

Informe Gamag - Brasil

Diagnóstico

No Brasil não há legislação ou políticas voltadas para comunicação na perspectiva de gênero nos meios de comunicação. Para compreensão da conjuntura política, econômica e social que impediu o avanço da democratização da comunicação, especialmente no que diz respeito às questões de gênero, é importante contextualizar as ações institucionais e dos movimentos feministas que resultaram em tentativas, mesmo que frustradas, de criação de políticas públicas de comunicação e gênero. Consideramos que tais ações evidenciam, ainda hoje, a urgência da retomada do debate tendo em vista que o machismo, o sexismo, a misoginia ainda estão presentes nos meios de comunicação de massa impedindo uma representação justa e plural das mulheres brasileiras.

No que refere-se às ações dos movimentos feministas brasileiros para a construção da pauta da comunicação e gênero é importante destacar que a pauta surge de forma transversalizada entre outras frentes de atuação dos movimentos e aqui destacamos como marco para o tema a realização da Conferência Nacional das Mulheres Brasileiras em 2002 organizada pela Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB) que é uma rede feminista com presença em todos os estados. A conferência resultou na construção de uma Plataforma Política Feminista que avaliou o contexto político brasileiro da época a partir da perspectiva feminista. Entre os pontos destacados na plataforma estão a crítica a representação das mulheres nos meios de comunicação, a necessidade da realização do monitoramento da veiculação de atos de violência doméstica para construção de uma cobertura responsável, a democratização da comunicação como estratégia para a garantia da liberdade de expressão para as mulheres e para combater a hegemonia do padrão estético veiculado nos meios de comunicação.

Em março de 2009 em um esforço capitaneado pela Articulação Mulher e Mídia que reúne entidades de movimentos de mulheres de todo o estado de São Paulo foi realizado o I Seminário Controle Social da Imagem da Mulher na Mídia que resultou na criação da Rede Mulher e Mídia¹ que entre os seus objetivos estava a incidência no governo federal para a criação de políticas públicas voltadas para comunicação e gênero. A rede não

¹ Rede Mulher e Mídia. Disponível em: [<http://mulheremidia.org.br/a-rede/>]. Acesso em: 16 jun 2019.

avançou em sua proposta inicial tendo em vista a força do monopólio das comunicações no país, a fragilidade do tema enquanto pauta estratégica de ação dos movimentos feministas brasileiros e a indisponibilidade do governo em assegurar o debate e a proposição de políticas para a democratização das comunicações.

Em 2003 foi criada a Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres (SPM) ligada à Presidência da República o que evidenciou o compromisso do governo do presidente Lula, recém empossado, com a igualdade entre os gêneros. Contudo o tema comunicação e gênero não adquiriu força para ser considerado um tema estratégico de atuação da SPM com vistas a geração de políticas públicas, o que pode ser explicado pela dificuldade ou mesmo recusa do governo em atuar para combater o monopólio das comunicações. O tema comunicação e gênero continuava sendo pautado pelos movimentos feministas brasileiros o que influenciou diretamente para que a SPM apoiasse como parceira junto com a ONU-Mulheres a realização de nove edições do seminário nacional “A Mulher e a Mídia” entre os anos de 2004 a 2016 para debater a questão da mulher e da mídia. Todas as edições do seminário foram organizadas pelo Instituto Patrícia Galvão que é uma Organização Feminista de referência nos campos dos direitos das mulheres e da comunicação no país. Mesmo com a ampla articulação criada em torno dos seminários o que resultou na construção de um espaço consolidado para discussão das questões relacionadas a mulher e a mídia não foram geradas ações e políticas institucionalizadas no âmbito do governo federal para a área o que corrobora para o entendimento que a pauta ainda caminha para a sua consolidação pois os entraves para a construção de políticas de igualdade de gênero na comunicação estão presentes nos tempos atuais.

Ainda que o governo federal que conduziu a gestão do país durante o período de 2003 a 2016 era considerado progressista (governo do Partido dos Trabalhadores) e portanto poderia ter mais abertura ao diálogo sobre distintos temas sociais, não foi progressista na área das políticas públicas de comunicação já que nenhuma política ou legislação foi criada para romper com os monopólios da comunicação o que poderia favorecer diretamente a institucionalização do tema comunicação e gênero.

Uma ação institucional no período do governo do Partido dos Trabalhadores que merece destaque foi realizada a I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) em novembro de 2009. Em um esforço capitaneado pela sociedade civil o governo federal com a representação de organizações da sociedade civil empresarial, da sociedade civil não-empresarial e das três esferas de governo possibilitou a criação de um espaço para a discussão do tema com o objetivo de criar um Plano Nacional de Políticas de Comunicação. Antes da Confecom foram realizadas conferências

municipais e estaduais em todo o território nacional. Em todo o processo houve intensa atuação dos movimentos feministas para que as questões de gênero e comunicação fossem incluídas no documento final da conferência.

Entre os eixos debatidos na conferência estava o eixo “Cidadania: Direitos e Deveres” que em seu escopo destacava a importância da “educação para respeito e promoção das diversidades cultural, religiosa, étnico-racial, de gênero, orientação sexual”. Apesar da intensa mobilização que tornou a conferência o maior encontro já realizado no país para a discussão do futuro das comunicações brasileiras desde a Assembleia Nacional Constituinte de 1988, não obteve êxito em sua implementação, tornou-se um documento totalmente esquecido. Embora muitas propostas direcionadas à promoção da igualdade de gênero nos meios de comunicação tenham sido aprovadas no documento final da conferência que deveria servir de diretriz para criação de políticas públicas nacionais, estaduais e municipais nessa área não houve avanços após os dez anos da realização da conferência pois o documento não foi adotado para elaboração de políticas de comunicação pelos municípios, estados e o governo federal.

No Brasil propostas de ações, políticas e legislações que busquem tornar a comunicação mais igualitária caminham lentamente e por iniciativa da sociedade civil que sem força para incidir no parlamento e no governo não consegue os êxitos necessários para criação de oportunidades políticas para institucionalizar o debate da comunicação e gênero. Recentemente o governo do presidente Jair Bolsonaro por meio do Decreto 9.759/19 extinguiu os conselhos sociais e outros órgãos colegiados responsáveis pelo controle social das políticas públicas, demonstrando assim uma atuação autoritária ao fechar os canais de diálogo com a sociedade civil.

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) que congrega entidades da sociedade para enfrentar os problemas da área tem buscado atuar, sem muito êxito, na aprovação de um Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica² para avançar a democratização da comunicação no país. O referido projeto aborda as questões de gênero no que se refere à necessidade de: fiscalização dos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação que afete os direitos, promova discriminação de gênero, étnico-racial, classe social, orientação sexual ou crença, idade, condição física, região ou país, ou qualquer manifestação de intolerância relativa a esses atributos.

² Para ter conhecer a proposta de projeto de lei consultar o site institucional do FNDC. Disponível em: [<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/projeto-de-lei/>]. Acesso em: 18 junho 2019.

Em 2017 a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) criou a Comissão Nacional de Mulheres como objetivo de criar uma rede para discutir questões de gênero e relações de trabalho no mercado de jornalismo; produzir estudos, pesquisas e orientações sobre a abordagem nas coberturas jornalísticas; combater as desigualdades de gênero, raça e etnia; lutar pelo respeito e a valorização das trabalhadoras jornalistas e lutar por um melhor posicionamento da mulher na sociedade. Embora tardia, a criação da comissão pode ser considerada estratégica para o debate sobre questões de gênero no movimento sindical dos jornalistas e das jornalistas.

Além da contextualização das ações institucionais e dos movimentos feministas para compreensão do cenário das questões de comunicação e gênero no país, uma outra reflexão se faz necessária é existência de veículos, organizações e redes voltadas para o debate das questões de comunicação e gênero. Tal reflexão é importante tendo em vista que a existência desses atores pode impulsionar mudanças na produção de conteúdos e notícias como é possível visualizar a partir da experiência da Argentina que está a frente da discussão tanto no âmbito da sociedade civil como das ações institucionalizadas e na presença dos veículos alternativos que discutem o tema na América Latina. Como veículo alternativo especializado em jornalismo na perspectiva de gênero podemos destacar no Brasil o Portal Catarinas³ que surgiu em 2016 destinado em produzir notícias especializadas em feminismo, gênero e direitos humanos. Antes do Portal Catarinas podemos destacar como primeira experiência em uma discussão especializada das questões de gênero no âmbito de em um jornal de grande circulação o Blog da Igualdade⁴ criado em 2012, o blog foi um canal criado no âmbito do jornal Correio Braziliense em sua versão online, o jornal é sediado na capital federal do país, Brasília. Não há no país uma rede nacional com atuação em todos os estados voltada para as discussões de comunicação e gênero, os movimentos nessa direção são recente e muito estimulados pelo avanço das tecnologias que fez com que meios de comunicação alternativos ganhassem espaço na internet e pelo crescente interesse de pesquisadoras sobre o tema que favoreceu a produção de pesquisas na área. Podemos citar como referência no Brasil outras duas iniciativas voltadas para divulgação de conteúdo sobre

³ Portal Catarinas. Disponível em: [<https://catarinas.info/nossa-historia/>]. Acesso em: 16 jun 2019.

⁴ Blog da Igualdade. Disponível em: [<http://blogs.correiobraziliense.com.br/igualdade/>]. Acesso em: 16 jun 2019.

comunicação e gênero como já mencionado o Instituto Patrícia Galvão⁵ que desenvolve seminários e outras ações voltadas a integrar mídia e gênero/mulheres com 15 anos de atuação e a Revista Gênero e Número⁶ que não atua exclusivamente na pauta comunicação e gênero mas busca dar visibilidade a dados e a evidências relevantes para o debate sobre equidade de gênero de forma mais geral. Outros exemplos trabalhos de jornalísticos são o projeto “#UmaPorUma”⁷ do Jornal do Commercio, em Pernambuco, vencedor do Prêmio Vladimir Herzog de Jornalismo, e o projeto chamado “Elas por Elas”⁸ do Jornal Metrópole, no Distrito Federal, que acompanham de forma aprofundada os casos nos seus estados e dão visibilidade nacional à questão. Trata-se de uma proposta de jornalismo investigativo feminista na defesa do direito social à informação, ampliando o debate sobre as violências estruturais que culminam em feminicídio.

Diante do diagnóstico exposto da desigualdade de gênero na comunicação no cenário brasileiro apresentamos as seguintes recomendações:

Recomendações:

- Criação de uma rede nacional para a discussão da democratização da comunicação pautada pelas questões de gênero discutindo nos espaços públicos temas que relacionem mulheres, mídias e comunicação.
- Propor ações em parceria com as universidades para o fortalecimento das redes para dar visibilidade às questões de gênero.
- Propor séries jornalísticas sobre gênero e mídia para dar visibilidade ao tema e fomentar o debate público com cards para as redes sociais e produção de vídeo para veiculação on-line.
- Desenvolver ações afirmativas na área do combate a violência de gênero midiática a partir de realização de campanhas educativas nas redes sociais (Cards, entrevistas, matérias jornalísticas, vídeos, análise de casos).

Gamag - Brasil

⁵ Instituto Patrícia Galvão. Disponível em: [<https://agenciapatriciagalvao.org.br/>]. Acesso em: 22 jun 2019.

⁶ Revista Gênero e Número. Disponível em: [<http://www.generonumero.media/>]. Acesso em: 22 jun 2019.

⁷ # Uma Por Uma do Jornal do Commercio (PE). [<http://produtos.ne10.uol.com.br/umaporuma/index.php>]. Acesso em: 25 jun 2019.

⁸ Elas por Elas do Jornal Metrópole (DF). [<https://www.metropoles.com/tag/elas-por-elas>]. Acesso em: 25 jun 2019.

Cynthia Mara Miranda
Jéssica Gustafson
Paula Guimarães