

DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DA ARGENTINA: PERSPECTIVA DE GÊNERO NA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Comunicación Audiovisualof Argentina: gender perspective in communication policy

Rose Dayanne Santana Nogueira¹
Cynthia Mara Miranda²

RESUMO

O artigo tem como objetivo discorrer sobre a perspectiva de gênero enquanto direito humano em uma política de comunicação, a partir da análise das ações desenvolvidas pela *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (DPSCA)* da Argentina, criada em 2012, como um desdobramento da aplicação da *Ley Federal n. 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LFSCA)*, sancionada em 2009. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, cujo método utilizado foi a análise documental, que apontou como algumas ações, desenvolvidas pela *Defensoría del Público*, atuam no combate da reprodução de

¹ Doutoranda em Comunicação e Sociedade (UnB). Mestra em Comunicação e Sociedade (UFT). Especialista em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos (UFT). Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo (Ulbra). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino – OPAJE (UFT). Servidora da Defensoria Pública do Estado do Tocantins. Orcid iD: <http://orcid.org/0000-0002-4802-6301>.
E-mail: rosedsantana@gmail.com

² Doutora em Ciências Sociais (UnB). Docente no curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Pesquisadora no Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino – OPAJE (UFT). Brasil. Orcid. ID: <http://orcid.org/0000-0002-4802-6301>.
E-mail: cynthiamara@mail.uft.edu.br

Revisão ABNT: Thaís Gabrielly Fernandes Sousa

Revisão: Luciana Carla da Hora Duailibe

Data de submissão: 2.9.2019

Data de aceite: 10.9.2019

discursos discriminatórios e lesivos às mulheres, nos serviços de comunicação audiovisual argentinos.

Palavras-chave: Direito à comunicação. Gênero. *Defensoría del público*. Argentina.

ABSTRACT

The article aims to discuss the gender perspective as a human right in a communication policy, based on the analysis of the actions developed by the Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (DPSCA) in Argentina, created in 2012, as a Ley Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (LFSCA), sanctioned in 2009. This is a qualitative research whose method used was the documentary analysis, which pointed out how some actions developed by the Defensoría del Público act in the fight the reproduction of discourses that are discriminatory and harmful to women in the Argentine audiovisual media services.

Keywords: Right to Communication, Gender, *Defensoría del Público*, Argentina.

INTRODUÇÃO

O entendimento da comunicação como um Direito Humano, debatido ao longo de décadas e descrito em tratados e convenções internacionais, que versam sobre a temática, encontra no Relatório MacBride,³ construído pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 1983), um marco crucial para o seu reconhecimento, uma vez que destaca, entre outras questões, que o direito à comunicação vai além da liberdade de informação, de imprensa e de expressão.

O Relatório MacBride ressalta que as sociedades necessitam estar informadas, se comunicar, pois a comunicação passou a ser necessidade vital para os organismos coletivos e para as comunidades. “Hoje em dia, a sociedade considerada no seu conjunto não pode sobreviver se não estiver corretamente informada sobre os assuntos políticos, acontecimentos locais, nacionais e internacionais, previsões meteorológicas, etc.” (Unesco, 1983, p. 22).

³Intitulado “Um mundo e muitas vozes”, o Relatório MacBride foi aprovado pela Unesco em 1980 na 21ª Conferência Geral, em Belgrado, e é considerado um dos marcos para o entendimento do direito à comunicação, enquanto direito humano. O documento foi redigido por uma comissão formada por 15 membros e presidida pelo advogado e ex-ministro das Relações Exteriores da Irlanda, Sean MacBride, ganhador do Prêmio Nobel da Paz de 1974, do Prêmio Lenin da Paz e um dos fundadores da Anistia Internacional. De forma geral, o Relatório trouxe um diagnóstico do fluxo informacional em nível mundial, estabelecendo, ainda, diretrizes para a criação de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic). (MORAES, 2016, p. 136).

Dessa maneira, o Relatório aponta que o direito à comunicação constitui-se um prolongamento lógico que levará a sociedade à liberdade e à democracia e destaca, ainda, que a comunicação é considerada um aspecto dos direitos humanos.

Nesse contexto, é importante ressaltar que os meios de comunicação são responsáveis pela circulação de muitas informações relevantes, como as referentes às políticas públicas, e assim cheguem à população que pode ser beneficiada pelas mesmas. Em contraponto, a falta de acesso a essas informações pode dificultar a garantia de direitos fundamentais.

Destarte, acessar informações que sejam plurais, diversas e não discriminatórias é fundamental para que o direito à comunicação seja assegurado e a adoção da perspectiva de gênero é uma ferramenta a ser considerada nesse contexto.

Uma perspectiva de gênero na comunicação é adotada com práticas, ações, políticas públicas, programas, legislação que visam a eliminar as formas de discriminação entre mulheres e homens, para que sejam tratados igualmente, de modo que os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação não sejam lesivos e estereotipados e, quando forem, que sejam garantidos os direitos de reclamar e de denunciar.

Pelo exposto, e considerando a comunicação enquanto direito humano – diversa, plural e não discriminatória –, destaca-se a necessidade de adotar medidas para que as mulheres tenham maior participação nessa área e também para que não sejam construídas imagens estereotipadas delas ou relacionadas ao gênero e às diversas identidades sexuais nos meios de comunicação.

Nesse sentido, este artigo traz a análise das principais ações da *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual* (DPSCA) da Argentina, criada como um desdobramento da *Ley Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual* (LFSCA), de n. 26.522 sancionada em 2009, com o objetivo de identificar como o organismo atua em prol da igualdade de gênero nos meios de comunicação naquele país. O tema deste estudo é resultado da dissertação de mestrado, apresentada no âmbito do Programa de Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Estado do Tocantins (UFT), Brasil, pela primeira autora do artigo, assim como de sua participação na V Escola de Verão da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (Alaic),⁴ realizada de 18 a

⁴A V Escola de Verão da Alaic teve como tema “A pesquisa em comunicação na América Latina - Miradas críticas à informação e à comunicação”. A Escola é uma atividade da Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação (Alaic) e conta com o apoio de uma rede de universidades, entre elas, a Universidade de Brasília (UnB). Participaram desta edição cerca de sessenta estudantes de pós-graduação – mestrado e doutorado – da Argentina, Brasil, Colômbia, México, Peru e Uruguai, além de 15 professores uruguaios e 20 outros docentes de países estrangeiros. O objetivo da Escola é apoiar os estudantes no avanço de suas pesquisas. (ALAIc, 2018).

25 de março de 2018, na Universidade da República Uruguiaia, na sede da Faculdade de Informação e Comunicação. (NOGUEIRA, 2018).

O artigo está fundamentado em duas abordagens teórico-conceituais: a perspectiva de gênero na comunicação enquanto direito humano; e política de comunicação e marco regulatório na Argentina. O objetivo é analisar as ações desenvolvidas pela *Defensoría del Público* na linha de comunicação e gênero, e como podem resultar em possíveis avanços para a igualdade nos meios de comunicação naquele país, demonstrando, ainda, nessa análise, a importância da perspectiva de gênero alinhada ao direito humano à comunicação.

Nesse contexto, a escolha de um objeto de estudo argentino foi motivada pelo fato de não haver no Brasil um marco regulatório dos serviços de comunicação audiovisual semelhante à experiência que a Argentina vivenciou com a instituição da LFSCA e, tampouco, uma Defensoria que atue, nacionalmente, em defesa dos direitos das audiências, ou seja, do público que acessa os serviços de comunicação audiovisual.

A DPSCA atua de forma descentralizada em todas as províncias argentinas e há vasta documentação institucional dessa atuação. Já o recorte temporal compreende o período do mandato fundacional da *Defensoría del Público*, ou seja, a primeira gestão do organismo em que se registraram ações de comunicação e gênero, qual seja, de 2012 a 2016.

A abordagem metodológica escolhida, ou seja, a “forma de pensar sobre a realidade social e de estudá-la” (STRAUSS; CORBIN, 2008, p.17), foi conduzida pela perspectiva qualitativa, visto que a mesma se detém a uma análise subjetiva das informações coletadas, por ser um percurso metodológico que garante senso de visão, no qual o pesquisador segue junto com a pesquisa. Já “as técnicas e os procedimentos (método), por outro lado, fornecem os meios para transformar essa visão em realidade”. (STRAUSS; CORBIN, 2008, p. 21).

Nesse sentido, optou-se pela pesquisa documental devido à necessidade de analisar documentos sobre a temática em âmbito internacional, tais como declarações, tratados, relatórios, decretos, leis, projetos, entre outros, além de documentos públicos do órgão, tais como projetos, relatórios, informes institucionais, *site*.

Vale destacar que os resultados⁵ apresentados neste artigo estão fundamentados em informações obtidas por meio da análise documental

⁵ Na dissertação completa, para avaliar a atuação da *Defensoría del Público* em prol da igualdade de gênero nos meios de comunicação na Argentina, optou-se também pela realização de pesquisa de campo, com o intuito de obter informações do público-alvo especializado, ou seja, cidadãos e

de fontes públicas sobre a *Ley de Medios* e a DPSCA, tais como: os marcos normativos vigentes na Argentina (Lein. 26.485 e a Lein.26.522); os Informes Anuais⁶ da *Defensoría del Público* dos anos de 2013, 2014, 2015, 2016; o *Libro de Gestión – Mandato Fundacional 2012-2016*; *Plan de acción marzo 2013/junio 2017 – Promoción de la equidad de género en la radio y la televisión*⁷; resoluções, entre outros documentos e arquivos de domínio público disponíveis na página web da *Defensoría*. Também foram analisados documentos internacionais, como tratados, declarações, entre outros.

Além do acesso às fontes públicas de informação disponíveis na internet, algumas fontes foram analisadas durante visita *in loco* à sede da DPSCA na Argentina, no dia 22 de agosto de 2017. Não foi utilizado banco de dados de acesso interno da *Defensoría del Público*: todos os dados acessados têm domínio público.

Nessa perspectiva, o artigo traz, inicialmente, reflexões acerca das abordagens teórico-conceituais sobre comunicação, com a perspectiva de gênero e política de comunicação. Em seguida, destacam-se as principais ações da *Defensoría del Público* focadas em comunicação e gênero, de 2012 a 2016. Encerra-se o artigo com algumas considerações sobre a atuação da *Defensoría* nessa área e como ela pode incidir em avanços para igualdade de gênero nos meios de comunicação argentinos.

1 ABORDAGENS TEÓRICO-CONCEITUAIS SOBRE COMUNICAÇÃO COM PERSPECTIVA DE GÊNERO E POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Fomentar a igualdade entre os gêneros, em todos os espaços sociais, para eliminar todas as formas de discriminação contra as mulheres, é um compromisso assumido por muitas nações ao redor do mundo, conforme tratados e convenções que se tornaram parte, entre os quais citamos: a Convenção sobre a Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW), a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e

cidadãs argentinas. A pesquisa de campo foi realizada nos meses de agosto e setembro de 2017, em Buenos Aires, capital Argentina. O instrumento de coleta de dados foi a entrevista, individual em profundidade. Foram realizadas 15 entrevistas.

⁶ Conforme determina a LFSCA, a *Defensoría del Público* deve manter um registro de todas as consultas, reclamações e denúncias. Além desses registros, a DPSCA publica relatórios anuais, nos quais constam todas as atividades desenvolvidas, de forma interdisciplinar, de cada área em todas as linhas de ação. Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/informes-anales/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

⁷ Relatório recebido via e-mail. Neste arquivo, estão sistematizados dados referentes às ações realizadas no período sobre a temática. (ARGENTINA, 2017).

Erradicar a Violência contra a Mulher (Convenção de Belém do Pará) e a Declaração e a Plataforma de Ação de Beijing.

Na Declaração de Beijing (ONU, 1995), os meios de comunicação são elencados como uma das doze áreas estratégicas para que o objetivo da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres seja alcançado.

No Capítulo J do documento, estão descritas algumas medidas que os governos, sistemas de comunicação nacionais e internacionais, assim como organizações não governamentais e associações de profissionais da mídia devem adotar para apresentar contribuições efetivas para o avanço das mulheres e da igualdade entre os gêneros. Entre essas medidas, pode-se citar a implementação de marcos regulatórios e políticas de comunicação, que incorporem, por exemplo, a perspectiva de gênero.

Nesse contexto, Rodal (2015) assinala que, quando os Estados assumem que alcançar a igualdade real é um objetivo que devem almejar, é preciso que essas nações construam políticas para garantir o acesso a recursos econômicos, simbólicos e culturais. Logo, é obrigação dos Estados promoverem políticas públicas para que a igualdade de gênero ocorra também nos meios de comunicação.

Posto isso, a experiência argentina se tornou um modelo para os países da América Latina, com a sanção de duas leis no ano de 2009: 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 Federal n. 26.485, de 11 de março de 2009) e a *Ley Federal n. 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual* (LFSCA), conhecida popularmente como *Ley de Medios*, em 10 de outubro de 2009. As duas leis foram sancionadas durante a presidência de Cristina Fernández de Kirchner, que governou a Argentina no período de 10 de dezembro de 2007 a 9 de dezembro de 2015.

Beltrán (1976) assinala que uma política nacional de comunicação pode ser compreendida como um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação, que estejam harmonizadas e que sejam coerentes com as leis direcionadas às instituições que atuam na condução do serviço de comunicação de um país.

Com a *Ley de Medios*, a Argentina instituiu, no ano de 2009, uma política de comunicação, com um novo marco regulatório. Uma norma que foi submetida a múltiplas instâncias de debates, com a participação de diversos atores sociais e aprovada por ampla maioria parlamentar e sancionada pelo Congresso Nacional, durante o segundo mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner.

Segundo Becerra (2015), a formação da então *Coalición por una Radiodifusión Democrática*⁸ vinha sendo gerenciada desde o final da ditadura militar, quando a sociedade civil já travava debates sobre a regulação midiática no país. A Argentina viveu sob regime militar de 1976 a 1983.

Em 2004, atores e atrizes se organizaram para constituir a *Coalición*, também acordaram uma plataforma que trazia os 21 pontos que as organizações ali representadas consideravam cruciais para uma mudança de paradigma regulatório no setor de comunicação no país. A decisão por “21 pontos” foi simbólica, pois, em 2004, completavam-se 21 anos da recuperação do regime constitucional da Argentina.

A então *Coalición por una Radiodifusión Democrática* representou, até 2008, uma força nesse debate, sendo que a partir desse ano, a discussão foi incorporada à agenda de governo, “*cuando el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner colocó la cuestión de los medios en el centro de su discurso*” (BECERRA, 2015, p.35), pois

el impulso dado por los 21 puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática permitió cristalizar veinticinco años de trabajo, iniciativas y experiencias desarrolladas por amplios sectores religiosos, sindicatos, profesionales, trabajadores, empresarios, políticos y académicos. Y generó la posibilidad elaborar un discurso superador de las confrontaciones reduccionistas y los intereses monopólicos del sector. (SEL, 2010, p.149).

Em meio a discussões intensas e polarizadas, 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. Um projeto que não se limitava ao campo político, pois sua base vinha das vozes conformadas em uma coalizão por uma comunicação democrática.

Em meio à tramitação do Projeto, foram realizados 24 fóruns participativos de consultas públicas em diferentes locais do país. Abertos à participação de toda a sociedade, mais de 10 mil se envolveram nesses espaços de

⁸ Formada em 2004, a *Coalición por una Radiodifusión Democrática* é composta por cerca de 300 organizações da sociedade civil, profissionais da mídia, sindicatos, universidades, entre outras, a qual construiu os 21 pontos nos quais apontavam-se as ações necessárias para construir uma mídia democrática. Segundo Coluccio (2017 apud NOGUEIRA, 2018), em 2004, quando os “21 puntos” foram lançados, a Coalizão se chamava *Coalición por una Radiodifusión Democrática*. No entanto, em 2009, com a apresentação do projeto de lei voltado para a Comunicação Audiovisual, que tem um sentido diferente de “radiodifusão”, a entidade, alinhada às novas perspectivas de discussão, passou a se chamar *Coalición por una Comunicación Democrática*.

discussão, dos quais surgiram cerca de 1.200 aportes. Além das contribuições originárias dos fóruns, os cidadãos e as cidadãs argentinas também podiam enviar sugestões diretamente pela página do *Comité Federal de Radiodifusión* (Comfer). Entre todos os aportes enviados, aproximadamente 120 se somaram ao projeto do Poder Executivo. (CHAHER, 2014; SEL, 2010).

Nesse contexto de ampla participação popular, Sel (2010) destaca a participação da então *Coalición*, por meio de suas organizações. Em contraponto, a autora destaca que os grandes grupos de comunicação participaram de poucos fóruns e deram pouca visibilidade ao debate nos veículos de comunicação.

Sobre a participação dos movimentos sociais, especialmente feministas, na concepção da *Ley de Medios*, destacaram-se aqueles nos quais se articulavam mulheres jornalistas em redes com visão de gênero e contra uma comunicação sexista, como a *Red Par*.

Nesse contexto, a sanção representou, então, uma vitória de distintos setores sociais. “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; RAMONET; SERRANO, 2013, p. 3).

Nesse ínterim, é necessário destacar que a sanção da *Ley de Medios* ocorreu em meio a um embate político entre a presidenta Cristina Fernández de Kirchner e proprietários dos meios de comunicação, entre eles, o Grupo *Clarín*. As grandes empresas de comunicação não queriam perder as concessões que foram regulamentadas durante a ditadura militar argentina, de 1976 a 1983. (RUBINI, 2013).

Em seu texto, a *Ley de Medios* objetivava a eliminação de monopólios midiáticos e fixava limites para a concentração, de forma que, por exemplo, a distribuição do espectro reconhecesse novos sujeitos e, ainda, de maneira que a fixação de níveis de produção nacional revertesse o quadro de centralização de conteúdo, assim como outras medidas lesivas aos interesses dos monopólios midiáticos. (SEL, 2010).

Sob o signo de uma vasta participação popular em toda a Argentina, representou, então, uma vitória de distintos setores sociais que lutavam pela ampliação do espaço midiático. A *Ley de Medios* definiu a comunicação audiovisual como uma atividade de interesse público, que é fundamental para o desenvolvimento sociocultural da população e essencial para o exercício do direito humano à comunicação. No art. 2º, há uma definição sobre a comunicação como uma atividade de interesse público.

ARTICULO 2º — Carácter y alcances de la definición. La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. (ARGENTINA, 2009).

A perspectiva do direito humano à comunicação aponta para uma comunicação enquanto um serviço/bem público, que seja diversa, plural e não discriminatória. Esse direito tem um marco histórico resguardado a partir da Declaração Universal de Direitos Humanos (DUDH),⁹ aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em 10 de dezembro de 1948. Como se pode observar no Ar. 19 da DUDH: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. (ONU, 1948).

Embora não dito expressamente no texto da DUDH, a liberdade de expressão, de ter opiniões, de receber, assim como de transmitir informações, abarca a complexidade do direito à comunicação, o qual vem sendo desdobrado ao longo das décadas em tratados e acordos internacionais, tais como: a Convenção Americana de Direitos Humanos, conhecida como Pacto de San José da Costa Rica;¹⁰ o Relatório MacBride, de 1983; a Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural¹¹ e a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais.¹²

⁹ Proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris, em 10 de dezembro de 1948, a Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH). Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

¹⁰ A Convenção Americana sobre Direitos Humanos, conhecida popularmente como Pacto de São José da Costa Rica. Documento assinado durante a Conferência Especializada Interamericana sobre Direitos Humanos, realizada em San José, Costa Rica, em 22 de novembro de 1969. Disponível em: http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

¹¹ Adotada pela Conferência Geral na Unesco em sua 31ª sessão, em 2 de novembro de 2001. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

¹² Adotada no dia 20 de outubro de 2005, durante a 33ª Conferência Geral da Unesco. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

Sobre este ponto, o Relatório MacBride assinala:

Prescindindo do fato de que a informação propriamente dita é um direito fundamental do homem, devidamente definido em vários instrumentos internacionais, é preciso analisar as atividades informativas do ponto de vista do seu apoio efetivo, ou da inexistência suposta de apoio a todos os outros direitos humanos. (UNESCO, 1983, p.306).

Segundo Peruzzo (2007), tradicionalmente, as abordagens teóricas apontavam o direito ao acesso à informação como direito à liberdade de expressão ou de informação simplesmente, concepção que também vinha sendo expressa nos ordenamentos jurídicos sobre o assunto, como observado no art. 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos e no art. 13 da Convenção Americana sobre Direitos Humanos. No entanto, a autora ressalta que é preciso considerar de forma mais ampla esse direito. Ou seja, o direito à comunicação abarca não apenas o direito de estar informado, mas de produzir informação, assim como de amparar os demais direitos humanos.

Logo, infere-se que o efetivo direito humano à comunicação, para ser exercido, necessita considerar a perspectiva de gênero na comunicação, que consistiria, em síntese, na adoção de medidas para que a mídia promova uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher. Dentre essas medidas, podem-se destacar as orientações contidas na Declaração e Plataforma de Beijing:

- a) elaborar, em medida compatível com a liberdade de expressão, diretrizes profissionais e códigos de conduta e outras formas de auto-regulação para promover a apresentação de imagens não estereotipadas das mulheres;
- b) estabelecer, em medida compatível com a liberdade de expressão, diretrizes profissionais e códigos de conduta que coíbam a apresentação de materiais de conteúdo violento, degradante ou pornográfico sobre as mulheres na mídia, inclusive na publicidade;
- c) desenvolver uma perspectiva de gênero em todas as questões de interesse para as comunidades, os consumidores e a sociedade civil;

d) aumentar a participação da mulher na tomada de decisões nos meios de comunicação em todos os níveis. (ONU, 1995, p. 234).

Como dito anteriormente, na Declaração de Beijing há o capítulo “A mulher e os meios de comunicação” (ONU, 1995, apêndice IV, p. 232), que traz objetivos estratégicos que visam, por exemplo, à melhoria do acesso das mulheres tanto aos meios de comunicação como a cargos de direção dos quais estas estiveram ausentes e, em consonância, fomentar a disseminação de uma imagem não estereotipada das mulheres.

Nesse contexto, os estudos de gênero são construídos a partir de um arcabouço complexo, com divergências e convergências teóricas. Para Scott (1989), a noção de gênero é social e historicamente construída, baseada numa dimensão mais ampla e articulada com a noção de poder, que tem duas partes e várias subpartes e que, embora ligadas entre si, deveriam ser analiticamente distintas.

A autora também destaca que parece não haver um único lugar no qual o gênero possa, confortavelmente ou finalmente, repousar. “E longe de estar resolvido, como uma vez eu pensei que estava, gênero é uma questão perpetuamente aberta: quando pensamos que foi resolvido, sabemos que estamos no caminho errado”. (SCOTT, 2012, p. 347).

Nesse contexto, no desenvolvimento desta pesquisa, optou-se por utilizar o conceito de gênero como ferramenta de análise para discorrer sobre o que seria a adoção de uma perspectiva de gênero, a partir das ações de comunicação da *Defensoría del Público*, e como elas podem atuar para a igualdade entre homens e mulheres. Dessa forma, o presente artigo não se debruça nas complexidades políticas e acadêmicas que abarcam o conceito de gênero.

Rodal (2015, p. 67) esclarece que, na investigação social, adotar uma perspectiva quer dizer considerar “el marco conceptual desde el que se aborda el análisis. Incluye desde la concepción de la ciencia a la definición del objeto de estudio”.

Dessa forma, adotar uma perspectiva de gênero é primordial para que se avance na garantia do direito humano à comunicação. É importante considerar essa construção social, que não é meramente binária e biológica, analisando o que tem de opressivo, discriminatório, tanto para as mulheres quanto para os homens nas representações geradas pela ordem patriarcal, fugindo dos estereótipos e rompendo essa estrutura preconceituosa e machista, para que se apresentem legislações, políticas e conteúdos que versem sobre os direitos humanos das mulheres.

A LFSCA, enquanto marco regulatório de comunicação na Argentina, traz a perspectiva de gênero na sua formulação. No art. 3º da Lei (popularmente 3M) no qual estão estabelecidos os objetivos que devem guiar os serviços de comunicação audiovisual e os conteúdos veiculados na Argentina, destaca-se o que versa sobre a promoção da igualdade entre homens e mulheres, evitando qualquer discriminação por gênero ou orientação sexual, conforme se verifica no artigo 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).

Também cabe destacar o artigo que trata dessa perspectiva no que se refere aos conteúdos veiculados pelos serviços audiovisuais na Argentina:

Artículo 70 – 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).

É possível, ainda, verificar que a *Ley de Medios* integra-se a outros instrumentos legais que versam sobre a igualdade de gênero, como a *Ley n. 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (2009)*, e dispõe em seu art. 71, por exemplo, que a produção, distribuição e transmissão de programas e publicidades devem estar em conformidade com a *Ley n. 26.485*.

Nesse contexto, é interessante ressaltar que, além de fazer referência a outros instrumentos legais que versam sobre direitos das mulheres, pessoas com deficiência, crianças e adolescentes, há referência a movimentos e organizações sociais que atuaram na construção da Lei, citando, por

exemplo, nas notas e comentários, a participação das organizações que contribuíram em cada ponto/artigo.

Para velar pelos valores da democracia e diversidade e para desconcentrar o espaço midiático na Argentina, cumprindo os objetivos da Lei, organismos de regulação, de fiscalização e de controle foram previstos e implementados, entre eles, 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*. (ARGENTINA, 2009).

Dos organismos criados pela LFSCA, o recorte é focado na *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Prevista no art. 19 da *Ley*, a *Defensoría* foi implementada em 14 de novembro de 2012¹³ e funciona como uma espécie de observatório, ouvidoria pública dos serviços de comunicação audiovisual da Argentina, que recebe reclamações e consultas e também trabalha numa perspectiva de educação em direitos e formação.

Nesse escopo, a *Defensoría* é responsável por receber e canalizar consultas, reclamações (reclamos) e denúncias dos públicos de rádio e de 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 a 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).

¹³Apesar de estar prevista na *Ley de Medios*, promulgada em 2009, de constar nos “21 puntos por una Comunicación Democrática” apresentados em 2004 e ainda no projeto de lei que foi enviado ao Congresso Nacional Argentino pela presidenta Cristina Fernández de Kirchner, a *Defensoría del Público* somente foi implementada em 2012 (14 de novembro de 2012), após a formação da então Comissão Bicameral da Câmara dos Deputados e do Senado da Nação.

Para alcançar a missão de promover, difundir e defender o direito a uma comunicação democrática, a *Defensoría* atua baseada em distintas linhas de ação para a defesa, promoção e difusão dos direitos das audiências dos serviços de comunicação audiovisual, sejam públicos, privados ou sem fins lucrativos, na Argentina.

São doze linhas de ação¹⁴ que guiam a atuação da DPSCA, das quais a pesquisa se interessa pelas ações da área de comunicação e gênero. Nela se desenvolve uma proposta de ação que incentiva o debate e a educação sobre comunicação e equidade de gênero no rádio e na televisão, com o objetivo de promover relações sociais com igualdade de direitos e oportunidades para todas as pessoas.

A seguir, serão apresentados alguns resultados, assim como considerações acerca da atuação da *Defensoría del Público* na área de comunicação e gênero.

3 PRINCIPAIS AÇÕES DA *DEFENSORÍA DEL PÚBLICO* FOCADAS EM COMUNICAÇÃO E GÊNERO

A partir de uma análise documental com abordagem qualitativa, foram identificadas algumas ações da *Defensoría del Público* voltadas à perspectiva de gênero na comunicação, entre elas, monitoramentos, recomendações, guias de orientação, bibliografias especializadas, guias de melhores práticas e propostas de formação, além da designação do ano de 2014 como “*Año de Lucha contra la Violencia Mediática y la Discriminación de Género en los Medios*”.

En cuatro años de trabajo, la Defensoría del Público desarrolló una tarea intensiva de capacitación para promover la equidad de género en la radio y la televisión y brindar herramientas que impulsaran tratamientos plurales y diversos en las representaciones sexo genéricas. (ARGENTINA, 2016, p. 37).

Com o lema *Comunicar en clave de géneros*, a linha de ação é pautada pelo entendimento de que quando se promove a equidade de gênero

¹⁴A partir dessas linhas de ação a *Defensoría del Público* desenvolve uma série de atividades focadas em: Infância, Juventude e Mídia; Comunicação e Gênero; Acompanhamento dos Meios de Comunicação Comunitários, Campesinos e de Povos Originários; Monitoramento de Programas Noticiosos de Canais da Cidade Autônoma de Buenos Aires; Boas Práticas e Experiências de Comunicação Audiovisual e Cidadania da Argentina; Formação Virtual; Produções Sonoras; Direito à Comunicação; Promoção; Publicidade; e Informe Radiofônico Jovem.

também se constroem relações sociais com igualdade de direitos e oportunidades para todas as pessoas. (COMUNICAR, [2016]).

A temática de *comunicación con clave de géneros* é trabalhada de forma transversal, pois não há um setor que trabalhe especificamente as questões de gênero. O que existe, a exemplo do que ocorre com as outras linhas de ação pautadas pela perspectiva da comunicação enquanto um direito humano, é a transversalidade do tema nas atividades realizadas pela DPSCA. Dessa forma, as temáticas perpassam diversas frentes de trabalho, inclusive dialogando entre si e realizando ações conjuntas.

Com uma perspectiva de direitos humanos, a *Defensoría del Público* tem desenvolvido ações para visibilizar a violência de gênero, como orientam tratados internacionais dos quais a Argentina é signatária, legislação nacional e, ainda, de acordo com o que exigem as audiências e os diferentes atores e atrizes sociais, ao efetuarem consultas e reclamações junto ao organismo.

A DPSCA recebe as demandas das audiências/público mediante denúncias, reclamações e consultas individuais, e ainda aquelas que chegam de forma coletiva, intermediadas por organizações, universidades, entre outras. Essas reivindicações chegam à *Defensoría* por meio dos canais disponibilizados, como o número 0800 e a plataforma disponível na página *web* da instituição, assim como durante as audiências públicas que percorrem o país e, ainda, a partir dos dados coletados nos monitoramentos de notícias.

A partir do que foi observado na análise documental, verifica-se a presença da temática de gênero, sendo recorrente que se reclame a *comunicación con clave de géneros*. Essas demandas são frequentes nas audiências e norteiam as atividades que a DPSCA realiza, com foco na igualdade entre os gêneros e no combate à violência simbólica contra mulheres e pessoas com identidades sexuais diversas.

A partir da análise do relatório¹⁵ de *Presentaciones de las audiencias de Argentina de noviembre de 2012 a julio de 2017*, é possível visualizar algumas demandas relacionadas à temática de *comunicación y géneros*. No período, foram 12.643 temáticas reclamadas, consultadas ou denunciadas pelas audiências, das quais 25,17% estão relacionadas com as representações ou os textos de mídia.

¹⁵ Este relatório foi enviado, via e-mail (mensagem eletrônica), pela equipe da *Defensoría*, juntamente com o *Plan de acción marzo 2013/ junio 2017 - Promoción de la equidad de género en la radio y la televisión*, descrito anteriormente. Embora o recorte temporal da pesquisa situa-se de 2012 e 2016, tais dados são apresentados de forma ilustrativa, com o objetivo de demonstrar, em números, o volume de demandas relacionadas a discursos lesivos às mulheres e à população LGBTI.

Do total de representações ou texto de mídia, mais de 50% referem-se a “discursos lesivos de diferentes identidades sociais”, o que corresponde a 1.670 casos, dos quais 64,7% são relacionadas à categoria *géneros*, como principal preocupação das audiências nesse segmento, totalizando 1.040 *presentaciones*.

Nesse universo de identidades sociais que as audiências consideram estigmatizadas ou discriminadas nos textos midiáticos, 731 dos casos estão relacionadas com *mujeres* e 309 referem-se à *población LGBTI*.

Outro filtro apresentado refere-se à representação de situações de violência contra as mulheres, que figuram com 55,81% do total de reivindicações, ou seja, 408 casos em que foram identificadas *las mujeres como identidades lesionadas por los textos audiovisuales*. Além disso, foram identificados 223 casos relacionando às mulheres, como sujeitos de *cosificación y/o sexualización*, e, ainda, 100 casos com referência à representação de mulheres *por situaciones de estigmatización*.

Já por meio do *Monitoreos de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires*, é possível realizar o acompanhamento do conteúdo noticioso que é veiculado nos serviços de comunicação audiovisual da capital da Argentina. São recolhidas informações quantitativas e qualitativas, a partir de uma amostragem de programação de notícias, tanto em canais públicos como privados.

Inferiu-se, a partir da análise documental, que não há um monitoramento específico quanto à questão da perspectiva de gênero, uma vez que, conforme ressaltado anteriormente, esse é um tema que é trabalhado de forma transversal, em diálogo com as demais linhas de ação. Assim, observou-se que, no monitoramento, são recolhidos dados sobre a veiculação da temática de gênero de forma mais ampla nos programas de notícias. Por exemplo, no Monitoramento de 2015, foram captadas 14.375 notícias, das quais foi possível verificar que a temática de gênero é apresentada, principalmente, como tópico secundário das notícias,¹⁶ e das 255 notícias identificadas com *género* como tópico secundário, em 80% delas as temáticas principais são *policiales* e *inseguridad*. Ou seja, de forma geral, identificou-se que quando o gênero é pauta, está prioritariamente relacionado à violência.

¹⁶ 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. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

Além das preocupações trazidas pelas audiências e pelos dados ilustrados com os monitoramentos, todas as ações da DPSCA estão alinhadas ao art. 3º da *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*, que traz, entre os objetivos da legislação, a garantia da proteção da igualdade entre homens e mulheres.

Las reiteradas denuncias de las audiencias por tratos violentos, cosificantes o estigmatizantes de las mujeres y la población LGBTTTIQ en los medios audiovisuales impulsaron un plan de acción para hacer frente a la violencia mediática y discriminación de género, de acuerdo con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (art. 3, inc. m). (ARGENTINA, 2016, p. 37).

Dessa forma, todo plano de trabalho desenvolvido para linha de ação *comunicación y géneros* está fundamentado nas demandas apresentadas pelas audiências, nas garantias previstas na LFSCA e, ainda, na articulação com outras instituições públicas e organizações sociais. Além disso, o debate sobre os estudos de gênero e toda complexidade que envolve o conceito também é feito na *Defensoría*, de forma contínua e constante, perpassando os diversos entendimentos teóricos acerca da temática, o que corrobora as ações realizadas nessa área.

Nessa senda, para *Comunicar en clave de géneros* a DPSCA desenvolveu uma tarefa pedagógica e dialógica, que tem caráter permanente e federal, para interpelar a cidadania comunicacional, o sistema educativo e os meios audiovisuais, por meio de ações de sensibilização, formação e capacitação, sustentadas em quatro objetivos:

Conocer los derechos comunicacionales de las audiencias de la radio y la televisión; Fomentar la reflexión sobre la equidad de géneros en los medios audiovisuales; Construir herramientas para el análisis crítico de esos medios con un enfoque de derechos; Brindar herramientas para inspirar la producción de buenas prácticas mediáticas con perspectiva de derechos. (ARGENTINA, 2016, p. 38).

O que se apresenta é uma proposta de trabalho que incentiva o debate e a educação sobre comunicação e equidade de gênero no rádio e na televisão, com o objetivo de promover relações sociais com igualdade de direitos e oportunidades para todas as pessoas.

Entre as ações realizadas na linha de *comunicación y géneros*, a *Defensoría* organiza concursos e ações temáticas, como a declaração do *Año de Lucha*

contra la Violencia Mediática y la Discriminación de Género en los Medios, além de propor ferramentas educativas sobre comunicação e gêneros, como guias, capacitações, recomendações.

Nesses quatro anos de atuação, também foram realizadas ações específicas relacionadas às denúncias trazidas pelas audiências, das quais destacamos o *Caso Resuelto – Cerveza Andes*,¹⁷, que diz respeito às mensagens discriminatórias contra as mulheres na publicidade intitulada, *Huracanes*,¹⁸ com o tema “¿Por qué los huracanes más devastadores tienen nombre de mujer?” (ARGENTINA, 2016).

Esta publicidade¹⁹ foi questionada pelas audiências em diversas ocasiões, e a DPSCA recebeu denúncias sobre a campanha televisiva da cervejaria Andes, da cidade de Mendoza. As alegações enfatizavam que a mensagem era discriminatória contra as mulheres, uma vez que comparava as atitudes delas ao saírem de um relacionamento, por exemplo, com *huracanes*, ou seja, com furacões, como descrito a seguir:

Uno de los reclamos indicaba que “la propaganda de cerveza Andes ‘Huracán Laura’ y ‘Huracán Marta’ promueve imágenes estereotipadas y sexistas de las mujeres [...], se pone al varón en lugar de víctima... y a la mujer, a la que no le da voz, en el lugar de la supuesta acaparadora y destructora”. La denuncia consideraba que “la campaña es reproducción de violencia de género” ya que “refuerza el estereotipo de la mujer devastadora, que quiere quedarse con todo (superficial y materialista) y construye un hombre que parece no entender qué es lo que ha sucedido, cómo ha llegado a la situación en la que se encuentra”. (ARGENTINA, 2016, p. 113).

Para manejar o atendimento à reivindicação apresentada pelas audiências, após analisar a campanha publicitária à luz das Leis n. 26.522 e n. 26.485 e identificar a violação de garantias previstas em ambas as legislações, a *Defensoría del Público* convocou um espaço de diálogo com os representantes da empresa Andes e com a agência desenvolvedora da campanha. O objetivo foi, inicialmente, informar sobre a série de denúncias recebidas, para que as mesmas fossem avaliadas em conjunto. (ARGENTINA, 2016).

¹⁷ Caso Resuelto – Cerveza Andes. Disponível em: <https://youtu.be/27ymLsp99Vw?list=PLqhtFgTpOtXYjWeKyNWpKgQHG6tsNcUG>. Acesso em: 20 jan. 2019.

¹⁸ Furacões, tormentas de vento.

¹⁹ A publicidade de cerveja foi veiculada em 2013, já o processo de recebimento das reclamações e a resolução do caso ocorreu no ano de 2014.

Após tomarem ciência das denúncias e serem conscientizadas de como mensagens desse tipo podem ser lesivas às mulheres, tanto a empresa quanto a agência se propuseram a publicar um “pedido de desculpas”, no qual eles também iriam esclarecer que não era verdade que os furacões mais devastadores da História teriam nomes femininos. (ARGENTINA, 2016).

Dessa forma, além de buscar a *Defensoría* para denunciar a campanha, algumas reclamantes também comentaram a resolução do caso.

Por esta razón había realizado el reclamo y expresó: “Me mantuvieron al tanto de las diferentes instancias de las gestiones y también de que finalmente la campaña se había resuelto sacar del aire”. Otra denunciante subrayó lo significativo que era cuando “una denuncia termina en un resultado real que es una disculpa”. Además agregó: “Para una cervecería tan tradicional de Mendoza salir en los dos diarios más importantes de Mendoza pidiendo disculpas es un gran logro”. (ARGENTINA, 2016, p.115).

Além do pedido de desculpas, a agência e a empresa decidiram retirar a publicidade do ar. Sobre este ponto, vale destacar que a sugestão da *Defensoría del Público* não é pela retirada de campanhas ou censura de conteúdos,²⁰ pois isso vai contra a tarefa pedagógica a que ela se propõe. A intenção é poder reparar, fazer com que os responsáveis por essas mensagens entendam a gravidade do que elas significam, visando a uma mudança cultural.

Ainda no âmbito dessa tarefa pedagógica, a *Defensoría* desenvolve várias ações na área de capacitação e formação. Dados do *Plan de acción marzo 2013 – junio 2017 – Promoción de la equidad de género en la radio y la televisión* (ARGENTINA, 2017), apontam que, até junho de 2017, foram realizadas 562 palestras e oficinas de sensibilização sobre a temática, com a participação de 17.725 pessoas.

Já referente ao *Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades*, de 2014 e 2016, foram formados(as) 170 profissionais e, por meio do *Diploma Superior de Comunicación y Género*, 74 pessoas foram capacitadas. (ARGENTINA, 2016).

²⁰ Tanto no site institucional da *Defensoría del Público*, como em seu canal no YouTube, é possível assistir ao resumo de alguns casos que foram resolvidos após a atuação do organismo frente às denúncias e aos questionamentos apresentados pelas audiências.

Além de preparar profissionais da comunicação, a DPSCA incentiva as audiências a produzirem conteúdos audiovisuais, como foi o caso do *Concurso de Videominuto Zoom a los Derechos*,²¹ realizado em 2015. Naquele ano, a DPSCA recebeu 114 projetos, advindos de 14 províncias (ou seja, estados) argentinas. (ARGENTINA, 2016). Foram premiadas²² 20 propostas que contemplavam a promoção de equidade de gênero enquanto direito no rádio e na televisão. Cada projeto ganhador recebeu um prêmio em dinheiro para realizar o *videominuto*.

Esas ideas formuladas en papel se transformaron en 20 producciones ciudadanas que proponen miradas, relatos y modos de apelar a las audiencias y a los medios de comunicación como constructores de realidades con enfoque de derechos. Los videominuto se emitieron en la Televisión Pública, en los canales universitarios integrantes de la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU) y se encuentran disponibles en la página web del organismo para ser utilizados con fines de promoción de derechos. (ARGENTINA, 2016, p. 42).

No ano de 2016, em continuidade ao projeto, foram realizadas as *Jornadas ZOOM a los Derechos: Buenas Prácticas en Comunicación y Género*, com o objetivo de trabalhar a incorporação da perspectiva de gênero a partir das 20 produções audiovisuais premiadas e produzidas no ano anterior. No total, foram 12 jornadas, com a participação de 780 pessoas. (ARGENTINA, 2016, p. 42-43).

A *Defensoría del Público* também possui diversos materiais informativos e orientativos sobre a temática de gênero e diversidade sexual, como: *Guía para el tratamiento periodístico 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*.

O *Guía para el tratamiento mediático responsable de casos de violencia contra las mujeres*²³ traz um decálogo²⁴ com recomendações,

²¹ *Concurso de Videominuto Zoom a los Derechos*. Disponível em: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/zoom-derechos>. Acesso em: 15 jan. 2017.

²² As propostas foram selecionadas por um corpo de jurados interdisciplinar.

²³ Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/guia-para-el-tratamiento-periodistico-responsable-de-identidades-de-generos-orientacion-sexual-e-intersexualidad/>. Acesso em: 12 abr. 2019.

²⁴ Há também uma versão resumida do Guia, que traz apenas as dez recomendações e ainda traduzida para o inglês. Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-el-tratamiento-responsable-de-la-violencia-contra-las-mujeres-en-los-medios-audiovisuales/>. Acesso em: 12 abr. 2019.

fundamentado com marcos normativos e teóricos, para o tratamento midiático responsável e respeitoso, quando casos relacionados à violência contra as mulheres estiverem em pauta. O guia foi elaborado com o apoio de mais de cem organizações da sociedade civil de 20 províncias, que participaram, durante os anos de 2014 e 2015, das 12 mesas de trabalho as *Buenas prácticas: Equidad de género en radio y televisión*. (ARGENTINA, 2016a).

Já o folheto com *Recomendaciones para el abordaje responsable de la violencia sexual hacia las mujeres en los medios audiovisuales* é um material introdutório, com conceitos básicos sobre o assunto, produzido durante o *Año de lucha contra la Violencia Mediática hacia las mujeres y la discriminación de género en los medios audiovisuales*, e distribuído para comunicadores(as), estudantes e professores(as).

Também foi desenvolvido um *Guía para el tratamiento periodístico responsable de identidades de géneros, orientación sexual e intersexualidad*, que é um decálogo de recomendações, com embasamento teórico e normativo, que incorpora vozes e responde às necessidades e preocupações expressas pelo público, pelas organizações LGTTTBIQ e por aqueles(as) que trabalham em serviços de comunicação audiovisual. As discussões que culminaram com a elaboração desse material também ocorreram nos anos de 2014 e 2015, durante a jornada intitulada *Buenas prácticas: Equidad de género en radio y televisión*. (ARGENTINA, 2016b).

Além das publicações próprias, há materiais especializados produzidos em parceria com organizações sociais, como o volume do livro: *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer*, publicado em agosto de 2014, que traz um apanhado da temática em Argentina, Brasil, Colômbia, México, Uruguai e Venezuela e, ainda, a segunda edição: *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: entre andares y retrocesos*, que ampliou a análise ao Equador, a El Salvador e ao Chile. A publicação especializada foi produzida pela *Asociación Civil Comunicación para la igualdad*, em parceria com a *Defensoría*.

Ainda neste arcabouço de ações realizadas pela DPSCA, cumpre destacar duas resoluções que versam sobre a temática de comunicação e gêneros: a *Resolución* n. 134/2015 e a *Resolución* n. 125/2016. Por meio desses documentos, a *Defensoría del Público* faz recomendações aos meios de comunicação audiovisuais.

Muitas foram as ações realizadas pela *Defensoría del Público*, no período analisado, frente à temática de comunicação e gênero. No relatório anual referente ao ano de 2014, que foi marcado como de luta contra a violência

midiática e a discriminação de gênero nos meios, há um apanhado geral das muitas ações realizadas nesse marco simbólico, assim como nos demais informes é possível verificar várias ações que transitam nessa temática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O entendimento de que a comunicação é um direito humano perpassa pela necessidade de construir marcos regulatórios que garantam a pluralidade de vozes, a diversidade de conteúdo e a não concentração midiática, assim como a implementação de políticas públicas que efetivem essas garantias.

Quando miramos a *Defensoría del Público*, temos uma política de comunicação prevista num marco regulatório, cuja finalidade é buscar garantir o direito da audiência de reclamar, denunciar os conteúdos produzidos e veiculados pelos meios de comunicação que violem direitos humanos e que, além disso, têm no seu escopo de atuação a comunicação com perspectiva de gênero.

A incorporação de uma perspectiva de gênero na comunicação traz elementos para que se progrida no acesso ao direito humano à comunicação, a fim de que ela seja plural, diversa e não discriminatória. Por isso, é primordial que se avance na garantia do direito à comunicação, uma vez que os meios de comunicação são imbuídos do papel de principais mediadores do debate público e que influenciam diretamente a construção do imaginário social sobre diversas questões, de modo que não podem se omitir de cumprir essa responsabilidade, veiculando, por exemplo, conteúdos lesivos e discriminatórios às mulheres.

Nesse contexto, a *Defensoría del Público* atua de forma condizente com suas atribuições institucionais previstas na *Ley de Medios* e avança no entendimento de que o acesso à comunicação diversa, plural e não discriminatória é um direito e que tal garantia está alinhada à perspectiva de gênero.

Por meio da tarefa pedagógica que desenvolve, a DPSCA entende que a construção de uma política cultural, que busque a transformação nas representações e no tratamento midiático das desigualdades de gênero, é um passo rumo ao desmantelamento das diferenças socioculturais mais profundas.

Conforme verificado em algumas das ações descritas neste artigo, assim como nos resultados de algumas delas, são reconhecidas para além do território argentino. A atuação da *Defensoría del Público* é reconhecida nacional e internacionalmente por organizações de direitos humanos, de comunicação, de sindicalismo, de direito, de educação, de povos

originários e das audiências, assim como apontam a necessidade de continuidade e ampliação do organismo. Em 2017, a Organização de Estados Americanos (OEA) concedeu à DPSCA o “Prêmio Interamericano de Inovação para Gestão Pública,”²⁵ devido ao trabalho que a Instituição desenvolve para a promoção da igualdade de gênero no rádio e na televisão.

Nesse sentido, a pesquisa apontou que a *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual* atua no combate à reprodução de discursos discriminatórios e lesivos às mulheres e às pessoas com identidade de gênero diversa nos meios de comunicação audiovisual, além de desenvolver ações de educação em direito, ao promover concursos, guias e manuais sobre a temática.

Por fim, ao conhecer a experiência argentina nessa área, foi possível vislumbrar o potencial que a *Defensoría* tem enquanto ferramenta que se soma aos esforços diversos e às lutas travadas ao longo das décadas pela sociedade civil organizada, em prol de comunicação democrática e mais ainda que esteja imbricada à perspectiva de gênero, de forma a contribuir para a igualdade entre os gêneros.

REFERÊNCIAS

ALAIC. *V Escuela de Verano de ALAIC: una experiencia intensa y enriquecedora*. 2018. Disponível em: <https://www.alaic.org/site/v-escuela-de-verano-de-alaic-una-experiencia-intensa-y-enriquecedora/>. Acesso em: 18 maio 2018.

ARGENTINA. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Libro de gestión mandato fundacional 2012-2016*. Buenos Aires: Eudeba, 2016. Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2017/05/Informe-2012-2016.pdf>. Acesso em: 9 jan. 2017.

ARGENTINA. Defensoría del Público. *Informes anuales*. [2017?]. Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/informes-anales>. Acesso em: 20 jun. 2018.

²⁵ O Prêmio é uma iniciativa do Departamento para Gestão Pública Efetiva da OEA, com o objetivo de reconhecer, incentivar, sistematizar e promover inovações que a gestão pública vem realizando na região, com o intuito de contribuir para que as instituições públicas sejam cada vez mais transparentes, efetivas e tenham mecanismos de participação cidadão.

ARGENTINA. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Informes Anuales: Primer informe de gestión, año 2013*. Buenos Aires: Eudeba, 2013. Disponible em: http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/anuario_2013.pdf. Acceso em: 9 jan. 2017.

ARGENTINA. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Informes Anuales: segundo informe de gestión, año 2014*. Buenos Aires: Eudeba, 2014. Disponible em: http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/anuario_2014.pdf. Acceso em: 9 jan. 2017.

ARGENTINA. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Informes anuales: tercer informe de gestión, año 2015*. Buenos Aires: Eudeba, 2015. Disponible em: http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/anuario_2015.pdf. Acceso em: 10 out. 2016.

ARGENTINA. *Guía para el tratamiento mediático responsable de casos de violencia contra las mujeres*. Buenos Aires: Defensoría del Público, 2016a.

ARGENTINA. *Guía para el tratamiento periodístico responsable de identidades de géneros, orientación sexual e intersexualidad*. Buenos Aires: Defensoría del Público, 2016b.

ARGENTINA. *Ley n. 26.522, de 10 de outubro de 2009*. Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. Buenos Aires: infoLEG, 2009. Disponible em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>. Acceso em: 3 out. 2016.

ARGENTINA. *Ley n. 26.485 de 11 de março de 2009*. Ley de Protección Integral a las Mujeres. Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Buenos Aires, 2009. Disponible em: https://www.oas.org/dil/esp/Ley_de_Proteccion_Integral_de_Mujeres_Argentina.pdf. Acceso em: 3 jun. 2017.

ARGENTINA. *Plan de acción marzo 2013 – junio 2017: promoción de la equidad de género en la radio y la televisión*. Buenos Aires: Defensoría del Público, 2017.

BECERRA, M. *De la concentración a la convergencia: Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 2015.

BELTRÁN, L. R. Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros passos. *Nueva Sociedad*, n. 25, jul./ago. p. 4-34.1976.

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

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

COLUCCIO, Romina. *Coordinación de reunión*. Destinatário: Rose Dayanne Santana. [S. l.], 29 ago. 2017. 1 mensagem eletrônica.

COMISSÃO INTERAMERICANA DE DIREITOS HUMANOS (CIDH). *Convenção americana sobre direitos humanos*: documento assinado durante a Conferência Especializada Interamericana sobre Direitos Humanos. 1969. Disponível em: http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

COMUNICAR en clave de genero. *Defensoria del publico*, [2016]. Disponível em: <https://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/comunicacion-y-generos/>. Acesso em: 12 abr. 2019.

DECLARAÇÃO Universal dos direitos humanos [DUDH]. Rio de Janeiro: Unic, 2009. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2019.

MASTRINI, Guillermo; LORETI, Damián. Políticas de comunicación: un déficit de la democracia. In: SEL, Susana (org). *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2009. p. 59-70.

MORAES, Dênis. *Crítica da mídia & hegemonia cultural*. Rio de Janeiro: Mauad X; Rio de Janeiro: Faperj, 2016.

MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Faperj, 2013.

NOGUEIRA, Rose Dayanne Santana. *Comunicar con clave de género: uma análise das ações da defensoría del público de servicios de comunicación audiovisual para igualdad na Argentina*. Orientador: Cynthia Mara Miranda. 2018. 214f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Palmas-TO, 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS(ONU). *Declaração e plataforma de ação da IV conferência mundial sobre a mulher*. 1995. Disponível em:

http://www.unfpa.org.br/Arquivos/declaracao_beijing.pdf. Acesso em: 20 abr. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Adotada e proclamada pela Resolução 217 a (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Paris, 1948. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>. Acesso em: 26 dez. 2016.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Lumina*, Juiz de Fora, v.1, n.1, 2007, jun., p. 1-29. Disponível em: <https://lumina.ufff.emnuvens.com.br/lumina/article/view/201/196>. Acesso em: 25 fev. 2017.

POSTOLSKY, Glenn. Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las Políticas de Comunicación en Argentina. In: SEL, Susane (org.). *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2010.p. 135-150. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20120416043155/pcomun.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2018.

RODAL, Asunción Bernárdez. *Mujeres en medio(s): propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid: Editorial Fundamentos, 2015.

RUBINI, C. I. El caso de la Defensoría del Público Argentina en el contexto de observatorios de América Latina. *Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, Buenos Aires, v. 1, n. 40, 2013. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/revph/article/viewFile/15018/11212> . Acesso em: 15 abr. 2019.

SEL, Susana. Actores sociales y espacio público: disputas por la ley de servicios de comunicación audiovisual en Argentina. In: SEL, Susane (org.). *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, 2010. p. 183-209. Disponível em: https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/libro_por_programa_detalle.php?id_libro=508&campo=programa&texto=5. Acesso em: 11 jun. 2018.

SCOTT, J. W. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. Texto traduzido por Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. 1989. Disponível em: <http://www.observem.com/upload/935db796164ce35091c80e10df659a66.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2018.

SCOTT, J. W. *Usos e abusos do gênero*. Tradução de Ana Carolina E. C. Soares. *Projeto História*, São Paulo, n. 45, p. 327-351, 2012.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. *Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TRATAMIENTO respetuoso de la violencia contra las mujeres en los medios audiovisuales. [201-?]. Disponível em: <http://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-el-tratamiento-responsable-de-la-violencia-contra-las-mujeres-en-los-medios-audiovisuales/> . Acesso em: 17 jan. 2019.

UNESCO. *Um mundo, muitas vozes: comunicação e informação na nossa época*. Rio de Janeiro: FGV, 1983.