. No que concerne ao primeiro discurso, este foi bastante repetido no decorrer das entrevistas, especialmente com OPCs, na medida em que percecionam, no âmbito do atendimento a vítimas de violência na intimidade, que efetivamente a mediatização destes crimes, são utilizados por parte da pessoa agressora como coação para inibir a denúncia. Porém, alguns/mas participantes referem um aumento dos pedidos de informação nos dias seguintes a femicídios mediatizados ou trabalhos sobre a temática (e.g., reportagens). Ainda o discurso que atesta estas narrativas como promotoras da devassa da vida privada destas vítimas agora fatais, num desrespeito pela família e sobretudo pela sua memória.

E as vítimas dizem-nos que eles lhes dizem quando vêm estas notícias: "Estás a ver o que aconteceu aquela? Vai-te acontecer o mesmo a ti! Elas ficam mais assustadas! "E se me acontece a mim?", "E se eu reajo, ou denuncio e se isto me acontece a mim." Pode inibir a denúncia, pode inibir de dar um passo em frente e vai fazer com que o agressor perca o medo de pressionar o gatilho e fá-lo (E7, OPC).

c) Efeitos negativos das narrativas mediáticas na opinião pública

Ainda nos discursos respeitantes aos efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, desta feita sobre a opinião pública, destaque para a construção social enviesada, o que comporta regularmente a desresponsabilização do feticida, a culpabilização da vítima, a descrença na justiça e o distanciamento social do crime.

Assim sendo, e à luz destes discursos, é sublinhado o facto de regularmente este crime ser descontextualizado da sua matriz sociocultural, narrando-se o femicídio sob uma abordagem essencialista, centrada nos retratos dos/as protagonistas e da sua relação, promovendo regularmente, e de forma mais ou menos direta, a desresponsabilização do feticida e/ou a culpabilização da vítima.

Não se sabe, nem sequer o porquê daquilo ter acontecido, nem se sabe as causas e depois quando é detido "Pronto, vai ali o assassino.", mas isto naquele dia, porque no dia seguinte já é "Coitado, tinha consumos de álcool, mas era bom rapaz.", até perguntam aos vizinhos e era um bom rapaz, o homem era muito trabalhador, ela também era uma joia de pessoa, mas ele coitadinho, fez aquilo, mas coitadinho, mas era bom trabalhador (E22, OPC).

Ainda o facto das narrativas mediáticas do femicídio na intimidade promoverem a descrença na justiça por parte da opinião pública, já que são, amiúde, veiculadas notícias que enfocam falhas grosseiras da justiça na proteção destas vítimas, demonstrando o quão evitável seria o crime.

Aquelas notícias que saem e agora no campo hipotético "Matou mulher e saiu em liberdade", aí pode haver um descrédito e havendo um descrédito, há alguém possa pensar "Se ele fez e não lhe aconteceu nada, eu também posso fazer e não me acontece nada" (E3, OPC).

Por último, os/as participantes, tanto OPCs como profissionais de OSC, relevam a desmotivação e a pressão em trabalhar com vítimas de violência na intimidade e como esta pressão é ampliada. A primeira no seguimento de perceberem os esforços efetuados na área como infrutíferos e ineficazes, a pressão e o facto de, (alguma) comunicação social, na urgência do seu imediatismo, dar visibilidade aos crimes e à sua investigação com uma celeridade que ultrapassa muitas vezes a capacidade de trabalho dos próprios profissionais.

Os profissionais ligados à prevenção e intervenção sentem que os seus esforços e métodos de trabalho não estão a surtir efeito, visto que surgem novos casos ou os casos atuais tiveram um final trágico (E17, OPC).

1.2.2. Efeitos positivos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade

No âmbito dos efeitos das narrativas mediáticas do femicídio na intimidade percecionados como positivos por parte dos/as OPCs e OSC, destaca-se o efeito dissuasor na pessoa agressora, ou seja, quando as notícias enfocam as condenações e punições às pessoas agressoras de violência na intimidade, passando uma mensagem pedagógica, poderá desencorajar o comportamento violento, e consequentemente, o femicídio. Também o efeito desencadeador do pedido de ajuda por parte das vítimas, quando são noticiados exemplos positivos, de superação do histórico da violência, em que a justiça tenha singrado, poderá motivar vítimas de violência a mobilizar apoio. Aqui, de relevar que algumas participantes TAV especificamente mencionaram que nos dias seguintes à mediatização de casos de femicídio denotam um aumento dos pedidos de ajuda.

Parece-me que as notícias, penso eu, podem despoletar mais denúncias, ou seja, podem promover mais coisas positivas do que negativas (E14, OPC);

(...) notamos que nos dias a seguir aos femicídios, há mais mulheres a pedir ajuda aqui (E20, OSC); Mas é claro que quanto mais cuidada for a notícia, quanto mais feedback e follow up for feito sobre a notícia, quanto mais se perceber se a justiça respondeu adequadamente, temos aqui mais fatores a desincentivar o crime (E21, OSC).

1.3. Especificidades dos *media* na cobertura noticiosa do femicídio na intimidade

De acordo com os/as participantes, os *media* televisivos denunciam uma cobertura noticiosa menos rigorosa e objetivo, resvalando não raras vezes para o sensacionalismo, sendo o tratamento noticioso por parte da rádio e da imprensa online mais rigoroso e sério, embora haja opiniões divergentes no que concerne à imprensa *online*.

Em contraponto, surge a televisão e imprensa escrita, porém sublinham que varia conforme o grupo económico, que define os critérios editoriais e, por conseguinte, de noticiabilidade.

Principalmente entre a televisão e a imprensa escrita. O surgimento de canais sensacionalistas e sua disseminação pela imprensa online coloca-nos perante uma realidade que a imprensa escrita não consegue igualar (...) (E17, OPC);

Eu acho que é geral. Muda sim entre marcas, mas eu arriscaria dizer que mesmo aquelas que eu considero as melhores marcas, o jornalismo mais cuidado, seja ele televisivo, eletrónico ou tradicional, mesmo as melhores marcas cometem muitos erros (E21, OSC).

1.4. Recomendações dirigidas aos *media*

A partir das perceções e efeitos negativos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, os/as entrevistados/as partilharam recomendações dirigidas aos *media*, com vista a uma cultura mediática informada e eticamente comprometida.

As recomendações listadas a partir das entrevistas com os OPCs e os OSCs, são em tudo semelhantes, destacando-se a necessidade em definir o rigor jornalístico como matriz subjacente a todo e qualquer trabalho em comunicação social, mas também a necessidade de se promover as narrativas mediáticas do femicídio na intimidade a partir de uma perspetiva positiva e por último, a necessidade de se formar jornalistas nestas temáticas e especializá-los/as.

Tabela 2: Análise temática das recomendações dirigidas aos *media*

Categorias	Sub-categorias
1. Rigor como matriz da produção noticiosa	Necessidade de regulamentação eficaz ao cumprimento das diretrizes éticas e deontológicas
2. Abordagem positiva ao crime	
3. Formação a profissionais de comunicação	

Fonte: elaboração própria

A partir do discurso o rigor jornalístico como matriz da produção noticiosa, ressalta o discurso da necessidade de uma regulamentação eficaz ao cumprimento das diretrizes éticas e deontológicas, reclamando-se uma ação mais robusta por parte da Entidade Reguladora da Comunicação, por forma a desmotivar a

descontextualização do crime, a devassa da vida privada, nomeadamente ao nível das narrativas paralelas de exploração de características e hábitos dos/as protagonistas do crime, sobretudo da vítima, que regularmente resvalam na sua culpabilização e conseqüente desresponsabilização do perpetrador. Também a repetição e descrição exaustiva dos detalhes do crime, o recurso a fontes questionáveis, nomeadamente anónimas ou contactos privilegiados dos/as jornalistas sem formação na matéria, mas que por terem voz mediática influenciam a opinião pública, devendo-se, ao invés, recorrer à opinião de especialistas na temática. A promoção do rigor jornalístico associado a uma articulação interinstitucional, apresenta-se assim, e a partir destes discursos, como urgente, por forma a perceber a extensão dos impactos das narrativas no público, aliando-se na prevenção do crime.

Devia haver um conselho ou um consenso como há para os suicídios, devia haver uma harmonização sobre o que pode ou não pode fazer, por forma a evitar contágios ou que seja instrumentalizado e usado, porque é necessário ser exposto, mas cuidado com o que é exposto senão é contraproducente (E8, OPC).

(...) seria importante que os Ministérios da Justiça, Administração Interna e a Entidade Reguladora da Comunicação trabalhassem num projeto destinado a normalizar ou padronizar os conteúdos noticiosos destas circunstâncias criminosas de modo a manter informada a sociedade acerca das ocorrências, mas contribuindo, simultaneamente, para a prevenção do fenómeno e não para a sua amplificação, como sucede atualmente em muitas circunstâncias (E16, OPC);

Colaboração mais direta na prevenção e repressão do fenómeno, realizando-o de forma complementar e no seguimento da própria notícia, instruindo o público a identificar e lidar com o fenómeno (E17, OPC).

Ainda no âmbito das recomendações que emergiram no âmbito das entrevistas efetuadas a ambos grupos de entrevistados/as, destaque para a necessidade de se noticiar o crime numa lógica positiva, fazendo dos media um agente de prevenção da violência na intimidade.

Acho que os media deveriam retratar a violência de outra forma. Devia falar em casos positivas, de pessoas que superaram e como superaram e não sempre o lado mau e sensacionalista, porque isso é ruído (E2, OPC).

Por último, a necessidade de dar formação a jornalistas sobre violência de género, criando equipas de especialistas na temática em cada jornal/meio de difusão noticiosa, ficando apenas ao seu encargo a redação destes crimes.

Eu acho que a formação dos media é essencial e uma formação contextualizada nas questões de género, numa visão feminista sobre isto e centrada nas questões de género, porque para se falar de violência e femicídio, tem de se perceber de violência e femicídio. Não se pode noticiar como um acidente porque não está na secção de economia quem não percebe de economia, não está no desporto, quem não sabe de desporto, por isso quem faz estas notícias tem de perceber sobre o que está a escrever senão dá disparate (E22, OSC).

Discussão dos resultados

A perceção, seleção e transformação da matéria-prima – eventos – em matéria noticiosa reflete um processo construído social e culturalmente, indicador de crenças individuais, sociais e culturais, bem como de diretrizes profissionais, económicas e princípios orientadores ético deontológicos, transformando as peças

noticiosas, independentemente do género jornalístico, num produto eminentemente simbólico (Correia et al., 2017). Todavia, os *media* não são canais neutros de transmissão noticiosa, nem são consumidos de forma passiva pelo público, que antes retroalimenta a agenda mediática. Ainda assim, embora não se trate de um processo unidirecional, o consumo mediático carece de uma postura reflexiva e crítica, tornando-se terreno fértil para os *media* operarem como mecanismo de reprodução da ordem social dominante, com potencial de impacto na construção social do crime, nomeadamente do femicídio na intimidade (Correia et al., 2017; Oliveira & Carvalho, 2012).

Considerando a violência na intimidade como o fator de risco com maior preditividade para a perpetração de femicídio na intimidade (Campbel, 2003; Campos, 2015), entrevistaram-se profissionais que trabalham numa lógica de proximidade com vítimas de violência na intimidade de norte a sul do país, nomeadamente 18 Orgãos de Polícia Criminal (OPCs), 6 Técnicos/as de Apoio à Vítimas (TAVs) em Organizações da Sociedade Civil (OSC) e uma médica legista. A partir dos seus discursos, recolheram-se potencialidades e fragilidades da mediatização do femicídio na intimidade, problematizando-se os mesmos.

Impactos das narrativas mediáticas do femicídio na intimidade: fator de risco ou fator protetor do crime?

A partir de um olhar profissional e experiente na intervenção com vítimas de violência na intimidade, foram partilhadas as perceções e os impactos das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade, unânimes em caracterizá-las como sensacionalistas, de matriz machista e com critérios editoriais capitalistas, numa reprodução dos estereótipos de género que descontextualizam a matriz do crime e culpabilizam as vítimas, debruçando-se regularmente em questões satélite, a partir da criação de narrativas paralelas para captação de audiência com conteúdo acessório. Simultaneamente, atenua-se o comportamento do feticida como se de uma ação-reação se tratasse. Ainda sublinham os perigos da romantização do femicídio, retratando-o ora platónico, ora fútil, com objetivos meramente comerciais (...) *às vezes são pessoas com muita formação e identificamos os jornalistas que escrevem e o estilo (...), mas se não escreverem daquela forma, se não usarem os termos, não vão vender (E23, OSC)*. Todavia reconhecem grupos de comunicação social mais direcionados para a captação massiva de audiência, numa lógica puramente mercantilista, enquanto outros são mais rigorosos, revestindo-se por princípios éticos e deontológicos, frequentemente com menor retorno financeiro – *2 tipos de imprensa, 2 tipos de crime*:

A partir das experiências profissionais dos/as entrevistados, estes/as assinalaram diferentes efeitos destas narrativas consoante o público recetor, destacando as vítimas de violência na intimidade, as pessoas agressoras e a opinião pública. No que diz respeito às vítimas de violência na intimidade, de forma generalizada assinalam o aumento do medo e ansiedade, podendo inclusivamente desmotivar a denúncia e aumentar a descrença face ao sistema de justiça, indo de encontro à literatura que apontam que as narrativas mediáticas poderão contribuir para o medo, insegurança e desproteção das vítimas de violência na intimidade, favorecendo o seu isolamento social e, conseqüentemente a impunidade das pessoas agressoras (Carlyle et al., 2008; Duarte, 2016).

No que diz respeito às pessoas agressoras, foi frequentemente mencionado o potencial mimético destas narrativas mediáticas, a partir da identificação das pessoas agressoras com as motivações atribuídas ao crime, sendo tanto maior o potencial, quanto maior a partilha de informações sobre o *modus operandi*, circunstâncias e contexto do crime. Huesmann e Taylor (2006) sublinham que a relação entre casos de

violência veiculados pelos meios de comunicação social e a violência perpetrada na realidade é mediada pela natureza dos conteúdos mediáticos, bem como pelas características individuais das pessoas expostas a estes conteúdos. Neste sentido, alertam para o potencial efeito mimético ou contágio. Lorente (2010) sublinhou o facto das pessoas agressoras que estão em contacto com notícias sobre casos de femicídio na intimidade poderem identificar-se com os sentimentos e os motivos, reforçando a sua vontade de perpetrar o crime e alimentando, por outro lado, o medo das vítimas. Num estudo pioneiro sobre a temática, foi identificado um efeito de contágio das narrativas mediáticas no aumento da frequência do crime. Assim, percebeu-se que as notícias veiculadas com transmissão exclusiva de informação sobre o crime aumentavam a probabilidade de ocorrência de crime idêntico entre 32% e 42%, sendo os resultados consistentes com outros estudos sobre suicídio e efeito de contágio pelos *media*. Todavia, os estudos sobre o efeito mimético da cobertura noticiosa de homicídios são diminutos, sendo particularmente escassos quando associados ao femicídio na intimidade (Vives-Cases et al., 2009).

No que diz respeito à opinião pública, os/as profissionais assinalam o viés na construção social do crime, veiculado de forma desarraigada da sua matriz sociocultural, debruçando-se antes em características intraindividuais da vítima e perpetrador, que regularmente culpabilizam a primeira e desresponsabilizam este último, recorrendo regularmente à tese da conflitualidade interpessoal (e.g., crime passional). Ainda o facto de as narrativas promoverem perfis criminais (e.g., perpetrador como doente mental e/ou com comportamentos aditivos; pertencentes a classes socioeconómicas vulneráveis), que favorece o distanciamento social do crime (Fairbairn & Dawson, 2013; Gillespie et al., 2013; Richards et al., 2014). Surrete (1998) sublinha maior potencial de influência das narrativas mediáticas sobre o femicídio quando são narrados interesses pessoais, hábitos e relação com a comunidade, sobretudo do perpetrador (e.g., bom pai, trabalhador responsável, homem calmo, católico), numa normalização da pessoa criminosa que promove a empatia e identificação do público, desconectando o público da matriz do crime. Enne (2007) indica ainda que a opinião pública será tanto mais influenciável, quando menos informada estiver sobre a temática, contribuindo para a circularidade da desinformação.

Os *media* como fatores protetores, tal como assinalado pelos/as entrevistados/as, têm vindo a ser problematizados na literatura, percebendo-se que uma construção noticiosa que se debruça em iniciativas de prevenção e/ou a intervenção relativamente à violência de género, como medidas legislativas, políticas públicas ou condenações judiciais, mas também a partilha de histórias de superação da relação abusiva, numa lógica de empoderamento, parece ter um efeito dissuasor do comportamento das pessoas agressoras e potenciais feticidas, à semelhança das medidas protetoras referentes ao suicídio, conhecido como Efeito Papageno, reconhecido ainda pelos/as entrevistados/as (Baranauskas & Drakulich, 2018; Vives-Cases et al., 2009; Carlyle, 2014; Torrecilla et al., 2019).

Sublinham a urgência do rigor jornalístico como matriz da construção noticiosa, evidenciando a necessidade da regulamentação e a articulação interinstitucional, nomeadamente no recurso a fontes e especialistas, destacando ainda a necessidade de contextualização do crime, do enfoque na narrativa na vítima, não no crime *per se* e o respeito pela identidade das vítimas e privacidade das suas famílias, tal como preconizado pela Convenção de Istambul (CE, 2011).

Conclusões

O femicídio na intimidade ou o “homicídio de mulheres perpetrado por homens, porque estas são mulheres” (Russel & Harmes, 2001, p.13), constitui-se como o fim extremo de um *continuum* de violência de gênero, concetualizado a partir de uma visão sociopolítica e cultural, basilar para a compreensão da sua matriz estrutural interdimensional que contrasta com o caráter neutro e genérico do termo homicídio. Assim, ao contrário de uma reação *passional*, fruto de uma imprevisibilidade ou de um evento da esfera psicopatológica, o femicídio na intimidade comporta um crime com responsabilização social, comunitária e governamental (Correia et al., 2020; Neves, 2016).

Neste sentido, a Convenção de Istambul (CI), no seu artigo 17º - Participação do sector privado e da comunicação social, preconiza a participação dos *media* na elaboração e implementação das políticas, assim como no delineamento de diretrizes e normas de autoregulação, fundamentais na prevenção da violência contra as mulheres e afirmação e o respeito pela sua dignidade e liberdade (CE, 2011). Todavia, o relatório de acompanhamento do grupo de peritos/as independentes para avaliação da monitorização da CI, assinala a necessidade em uniformizar conhecimentos e procedimentos, reconhecendo que a cobertura mediática varia em função das crenças, formação e interesses pessoais e individuais (GREVIO, 2019).

Sendo os meios de comunicação social altamente modeladores da opinião pública, bem como agentes de conhecimento e de construção de realidades sociais (Berger & Luckman, 2004), percebe-se o potencial do espaço mediático para operar como um mecanismo de reprodução da ordem social dominante e, inclusivamente, servir de incentivo à mimetização, porém e ao invés, poderá operar como instrumento de sensibilização, consciencialização, informação e pressão política. Assim sendo, urge a uniformização dos princípios éticos e deontológicos, tal como preconizados no Estatuto do/a jornalista e do Código Deontológico, sendo necessária, concomitantemente, uma compreensão aprofundada da extensão dos impactos destas narrativas no público. A uma regulação robusta, deverá associar-se a promoção da literacia mediática, distinguindo-a como chave para um consumo consciente, crítico e reflexivo dos meios de comunicação social.

Referências bibliográficas

Baranauskas, A.J. & Drakulich K.M. (2018). Media Construction of crime revisited: Media types, consumer contexts and frames of crime and justice. *Criminology*, 56, 679-714. <https://doi.org/10.1111/1745-9125.12189>

Berger, P., & Luckmann, T. (2004). *A construção social da realidade*. Dinalivro.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2):77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>

Campbell, J, Webster, D., Koziol-McLain, Block, C R., Campbell, D. W., Curry, M. A. Gary, F. A., et al. (2003). Assessing risk factors for intimate partner homicide. *National Institute of Justice Journal*, 250, 14-19. <https://doi.org/10.1177/0886260508319370>

Campos, C. H. (2015). Femicídio no Brasil: Uma análise crítico-feminista. *Sistema Penal & Violência*, (1), 103-115. <https://doi.org/10.15448/2177-6784.2015.1.20275>

Caputi, J., & Russell, D. (1992). Femicide: Sexist terrorism against women. In D. Russell & J. Radford (Org.), *Femicide: The politics of woman killing*, 13-24. Twayne Publishers.

Carlyle, K., Scarduzio, J., & Slater, M. (2014). Media portrayals of female perpetrators of intimate partner violence. *Journal of Interpersonal Violence*, 29(13), 2394- 2417. <https://doi.org/10.1177/0886260513520231>

Carlyle, K., Slater, M., & Chakroff, J. (2008). Newspaper coverage of intimate partner violence: skewing representations of risk. *Journal of Communication*, 58(1), 168-186. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00379.x>

Cerqueira, C. & Gomes, S. (2017). Violência de género nos media: Percurso, dilemas e desafios. In S. Neves & D. Costa (Coord.), *Violências de Género*, 217-238. CIEG-ISCSP/ULisboa.

Conselho da Europa (2011). *Convenção de Conselho da Europa para a Prevenção e o Combate à Violência contra as Mulheres e a Violência Doméstica*. CIG. <https://www.cig.gov.pt/>

Correia, A. Neves, S. & Cerqueira, C. (2020). O femicídio na intimidade e os media: serão estes parte do problema ou da solução? In Neves, S. (Coord.), *Violências na Intimidade*. Edições ISMAI.

Duarte, M. (2016). *A perceção do impacto das narrativas mediáticas sobre o femicídio na intimidade no bem-estar psicológico das vítimas de violência de género na intimidade* (Tese de Mestrado não publicada). Instituto Universitário da Maia, Castelo da Maia. Instituto Universitário da Maia. Repositório Institucional. <https://repositorio.ismai.pt/>

Enne, A. L. (2007). O sensacionalismo como processo cultural. *Revista Pos Eco*, 10(2). <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v10i2.1018>

Fairbain, J., & Dawson, M. (2013). Canadian news coverage of intimate partner homicide: Analyzing changes over time. *Feminist Criminology*, 8(3), 147-176. <https://doi.org/10.1177/1557085113480824>

Gillespie, L., Richards, T., Givens, E., Smith, D. (2013). Framing deadly domestic violence: why the media's spin matters in newspaper coverage of femicide. *Violence Against women*, 19(22), 222-245. <https://doi.org/10.1177/1077801213476457>

Group of experts on action against women and domestic violence - GREVIO (2019). *Report Portugal: on legislative and other measures giving effect to the provisions of the Council of Europe Convention on*

preventing and combating violence against women and domestic violence (Istanbul Convention). Secretariat of the monitoring mechanism of the Council of Europe Convention on Preventing and Combating Violence against Women and Domestic Violence Council of Europe. <https://rm.coe.int/>

Helfgott, J. B. (2015). Criminal behavior and the copycat effect: Literature review and theoretical framework for empirical investigation. *Aggression and Violent Behavior*, 22, 46–64. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2015.02.002>

Huesmann, R., & Taylor, L.D. (2006). The Role of Media Violence in Violent Behavior. *Annual Review of Public Health*, 27(1), 393-415. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.26.021304.144640>

Lorente, M. (2010). Violencia de género: Cuándo y cuánto. In J. Arribas, & M. (Eds), *Como informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja* (pp. 16-20). Valencia: Centro Reina Sofia. <https://igualdade.xunta.gal>

Neves, S. (2016). Femicídio: o fim da linha da violência de género. *Revista ex æquo*, 34, 9-12. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2016.34.01>

Niederkrotenthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., Eisenwort, B. & Sonneck, G. (2010). Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry*, 197, 234-243. <https://doi.org/10.1192/bjp.bp.109.074633>

Oliveira, L. T. & Carvalho, A. (2012). O "framing" na construção social de sentido do risco e da incerteza na ciência. *Revista Comunicando*, 1(1), 188-204.

Passinato, W. (2011). Femicídios e as mortes de mulheres no Brasil. *Cadernos Pagu*, 37, 219-246. <https://doi.org/10.1590/S0104-83332011000200008>

Richards, T., Gillespie, L. K., & Givens, E. (2014). Reporting femicide-suicide in the news: The current utilization of suicide reporting guidelines and recommendations for the future. *Journal of Family Violence*, 29(4), 453-463. <https://doi.org/10.1007/s10896-014-9590-9>

Russell, D., & Harnes, R. (2001). *Femicide in global perspective*. New York: Teacher's College Press.

Simões, R. (2008). *A violência contra as mulheres nos media - Lutas de género no discurso das notícias (1975-2002)*. Coimbra Editora.

Sistema de Segurança Interna (SSI) (2020). *Relatório Anual de Segurança Interna 2019*. Lisboa: Portugal. <https://www.portugal.gov.pt/>

Surette, R. (1998). *Media, crime, and criminal justice: Images and realities*. Wadsworth Publishing.

- Torrecilla, J.L., Quijano-Sánchez, L., Liberatore, F., López-Ossorio, J.J., González-Álvarez, J.L. (2019). Evolution and study of a copycat effect in intimate partner homicides: A lesson from Spanish femicides. *PLoS ONE*, 14(6). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0224840>
- Vives-Cases, C., Torrubiano, J., & Álvarez, C. (2009). The effect of television news items on intimate partner violence murders. *European Journal of Public Health*, 19(6), 592-596. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckp086>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 785-793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Cano-Orón, L., Calvo, D., López-García, G., & Baviera, T. (2021). Disinformation in Facebook Ads in the 2019 Spanish General Election Campaigns. *Media & Communication*, 9(1), 217- 228. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v9i1.3335>
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on Political Information and Social Media: Key Points and Challenges for the Future. *El Profesional de la Información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R.-A., & Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign: The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/1940161216645340>
- CeaEsteruelas, M. N. (2020). Nivel de interacción de la comunicación de los partidos políticos españoles en redes sociales. *MARCO (Márketing Y Comunicación Política)*, 5, 41-57. <https://doi.org/10.15304/marco.5.6332>
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Oxford University Press.
- Criado, J. I., Martínez-Fuentes, G., & Silván A. (2012). Social media for political campaigning: The use of Twitter by Spanish mayors in 2011 local elections. En: C. Reddick & S. Aikins (Eds), *Web 2.0 technologies and democratic governance: Public administration and information technology* (pp. 219–232). New York, NY: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3_14
- Dader, J.-L. (2009). Ciberpolítica en los websites de partidos políticos. La experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales. *Revista de Sociología e Política*, 17(34), 45-62. <https://doi.org/10.1590/s0104-44782009000300005>
- Dader, J.-L. (2017). Campañas políticas 'online': La realidad española frente al horizonte internacional del 'tecnocabildeo'. En: J.-L. Dader y E. Campos (Coords.), *La búsqueda digital del voto: cibercampañas electorales en España 2015-2016* (pp. 75-140). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Farrell, H., & Drezner, D. (2008). The power and politics of blogs. *Public Choice*, 134, 15-30. <https://doi.org/10.1007/s11127-007-9198-1>
- Fenoll, V., & Cano-Orón, L. (2019). Communicative differences between emergent and traditional parties: an analysis of facebook posts from Spain's 2015 general election campaign. *Zer*, 24(46), 37-51. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/20225/18867>

- Gamir-Ríos, J. (2016). Blogs, Facebook y Twitter en las Elecciones Generales de 2011. Estudio cuantitativo del uso de la web 2.0 por parte de los cabezas de lista del PP y del PSOE. *Revista Dígitos*, 2, 101-120. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/53>
- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & Calvo, D. (2017). La campaña electoral de 2015 en cifras. La presencia en la blogosfera, Facebook y Twitter de los cabezas de lista provinciales de PP, PSOE, Podemos y Ciudadanos. En G. López-García y L. Valera-Ordaz (Eds.), *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015* (pp. 41-58). Barcelona: Editorial UOC.
- García-Ortega, C., & Zugasti-Azagra, R. (2014). La campaña virtual en Twitter: análisis de las cuentas de Rajoy y de Rubalcaba en las Elecciones Generales de 2011. *Historia y Comunicación Social*, 19, 299-311. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45029
- García-Ortega, C., & Zugasti-Azagra, R. (2018). Gestión de la campaña de las elecciones generales de 2016 en las cuentas de Twitter de los candidatos: entre la autorreferencialidad y la hibridación mediática. *El Profesional de la Información*, 27(6), 1215-1225. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.05>
- Giansante, G. (2015). *La comunicación política online*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gil-de-Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of computer-mediated communication*, 22(3), 105-123. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>
- Hansen, K., & Kosiara-Pedersen, K. (2014). Cyber-campaigning in Denmark: Application and effects of candidate campaigning. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 206-219. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895476>
- IAB Spain (2012). Estudio anual de redes sociales 2012. <https://es.slideshare.net/uncommunitymanager/estudio-2012-del-uso-de-redes-sociales-en-espaa-de-iab>
- IAB Spain (2015). Estudio anual de redes sociales 2015. https://www.slideshare.net/IAB_Spain/estudio-anual-de-redes-sociales-2015
- IAB Spain (2019). Estudio anual de redes sociales 2019. https://iabspain.es/wp-content/uploads/2019/06/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf
- IAB Spain (2020). Estudio anual de redes sociales 2020. <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/>
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72-91. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- Kreiss, D. (2016). Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*, 18(8), 1473-1490. <https://doi.org/10.1177/1461444814562445>
- Kreiss, D., Lawrence, R. G., & McGregor, S. C. (2018). In their own words: Political practitioner accounts of candidates, audiences, affordances, genres, and timing in strategic social media use. *Political communication*, 35(1), 8-31. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334727>

- Kumar, S., Zafarani, R., & Liu, H. (2011). Understanding User Migration Patterns in Social Media. Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence, 25(1). <https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/article/view/8089>
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2017). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888-924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Larsson, A. O. (2020). Picture-perfect populism: Tracing the rise of European populist parties on Facebook. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820963777>
- Larsson, A. O., & Skogerbø, E. (2018). Out with the old, in with the new? Perceptions of social (and other) media by local and regional Norwegian politicians. *New Media & Society*, 20(1), 219-236. <https://doi.org/10.1177/1461444816661549>
- Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political storytelling on Instagram: Key aspects of Alexander van der Bellen's successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), 15-25. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>
- López Abellán, M. (2012). Twitter como instrumento de comunicación política en campaña: Elecciones Generales de 2011. *Cuadernos de Gestión de Información*, 2, 69-84. <https://revistas.um.es/gesinfo/article/view/207651>
- López-García, G. (2015). Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio. Salamanca: Comunicación Social.
- López-García, G. (2016). 'Nuevos' y 'viejos' liderazgos: la campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter. *Communication & Society*, 29(3), 149-168. <https://doi.org/10.15581/003.29.3.149-168>
- López-García, G., Gámir-Ríos, J., García-Ull, F.-J., Llorca-Abad, G., Cano-Orón, L., & González-Esteban, J.-L. (2015). El debate sobre Europa en Twitter. Discursos y estrategias de los candidatos de las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 en España. *Revista de Estudios Políticos*, 170, 213-246. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.170.07>
- López-García, G., Gámir-Ríos, J., & Valera-Ordaz, L. (2018). Comunicación política: teorías y enfoques. Madrid: Editorial Síntesis.
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2017). What do politicians do on Twitter? Functions and communication strategies in the Spanish electoral campaign of 2016. *El Profesional de la Información*, 26(5), 795-804. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.02>
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2020). Estrategias comunicativas en Facebook: personalización y construcción de comunidad en las elecciones de 2016 en España. *Doxa Comunicación*, 30, 229-248. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a12>
- López-Rabadán, P., & Doménech-Fabregat, H. (2018). Instagram y la espectacularización de las crisis políticas: Las 5W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña. *El Profesional de la Información*, 27(5), 1013-1029. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.06>

- Lorenzo-Rodríguez, J., & Garmendia-Madariaga, A. (2016). Going public against institutional constraints? Analyzing the online presence intensity of 2014 European Parliament election candidates. *European Union Politics*, 17(2), 303-323. <https://doi.org/10.1177/1465116515618252>
- Magin, M., Podschuweit, N., Haßler, J., & Russmann, U. (2017). Campaigning in the fourth age of political communication. A multi-method study on the use of Facebook by German and Austrian parties in the 2013 national election campaigns. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1698-1719. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1254269>
- Maratea, R. (2008). The e-Rise and Fall of Social Problems: The Blogosphere as a Public Arena. *Social Problems*, 55(1), 139–160. <https://doi.org/10.1525/sp.2008.55.1.139>
- Marcos-García, S., Viounnikoff-Benet, N., & Casero-Ripollés, A. (2020). Què hi ha en un like? Continguts polítics en Facebook i Instagram en les eleccions autonòmiques valencianes de 2019. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 134(1), 91-116. <https://doi.org/10.28939/iam.debats.134-1.6>
- Mazzoleni, G., & Vaccari, C. (2020). 20 years of political communication scholarship: Accomplishments, changes, and challenges. *Comunicazione politica*, 1/2020, 5-20. <https://doi.org/10.3270/96419>
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. *WebSci '20: 12th ACM Conference on Web Science* 257-266. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Nitschke, P., Donges, P., & Schade, H. (2014). Political organizations' use of websites and Facebook. *New Media & Society*, 18(5), 744–764. <https://doi.org/10.1177/1461444814546451>
- Norris, P. (2003). Preaching to the Converted?: Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics*, 9(1), 21-45. <https://doi.org/10.1177/135406880391003>
- Peytibi, X., Rodríguez, J., & Gutiérrez-Rubí, A. (2008). La experiencia de las elecciones generales del 2008. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 7, 26-37. <https://www.raco.cat/index.php/IDP/article/view/129985>
- Pineda, A., Bellido-Pérez, E., & Barragán-Romero, A.-I. (2020). 'Backstage moments during the campaign': The interactive use of Instagram by Spanish political leaders. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820972390>
- Quevedo-Redondo, R., & Portalés-Oliva, M. (2017). Imagen y comunicación política en Instagram. Celebrificación de los candidatos a la presidencia del Gobierno. *El Profesional de la Información*, 26(5), 916-927. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.13>
- Ross, K., Fountaine, S., & Comrie, M. (2015). Facing up to Facebook: politicians, publics and the social media (ted) turn in New Zealand. *Media, Culture & Society*, 37(2), 251-269. <https://doi.org/10.1177/0163443714557983>
- Sampietro, A., & Sánchez-Castillo, S. (2020). La promoción de la imagen política en Instagram: un estudio del perfil personal de Santiago Abascal (Vox) en 2018. *Communication & Society*, 33(1), 169-184. <https://doi.org/10.15581/003.33.1.169-184>

- Scherpereel, J.-A., Wohlgemuth, J., & Schmelzinger, M. (2017). The adoption and use of Twitter as a representational tool among members of the European Parliament. *European Politics and Society*, 18(2), 111-127. <https://doi.org/10.1080/23745118.2016.1151125>
- Selva-Ruiz, D., & Caro-Castaño, L. (2017). Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: La estrategia de humanización en la 'vieja' y la 'nueva' política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 903-915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- Suau-Gomila, G., Pont-Sorribes, C., & Pedraza-Jiménez, R. (2020). Politicians or influencers? Twitter profiles of Pablo Iglesias and Albert Rivera in the Spanish general elections of 20-D and 26-J. *Communication & Society*, 33(2), 209-225. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.209-225>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Turnbull-Dugarte, S.-J. (2019). Selfies, policies, or votes? Political party use of Instagram in the 2015 and 2016 Spanish General elections. *Social Media + Society*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305119826129>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2016). Party Campaigners or Citizen Campaigners? How Social Media Deepen and Broaden Party-Related Engagement. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 294–312. <https://doi.org/10.1177/1940161216642152>
- Valera-Ordaz, L. (2012). ¿Deliberación 2.0 o radicalización de la retórica partidista? Un análisis de las discusiones políticas en los muros de Facebook de candidatos políticos españoles. *Textual & Visual Media*, 5, 311-340. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/79>
- Valera, L., Gamir, J., & López, G. (2015). La blogosfera política española en las Elecciones Generales 2011. Una comparación entre blogs de candidatos, periodistas y ciudadanos. *Doxa Comunicación*, 21, 79-111. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n21a4>
- Vergeer, M. (2015). Twitter and political campaigning. *Sociology Compass*, 9(9), 745–760. <https://doi.org/10.1111/soc4.12294>
- Weßels, B. (2011). European Parliament Election Study 2009, Candidate Study. *GESIS Data Archive*, Cologne. ZA5048 Data file Version 2.0.0. <https://doi.org/10.4232/1.11323>
- Zamora, R., & Zurutuza, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the 'personal style' campaign to activate the political engagement during the 2011 Spanish general elections. *Communication & Society*, 27(1), 83-106. <https://doi.org/10.15581/003.27.1.83-106>