

**COMUNICAÇÃO E
GÊNERO: reflexões sobre
as ações da *Defensoría
Del Público de Servicios
de Comunicación
Audiovisual da Argentina***

Communication and Gender:
reflections on the actions of
Defensoría Del Público de Servicios
de Comunicación Audiovisual of
Argentina

Comunicación y Género:
Reflexiones sobre las acciones de
la Defensoría Del Público de
Servicios de Comunicación
Audiovisual en Argentina

**Cynthia Mara Miranda¹
Rose Dayanne Santana Nogueira^{2,3}**

RESUMO

O artigo tem como objetivo discutir as ações de comunicação e gênero a partir da experiência da Argentina com a instituição da *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*, criada em 2012, como um desdobramento da aplicação da *Ley* nº 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual*, conhecida popularmente como *Ley de Medios*, sancionada em 2009. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, cujo método utilizado foi a análise documental, que possibilitou conhecer algumas ações

1 Doutora e mestre em Ciências Sociais (UnB), graduada em Comunicação Social (UFT) professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade e do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Integra o Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje-UFT). E-mail: cynthiamara@mail.uft.edu.br.

² Mestranda em Comunicação e Sociedade (UFT). Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo (Ulbra). Integra o Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (Opaje-UFT). E-mail: rosedsantana@gmail.com.

³ Endereço de contato das autoras (por correio): Universidade Federal do Tocantins. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade. Avenida NS 15, 109 - Plano Diretor Norte, Palmas - TO, Brasil. CEP: 77001-090.

da *Defensoría del Público* voltadas à perspectiva de gênero na comunicação, entre elas, o monitoramento de programas de notícias e publicações. A pesquisa apontou que o organismo atua no combate da reprodução de discursos discriminatórios e lesivos às mulheres nos meios de comunicação audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Gênero. *Defensoría del Público*. Argentina.

ABSTRACT

The article aims to discuss communication and gender actions based on Argentina's experience with the institution of the *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*, created in 2012, as a result of the application of law nº 26.522 on *Servicios de Comunicación Audiovisual*, known popularly as *Ley de Medios*, sanctioned in 2009. This is a qualitative research, whose method used was the documentary analysis, which allowed to know some actions of the *Defensoría del Público* focused on the gender perspective in communication, among them, the monitoring of news programs and publications. The research pointed out that the institution acts in the fight against the reproduction of discourses that are discriminatory and harmful to women in the audiovisual media.

KEYWORDS: Communication. Gender. *Defensoría del Público*. Argentina.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir las acciones de comunicación y género de la experiencia en Argentina con el establecimiento de la *Defensoría del Público de Comunicación Audiovisual de Servicios*, creada en 2012 como una consecuencia de la aplicación de la Ley Nº 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual*, popularmente conocida como *Ley de Medios*, promulgada en 2009. Esta es una investigación cualitativa, el método utilizado fue un análisis documental, lo que permitió conocer algunas acciones de la *Defensoría del Público* con enfoque de género en la comunicación, entre ellos, seguimiento de los programas de noticias y publicaciones. La encuesta mostró que la *Defensoría* actúa en la lucha contra la reproducción de discursos discriminatorios y perjudiciales para las mujeres en los medios de comunicación audiovisuales.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 3, n. 1, Janeiro-Março. 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n1p33>

PALABRA CLAVE: Comunicação. Género. Defensoría del Público. Argentina.

Recebido em: 19.02.2017. Aceito em: 25.03.2017. Publicado em: 30.03.2017.

Introdução

Ao utilizar-se do direito fundamental à liberdade de expressão, os meios de comunicação podem (e têm) violado outros direitos fundamentais da pessoa humana, que estão igualmente previstos na Declaração Universal de Direitos Humanos,⁴ aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em 10 de dezembro de 1948. O direito à comunicação diversa, plural e não discriminatória é garantido ao público (à audiência) também pela Declaração e é reconhecido internacionalmente desde 1948, sendo encontrado em vários acordos internacionais, como: a Convenção Americana de Direitos Humanos, conhecida como Pacto de San José da Costa Rica;⁵ o Relatório MacBride, de 1983;⁶ Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural;⁷ Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais.⁸ Nesse sentido, os meios de comunicação devem atuar a serviço da sociedade e atentar-se à diversidade e ao respeito aos direitos humanos.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 tem um capítulo dedicado à Comunicação Social (Capítulo V, Título VIII), no qual se resguarda o direito à manifestação do pensamento, à criação, à expressão e à informação, sem restrição, e também estabelece princípios norteadores para a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão, as quais deverão ter preferência pelas finalidades

⁴ Disponível em: <http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2016.

⁵ Disponível em: http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm. Acesso em: 10 jan. 2017.

⁶ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

⁷ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

⁸ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

educativas, artísticas, culturais e informativas, e ainda a promoção das culturas nacional e regionais, por exemplo.

Para além do direito à comunicação previsto na Constituição, destaca-se que em 2009 houve uma tentativa de materialização desse direito por meio de políticas públicas. O Brasil realizou a primeira (e única) Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) para debater políticas de comunicação para o país. Com participação de entidades, movimentos sociais (não só da comunicação), profissionais da área, estudantes, professores/as, empresários/as. A Confecom foi convocada pelo Decreto Presidencial de 16 de abril de 2009,⁹ com o tema “Comunicação: meios para construção de direitos e de cidadania na era digital”. O objetivo geral da conferência estava centrado na formulação de propostas orientadoras de uma Política Nacional de Comunicação a partir da promoção de um debate amplo, democrático e plural com a sociedade brasileira, garantindo-se a participação social em todas as suas etapas.

Foram mais de 600 propostas, mas pouca efetividade, tendo em vista que pouco se avançou na implementação delas no período pós-conferência. O que se pode citar como estratégia para avançar na democratização da comunicação foi a construção do Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica (Lei da Mídia Democrática),¹⁰ lançado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), cuja mobilização vem desde a Conferência. No projeto, que conta com 33 artigos, há referência à perspectiva da diversidade e de gênero nos meios de comunicação, foco do presente artigo. Mesmo com toda mobilização do

⁹ Portaria 667, de 2 de setembro de 2009. Disponível em: http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/pfdc/informacao-e-comunicacao/eventos/comunicacao/1a-conferencia-nacional-de-comunicacao-confecom/RegimentoInterno_Confecom.pdf. Acesso em: 10 jan. 2017.

¹⁰ A proposta do projeto de lei de iniciativa popular pode ser consultada no link <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/projeto-de-lei/>. Acesso em: 10 jan. 2017.

FNDC, essa também foi uma tentativa frustrada, pois o projeto, até o momento, não foi votado e não tornou-se lei.

Não é possível avançar rumo à democratização dos meios de comunicação em um cenário de desigualdade entre os gêneros evidente no país. Persistem as diferenças salariais entre homens e mulheres, a sub-representação feminina em cargos políticos e de decisão, e a violência contra mulher é uma realidade alarmante. O fato é que não existe no Brasil nenhuma política de comunicação voltada para o avanço da igualdade entre os gêneros.

Em razão da ausência das políticas que garantam uma perspectiva de gênero nos meios de comunicação, debruçamo-nos na experiência do país vizinho, a Argentina, que, a partir da instituição da *Ley dos Medios*, em 2009, deu um passo importante para o avanço da igualdade entre os gêneros nos meios de comunicação.

Para Sandra Chaher (2014), os meios de comunicação possuem um papel central para se construir uma agenda de igualdade, uma vez que têm sido reprodutores e construtores de desigualdades.

Para que esto suceda, los medios deben comportarse como actores con responsabilidades en sociedades democráticas. Reconocer el rol social de la comunicación y respetar los derechos humanos. No pueden invocar el derecho a la libertad de expresión como escudo ante cualquier comentario crítico sobre su programación (CHACHER, 2014, p. 14).

Sob uma perspectiva de gênero na comunicação, também há marcos regulatórios e tratados internacionais que condenam a veiculação de conteúdos na forma de violência simbólica, que afetam diretamente às mulheres, contribuindo assim para perpetuar as estruturas machistas e patriarcais que, além de cercear os direitos das mulheres, também lhes tiram a vida. Assim como a Declaração Universal de Direitos Humanos, destaca-se também a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW), de 1979; a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher

(Convenção de Belém do Pará), de 1994; a Declaração e a Plataforma de Acção de Beijing, em 1995; e, no âmbito da Argentina, *locus* deste artigo, a "*Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos em que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales* (nº 26.485, de 11 de março de 2009) e, posteriormente, a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (nº 26.522, de 10 de outubro de 2009), ou *Ley de Medios* da Argentina, como ficou conhecida popularmente (BOSCHIERO, 2012).

A existência de um órgão que busca garantir o direito da audiência de reclamar, denunciar os conteúdos produzidos e veiculados pelos meios de comunicação que violem direitos humanos – neste caso, que incitam desigualdades entre os gêneros, por exemplo – motiva-nos a compreender a experiência da Argentina a partir da sanção da *Ley de Medios*, no ano de 2009, e a implantação da *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*, em 2012, como desdobramento da lei. Tendo em vista que o Brasil não possui um organismo tal qual a *Defensoría del Público*, que funcione como uma ouvidoria pública dos meios de comunicação e atue com a temática da igualdade de gênero no âmbito da comunicação, elegeu-se o órgão argentino como objeto de estudo.

O caminho metodológico foi guiado por uma abordagem qualitativa (STRAUSS; CORBIN, 2008), e o instrumento para a coleta de dados foi a análise documental para identificar, verificar e apreciar os documentos (BARROS; DUARTE, 2006) sobre a *Ley de Medios* e os Informes Anuais da *Defensoría del Público* (anos 2013, 2014, 2015). Dados referentes ao ano de 2016 foram adquiridos a partir do balanço dos quatro anos de gestão, apresentado no dia 9 de novembro de 2016 ao Congresso Nacional da Argentina por Cynthia Ottaviano, designada pela *Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual* do Congresso Nacional para coordenar o órgão de 14 de novembro de 2012 a 11 de

novembro de 2016. Nesses documentos, o foco foi identificar as ações relacionadas à temática de gênero e comunicação desenvolvidas pelo organismo.

Para desenvolver a proposta de pesquisa, contextualiza-se inicialmente a sanção da *Ley de Medios* e as garantias quanto à igualdade de gênero previstas no instrumento legal. Na sequência, discorre-se sobre as perspectivas de gênero e comunicação nas ações da *Defensoría del Público*. Por fim, apresentamos nossas considerações sobre o trabalho do organismo.

Sobre a *Ley de Medios* e a *Defensoría del Público*

De acordo com Chaher (2014), desde o ano de 2003, a Argentina vive um processo de ampliação de direitos que abarcam vários setores da sociedade.

Mujeres y personas con identidades de género diversas no quedaron excluidas. Fueron sancionadas desde entonces una enorme cantidad de leyes que cubren prácticamente todos los derechos garantizados para estos colectivos a nivel regional e internacional (CHAHER, 2014, p. 17).

Numa perspectiva da defesa da igualdade entre os gêneros, podem-se citar algumas legislações que direta ou indiretamente cumprem essa missão no país: a *Ley de Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus víctimas* (Ley nº 26.364), sancionada em 2008; a *Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales* (Ley nº 26.485), sancionada em 2009; e, no mesmo ano, a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (conhecida como *Ley dos Medios*, nº 26.522); em 2010, a *Ley do Matrimonio Igualitario* (nº 26.618); e, no ano de 2012, o Senado aprovou por unanimidade o projeto de lei que incorpora o termo “feminicídio” ao Código Penal Argentino e ainda a sanção da *Ley de Identidad de Género* (nº 26.743) (BOSCHIERO, 2012, p. 150-151). Contudo, a existência de marcos

regulatórios não é garantia de efetiva implementação das políticas públicas previstas, embora demonstre sensibilidade na incorporação da pauta pelo Estado.

No Brasil, por exemplo, a Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006), que cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher, após 10 anos de sanção, mesmo com alguns avanços, ainda apresenta barreiras quanto a sua efetividade. Recentemente, no ano de 2015, foi sancionada a Lei nº 13.104, que tipificou o crime de feminicídio no Código Penal Brasileiro.¹¹

Segundo Boschiero (2012, p. 12), embora o princípio da igualdade para as mulheres tenha se tornado pauta integrante da agenda dos direitos humanos, assim como das obrigações dos Estados, no que se refere às políticas públicas e legislação, a verdadeira igualdade ainda não foi atingida na maioria dos países do mundo. Acontece o contrário, uma vez que a desigualdade de gênero é aprofundada quando se cruza com outras características, como raça, etnia, classe social, orientação sexual e idade.

Es necesario entonces mejorar los mecanismos nacionales de aplicación de las normas, sensibilizar las autoridades en el marco de un fortalecimiento general de la legislación en favor de los derechos humanos y sobre todo, apoyar la transversalización gubernamental de una perspectiva de igualdad de género en todas las áreas de la política gubernamental (BOSCHIERO, 2012, p. 12)

Em março de 2009, o então projeto de lei que resultaria na *Ley de Medios* foi enviado ao Congresso Nacional pela presidenta Cristina Fernández de Kirchner. No entanto, o conteúdo do projeto não tinha sua origem limitada ao campo político, uma vez que sua base vem de 2004, quando diversos segmentos da sociedade se

¹¹ Lei Maria da Penha. Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm. Lei do Feminicídio, Lei nº 13.104, de 9 de março de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2015-2018/2015/lei/L13104.htm. Acesso em: 20 dez. 2016.

reuniram e elaboraram os *21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación*.¹² Até 2009, vigorava no país a Lei de Radiodifusão (nº 22.285), promulgada em 15 de setembro de 1980, pelo governo do ditador Jorge Rafael Videla.

La Ley de Medios fue aprobada luego de un proceso de debate popular inédito en el país. El proyecto de ley elaborado por el Poder Ejecutivo, y basado en los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación, fue debatido en 24 foros realizados en diferentes lugares del país, de los cuales participaron 10 mil personas; de esos foros surgieron 1200 aportes, de los cuales se sumaron 120 aproximadamente al proyecto del Poder Ejecutivo (CHACHER, 2014, p. 20).

A lei foi discutida, formulada e aprovada em um contexto de participação popular e social alinhado à agenda de reivindicações de entidades e movimentos sociais, entre eles o movimento de mulheres, que defende a comunicação como direito humano. O resultado foi uma legislação que protege e valoriza a diversidade informativa e cultural. “Ao acatar grande parte dos 21 pontos defendidos pela Coalizão, a Lei de Comunicação Audiovisual tornou-se expressão de uma vontade social mais ampla do que a visão exclusiva do governo que propôs e depois a sancionou” (MORAES, 2013, p. 3).

No entanto, a aprovação da *Ley de Medios* ocorreu em meio a um embate político entre a presidenta Cristina e proprietários dos meios de comunicação, entre eles, o Grupo *Clarín*, o qual não queria perder as concessões que foram regulamentadas durante a ditadura militar argentina, de 1976 a 1983. Assim, entre o apoio popular e os ataques dos proprietários dos meios de comunicação, a *Ley* foi aprovada em 10 de outubro de 2009, com ampla maioria. Desde então, segue tendo sua constitucionalidade questionada na Justiça pelos grupos de comunicação. Entre eles, o artigo 41, que trata da transferência de licenças; o 45 e 48, sobre a concentração; e o 161, no que se refere à adequação à lei (RUBINI, 2013, p. 435-436).

¹² A questão da igualdade de gênero e da instituição da *Defensoría del Público* foram pontos previstos no documento (itens 5 e 20, respectivamente). Ambos figuram como artigos na *Ley de Medios*.

Entre os objetivos estabelecidos pela *Ley de Medios*, está a promoção da igualdade entre homens e mulheres, evitando qualquer discriminação por gênero ou orientação sexual, conforme se verifica nos artigos a seguir:

Artículo 3º – Objetivos. Se establecen para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, los siguientes objetivos:

m) Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual. (ARGENTINA, 2009)

Artículo 70º – La programación de los servicios previstos en esta ley deberá evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas o adolescentes (ARGENTINA, 2009).

A Lei também promove uma integração entre os instrumentos legais para igualdade de gênero, uma vez que em seu artigo 71 dispõe que a produção, distribuição e transmissão de programas e publicidades devem estar em conformidade com outras leis, e cita a *Ley nº 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la Violencia contra las Mujeres*. Logo, o conteúdo deve respeitar o que a lei orienta no que diz respeito ao combate à violência na mídia.

Assim, a preconização de tais garantias na lei é um exemplo de política pública para igualdade de gênero e demonstra a importância dos movimentos sociais – neste caso, especialmente feministas – no processo de construção social e da democracia, uma vez que é possível verificar na *Ley de Medios* a indicação de referências advindas de redes e organizações de mulheres.

En particular desde un enfoque de género, la Ley de Medios apunta a modificar los mecanismos no-formales de exclusión que se entretienen en el lenguaje de los medios, a través la apelación sistemática a costumbres y creencias que determinan las psico-socializaciones de los individuos varones y mujeres en la sociedad (BOSCHIERO, 2012, p. 5).

Para garantir o cumprimento dos objetivos previstos na lei, foram criados organismos de regulação, fiscalização e controle, como a *Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)*, a *Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual*, o *Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (Cofeca)*, o *Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia e a Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*, “que velan por los valores de la democracia, la diversidad y buscan desconcentrar el mercado de medios actual (RUBINI, 2013, p. 436).

Apesar de previstas com a promulgação da lei em 2009, as atividades da *Defensoría del Público* só começaram em 2012 (14 de novembro de 2012), conforme designado pela resolução conjunta da Câmara dos Deputados e do Senado da Nação. A *Defensoría del Público* é o que seria em tradução ao português “Ouvidoria do Público”, “Defensoria do Público”, uma espécie de *ombudsman* dos meios de comunicação audiovisual da Argentina.

Prevista no Capítulo IV, Art. 19, a *Defensoría del Público* funciona como uma espécie de observatório, uma ouvidoria pública dos serviços de comunicação audiovisual (ARGENTINA, 2009). É responsável por receber e canalizar consultas, reclamações (reclamos) e denúncias dos públicos de rádio e televisão e outros serviços regulados pela *ley*, tendo legitimidade judicial e extrajudicial para atuar de ofício, por conta própria e/ou em nome de terceiros, frente qualquer tipo de autoridade administrativa ou judicial, podendo atuar em demandas individuais, de interesse do público e da coletividade.

Con tales fines, la Defensoría del Público surge en un proceso de reconfiguración de un espacio público de nuevo tipo en la Argentina posdictatorial, en la cual se establecen la dimensión de formulación y ejecución de políticas públicas (fundamental pero no únicamente culturales y comunicacionales) y el proceso de creciente concentración de las industrias culturales en la Argentina producida en el período iniciado en 1983 hasta el presente (RUBINI, 2013, p. 436).

A missão da *Defensoría del Público* é promover, difundir e defender o direito a uma comunicação democrática dentro dos meios de comunicação audiovisuais em todo o território nacional. Ou seja, garante que os direitos do público sejam respeitados e que a comunicação seja democrática no país. *“Su existencia se sustenta en una concepción del Derecho a la Libertad de Expresión que contempla las facultades y obligaciones de quienes producen y emiten y también de quienes son receptores/as de medios”*.¹³

A partir das denúncias e reclamações recebidas, cabe à *Defensoría del Público* tomar as providências necessárias para que não haja a violação da democracia nos meios. Além disso, é atribuição da *Defensoría* a convocação de audiências públicas em diferentes regiões do país, com o intuito objetivo de avaliar o funcionamento adequado dos meios de radiodifusão.

Conforme o Art. 20 da *Ley de Medios*, o titular da *Defensoría del Público* será

designado por resolución conjunta de ambas Cámaras, a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, debiendo reunir los mismos requisitos que los exigidos para integrar el directorio de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

A *Defensoría del Público* está estruturada em sete diretorias administrativas: *Relaciones con las Audiencias, Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos, Análisis, Monitoreo e Investigación, Capacitación y Promoción, Administración, Legal y Técnica, y Comunicación Institucional*. Quanto ao financiamento do órgão, o artigo

¹³ Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/institucional/>. Acesso em: 3 out. 2016.

97 da *Ley de Medios* diz que a *Administración Federal de Ingresos Públicos* destinará 5% para o funcionamento da *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Sobre esse ponto, Rubini destaca:

Su presupuesto estará conformado por gravámenes de licenciatarios y demás titulares, importes resultantes de aplicación de multas, donaciones, subsidios, recursos resupuestarios provenientes del Tesoro nacional y cualquier otro ingreso legal. Allí es importante remarcar que las multas o sanciones no se podrán canjear por publicidad o espacios de propaganda oficial (RUBINI, 2013, p. 437).

Com o slogan "*Defender tus derechos es nuestra obligación*", a *Defensoría del Público* é articuladora entre diversos setores e atores da comunicação e do público, seguindo dez linhas de ação: *niñez, juventud y medios, comunicación y género, accesibilidad, aire joven, monitoreos, buenas prácticas, formación virtual, acompañamiento a medios, derecho a la comunicación, promoción, e publicidad*. Para este artigo, interessa-nos a atuação do órgão na linha comunicação e gênero, conforme será discutido a seguir.

Perspectivas de comunicação e gênero nas ações da *Defensoría del Público*

Para a *Defensoría del Público*, "*promover la equidad de género es construir relaciones sociales con igualdad de derechos y oportunidades para todas las personas*" (DEFENSORÍA DEL PÚBLICO, 2016). Nessa perspectiva, o órgão desenvolve várias ações no âmbito de todo o território argentino.

Pela análise documental dos Informes (2013, 2014, 2015), é possível perceber que a temática de gênero é uma linha de ação que é trabalhada de forma transversal, pois não há uma diretoria específica para as questões de gênero. Sob uma perspectiva de direitos humanos, a *Defensoría del Público* vem, ao longo dos anos, desenvolvendo ações para visibilizar a violência contra as mulheres e meninas, como

orientam as legislações nacionais e tratados internacionais dos quais a Argentina é signatária. Também a partir do que exige o público e os diferentes atores sociais para a resolução desse problema. Ao longo dos anos, foram elaborados monitoramentos, orientações, recomendações, guias de orientação, bibliografias especializadas, guias de melhores práticas e propostas de formação.

Entre as atividades da *Defensoría del Público* estão os "*Monitoreos de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires*". Por meio desse acompanhamento, é possível recolher informações quantitativas e qualitativas sobre uma amostra de programas de notícias transmitidos por canais públicos e privados. De forma bimensal, são considerados os cinco primeiros dias úteis (incluindo, se for o caso, os feriados) da primeira semana dos meses pares (fevereiro, abril, junho, agosto, outubro e dezembro).

Pela análise documental, pode-se inferir que não há um monitoramento específico quanto à questão da violência contra a mulher na mídia. Contudo, no monitoramento são recolhidos dados sobre a veiculação da temática de gênero de forma mais ampla nos programas de notícias.

Segundo dados divulgados previamente no site da *Defensoría del Público*,¹⁴ no Monitoramento de 2015, foram captadas 14.375 notícias, das quais é possível verificar que a temática de gênero é apresentada, principalmente, como tópico secundário das notícias. Segundo Ottaviano (2016, p. 11), apenas 141 notícias tiveram como tema principal o tópico de gênero. Das 14.375 notícias captadas, 15% tiveram como tópico principal o "*género policial*", enquanto que a "*educación*" ocupou

¹⁴ Em matéria especial divulgada em alusão ao "Dia Internacional da Não-Violência Contra a Mulher", celebrado no dia 25 de novembro, a *Defensoría del Público* apresentou dados do Monitoramento de 2015, com o recorte de gênero. Só pela análise dos informes, não seria possível fazer esse cruzamento, pois não há o recorte específico de gênero. Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/dia-internacional-de-la-eliminacion-de-la-violencia-contra-la-mujer/>. Acesso em: 18 jan. 2017.

apenas 0,1%. Já *"niñez y adolescencia"* teve 0,5%, *"derechos humanos"* apenas 0,4% e *"género"* somente 1%.

E, ainda, das 255 notícias identificadas como *"género"*, em 2015, como tópico secundário, em 80% delas a temática principal é *"policiales e inseguridad"*. Principalmente, com referências a casos de feminicídio (incorporado ao Código Penal Argentino em 2012) e denúncias sobre abusos e outras formas de violência contra a mulher, que foram visibilizadas a partir da mobilização *"Ni una Menos"*,¹⁵ convocada em repúdio à violência de gênero na Argentina.

Dentro de los tipos de fuentes presentados en las noticias de "Géneros" agrupadas se observó que la más mencionada fue "Vecino/ Familiar/ Testigo", con una distancia de más de 20 puntos porcentuales respecto del segundo tipo de fuente, "Víctima/ Víctima de violencia de género/ Acusado/a/ Ciudadano/a común que es protagonista de un hecho". En conjunto, estos datos indicaron que, mientras la presencia de fuentes del orden de lo privado alcanzó tres cuartos del total entre las fuentes más mencionadas, las que representaron a lo público no llegaron al 10% de participación en este mismo grupo. Esto se corresponde con una perspectiva policial de la violencia de géneros (contracara de la profusa cobertura sobre la temática en relación a la citada movilización social) y a la escasez de notas sobre derechos, políticas públicas, debates legislativos, entre otros abordajes socialmente necesarios y relevantes.¹⁶

Segundo Chaher (2016, p. 33), entre novembro de 2012 e 31 de janeiro de 2016, do total de denúncias recebidas pela *Defensoría del Público*, *"63% de los reclamos sobre discursos discriminatorios aludieron a formas lesivas respecto de las mujeres (violencia, sexualización, cosificación y estigmatización) y de personas con otras identidades de géneros"*.

¹⁵ Em 3 de junho de 2015, centenas de pessoas saíram às ruas na capital Buenos Aires e em mais de 100 cidades argentinas para protestar contra o feminicídio, com o grito *"Ni una menos"*. Marchas do *"Ni una Menos"* também aconteceram em cidades do Chile, Uruguai e México. Disponível em: <http://niunamemos.com.ar/>. Acesso em: 17 de jan. 2017.

¹⁶ Trecho retirado da matéria *"Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer"*. Idem referência nota 10.

A violência simbólica – à qual as mulheres são submetidas em todo o mundo, definida como violência invisível às próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento (BOURDIEU, 1999) – é vivenciada também na Argentina. A falta de um enfoque de gênero a partir de perspectiva de direitos humanos pelos meios de comunicação contribui para essa situação. Conforme os dados disponíveis nos Informes da *Defensoría del Público* (2013, 2014, 2015), quando o gênero é pauta, está prioritariamente relacionado à violência, conforme descreve a Ottaviano.

Sin embargo, esas coberturas son en su mayoría espectacularizantes, cargadas de morbo, con ausencia de información social relevante, tratadas como si fuera un caso policial individual y no una problemática social, cultural e histórica, con datos personales y hasta íntimos de la víctima, pero casi ninguno del victimario que fuera condenado, con fotos sexualizadas de las víctimas y casi nunca ni siquiera una foto carnet del victimario, con pocos datos o ninguno de teléfonos o líneas de asistencia a las víctimas. Así, la relación de género con otros campos de la vida social está hegemonizada por las violencias. Hay una escasez asfixiante de vínculos con, por ejemplo, las temáticas de género y la ciencia, o la salud, la educación, los derechos humanos, la política, la búsqueda de igualdad salarial, el acceso igualitario al poder judicial. Todas estas realidades están invisibilizadas (OTTAVIANO, 2016, p. 11).

Esse cenário argentino descrito por Ottaviano é semelhante à realidade do Brasil, no que se refere à agenda de gênero na mídia brasileira. Vale citar o estudo realizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e pelo Instituto Patrícia Galvão, que, em 2010, monitoraram 16 jornais, incluindo todos os diários de circulação nacional e também veículos de cada uma das cinco regiões brasileiras.

O monitoramento resultou em 2.381 notícias filtradas com foco na agenda de gênero, considerando três categorias de análise: violência, poder político e decisão, e trabalho. Das três, o assunto que mais atrai o interesse da imprensa brasileira é a violência contra as mulheres, representando 63,30% dos textos jornalísticos *clipados*, em

relação aos outros dois temas monitorados: poder político e decisão, com 17,80%, e trabalho (renda e ocupação), com 18,90% (VIVARTA, 2011).

O comportamento dos diários brasileiros, no que se refere ao tratamento dado às notícias de cada categoria, foi analisado a partir dos seguintes critérios: a menção de estatísticas sociais, políticas públicas e legislação sobre o tema, a ótica investigativa adotada pelo/a jornalista, as fontes de informação utilizadas e a caracterização dos atores retratados. No que se refere à categoria violência contra mulher, constatou-se que:

Os dados coletados revelam que o foco majoritário dessa cobertura está em fatos individualizados, relatados a partir de um viés policial, deixando de lado uma abordagem mais ampla do problema. Segundo o levantamento, mesmo após a entrada em vigor da Lei Maria da Penha, os veículos noticiosos brasileiros ainda têm dificuldades em tratar a violência contra as mulheres como fenômeno complexo e multidimensional (VIVARTA, 2011, p. 8).

Os dados sobre violência contra a mulher nos dois países são alarmantes. O "Mapa da Violência 2015:¹⁷ homicídio de mulheres no Brasil" revela que, em média, 13 mulheres foram assassinadas por dia no ano de 2013, e que, entre os anos de 2003 e 2013, houve um aumento de 21% no período em relação ao número de homicídios de mulheres, que passou de 3.937 em 2003 para 4.762 em 2013 (WAISELFISZ, 2015).

Na Argentina, a cada 35 horas uma mulher é assassinada, conforme dados do livro "*Por Ellas – 5 Años de Informes de Femicidio*", do *Observatorio de Femicidios Adriana Marisel Zambrano*, coordenado pela *Asociación Civil la Casa Encuentro*. No período de 2008 a 2012, foram assassinadas 1.223 mulheres (RICO; TUÑEZ ET AL., 2013).

¹⁷ Elaborado pela Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, com dados do período de 2003 a 2013.

Dados como esses alertam para um problema que não é “só das mulheres”, mas que afeta toda a sociedade e faz questionar qual é o papel que os meios de comunicação estão desempenhando ou deveriam desempenhar frente a esse cenário.

No caso da Argentina, a *Defensoría del Público*, além de receber reclamações, consultas e denúncias, também atua de forma dialógica e pedagógica, desenvolvendo ações para promover uma cobertura responsável e respeitosa no que se refere aos direitos da mulheres e às violências às quais estão submetidas.

Em 2014, por exemplo, a Defensoría del Público estabeleceu o “*Año de Lucha contra la Violencia Mediática y la Discriminación de Género en los Medios*”, com a realização de atividades durante todo o ano em várias províncias do país sobre a temática.

Durante el primer semestre el equipo de la Defensoría recorrió once provincias, donde realizó 53 actividades públicas y concretó 74 horas de capacitación, para más de 4200 personas. Además, entregamos 24 becas para la diplomatura superior en Comunicación y Género de la Asociación Civil Comunicar para la Igualdad, y desarrollamos junto a la Universidad de Buenos Aires (UBA) el Programa de Actualización en Comunicación, Género y Sexualidades, donde 50 estudiantes fueron becados, de las 115 postulaciones recibidas (OTTAVIANO, 2014, p. 9).

De acordo com a Chaher, as ações continuaram por todo o ano de 2015:

Con la realización de talleres y cursos y charlas presenciales y virtuales a nivel federal; becas de formación; la realización de un concurso de video-minuto en el que fueron premiadas 20 propuestas; la participación en la realización del Seminario Internacional de Comunicación y Género “El Debate Regional en el Contexto de Beijing + 20”; el desarrollo de mesas de trabajo con más de 100 organizaciones de la sociedad civil de 20 provincias para elaborar participativamente recomendaciones y guías específicas sobre el abordaje responsable de la violencia de género y de colectivos LGBTTTIQ en los medios; y, desde el 2013, el monitoreo de programas informativos de TV de CABA para conocer qué es noticia en los noticieros y brindar herramientas para reflexionar sobre la construcción de las agendas periodísticas desde un enfoque de derechos (CHAHER, 2015, p. 11).

Entre as ações de 2015, destaca-se o “*Concurso de Videominuto Zoom a los Derechos*”,¹⁸ com objetivo de promover no rádio e na televisão a equidade de gênero como um direito, de acordo com os princípios estabelecidos na *Ley de Medios*. Foram premiados “*20 proyectos que contribuyeron a profundizar la reflexión sobre la comunicación como derecho humano desde un enfoque de géneros y sexualidades*” (DEFENSORÍA DEL PÚBLICO, 2015, p. 93). Cada projeto ganhador recebeu um prêmio em dinheiro para realizar o “videominuto”.

A *Defensoría del Público* também elabora materiais informativos e de orientação sobre a temática de gênero e diversidade, como: *Guía para el tratamiento periodístico responsable de casos de violencia contra las mujeres*; *Decálogo de las recomendaciones para el tratamiento mediático responsable de casos de violencia contra las mujeres*; *Recomendaciones para el abordaje responsable de la violencia sexual hacia las mujeres en los medios audiovisuales*; *Guía para el tratamiento responsable de identidades de género, orientación sexual e intersexualidad*.

Além desses, é parceira da *Asociación Civil Comunicación para la Igualdad* na publicação dos livros: “*Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer*”, publicado em agosto de 2014, analisando seis países da América Latina (Argentina, Brasil, Colômbia, México, Uruguai e Venezuela); e “*Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: entre andares y retrocesos*”, uma versão que amplia a análise e contempla 9 países latino-americanos (Argentina, Brasil, Colômbia, México, Uruguai, Equador, El Salvador, Chile e Venezuela), publicada em 2016. As publicações trazem o debate em torno das políticas de comunicação e gênero em dez países da América Latina e os possíveis avanços no campo, entre 2014 e 2016.

¹⁸ *Concurso de Videominuto Zoom a los Derechos*. Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/zoom-derechos>. Acesso em: 15 jan. 2017.

Considerações

A pesquisa apontou que a *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual* atua no combate da reprodução de discursos discriminatórios e lesivos às mulheres nos meios de comunicação audiovisual, além de desenvolver ações de educação em direito, ao promover concursos e publicações sobre a temática.

Essa experiência da Argentina é, além de inspiradora, revigorante no sentido de que nos apresenta um organismo nacional, cuja atuação contribui para o avanço da igualdade de gênero nos meios de comunicação.

Nos quatros anos, entre 2012 e 2016, a *Defensoría del Público* desenvolveu ações que priorizam a perspectiva de gênero na comunicação, como orientações, recomendações, guias, bibliografias especializadas, entre outros, com o intuito de visibilizar e combater a violência contra as mulheres e meninas, conforme orientam legislações nacionais e tratados internacionais dos quais a Argentina é signatária. Além disso, é pela *Defensoría* que chegam as reclamações e consultas das audiências e de diferentes atores sociais sobre a violação de direitos humanos, entre eles, os das mulheres e das pessoas com identidades de gênero e diferentes orientações sexuais.

O Estado, por sua vez, deve promover a igualdade de gênero na comunicação como um direito humano, assim como as empresas de comunicação devem respeitar as legislações e tratados que regem a temática. E a Argentina nos mostra uma possibilidade.

Infelizmente, no Brasil não há um organismo com atuação similar à *Defensoría del Público*. Contudo, há organizações como a Andi e o Instituto Patrícia Galvão, que fazem “um trabalho de formiguinha”, mediando a grande imprensa e grupos sociais e atuando nos campos do direito à comunicação e dos direitos das mulheres brasileiras.

O reconhecimento nacional e internacional¹⁹ de organizações de direitos humanos, comunicação, sindicalismo, direito, educação, povos originários e do público da necessidade de continuidade e da ampliação da *Defensoría del Público* não deixa dúvidas da importância do organismo para difusão e defesa do direito à comunicação do público/audiência de rádio e televisão, não só na Argentina, mas no âmbito de toda a América Latina.

Há muito a aprender com essa instituição, que é autônoma, nacional e pública. A *Defensoría del Público* é uma experiência inovadora na área da democratização dos meios de comunicação na América Latina como organismo garantidor do direito humano à comunicação e que vem contribuindo para o avanço da igualdade de gênero nos meios de comunicação.

Referências

ARGENTINA. **Ley nº 26.485, de 11 de março de 2009.** Buenos Aires, 2009. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>. Acesso em: 3 out. 2016.

_____. **Ley nº 26.522, de 10 de outubro de 2009.** Buenos Aires, 2009. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>. Acesso em: 3 out. 2016.

BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

¹⁹ *Respaldo nacional e internacional a la continuidad del organismo.* Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/respaldo-nacional-e-internacional-a-la-continuidad-de-ottaviano-al-frente-de-la-defensoria/>. Acesso em: 18 jan. 2017.

BOSCHIERO, Chiara. **Derechos Humanos, Género y Medios de comunicación en Argentina:** la Ley de Medios analizada desde un enfoque de género. Tesis de maestría. Universidad Nacional de San Martín y Centro Internacional de Estudios Político. Buenos Aires, 2012. Disponible em: <http://www.unsam.edu.ar/ciep/wp-content/uploads/2013/06/Tesis-Chiara-Boschiero.pdf>. Acceso em: 29 ago. 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

CHAHER, Sandra (Org.). **Políticas públicas de comunicación y género en América Latina:** un camino por recorrer. Buenos Aires: Eudeba, 2014.

____ (Org.). **Políticas públicas de comunicación y género en América Latina:** entre andares y retrocesos. Buenos Aires: Defensoría del Público, 2016.

DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. **Primer informe de gestión, año 2013.** Buenos Aires: Eudeba, 2014.

____. **Segundo informe de gestión, año 2014.** 2. ed. Buenos Aires: Eudeba, 2015.

____. **Tercer informe de gestión, año 2015.** 3. ed. Buenos Aires: Eudeba, 2016.

____. **Informe de gestión 2012-2016.** Disponible em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/11/DPSCA-INFORME-GESTION-2012-2016.pdf>. Acceso em: 16 jan. 2017.

_____. **Comunicar en clave de géneros.** Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/violencia-mediatica/>. Acesso em: 3 out. 2016.

MORAES, Dênis. **Por que a Ley de Medios da Argentina é referência fundamental para a América Latina.** 28 jan. 2013. Disponível em: <http://www.alainet.org/pt/active/61215>. Acesso em: 1º nov. 2016.

OTTAVIANO, Cynthia. Prólogo. Todavía las palabras nos arrastran de los pelos. In: CHAHER, Sandra (Org.). **Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer.** Buenos Aires: Eudeba, 2014.

_____. Prólogo. Todavía las palabras nos arrastran de los pelos. In: CHAHER, Sandra. (Org.). **Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: entre andares y retrocesos.** Buenos Aires: Defensoría del Público, 2016.

RICO, Ada Beatriz; TUÑEZ, Fabiana et al. **Por Ellas... 5 años de Informes de Femicidios.** Observatorio de Femicidios en Argentina. Buenos Aires: La Casa del Encuentro, 2013.

RUBINI, Carolina Inés. El caso de la Defensoría Del Público Argentina en el contexto de observatorios de América Latina. **Revista Especializada en Periodismo y Comunicación,** Buenos Aires, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Universidad Nacional Del La Plata, v. 1, n. 40, 2013.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada.** 2. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2008.

WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da violência 2015**: Homicídio de Mulheres no Brasil. Brasília. Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flacso), 2015. Disponível em: http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf. Acesso em: 25 nov. 2016.

VIVARTA, Veet (Coord.). **Imprensa e agenda de direitos das mulheres**: uma análise das tendências da cobertura jornalística. Andi; Instituto Patrícia Galvão. Brasília: 2011. Disponível em: <http://www.andi.org.br/inclusao-e-sustentabilidade/publicacao/imprensa-e-agenda-de-direitos-das-mulheres-uma-analise-das-te>. Acesso em: 25 nov. 2016.