

### Contexto político

Os meios de comunicação social desempenham um papel vital na formação de opiniões, atitudes e preconceitos de uma determinada sociedade. As mulheres são produtoras e consumidoras, e são também parte dos conteúdos dos meios de comunicação social. Os conteúdos dos meios de comunicação social nem sempre são «sensíveis ao género», podendo transmitir imagens degradantes das mulheres e perpetuar papéis de género, estereótipos de género e normas sociais que reforçam papéis tradicionais e estereótipos de género. A imposição e crescente uso da tecnologia digital e as novas formas de comunicação complicaram ainda mais a relação entre os papéis das mulheres nos meios de comunicação social e a forma como produtores, consumidores e conteúdos se relacionam com elas. As formas tradicionais dos meios de comunicação social têm vindo a ser consumidas noutros moldes, incluindo a existência de novos meios para interagir com o *feedback* do público.

### Conclusões do Conselho da União Europeia (junho de 2013)

- Marcam um desenvolvimento significativo nesta área.
- Exortam a novas iniciativas voluntárias por parte de organizações do setor da comunicação social com o objetivo de promover a igualdade de género.
- Sugerem a implementação, por exemplo, de práticas de recrutamento com base em critérios formulados com neutralidade, transparência e clareza, de uma cultura organizacional favorável ao emprego, de políticas que permitam um maior equilíbrio entre a vida profissional e familiar e uma gestão sensível às questões de género.

### Diretiva «Serviços de comunicação social audiovisual» (2010/13/UE)

- Proíbe o incitamento ao ódio fundado na raça, no sexo, na religião ou na nacionalidade.
- Exorta os Estados-Membros a assegurarem, através dos meios adequados, que os serviços de comunicação social audiovisual prestados por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição não contenham qualquer incitamento ao ódio com base na raça, no sexo, na religião ou na nacionalidade.

### Iniciativas da UE para combater a discriminação e os estereótipos de género nos meios de comunicação social

- Relatório da Comissão FEMM (Parlamento Europeu) sobre a eliminação dos estereótipos de género na UE
- Parecer do Comité Consultivo para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens (Comissão Europeia) sobre a ação: pôr fim aos estereótipos de género nos meios de comunicação social.
- Quadro de ações no âmbito da igualdade de género da Comissão para o Diálogo Social Setorial — Audiovisual (Comité Económico e Social Europeu) e *kit* de ferramentas aplicáveis às boas práticas em matéria de ações para a igualdade de género nos órgãos de comunicação social audiovisual.

### Os objetivos estratégicos da

- J.1.** Aumentar a participação e o acesso das mulheres ao processo de tomada de decisão e à expressão nos meios de comunicação social e novas tecnologias de comunicação e através destes.
- J.2.** Promover uma imagem equilibrada e não estereotipada das mulheres nos meios de comunicação social.

### Plataforma de Ação de Pequim e os indicadores da UE

Durante a Presidência irlandesa do Conselho da UE em 2013, foram aprovados indicadores que permitem avaliar a quota de mulheres e homens em cargos e conselhos de administração com responsabilidades de decisão, bem como um indicador de avaliação das políticas de promoção da igualdade de género nas organizações do setor da comunicação social. No verão de 2012, procedeu-se a uma recolha de dados comparáveis à escala da UE relativos à representação das mulheres nos processos decisórios no seio das organizações públicas e privadas do setor da comunicação social. O estudo não abordou a área bem mais complexa do potencial impacto da participação das mulheres em posições de controlo editorial sobre conteúdos dos meios de comunicação social sensíveis às questões de género.



## Conclusões baseadas em dados à escala da UE

### Mulheres sub-representadas na gestão das organizações do setor da comunicação social

Ao longo de duas décadas, registou-se um aumento do emprego das mulheres no setor da comunicação social, atingindo, em 2011, quase metade (44%) da força de trabalho no referido setor. A nível da UE, as mulheres representavam o maior grupo (68%) de licenciados em cursos de jornalismo e de informação em 2011.

Ao mesmo tempo, as mulheres nas organizações do setor da comunicação social ocupam cargos que exercem uma influência limitada sobre os conteúdos e a estratégia das organizações. A nível da UE, poucas mulheres (32%) ocupam posições de topo nas organizações do setor da comunicação social. O efeito «teto de vidro» reflete a diminuição da proporção de mulheres de acordo com o nível de antiguidade no cargo: as mulheres representavam 21% dos diretores gerais administrativos da UE e 16% dos diretores-gerais executivos. O conjunto de postos de trabalho a este nível é relativamente pequeno, mas a ausência de mulheres é motivo de preocupação, uma vez que se trata das funções que geralmente têm maior influência na estratégia e nos conteúdos dos meios de comunicação social.

A representação das mulheres nas organizações, públicas e privadas, do setor da comunicação social apresenta diferenças: embora no geral, em 2012, as mulheres representassem 35% dos cargos de direção dos órgãos de comunicação social públicos, o valor era de 29% no caso das organizações privadas do setor da comunicação social.

### As mulheres estão sub-representadas nos conselhos de administração das organizações do setor da comunicação social na UE

A representação das mulheres nos conselhos de administração das organizações do setor da comunicação social na

UE situava-se em 26% em 2012, ligeiramente abaixo do valor da representação nos cargos diretivos de topo (33%). Em média, 29% dos membros dos conselhos de administração das organizações públicas do setor da comunicação social eram mulheres, comparativamente a 22% nos conselhos de administração das organizações privadas do mesmo setor.

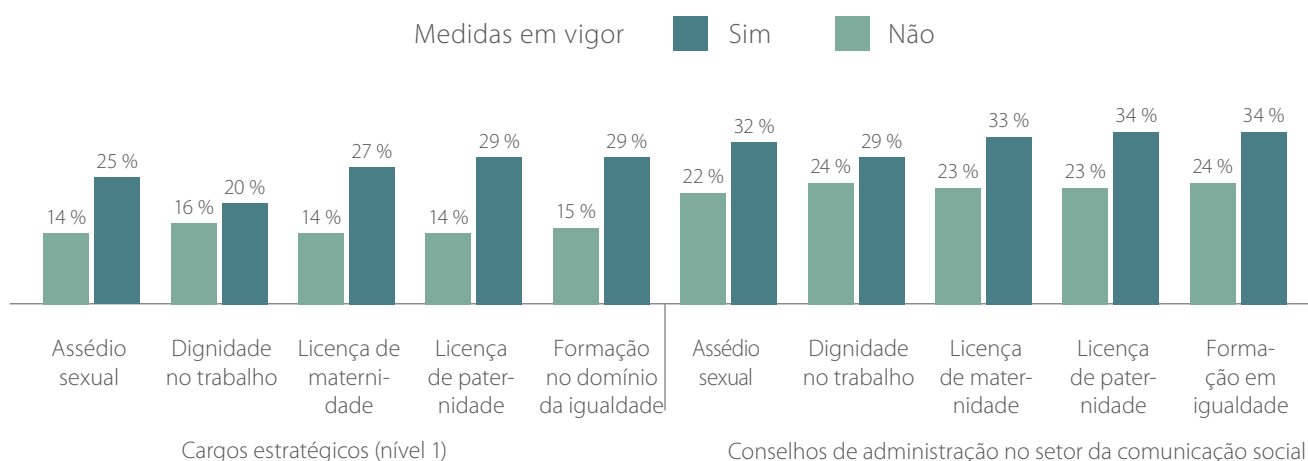
### Segregação de género generalizada, horizontal e vertical, nas organizações do setor da comunicação social

De acordo com o estudo feito pela *The International Women's Media Foundation* (Fundação Internacional para as Mulheres na Comunicação Social) em 2011, a sub-representação das mulheres jornalistas é significativa em determinados domínios, por exemplo, na governação, produção e *design*, e cargos técnicos. Ao mesmo tempo, esta sub-representação contrasta com a sobrerrepresentação das mulheres noutros domínios da comunicação social. Outro exemplo da segregação de género nos meios de comunicação social é o prestígio geralmente mais elevado concedido aos meios de comunicação social nos quais os homens dominam, como os grandes jornais, em comparação com revistas, em que as mulheres estão mais fortemente representadas.

### Políticas e medidas podem fortalecer a igualdade de género no seio das organizações do setor da comunicação social

As razões para a concentração das mulheres em posições de menor autoridade nas organizações são complexas - não só em relação aos meios de comunicação social, como também nas esferas política, económica e outras. Em 2012, apenas uma pequena minoria das organizações do setor da comunicação social estudadas (36%) praticava políticas de igualdade de género e igualdade de oportunidades, ou aplicava medidas práticas com vista à promoção da igualdade de género, como, por exemplo, a implementação de políticas de igualdade e de mecanismos de acompanhamento da sua efetiva implementação. Um quarto dessas organizações adotou uma política de igualdade de género

### PERCENTAGENS DE MULHERES EM CARGOS QUE ENVOLVEM TOMADA DE DECISÃO DE ACORDO COM A EXISTÊNCIA, OU NÃO, DE DIFERENTES POLÍTICAS DE IGUALDADE DE GÉNERO, 2012



Fonte: EIGE, Advancing gender equality in decision-making in media organisations, 2013 (Promover a igualdade de género em cargos de responsabilidade no setor da comunicação social, 2013).



ou um código de conduta, e um quinto havia adotado uma política de diversidade e de igualdade de oportunidades. Poucas organizações do setor da comunicação social referiram dispor de mecanismos para implementar e acompanhar os compromissos em matéria de igualdade de género.

As organizações do setor da comunicação social na UE tendem a adotar ligeiramente menos medidas práticas para a promoção da igualdade de género (33%) do que códigos de conduta gerais em matéria de igualdade de género e mecanismos de acompanhamento (36%). As percentagens referidas em mais «medidas práticas» tomadas foram as seguintes (por ordem decrescente): política sobre o assédio sexual, 23%; política sobre dignidade no trabalho, 18%; política de licenças de maternidade, 17%; política de licenças de paternidade, 16%; formação do pessoal com vista à sensibilização para a igualdade, 8%; formação sobre liderança destinada às mulheres, 6%; conselheiros em matéria de assédio, 4%; e lugares de estágio para as mulheres. As medidas parecem estar fortemente associadas a uma representação mais elevada de mulheres em cargos estratégicos (nível 1) e nos conselhos de administração das organizações do setor da comunicação social.

A existência de qualquer uma destas medidas nas organizações do setor da comunicação social pode ser benéfica para promover a ocupação de cargos de responsabilidade

por mulheres. As organizações da comunicação social que implementaram políticas ou medidas em prol da igualdade de género tendiam a registar uma percentagem mais elevada de mulheres em cargos estratégicos.

### **ONG e parceiros sociais cooperam com os governos na promoção de mulheres a cargos de liderança nos meios de comunicação social**

Parceiros sociais e organizações da sociedade civil, especialmente organizações de mulheres, têm tido uma intervenção ativa no apoio aos progressos relativos à situação das mulheres no mundo laboral, incluindo no setor da comunicação social. Muitos sindicatos têm funcionários ou conselhos que se ocupam das questões de igualdade ou das mulheres, em particular. Existem também sindicatos específicos para as mulheres profissionais do setor da comunicação social, como a Associação Romena de Mulheres Jornalistas e Mulheres do Reino Unido no Cinema e Televisão. Além disso, existe uma série de outras organizações da sociedade civil que se dedicam à relação entre as mulheres e os meios de comunicação social. O Grupo de Interesse «Mulheres Europeias» acompanha as políticas sobre as mulheres e os meios de comunicação social, organiza formação para jornalistas e desempenha um papel na recolha de dados à escala europeia sobre os estereótipos de género, sexismo e violência nos meios de comunicação social.

## **Resultados do trabalho do EIGE sobre boas práticas**

### **Plano para a Igualdade de Género no Serviço Nacional de Radiodifusão Austríaco (Österreichischer Rundfunk, ORF), Áustria**

Em 2011, o Serviço Nacional de Radiodifusão Austríaco, ORF, realizou uma investigação sobre a situação das mulheres na sua organização, que revelou um desequilíbrio entre mulheres e homens. Apesar de as mulheres representarem 42% dos seus efetivos, estão concentradas na implementação de programas e não em cargos técnicos. Elas estão extremamente mal representadas nos quadros superiores, representando apenas 11% dos diretores e diretoras de estudos regionais e 22% dos chefes de departamento na sede. Não há mulheres no Conselho de Administração. No entanto, elas representam dois terços dos empregados(as) a tempo parcial. Para remediar esta situação, o ORF introduziu em 2012 um plano para a igualdade de género por um período de seis anos. O plano visa promover a igualdade entre de género e as carreiras das mulheres, eliminar as discriminações existentes, ajudar a conciliar vida profissional e familiar para homens e mulheres, conseguir uma presença de 45% de mulheres em áreas onde estão sub-representadas e aumentar a percentagem de mulheres em profissões técnicas. A Comissão para a Igualdade do Género, o Comité Central da Empresa e a globalidade dos assalariados supervisionam e discutem, todos os anos, a aplicação do plano. Os primeiros resultados são encorajadores, já que o número de mulheres em cargos mais bem remunerados passou de 26,2% em 2011 para 27,7% em 2012.

### **Base de dados especializada KVINFO, Dinamarca**

Em 1997, o Centro Dinamarquês de Informação sobre o Género, a Igualdade e a Diversidade (KVINFO), lançou a sua base de dados de peritas em linha para melhorar a visibilidade das mulheres nos meios de comunicação e melhorar o seu acesso a cargos mais importantes neste setor. A base de dados repertoria hoje cerca de 1 200 mulheres de todas as origens, incluindo cientistas e pesquisadoras, mulheres de negócios e executivas, políticas ou jornalistas e personalidades das artes e da cultura. Apesar de as mulheres estarem muito presentes nos meios de comunicação dinamarqueses e ocuparem lugares de relevo como apresentadoras de telejornais, repórteres de guerra e diretoras-executivas de canais de *media*, existe pouca discussão pública sobre o assunto. Embora as mulheres dinamarquesas estejam entre os mais instruídas no mundo, 72% dos peritos que apareceram nos *media* em 2010 foram homens.

A base de dados contém nomes de jornalistas, de empregadoras e organizadoras de conferências e tem um motor de busca convivial e fácil de utilizar para encontrar especialistas com qualificações e habilidades específicas em diversos campos (ciências, negócios, política, cultura, artes). Deste modo, as mulheres peritas e especialistas ganham visibilidade junto dos jornalistas, aumentando a sua influência nos meios de comunicação social.



## PROGRESSOS E OBSTÁCULOS NA ÁREA J: AS MULHERES E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PROGRESSOS	OBSTÁCULOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• As mulheres na UE estão bem representadas em cursos relacionados com o setor da comunicação social.</li> <li>• As mulheres realizaram progressos no acesso às profissões do setor da comunicação social.</li> <li>• Algumas organizações do setor da comunicação social (principalmente do setor público) desenvolveram mecanismos de igualdade de género favoráveis ao emprego das mulheres neste setor.</li> <li>• As mulheres tiveram maior sucesso em alcançar posições de topo no setor da comunicação social nos Estados-Membros do leste e do norte da UE.</li> <li>• Estão a ser introduzidas práticas reguladoras voluntárias em alguns Estados-Membros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As mulheres estão sub-representadas em cargos de topo com maior influência sobretudo a nível dos conteúdos editoriais.</li> <li>• Não existiam políticas/mecanismos de acompanhamento em matéria de igualdade de género em todos os órgãos de comunicação social da UE em 2012.</li> <li>• O «teto de vidro» na indústria da comunicação poderá contribuir para a disparidade salarial e segregação vertical com base no género.</li> <li>• Atualmente não é possível avaliar a forma como as mulheres e os homens são representados nos conteúdos da comunicação social.</li> <li>• São insuficientes as informações disponíveis sobre a situação das mulheres em alguns setores da comunicação social (por exemplo, comunicação social digital, publicidade, cinema e publicações).</li> </ul>

## O caminho a seguir na UE

- Combater as persistentes dificuldades de progressão na carreira, o chamado «teto de vidro», no setor da comunicação social a fim de aumentar a participação das mulheres em cargos com responsabilidade de direção e cargos decisórios de topo e como membros dos conselhos de administração.
- Complementar as medidas voluntárias adotadas pelo setor da comunicação social com medidas políticas de apoio à transformação do setor e dos seus conteúdos.
- Combater a disparidade salarial e a segregação vertical com base no género através da implementação de ações específicas.
- Reconhecer as graves consequências dos estereótipos de género produzidos por conteúdos dos meios de comunicação social.
- Avaliar de que forma homens e mulheres estão representados/as nos meios de comunicação social.
- Combater os estereótipos existentes nos conteúdos dos meios de comunicação social, protegendo simultaneamente a liberdade de expressão.

### MISSING TRANSLATIONS

## Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE)

Das Europäische Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE) ist das EU-Kompetenzzentrum für Gleichstellungsfragen. Das EIGE unterstützt politische Entscheidungsträger und alle relevanten Einrichtungen in ihren Bemühungen zur Verwirklichung der Gleichstellung von Frauen und Männern in Europa und darüber hinaus, indem es spezifisches Fachwissen sowie verlässliche und vergleichbare Daten zur Gleichstellung in Europa bereitstellt.





Weitere Informationen: <http://eige.europa.eu>

Das Ressourcen- und Dokumentationszentrum (RDC) des Europäischen Instituts für Gleichstellungsfragen (EIGE) ist ein innovatives und praktisches Instrument, das dabei hilft, wichtige Ressourcen zur Geschlechtergleichstellung zu finden, den Austausch von Wissen unter den an der Gleichstellungspolitik und -praxis interessierten Personen erleichtert und einen Online-Bereich für Diskussionen und Debatten bietet.

Weitere Informationen: <http://eige.europa.eu/content/rdc>



**Kontakt:**  
Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen  
Gedimino pr. 16, LT-01103 Vilnius, LITAUEN  
Tel. +370 521574-44/00

[facebook.com/eige.europa.eu](https://facebook.com/eige.europa.eu)   
[twitter.com/eurogender](https://twitter.com/eurogender)   
[youtube.com/eurogender](https://youtube.com/eurogender)   
<https://eurogender.eige.europa.eu> 

ISBN 978-92-9493-275-4  
doi:10.2839/207576  
MH-04-15-022-PT-N