APRESENTAÇÃO – DA CIDADE DO MÉXICO À ALDEIA TRANSNACIONAL, OU DAS NOVAS E VELHAS DESIGUALDADES COMUNICACIONAIS DE GÉNERO

MARIA JOÃO SILVEIRINHA

CENTRO DE INVESTIGAÇÃO MEDIA E JORNALISMO (CIMJ)

Este é o terceiro número da *Revista Média & Jornalismo* dedicado às questões de género e da comunicação (Silveirinha, 2004 e 2009). Tal como aconteceu na última edição, a Revista fá-lo no contexto de um projeto de investigação sobre o tema – desta vez, sobre “Género e produção noticiosa”, desenvolvido no Centro de Investigação Media e Jornalismo e financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia¹. Mas em 2014 fá-lo também em vésperas de ano simbolicamente importante, em termos dos diversos aniversários de várias políticas internacionais lideradas pela ONU no sentido de criar avanços significativos na igualdade de género.

Na verdade, há 40 anos, a Conferência Mundial de Ano Internacional da Mulher aprovou a «Declaração do México sobre a igualdade das mulheres e sua contribuição para o desenvolvimento e a paz». Desenhava-se, assim, pela primeira vez em 1975, um plano mundial de ação para a implementação dos objetivos do Ano Internacional da Mulher, planos regionais de ação e um grande número de decisões sobre problemas concretos.

Um pouco mais tarde, surgiu a Convenção de 1979 sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres (CEDAW), comumente referida como o projeto de lei dos direitos das mulheres. A Convenção afirma que os Estados estão obrigados a garantir às mulheres e aos homens iguais oportunidades em termos de direitos civis, políticos, económicos, sociais e culturais.

Outro marco importante nas políticas de género foi o ano de 2000 que fez nascer, mais uma vez sob os auspícios das Nações Unidas, os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (MDGs) - oito objetivos internacionais que vão desde reduzir para metade os índices de pobreza extrema, à promoção da igualdade de género e empoderamento das mulheres.

Mas em 2015 celebram-se não apenas os 40 anos da Conferência Mundial do Ano Internacional da Mulher, ou a meta dos Objetivos do Milénio, como também os 20 anos da 4ª Conferência Mundial sobre as Mulheres que produziu a Plataforma de Ação de Pequim (Beijing Platform for Action), adotada pelos Estados membros das Nações Unidas.

Esta Plataforma constitui a base dos acordos internacionais no que toca à igualdade de género, exigindo a sua aplicação através de ações coletivas dos governos nacionais, estruturas sociopolíticas regionais (por exemplo, os da União Europeia), ONGs, organizações de campanha e da sociedade civil. Todos os 27 membros da EU, a que se juntou a Croácia, ratificaram a BPfA, mas a principal responsabilidade pelo seu cumprimento recai sobre os Estados-Membros da UE que devem promover a agenda em causa, tendo-se o Conselho Europeu da UE comprometido com os seus princípios. O “Grupo de Alto Nível para o Mainstreaming de Género”, com sede e presidido pela

¹ Projeto “Género e produção noticiosa: uma análise da produção e das organizações noticiosas em termos de género”, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (PTDC/IVC-COM/4881/2012), de que este texto introdutório é também parte integrante.

Comissão Europeia, comprometeu-se a rever a implementação de cada uma das áreas críticas de preocupação num programa de trabalho anual, com o qual cada país da Presidência da UE colabora.

Na área específica da comunicação, a BPfA especificou, na sua secção J, as questões em torno do tema “as mulheres e os media”, como uma das principais áreas de preocupação, tendo por com o objetivo alcançar a igualdade entre homens e mulheres neste domínio.

Desde 1995, a comunidade internacional passou a reunir-se de cinco em cinco anos (em reuniões que ficaram conhecidas como Beijing + 5, Beijing + 10 e Beijing + 15) para revisão da Plataforma de Pequim. Por isso, em 2015, teremos mais uma revisão destes compromissos (Beijing + 20).

O ano de 2015 inclui ainda outros processos como os debates pós-2015 da agenda de desenvolvimento e a Cimeira Mundial de revisão dos 10 anos da Sociedade da Informação.

Muitos aniversários, portanto, para celebrar. Mas serão, de facto, para celebrar? Naturalmente que se fizeram progressos em direção a mais igualdade, mas estes têm sido lentos e são ainda muito pouco satisfatórios. Na reunião de Beijing + 15, por exemplo, dominou um forte sentimento de frustração relativamente ao lento nível de progresso dos compromissos assumidos em Beijing desde 1995. Além disso, todas as políticas a que temos vindo a fazer referência, com exceção da Secção J da Plataforma de Pequim, preocupam-se pouco especificamente com a questão dos media (Gallagher, 2011). Por essa razão, em 2013, a Unesco juntou-se a mais de 500 organizações de meios de comunicação e de desenvolvimento dos media, sindicatos e organizações da sociedade civil de todo o mundo para formar a Global Alliance on Media and Gender (GAMAG). Para esta Aliança, o direito à comunicação e o acesso às tecnologias da informação (TICs) é parte integrante do desenvolvimento sustentável.

Os objetivos do GAMAG são essencialmente dois: “Em primeiro lugar, garantir um diálogo construtivo entre parceiros dos media e da sociedade civil; em segundo lugar, permitir que todos os interessados deem coletivamente um impulso para o acesso das mulheres à expressão e de tomada de decisão através da promoção de um ambiente mediático e de comunicação inclusivo em termos de género” (Berger, 2014: 6). Atualmente, argumentou o GAMAG, “esta questão está flagrantemente ausente dos 17 SDG’s [Objetivos de Desenvolvimento Sustentável] e das 169 metas que irão substituir os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio”². A Aliança pediu, assim, aos membros das Nações Unidas que incluíssem disposições mais fortes em matéria de género, media e TICs nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável pós-2015.

Em termos concretos, de facto, a área de “as mulheres e os media” mostra ainda muitas debilidades no seu progresso. Os vários relatórios que surgiram a partir do Projeto Global de Monitorização dos Media (GMMP 1995-2010) e do Relatório Global sobre a Situação das Mulheres nos Media (Byerly, 2011), bem como numerosos estudos a nível nacional, documentam os desequilíbrios que se mantêm nesta área. Assim, sempre que vemos um novo estudo ou relatório sobre as “Mulheres e os media” confrontamo-nos com a mesma enxurrada de perguntas: Por que vimos tão poucas mudanças positivas na forma como os media retratam as mulheres? Por que razão as nossas tentativas de sensibilizar os media sobre questões de género não parecem resultar? Onde devemos colocar os nossos esforços para mudar a representação estereotipada das mulheres nos media?

A resposta das políticas Europeias a estas perguntas tem tido por base a controversa e complexa ideia de que a necessária transformação, a este nível, poderá ser mais eficazmente atingida se mais mulheres estiverem envolvidas nas estruturas de tomada de decisão das or-

² Notícia publicada no site das Nações Unidas http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/alliance_calls_for_strong_global_gender_and_media_agenda/#.VOiPKi7-tfU (acedido em Fevereiro de 2015).

ganizações dos media, fazendo refletir a relação entre o facto de as mulheres que ocuparem cargos de chefia e o tipo de conteúdo produzido. Importa, portanto, estender às organizações dos media as políticas de *mainstreaming* de género, políticas essas que se definem deste modo:

“Os objetivos políticos do *mainstreaming* de género são libertar as mulheres da ‘aniquilação simbólica’ que tem lugar através do silenciamento de vozes das mulheres e da sua ausência da vida pública, bem como a sua repressão na esfera privada. No domínio dos media e da cultura, o objetivo da integração do género tem sido visto como parte integrante das ações para provocar a mudança substancial estrutural entre os eixos de emprego e de produção de informação e o conteúdo cultural, alfabetização e acesso a esse conteúdo pelas mulheres, e a mudança qualitativa do conteúdo patriarcal e sexista para um conteúdo emancipador e diversificado” (Sarikakis, 2014: 66).

No entanto, como várias pessoas, incluindo nós próprias, têm defendido (Silveirinha, 2004), a relação entre as mulheres e os meios de comunicação é extremamente complexa e estende-se não apenas a questões de tomada de decisão e de emprego, mas a outras mais transversais, como as da profissionalização e socialização profissional, da economia política, dos conteúdos e do público.

Reconhecendo a complexidade destas questões, o campo académico, por outro lado, tem feitos progressos notáveis, em termos do seu estudo. Hoje, as perspetivas feministas já não são estranhas aos campos de estudo dos media, mesmo que ainda haja numerosos trabalhos de fundo sobre a comunicação que persistem em ignorar o seu contributo. Há certamente um corpo substancial de pesquisa feminista nestas áreas e é importante reconhecer o seu carácter inovador. Indo muito para além das questões da representação (que, apesar de tudo continua a ser o tema mais explorado) ou das preocupações se limitam à esfera da identidade de género e da sua construção, é visível, no campo de estudos feministas dos media, outros temas fundamentais. Vale a pena citar extensamente Margaret Gallagher (2014b: 10) que, refletindo sobre a evolução do campo, diz:

“Desde 1970, desenvolvemos abordagens mais sofisticadas de análise e teorização dos media, mas as questões fundamentais que estão no centro dos estudos feministas dos media continuam as mesmas: poder, direitos, valores e representação. É claro que a nossa abordagem ao estudo destas questões alterou-se muito. Muita pesquisa inicial era limitada a análises em pequena escala do conteúdo mediático, das estruturas de emprego e das audiências. Mas a análise em pequena escala poderia não resultar mais do que uma mudança de pequena escala - na melhor das hipóteses. Nos últimos 15 anos, em particular, tem havido um crescente corpo de trabalho feminista sobre a globalização, políticas dos media, desenvolvimento tecnológico e economia política. Este trabalho foi desenvolvido por autoras/es feministas cujo foco é a mudança ao nível macro, argumentando que as representações dos media e discursos de género tomam forma dentro de determinadas formações socioeconómicas - sustentadas e apoiadas por ideologias políticas específicas - que devem ser analisadas e compreendidas para que a mudança se possa efetivamente fazer”.

Com vimos, desde 1975, a pressão transnacional para implementar reformas de política nacional por mecanismos estratégicos comuns estendeu-se um pouco por todo o mundo e os feminismos transnacionais criaram novas ferramentas intelectuais que nos permitem percorrer

as realidades globais das nossas sociedades contemporâneas. Mas a globalização e a transnacionalização, como todos os processos sociais, têm gênero, e isso é particularmente visível no modo como elas significaram maior competitividade e mais produtividade assente na redução de pessoal (miniaturização), horários flexíveis e novas formas de trabalho, *downsizing*, *outsourcing* ou a avaliação de desempenho e compensação no desenvolvimento de carreira. Todos estes processos prejudicam especialmente as mulheres, nomeadamente nas suas carreiras como profissionais dos media. Além disso, com estas exigências, veio todo um discurso que se instalou como “pensamento único”: o da autonomia, da “igualdade” de oportunidades, do mérito e da descentralização estatal. Na verdade, o neoliberalismo tomou plenamente conta das empresas dos media e os seus efeitos sobre os seus regimes de funcionamento são preocupantes.

Por outro lado, a natureza das questões de gênero, em particular na sua ligação aos media, é melhor vista quando as projetamos para a esfera pública mediatizada. A comunicação, em especial na sua forma mediática, transformou-se também profundamente desde 1975, sendo hoje mais transnacionalizada (no seu sentido político) que o próprio McLuhan antevira. Com essas transformações, as desigualdades baseadas no gênero continuaram todos os dias a reproduzir-se e a produzir-se na comunicação mediática.

Tais desigualdades comunicativas têm várias facetas – desde a escassa presença de mulheres em lugares de decisão nos media noticiosos, às implicações das transformações dos novos media em termos de gênero, ao problema do acesso ao espaço público e das representações mediáticas das mulheres, às novas formas mediáticas pós-feministas, ao poder hegemónico masculino, ao patriarcado que hoje conhece novas formas. Todos estes temas têm sido explorados de modo rico e crescentemente mais sofisticado pela academia feminista.

Nos textos que aqui se apresentam damos conta dessa diversidade, vivacidade e riqueza do campo que, de alguma forma, parece contrastar com a lentidão das políticas internacionais e ainda mais com os progressos feitos nos campos de ação prática dos media.

São precisamente os discursos de jovens sobre políticas de igualdade que Sara Magalhães, Carla Cerqueira, Rosa Cabecinhas e M. Conceição Nogueira analisam, numa série de grupos focais em torno das representações de gênero nos media informativos portugueses. A sua inovação está na articulação entre as dimensões da produção, da receção e da intervenção no contexto nacional. Estudando a dimensão da receção, as autoras procuram compreender como se verifica a articulação e construção diária de subjetividades femininas e masculinas através dos media, tendo em consideração as diversas trajetórias dos sujeitos. Apontando para as respostas centradas no “politicamente correto”, identificam a retórica da meritocracia a que se associa a desresponsabilização dos atores sociais e chamam à atenção para o desconhecimento face aos principais temas e conquistas da igualdade de gênero.

Rita Basílio de Simões, num texto que exemplifica uma das áreas de estudo do projeto acima referido, analisa um tema particularmente caro às diversas políticas internacionais: a violência contra as mulheres que, como ela refere, se constitui como um problema social que se não pode dissociar das dinâmicas de visibilidade a que, nas últimas décadas, esta problemática foi sendo sujeita, nomeadamente pela sua representação nos media. O seu objetivo é compreender qual o lugar que a imprensa ocupa no processo de reconhecimento público desta forma de violência em Portugal.

João Miranda observa de perto o trajeto da construção da identidade profissional dos/as jornalistas portugueses que ele considera caracterizarem-se como um processo tardio e inconcluso. Do mesmo modo, vê nele a inscrição das mulheres como tendo surgido numa fase demorada e presa a um decurso irregular e inacabado. Através de uma análise segmentada em critérios

e aspetos específicos do processo de profissionalização, o autor constata uma orientação para a recomposição sexual das redações, uma alteração do paradigma de género no ensino do jornalismo e uma crescente paridade na estrutura dos organismos representativos. Ora, como ele conclui, esta é uma situação inversa à verificada no âmbito dos centros de decisão/poder editorial, onde as mulheres se encontram ainda excluídas. No entanto, num inquérito por questionário, desenvolvido entre jornalistas, verifica-se que as mulheres são o segmento profissional mais exposto às tendências de desprofissionalização, proletarização e precarização.

Ainda sobre o jornalismo enquanto prática profissional nos falam Ana Carolina Temer e Francisco de Assis que se centram num tipo de jornalismo específico: o jornalismo de imersão. Através de um conjunto de entrevistas, notam, de forma exploratória, um hiato entre a prática desejada e a prática real desse jornalismo. A sua análise aponta, também e principalmente, para o fato de serem mulheres que influenciam o processo, seja porque muitas vezes se lhes nega a condição de o realizar, seja porque a sua competência, em outras tantas circunstâncias, é posta à prova.

Os três últimos textos são centrados na dimensão da representação. Assim, Juliana Sousa explora o silenciamento e a invisibilidade das mulheres tanto na produção noticiosa como no estatuto profissional nas redações jornalísticas. A autora procura analisar em que medida as identidades das mulheres são reproduzidas e reforçadas pelo discurso mediático tal como se encontra organizado na economia neoliberal. Além disso, reflete sobre a linguagem, enquanto mecanismo regulador das formas convencionais de representação, e sobre como ela contribui para naturalizar a ideia de binarismos opostos pelos quais os papéis e funções socialmente expectáveis em relação às mulheres delimitam o sexo da notícia.

Pelo seu lado, Teresa Mendes Flores centra-se na dimensão visual da representação de duas deputadas portuguesas situadas em polos opostos do espectro político nacional. Para o efeito, analisa a representação dos valores de género nas fotografias de uma deputada comunista e de uma conservadora. As fotografias da primeira fixam e colocam em evidência certos gestos e expressões faciais que contribuem para uma imagem negativa e desvalorizada das suas prestações. Já a deputada conservadora é mais fotografada em poses para a câmara e a desfilar no Parlamento, produzindo uma imagem idealizada da feminilidade hegemónica. Contudo, conclui, em nenhum dos casos se pode encontrar o devido lugar das mulheres na política assim mediatizada.

Por fim, Carla Martins centra-se também na representação de uma mulher central na política Portuguesa: Maria de Lourdes Pintasilgo. A elevada notoriedade pública que esta mulher adquiriu ao assumir a liderança do Governo atraiu forte atenção mediática e desafiou a hegemonia masculina na esfera política. A autora discute as virtudes e os limites desta indigitação quanto ao questionamento da identidade masculina da política e a valorização simbólica da participação política feminina.

Esperamos, com a apresentação destes textos, muitos deles desenvolvidos como parte de projetos de investigação, mostrar uma pequeníssima parte do que se vai fazendo na nossa língua em torno do tema “as mulheres e os media”.

Olhando para essa vivacidade académica e para toda uma nova geração de jovens a quem estas matérias dizem tanto ou mais do que disseram às suas antepassadas, talvez possamos obviar, de alguma forma, os lentos progressos feitos pelos media na compreensão do lugar da “outra” metade da humanidade. Obviando esses “senão”, talvez possamos, assim, ter alguma esperança quanto ao futuro de um novo espaço de ação feminista, já não encerrado sobre as políticas nacionais dos velhos Estados mas, em vez disso, projetada para um espaço público transnacional. Isso mesmo podemos ler nas palavras de Nancy Fraser:

“O feminismo do futuro está agora a ser inventado por novas gerações de ativistas feministas. Educada nos media digitais e confortáveis no espaço transnacional, ainda que formado no cadinho da crise capitalista, esta geração promete reinventar a imaginação feminista mais uma vez (...) Combinando redistribuição, reconhecimento e representação, elas estão a procurar transformar um mundo que já não se assemelha ao sistema internacional de Estados soberanos Vestefalianos” (Fraser, 2013: 16).

É não apenas com as velhas gerações que abriram caminho e tanto nos ensinaram, **mas também** com esta mesma juventude organizada num espaço público transnacional que contamos.

Referências

- Berger, Guy (2014), “UNESCO Foreword” in Aimée Vega Montiel ed., *Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Byerly, Carolyn (2011), Global Report on the Status of Women in the News Media, *International Women’s Media Foundation*, Washington D.C..
- ELGE - European Institute of Gender Equality (2013) *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media Advancing Gender Equality in Decision-making in Media Organisations*, Luxembourg: Publications Office of the European Union,
- Fraser, Nancy (2013), *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*. London: Verso.
- Gallagher, Margaret (2011), “Gender and Communication Policy: Struggling for Space. In: R. Mansell and M. Raboy, eds., *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Malden, MA: Wiley-Blackwell. pp. 451-466.
- Gallagher, Margaret (2014a), “Reframing Communication Rights: Why Gender Matters” In C. Padovani and A. Calabrese, eds *Communication Rights and Global Justice: Historical Reflections on Transnational Mobilizations*, Palgrave.
- Gallagher, Margaret (2014b), “Feminist scholarship and the debates on gender and communication” in Aimée Vega Montiel ed., *Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, pp.11-14.
- Ross, Karen (2014), “Women in decision-making structures in media” in Aimée Vega Montiel ed. *Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, pp. 66- 68.
- Sarikakis, Katharine (2014), “Power, patriarchy, profit: barriers to gender mainstreaming in media policy” in Aimée Vega Montiel ed., *Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, pp. 66- 68.
- Silveirinha, Maria João (2004), “Representadas e representantes: as mulheres e os media”, In Silveirinha, M. J., ed. *Revista Media & Jornalismo N. 5*, Coimbra, Edições Minerva, pp. 9-30
- Silveirinha, Maria João, ed. (2009), *Revista Media & Jornalismo N 15, Género, Media, Espaço Público*, Mariposa Azul.