

ARTICLE 19

# GÊNERO & MÍDIA

“  
UM OLHAR DE  
GÊNERO PARA  
O AMBIENTE DE  
MÍDIA BRASILEIRO”

APLICAÇÃO DOS INDICADORES DE  
EQUIDADE DE GÊNERO PARA MÍDIA  
DA UNESCO

**FICHA TÉCNICA**

*Realização*

**ARTIGO 19**

*Equipe*

**Ana Laura Lobato**

**Júlia Lima**

**Thiago Firbida**

*Supervisão e Revisão*

**Paula Martins**

*Diagramação e arte*

**MOOA Estúdio**

## **SUMÁRIO**

<b>1</b>	<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>04</b>
<b>2</b>	<b>CONTEXTO BRASILEIRO</b>	<b>06</b>
<b>3</b>	<b>OS INDICADORES SENSÍVEIS À GÊNERO DA UNESCO</b>	<b>08</b>
<b>4</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>PESQUISA</b>	<b>15</b>
<b>6</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>24</b>
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES GERAIS</b>	<b>38</b>
<b>8</b>	<b>INICIATIVAS BRASILEIRAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO</b>	<b>41</b>
<b>9</b>	<b>RECOMENDAÇÕES</b>	<b>44</b>

# 1 Apresentação

**A ARTIGO 19** é uma organização internacional de direitos humanos que atua na defesa e promoção do direito à liberdade de expressão e acesso à informação há trinta anos. Desde 2011, acompanha violações sofridas por comunicadores em decorrência do seu exercício profissional ou ativismo no Brasil. Com esse trabalho tem buscado compreender e desenvolver maneiras de combater as dificuldades e desafios para a efetivação da liberdade de expressão desses profissionais no país. As estratégias desse trabalho se dão sobretudo por meio de quatro linhas de ação: monitoramento, capacitação, mobilização e incidência política.

Ao longo desses anos de trabalho, a organização tem buscado introduzir cada vez mais um olhar de gênero em suas ações, por exemplo, tentando compreender especificamente as violações de gênero sofridas por mulheres comunicadoras.

Nesta oportunidade, com o apoio da UNESCO, realizamos um estudo sobre a participação das mulheres nos meios de comunicação brasileiros, tendo em vista que uma comunicação democrática e plural não pode prescindir de uma participação equânime de homens e mulheres.

Além disso, o esforço de lançar um olhar com perspectiva de gênero para o interior das instituições de mídia brasileiras também permite compreender as razões pelas quais as graves violações de direitos humanos acometem jornalistas homens e mulheres de modo diferenciado. Enquanto os homens estão mais expostos à agência de sujeitos externos ao ambiente das redações, as mulheres têm suas situações de violência, assédio e discriminação invisibilizadas pela característica naturalização das violências de gênero próprias da sociedade brasileira e muitas vezes reproduzida na cultura organizacional das empresas.

Os indicadores de sensibilidade de gênero para a mídia da UNESCO foram utilizados como forma de avaliação do contexto em que operam os veículos de mídia, com foco na participação de mulheres em diferentes posições das estruturas institucionais, bem como na adaptação dessas estruturas para questões específicas de gênero, facilitando assim a inclusão de profissionais do sexo feminino nessas instituições.

Os indicadores são detalhados e organizados em várias dimensões da estrutura organizacional, pressupondo a existência de uma política institucional clara de promoção da igualdade de gênero. Infelizmente, no contexto brasileiro não existem políticas desta natureza enraizadas nos princípios das organizações do setor. Ainda assim, a aplicação dos indicadores aponta para as barreiras de uma política dessa natureza, bem como as particularidades do contexto brasileiro por meio das quais possam ser pensadas ações específicas para promover a igualdade de gênero nos ambientes de mídia.

Além das entrevistas com veículos de comunicação, o desenvolvimento do estudo também incluiu um processo de consulta para discussão prévia dos resultados obtidos após a aplicação dos indicadores com representantes de organizações que atuam com questões de gênero e de mídia, além de jornalistas mulheres. A partir daí, um conjunto de percepções sobre os resultados e, principalmente, recomendações sobre os desdobramentos deste estudo foram levantadas.

Os resultados do estudo estão organizados segundo os eixos temáticos principais dos indicadores: Posições de Tomada de Decisão, Local e Condições de Trabalho, Ambiente Seguro, Remuneração, Equilíbrio Entre Vida Pessoal e Trabalho e Mecanismos e Princípios Institucionais. Ao final, o estudo apresenta algumas considerações conclusivas, com breves sinalizações analíticas e recomendações de encaminhamento dirigidas a diferentes atores que podem contribuir para aprimoramento das políticas de igualdade de gênero na mídia nacional.

## 2 Contexto Brasileiro

### Da violência à mulher e a comunicadores

**NO BRASIL** há uma sistemática violação dos direitos das mulheres. A estrutura de estratificação social do país está fortemente baseada nas diferenças de gênero, raça/cor e classe social. O país ocupa o 5º lugar no ranking internacional de homicídios de mulheres<sup>1</sup>, tem uma estimativa de violência sexual (estupro) igual a 500 mil por ano<sup>2</sup>. De todas as denúncias de violência sexual, 7% ocorrem no local de trabalho e a frequência geral de denúncias de violência contra mulher é de uma a cada sete minutos<sup>3</sup>. Em estudo realizado pelo Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal<sup>4</sup>, com mais de 500 profissionais de todo o país em março de 2016, 78% das jornalistas declararam já ter sofrido assédio moral no trabalho, enquanto 86% delas disseram acreditar que mulheres negras têm menos oportunidades de trabalho, por exemplo.

Entretanto, quando observadas as violações perpetradas contra jornalistas, não são as mulheres as principais vítimas. Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas, dentre os 124 casos de violência contra jornalistas ocorridos em 2015, apenas 15% foram contra mulheres. Dentre o conjunto de violações que afetam a sociedade como um todo, há violações que são próprias do exercício das atividades de comunicação. Em publicação recente a UNESCO propôs uma agenda de pesquisa pragmática para a Aliança Global sobre Mídia e Gênero, no intuito de ampliar a participação de mulheres em todas as plataformas de comunicação. O primeiro dos três eixos da proposta trata detalhadamente da violência em diferentes formas de expressão. Annabelle Sreberny (2014) foi a pesquisadora responsável por sistematizar as formas de violência contra mulheres jornalistas.

---

1 Para mais, ver Mapa Da violência 2015: Homicídios de Mulheres no Brasil.

2 Para mais, ver Radiografia do Estupro no Brasil, IPEA 2014.

3 Para mais, ver Central de Atendimento à Mulher - Ligue 180.

4 Para mais, ver Desigualdade de Gênero no Jornalismo, 2016.

Segundo a autora, existem quatro tipos de violência sofrida por jornalistas, dentre os quais dois são fortemente baseados nas diferenças de gênero, quais sejam:

- Violências próprias na cobertura de contextos de conflito armado;
- Violência por agentes do Estado;
- Violência Sexual;
- *Trolling* e discursos de ódio.

Os últimos dois tipos são aqueles que afetam predominantemente mulheres, em razão dos seus mecanismos de intimidação que são próprios de regimes desiguais de poder na relação entre homens e mulheres na sociedade. A partir de abordagens como a proposta por essa autora, protocolos e ferramentas sistemáticas para identificar casos de violência contra comunicadores têm sido desenvolvidos em vários países do mundo.

No Brasil, relatórios acerca da liberdade de expressão e/ou imprensa<sup>5</sup>, elaborados por diferentes organizações, têm as razões de gênero fortemente obliteradas nos casos analisados.

No caso da ARTIGO 19, essa persistente “ausência” de mulheres comunicadoras nos casos identificados pelo Relatório Anual *Violações à liberdade de Expressão*<sup>6</sup>, motivou a organização a explorar melhor as razões de gênero adjacentes às violações sofridas por essas profissionais.

Nesse sentido, um estudo exploratório como este se apresenta como uma oportunidade de aprender melhor sobre as formas de violência que afetam mulheres comunicadoras e as razões pelas quais elas são tão fortemente invisibilizadas nos processos correntes de identificação e monitoramento de violações contra comunicadores.

Por fim, esperamos que os resultados deste estudo possam contribuir para o aprimoramento dos mecanismos e procedimentos de monitoramento, bem como de enfrentamento à violência e violações cotidianamente sofridas por comunicadores e comunicadoras.

---

5 Este tipo de relatório é feito por diferentes organizações de profissionais e empresas do ramo.

6 Este relatório, já na sua 4ª edição não apenas sistematiza e analisa as graves violações cometidas, ano a ano contra comunicadores no Brasil, como também indica tendências desta forma de violação no país.

# 3 Os indicadores sensíveis a gênero da UNESCO

**HÁ CERCA DE VINTE ANOS** a Conferência Mundial sobre a mulher, realizada em Pequim, 1995, definiu uma plataforma de compromissos aos quais os países deveriam se dedicar a fim de enfrentar as desigualdades de gênero, cujas implicações eram bastante severas no desenvolvimento humano, social e global.

A partir do diagnóstico de que a mídia tem papel fundamental na constituição de um imaginário social plural, livre de preconceitos e discriminações, definiu-se um conjunto de estratégias através das quais a ocupação de mulheres nos meios de comunicação e a transformação das práticas dos comunicadores sob princípios igualitários, promover-se-ia uma maior igualdade de gênero nos países e na sociedade de um modo geral.

Naquela época já se reconhecia relativo aumento do número de mulheres nas carreiras do setor de comunicações, contudo, a proporção delas era muito baixa em posições de decisão ou direção, ou em posições capazes de influenciar políticas dos meios de difusão.

A persistente prática de reprodução de estereótipos baseados na diferença sexual, de cor, de etnia, de religião, etc, criam barreiras para a promoção da igualdade. **Nesse sentido, tornou-se imperativo todo e qualquer esforço que contribuísse para o fim do uso de imagens distorcidas e degradantes das mulheres nos meios de comunicação.**

A partir daí, um conjunto de estratégias, tanto no sentido da elevação da proporção de mulheres em espaços de decisão dos meios de comunicação, quanto da transformação do modo como elas são representadas, foi sendo pensada, implementada e monitorada.

Os indicadores de mídia sensíveis a gênero (GSIM) elaborados pela UNESCO, são uma resposta às prioridades e princípios definidos pela Plataforma de Pequim, pela Convenção Internacional sobre Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher, dentre outros. Foram 112 indicadores elaborados a partir de consulta a especialistas de várias regiões



do mundo, no intuito de contribuir para a igualdade de gênero e empoderamento das mulheres.

Pelo reconhecimento de que a mídia representa um dos atores sociais fundamentais capazes de impulsionar o desenvolvimento social com seu potencial democrático, contribuindo para uma educação não estereotipada das mulheres, é que se deu a elaboração destes indicadores. Os GSIM são um marco importante no esforço de estabelecer parâmetros de verificação sobre:

- Ações de promoção da igualdade de gênero nas organizações de mídia (*Grupo A*)
- Nos espaços de tomada de decisão
- No local e nas condições de trabalho
- Nas organizações de representação (*de profissionais ou das empresas*)
- Na elaboração de códigos éticos ou políticas em favor da igualdade de gênero no conteúdo de mídia
- No acesso a capacitação e treinamento
- Representação de gênero no conteúdo de mídia (*Grupo B*)
- Nas notícias e atualidades
- Nas publicidades

Algumas experiências de aplicação destes indicadores da UNESCO já foram realizadas no Paraguai, Uruguai, Costa Rica, Tanzânia e Mongólia<sup>7</sup>. Nos países latinos o foco se deu nos elementos do segundo grupo.

Este estudo porém, aborda apenas os indicadores do Grupo A, com objetivo, ainda que exploratório, de focar as formas de discriminação e violência próprias dos ambientes de mídia. De modo que novos mecanismos de identificação de violações às mulheres comunicadoras possam ser pensados a partir da melhor compreensão das dinâmicas de atuação das mulheres nas instituições deste segmento.

---

<sup>7</sup> Para mais sobre os projetos de aplicação ver projetos disponíveis na base de dados do International Programme for Development of Communication da UNESCO

## 4 Instrumento

**CONSIDERANDO O DESENHO** institucional bastante distinto das empresas de comunicação pública e privada, associações e sindicatos, optou-se por um único instrumento através do qual fosse captada a maior parte da informação possível, entrevistando atores-chave em posições diferentes na mesma instituição e quando necessário solicitando informações e documentos para complementação.

As vantagens de um instrumento com estas características se dão pela potencialidade na aplicação dos indicadores, possibilitando a quantificação dos mesmos e, sobretudo, a replicação posterior em contextos semelhantes.

Contudo, suas limitações se apresentam de partida, em razão da natureza dos indicadores. Seu escopo não é somente identificar uma política, mas mapear um conjunto de elementos constitutivos dela que sejam passíveis de avaliação e monitoramento. Ou seja, não havendo uma política estruturada de promoção da igualdade de gênero nas organizações de mídia, os elementos de acompanhamento de sua implementação tornam-se inaplicáveis.

O processo de investigação através de entrevista foi um rico aprendizado sobre as questões de gênero na cultura organizacional dos veículos de mídia. Isto porque essa técnica de pesquisa implica numa conversa a dois, levando o interlocutor não apenas a relatar experiências, mas, e sobretudo, a refletir sobre elas, na medida em que as organiza em sua memória.

Os indicadores sensíveis a gênero para a mídia da UNESCO incluídos na Categoria A: *Ações para promoção da igualdade de gênero dentro das organizações de mídia*, somam 118 pontos e um conjunto de meios de verificação. Tais elementos foram adaptados para o contexto brasileiro e reunidos num único instrumento estruturado, segundo os mesmos eixos temáticos. Marcos legais, políticas públicas e experiências exitosas no campo de gênero e mídia foram incluídos no instrumento tanto quanto possível, com o intuito de captar a percepção dos participantes acerca das recentes articulações e incidências políticas por maior igualdade de gênero na mídia.

O questionário estruturado foi segmentado por dez (10) blocos temáticos, conforme o quadro a seguir.

1. Perfil do entrevistado
2. Gênero e espaços de tomada de decisão
3. Igualdade de gênero no local e nas condições de trabalho
4. Ambiente seguro
5. Igualdade de remuneração
6. Equilíbrio entre trabalho e vida pessoal
7. Paridade de gênero entre tomadores de decisão
8. Mecanismos institucionais para igualdade de gênero
9. Princípios norteadores para as práticas inclusivas de gênero
10. Gênero nos conteúdos e nas práticas dos comunicadores

As entrevistas foram gravadas, posteriormente transcritas e sistematizadas com vistas a segmentar as respostas segundo elementos chave, semelhanças e singularidades do modo como as questões de gênero se apresentavam no cotidiano de cada uma das instituições.

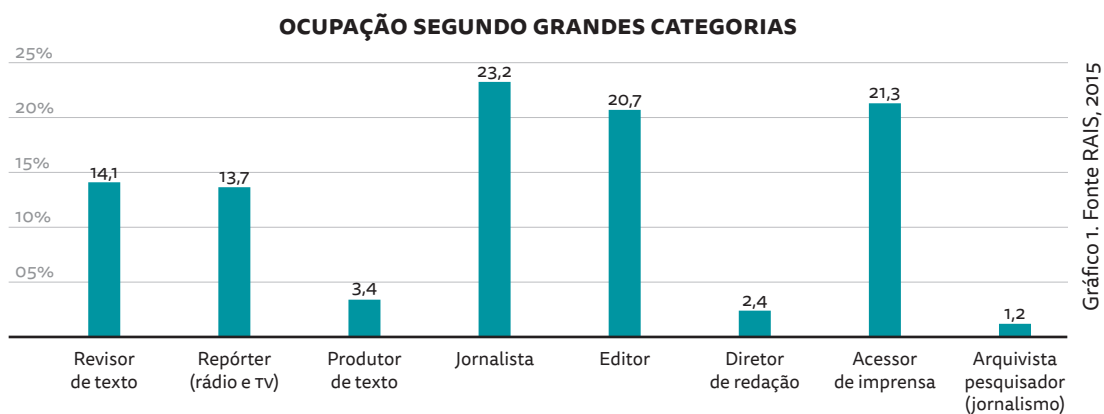
## Perfil dos profissionais

Nesta seção, faremos uma breve descrição do perfil dos profissionais que atuam na comunicação brasileira no intuito de caracterizar o universo desta categoria profissional. Foram utilizados dados secundários que, de um lado, são bastante profícuos na contextualização em nível nacional, e por outro lado, podem suprir a ausência de informações desta natureza que não puderam ser cedidas pelas próprias instituições participantes deste estudo.

Para caracterizar os profissionais de comunicação, fizemos uso da base de dados administrativos do Ministério do Trabalho. Muito embora sejam dados subrepresentativos desta categoria profissional, tendo em vista o alto grau de informalidade, além das práticas de prestação de serviços que descharacterizam os vínculos empregatícios com as empresas, esta ainda é a fonte de dados mais aproximada e confiável disponível.

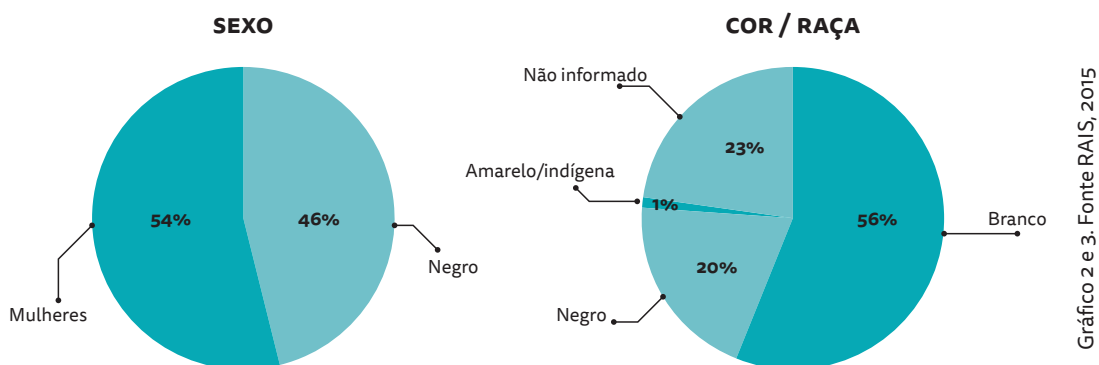
A RAIS – Relação Anual de Informações Sociais do Ministério de Trabalho é uma fonte importante de dados secundários. Baseada em registros administrativos, oferece estatísticas de trabalho formal, segundo ocupações e com satisfatória cobertura territorial, especialmente as regiões urbanas e metropolitanas.

Segundo a captação da RAIS de 2015, a quantidade de trabalhadores vinculados a empresas era de 66.171 pessoas. Em estimativa feita pela Federação Nacional dos Jornalistas, este número poderia ser 50% maior se fossem contabilizados os profissionais que atuam neste ramo de modo informal ou como prestadores de serviços através de pessoa jurídica.



O gráfico acima indica a distribuição percentual de profissionais do jornalismo segundo tipo de cargo ou função exercida. Grande parte deles, cerca de 65%, atua predominantemente em três funções: jornalista, assessor de imprensa e editor. Os revisores e repórteres representam um segundo grupo de funções mais ocupadas com 28%.

De um modo geral, segundos os gráficos abaixo, há um pouco mais de mulheres do que homens e uma predominância de pessoas de cor branca, seguidas por 20% negras.



No gráfico abaixo podemos observar que algumas funções concentram mais fortemente profissionais de determinado sexo. Como é o caso do revisor de texto cuja maioria (73%) são mulheres enquanto os editores têm maioria (61%) de homens.

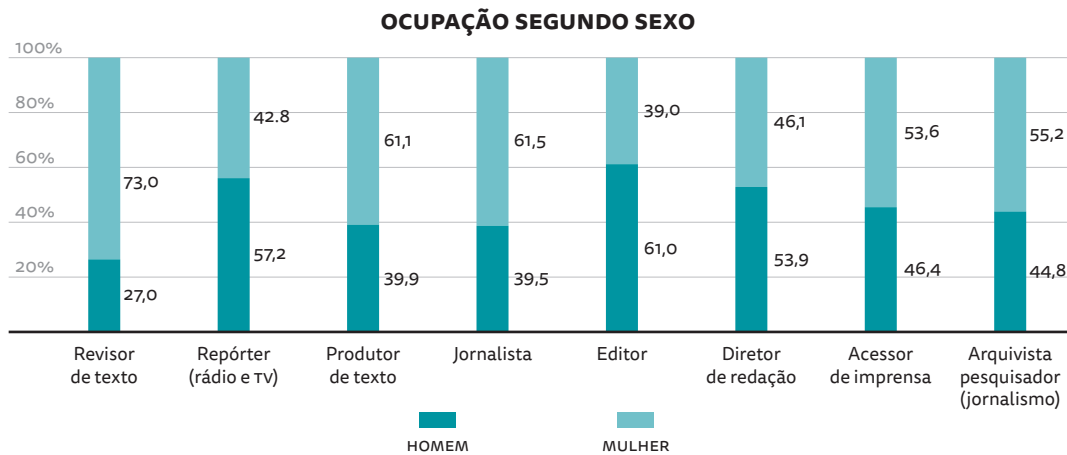


Gráfico 4. Fonte RAIS, 2015

Esta comparação fica ainda mais interessante se observarmos segundo sexo e cor, pois veremos mais claramente a distribuição de homens e mulheres, brancos e negros, segundo as posições de mais prestígio e poder dentro das organizações.

A hierarquia das desigualdades na distribuição dos cargos não se difere muito da estrutura social brasileira sendo os mais privilegiados os homens brancos, seguidos por homens negros, depois as mulheres brancas e por fim as mulheres negras. Os homens brancos estão predominantemente nos cargos de editor e repórter, seguidos pelos homens negros. Enquanto as mulheres ocupam as funções de jornalistas e revisoras, esta última marcada por negras (29,5%).

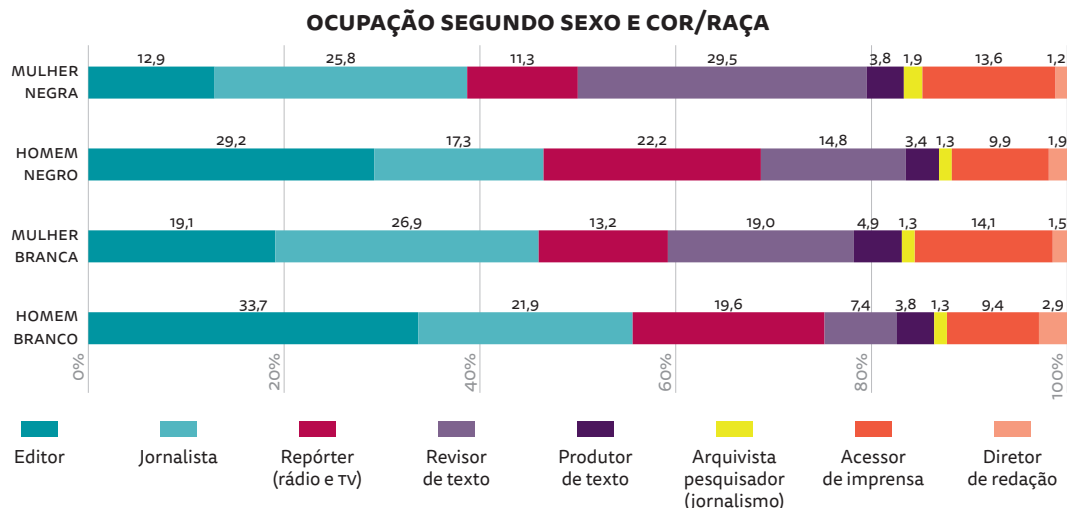


Gráfico 5. Fonte RAIS, 2015

De um modo geral podemos dizer que a despeito do senso comum apontar para uma já consolidada igualdade de gênero no mercado de trabalho, e em particular entre os profissionais do jornalismo, o que estes dados nos mostram é exatamente o oposto. Há uma falsa representação, já que há uma relativa maioria de mulheres nas redações, mas elas não estão ocupando os cargos de maior prestígio e influência política nas tomadas de decisão das instituições de comunicação e, portanto, não têm acesso ao mesmo nível de remuneração que seus colegas.

As posições de maior poder nas empresas de comunicação seguem sendo ocupadas por homens brancos, seguidos por homens negros e só então por mulheres brancas seguidas pelas mulheres negras.

As mulheres negras são aquelas cuja posição é de menor hierarquia e para as quais as oportunidades de progressão na carreira só serão igualitárias se e quando houver um apoio focalizado no desenvolvimento de suas potencialidades, bem como reconhecimento de sua capacidade e desempenho.

# 5 Pesquisa

**O OBJETIVO** deste estudo foi realizar uma investigação exploratória através da aplicação dos Indicadores Sensíveis a Gênero para a Mídia (GSIM) da UNESCO com vistas a contribuir para a elaboração de estratégias de promoção da igualdade de gênero nos meios de comunicação.

A pesquisa foi realizada entre março e junho de 2016 nas cidades de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro efetuando um total de onze (11) entrevistas com treze (13) pessoas que ocupavam cargos de chefia nas respectivas instituições.

## Amostra

Em se tratando de um estudo piloto, priorizou-se selecionar instituições cuja natureza e complexidade em seu desenho institucional pudessem evidenciar elementos comuns a um conjunto maior de instituições neste mesmo segmento. Não adotando, portanto, uma amostra que fosse representativa para todo o país segundo os segmentos e porte das empresas de comunicação. Porém, foram observados os atributos de: abrangência (sendo preferencialmente nacionais); natureza (pública e privada), segmento (televisivo e impresso); e por fim, organizações de representação (de trabalhadores e das empresas do ramo).

EMPRESAS				
NATUREZA	TV		IMPRESSO	
PÚBLICA	TV Brasil	TV Cultura	-	
PRIVADA	TV Globo	TV Record	Folha de São Paulo	O Globo

ASSOCIAÇÕES E SINDICADOS		
<b>PATRONAL</b>	Associação Brasileira de Radiodifusores (Abert)	Associação Brasileira de Jornais (ANJ)
<b>TRABALHADORES</b>	-	Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)

Um conjunto de fatores inviabilizou a realização com todas as instituições indicadas ou mesmo a substituição por outra de características semelhantes. O primeiro deles foi a inacessibilidade de sujeitos que ocupam os altos postos nestas instituições. Foi preciso interlocução com muitos intermediários para obter o contato (de telefone e/ou email), para efetuar o convite à participar da pesquisa, bem como agendar as entrevistas. Foram necessários mediadores de diferentes redes de contato para repetir a tentativa de efetuar a pesquisa. Outro elemento importante foi o contexto político de profunda crise governamental e institucional, cujo ápice foi o afastamento definitivo da Presidente da República, causando intensa mobilização das equipes de redação para cobertura de cada novo fato deste processo.

Das nove (9) instituições indicadas, duas delas se mostraram inacessíveis para realização do estudo, TV Globo e TV Record, e uma delas se recusou a participar, a TV Cultura.

A abordagem seguiu basicamente três etapas. Primeiramente foi feito contato através de email no qual foi enviada uma carta convite para a participação no estudo com breve explicação dos objetivos. Em seguida, quando de posse de contato telefônico, foram feitas ligações para o convidado ou pessoas de referência, tais como secretárias ou assistentes. Por fim, em algumas instituições foi realizada a entrega da carta convite pessoalmente, nos casos nos quais contatos por email ou telefone não obtiveram sucesso.



## Perfil das Instituições

As informações apresentadas abaixo foram todas obtidas através do site institucional de cada empresa. Em nenhuma das entrevistas foi possível ter acesso a documentos para verificação e/ou complementação dos dados e os pedidos para remessa posterior de tais documentos não foi atendido.

### **TV BRASIL**

A TV Brasil integra a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), uma instituição pública, criada em 2007 com o objetivo de fortalecer a comunicação pública no Brasil através de produção de conteúdos de forma independente, transparente e com gestão participativa. A EBC é gestora da TV Brasil, e também da TV Brasil Internacional, da Agência Brasil, da Radioagência Nacional e do sistema público de Rádio, composto por oito emissoras<sup>8</sup> e parceiros locais de rádio e televisão.

A estrutura da EBC<sup>9</sup> é formada por uma Assembleia Geral; Órgãos da Administração (Conselho de Administração e Diretoria Executiva) e Órgãos de Fiscalização (Conselho Fiscal e Auditoria Interna). O quadro abaixo indica com maior detalhe a estrutura administrativa em cujos mais vinte cargos apenas cinco deles são ocupados por mulheres.

- Diretor-Presidente
- Secretária-Executiva \*
- Procurador-Geral
- Ouvidora\*
- Auditor Geral
- Diretor Vice-Presidente de Gestão e Relacionamento
- Diretor de Administração, Finanças e Pessoas
- Diretor de Serviços
- Superintendente Executivo de Relacionamento
- Gerência Executiva de Comunicação e Marketing\*

---

8 Rádio Nacional AM do Rio de Janeiro, Rádio Nacional AM de Brasília, Nacional FM de Brasília, Rádio MEC AM do Rio de Janeiro, MEC FM do Rio de Janeiro, Rádio Nacional da Amazônia OC, Rádio Nacional AM do Alto Solimões e Rádio Nacional FM do Alto Solimões.

9 Até setembro de 2016 havia um conselho curador com representantes da sociedade civil, poder executivo e legislativo cuja atuação de dava na definição de diretrizes e do plano de trabalho com perspectiva de diferentes segmentos da sociedade.

- Gerência Executiva de Negócios e Captação
- Diretora-Geral\*
- Superintendente Executiva de Agências e Conteúdo Digital
- Superintendente da Regional Sudeste I
- Superintendente da Regional Sudeste II/Sul
- Superintendente Executivo de Suporte
- Superintendente da Regional Nordeste
- Diretor de Jornalismo
- Diretora de Produção\*
- Diretor de Conteúdo e Programação

*\*Cargos ocupados por mulheres*

### **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO SENADO FEDERAL**

A Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal é responsável pela definição da política de comunicação social bem como da realização de cobertura jornalística de fatos e eventos relativos ao cotidiano legislativo de maneira imparcial e apartidária. Atualmente somam-se cinco os canais de notícias geridos pela Secon<sup>10</sup>. Em sua estrutura administrativa conta com quatro mulheres nos principais cargos de chefia, conforme assinalado no quadro abaixo.

- Diretoria\*
- Diretora Adjunta\*
- Diretora de Conteúdo\*
- Direção da Agência e Jornal do Senado
- Direção da Rádio Senado
- Direção da TV Senado
- Direção de Relações Públicas\*
- Coordenação de publicidade e marketing
- Coordenação de documentação multimídia
- Coordenação de eletrônica
- Coordenação de transmissão de tv e rádio
- Núcleo de mídias sociais\*
- Núcleo de TI

*\*Cargos ocupados por mulheres*

---

<sup>10</sup> Agência Senado/Portal de Notícias; Blog do Senado; Jornal do Senado; Rádio Senado; TV Senado

## **FOLHA DE SÃO PAULO**

O Jornal Folha de São Paulo foi fundado em 1921 e atualmente é um dos jornais de maior circulação no país, com tiragens de mais de 190<sup>11</sup> mil exemplares diariamente na modalidade impresso, mas também tem grande abrangência em sua versão digital. Contém oito cadernos diários e 10 suplementares. Conta com apenas uma mulher em seu corpo funcional dos altos postos de tomada de decisão. Infelizmente não foi possível verificar a posição de mulheres em outros postos de coordenação e editoração, por exemplo.

- Presidência
- Diretoria Editorial
- Superintendência\*
- Editoria-executiva
- Conselho Editorial
- Diretoria-executiva

*\*Cargo ocupado por pelo menos uma mulher*

## **O GLOBO**

Criado no Rio de Janeiro em julho de 1925 por Irineu Marinho, o Jornal O Globo segue sendo gerido por sua família e ocupa atualmente a posição de um dos principais jornais com ampla circulação no país. Em 2015, segundo a Associação Nacional de Jornais sua tiragem média foi de cerca de 200 mil exemplares diários. Seu corpo funcional conta com sete editoras mulheres dentre os vinte editores.

- Diretor de redação e Editor responsável
- Editores executivos (3)
- Editores
- Sucursal Brasília
- Sucursal São Paulo
- Site
- Mídias sociais
- Vídeojornalismo

---

11 Segundo a Associação Nacional de Jornais, a Folha ocupou o terceiro lugar em circulação de jornal impressos e 1º lugar em circulação de jornal digital no ano de 2015

- Fotografia
- Arte
- Opinião
- País
- Rio
- Economia\*
- Mundo\*
- Sociedade
- Segundo Caderno\*
- Esportes
- Boa Viagem\*
- Carros, Boa Chance e Morar bem
- Rio Show\*
- Ela\*
- Revista O Globo\*
- Bairros

*\*Cargos ocupados por mulheres*

### **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RADIODIFUSORES (ABERT)**

Criada em 1962 através da articulação das empresas de radiodifusores para seu fortalecimento em nível nacional diante de medidas propostas pelo governo às quais julgavam representar uma redução da liberdade de imprensa. A ABERT atua desde então na defesa da liberdade de imprensa pelos radiodifusores. Atualmente a associação possui entre seus associados, 2,4 mil emissoras de rádio e 320 geradoras de televisão. Em sua história de cinco décadas foi presidida por onze pessoas dentre as quais nenhuma delas foi uma mulher. O quadro abaixo indica a estrutura organizativa da ABERT no qual apenas três mulheres ocupam posições nos conselhos e uma em cargo de direção.

- Presidência
- Vice presidência
- Conselho superior
- Câmara de Rádio (1\*/23)
- Câmara de televisão (1\*/24)

- Conselho Fiscal (1\*/6)
- Conselho Administrativo
- Diretoria de Assuntos legais e institucionais
- Assessoria parlamentar
- Diretoria de Comunicação\*
- Diretoria Técnica

*\*Cargos ocupados por mulheres*

### **ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS (ANJ)**

Fundada em 1979, a ANJ atua na defesa dos interesses dos jornais associados, que atualmente soma cerca de 120 em todo o país. Dispondo de onze<sup>12</sup> comitês temáticos seu objetivo é o de promover estudos e debates, e propor e desenvolver ações que contribuam para o fortalecimento da indústria jornalística brasileira e a defesa dos interesses do setor.

Ao longo de sua história foi presidida por quinze pessoas dentre as quais apenas uma mulher. Entre os nove vice presidentes representantes dos jornais associados, três são mulheres. Já entre os conselheiros há duas mulheres dos dez fundadores e outras três entre os dez eleitos.

- Presidência
- Vice presidente Secretario
- Vice presidente financeiro
- Vice-presidentes (3\*/9)
- Direção executiva
- Conselho de administração
- Fundadores(2\*/10)
- Eleitos (3\*/10)

*\*Cargos ocupados por mulheres*

---

<sup>12</sup> Sejam os comitês Editorial, de Estratégias Digitais, de Gestão, Jurídico e de Assuntos Tributários, de Liberdade de Expressão, Mercado Anunciante, Mercado Leitor, de Operações, de Relações Governamentais, de Relações Internacionais e de RH e Relações Trabalhistas.

## **FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ)**

A Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) foi criada em setembro de 1946, e desde então atua na adoção de regras que organizem a profissão e garantam acesso à informação ética e plural à sociedade brasileira. Conta atualmente com cerca de 40 mil jornalistas associados nos 27 sindicatos estaduais e quatro municipais. A Federação tem em sua missão o compromisso com a liberdade na comunicação e com a democracia como valor inalienável do cidadão.

Em sua estrutura administrativa a FENAJ conta com **uma mulher na mais alta posição de representação, a presidência**. Como indicado no quadro abaixo metade das posições de representação e tomada de decisão são ocupadas por mulheres.

São oito<sup>13</sup> departamentos temáticos mais o conselho fiscal.

- Presidência\*
- 1º Vice Presidência
- 2º Vice Presidência \*
- Secretaria Geral\*
- 1º Secretária\*
- 1º Tesoureira\*
- 2º Tesoureira\*
- Suplente
- Suplente
- Vice presidência regionais
- Centro oeste
- Sul\*
- Sudeste\*
- Nordeste 1 e Nordeste 2e
- Norte 1 Norte 2

*\*Cargos ocupados por mulheres*

---

13 Cultura e Eventos; Educação e aperfeiçoamento profissional; Mobilização dos jornalistas de produção e imagem; Mobilização em assessoria de comunicação; Mobilização, negociação salarial e direito autoral; Relações institucionais; Relações internacionais; Saúde e previdência.

## Perfil dos entrevistados

Foram realizadas onze entrevistas ao todo, dentre as quais duas foram realizadas em dupla, somando um total de treze pessoas. De modo geral os entrevistados tinham idade superior a 45 anos (46 a 64), apenas um deles que participou conjuntamente com sua chefe tinha idade inferior a 36 anos.

Foram sete mulheres e cinco homens, sendo que nove declararam-se de cor branca, três de cor parda e uma de cor amarela. Quanto ao nível de escolaridade todos possuíam nível superior completo sendo duas pessoas com título de doutorado e uma de mestre. A soma de anos trabalhados na instituição de referência variou de até cinco anos (para 2 pessoas); entre seis e quinze anos (para 8 pessoas) e de dezesseis a trinta anos (para outras 3 pessoas).

	Tipo	Idade	Sexo	Cor	Escol.	Tempo (Anos)	Cargo
1	Pública	46	Fem.	Amarela	Superior	13	Gerente regional
2	Pública	62	Fem.	Parda	Doutorado	5	Ouvidora geral
3	Pública	64	Fem.	Branca	Superior	8	Produtora de radio
4	Pública	36	Masc.	Branco	Superior	8	Coord. de comunicação*
5	Pública	54	Fem.	Parda	Superior	10	Diretora de Jornalismo
6	Privada	50	Fem.	Branca	Superior	27	Coord. de Treinamento
7	Privada	50	Masc.	Branco	Superior	24	Editor executivo
8	Privada	50	Masc.	Branco	Superior	23	*
9	Privada	52	Masc.	Branco	Superior	3	Editor executivo
10	Ass. Empresa	61	Masc.	Branco	Superior	8	Diretor executivo
11	Ass. Empresa	55	Fem.	Branca	Superior	1,5	Diretora comunicação
12	Ass. Profissionais	63	Masc.	Branco	Doutorado	9	Diretor institucional
13	Ass. Profissionais	52	Fem.	Parda	Mestrado	18	Vice presidência

\*segunda pessoa de referência de entrevista que fora realizada em dupla.

# 6 Resultados

**TRATANDO-SE DE UM ESTUDO** exploratório as instituições participantes desta pesquisa não são representativas do universo das instituições circunscritas no ramo da comunicação no Brasil, mas diante das características de seu pioneirismo, porte e abrangência, elas evidenciam elementos da cultura organizacional comum a boa parte delas. Apresentaremos abaixo uma breve caracterização das instituições, bem como das pessoas entrevistadas. Em seguida serão apontados os resultados da aplicação dos indicadores segundo três eixos temáticos principais, a situação da igualdade de gênero quanto a: posições de tomadas de decisão, local e condições de trabalho e mecanismos institucionais para promoção e monitoramento da igualdade de gênero.

## Posições de tomada de decisão

A proporção de homens e mulheres nos cargos de chefia e tomada de decisão tem sido importante indicador de igualdade de gênero não apenas nas organizações como na sociedade de modo geral. As mulheres representam 50% da população mundial, contudo na maior parte dos países elas têm acessos e oportunidades reduzidas para sua formação escolar e profissional, o que se traduz em piores condições para seu desenvolvimento pessoal e humano.

As últimas décadas foram marcadas por importantes esforços dos países e das organizações, públicas e privadas, no apoio ao desenvolvimento humano e redução das desigualdades entre homens e mulheres. De um modo geral o Estado Brasileiro tem ampliado a oferta de educação formal para as gerações mais novas. Nesse sentido, a população jovem e adulta tem elevado sua escolaridade e especialmente as meninas e mulheres. Contudo a integralização de mais anos de estudos não tem traduzido em mais e melhores condições de inserção no mercado de trabalho<sup>14</sup>, tampouco em

---

14 Para mais ver Retratos das Desigualdades de Gênero e Raça, IPEA.



melhores oportunidades para progressão na carreira e ocupação de cargos de decisão e chefia. Ou seja, mesmo obtendo igual, ou melhor, qualificação profissional que os homens, as mulheres seguem mantendo-se nos cargos mais baixos em função de aspectos culturais impregnados nas dinâmicas organizacionais, tais como o machismo, o sexismo, o racismo, que desqualificam e desempoderam as mulheres no investimento de suas carreiras.

Na literatura da área de administração, a baixa proporção de mulheres em cargos de liderança representa ausência de perspectivas diversificadas, ousadia e inovação nas equipes e, sobretudo na dinâmica organizacional<sup>15</sup>. Apenas 24% das organizações empresariais têm mulheres em posições de liderança, no Brasil esta proporção é de apenas 13%<sup>16</sup>. Em se tratando de representação política no caso brasileiro é ainda menor de apenas 9% delas no Congresso Nacional, mesmo com a obrigação dos partidos de cumprirem cota de 30% entre os candidatos<sup>17</sup>.

A baixa proporção de mulheres nos altos cargos das organizações reflete a desigualdade de oportunidades e tratamento diferenciado das organizações que desqualifica as mulheres para estes cargos ou delas exigem maior investimento do que de homens inviabilizando o equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal, e, por conseguinte a progressão da carreira.

\* \* \*

Como indicado anteriormente no perfil das instituições entrevistadas o quadro administrativo é composto na maioria delas por menos da metade de mulheres. Ao longo da entrevista investigamos as iniciativas das organizações para promoção da igualdade de gênero, a percepção da importância delas e o conhecimento de iniciativas correlatas. Vejamos a seguir o quadro síntese dos elementos verificados.

---

15 SCOTT, Joan. 1989. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Recife: SOS Corpo.

16 Fonte: Grant Thornton International Business Report 2016.

17 Para mais ver Woman in National Parliaments by Inter-Parliamentary Union to United Nations.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO	OBSERVAÇÃO
Divulgação vagas de chefia	Apenas nas empresas públicas	Facultativo
Formação de lideranças	Sim	Sem distinção
Percepção da presença de mulheres nos cargos de chefia	Alta	
Proporção de cargos de chefia por sexo	Não foi disponibilizado	
Proporção de mulheres sócias	Não foi disponibilizado	
Política afirmativa para colocação de mulheres em cargos de chefia	Inexistente	
Participação do Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça	Apenas as empresas públicas	

Processos seletivos transparentes indicam oferta de oportunidades igualitárias para progressão de carreira e ingresso numa determinada organização. Contudo, apenas as organizações públicas efetuam seleção desta maneira. O apoio e/ou oferta de processos de formação de lideranças foi apontado pela maioria dos entrevistados, sem que houvessem no entanto critérios favoráveis às mulheres ou mesmo condicionantes para maior encorajamento delas. Ao contrário, o entendimento de que igualdade está na ausência de distinção foi recorrentemente indicado. Não por acaso vimos no perfil das instituições que justamente a empresa pública e organização dos profissionais apontam ter mais mulheres nos cargos de chefia e liderança.

Por outro lado, a percepção de que há muitas mulheres em posição de tomada de decisão foi alta. Para a maioria dos entrevistados há represen-

tatividade suficiente de mulheres não havendo necessidade de iniciativas para sua promoção. Nesse sentido, não encontramos nenhuma política de promoção da igualdade de gênero nos espaços de tomada de decisão. E mesmo EBC e Senado Federal, que participam do programa Pró Igualdade de Gênero e Raça demonstraram implementar iniciativas eficientes para ampliação de mulheres nestes cargos. Os resultados timidamente melhores que as outras instituições não podem ser atribuídos ao Programa posto que ele está em fase inicial de elaboração. Este resultado pode estar mais facilmente associado ao sistema de seleção dos concursos públicos.

Muito embora as empresas tenham de reportar ao Instituto Nacional de Previdência Social e ao Ministério do Trabalho sobre seu corpo funcional, nenhuma instituição forneceu o quadro geral da quantidade de funcionários, sócios ou filiados, segundo sexo e posição. Este seria um indicador valioso para observar a proporção de homens e mulheres segundo a estrutura hierárquica organizacional, para além da percepção dos sujeitos entrevistados. Desse modo, nenhum dos indicadores de monitoramento e avaliação de políticas desta natureza puderam ser observados.

## Local e Condições de trabalho

Para empreender análise sobre a igualdade de gênero no trabalho é fundamental observar o modo pelo qual a cultura organizacional se expressa no local e as condições de trabalho. A literatura das teorias de gênero apontam para o modo desigual com que se dá a distribuição de poder e privilégios entre homens e mulheres desde sua socialização<sup>18</sup>. Um conjunto de atributos e expectativas são associados aos sujeitos do sexo feminino e masculino no tipo de função e no modo de execução das tarefas. Se homens e mulheres obtêm acesso desigual nas condições para o exercício de suas funções, consequentemente o desenvolvimento de suas potencialidades serão distintos a despeito das semelhanças que suas qualificações possam demonstrar.

---

18 SCOTT, Joan. 1989. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Recife: SOS Corpo.

Nesse sentido, a implementação de ações que promovam a igualdade no ambiente de trabalho, a redução dos efeitos das discriminações e preconceitos próprios da sociedade, bem como o monitoramento e avaliação das mesmas é de fundamental importância para o aprimoramento das condições ou mesmo revisão de elementos estruturantes da cultura organizacional. A seguir os elementos verificados e seus principais resultados.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO	OBSERVAÇÃO
Monitoramento de condições igualitárias no local de trabalho	Nas empresas públicas e Org de profissionais	
Mecanismo específico para queixa de discriminação	Inexistente	RH e superior imediato como referencias
Medidas para garantia da igualdade	Apenas daquelas previstas em Lei.	
Número de promoções no cargo ou salário	Não foi disponibilizado	
Número de contratos integrais e parciais vigentes	Não foi disponibilizado	
Proporção de funcionários segundo cargo/função	Não foi disponibilizado	
Proporção de jornalistas segundo tema de cobertura	Não foi disponibilizado	
Medidas para distribuição igualitária segundo tema de cobertura	Orientações informais para RH e chefias	
Capacitação e treinamento	Oferta indistinta	
Adoção de linguagem inclusiva	Nas empresas públicas e Org. de profissionais	
Conhecimento da CEDAW <sup>19</sup>	Baixo	

19 Comitê para a Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher.

O monitoramento das condições igualitárias no local trabalho indica a preocupação da organização em antever situações de discriminação que possam ocorrer no cotidiano da organização. As instituições públicas e os representantes dos profissionais apontaram manter pessoas ou setores específicos nas suas organizações para acompanhar e promover condições igualitárias nas condições de trabalho. Já as empresas privadas e organizações de representação das empresas assinalaram ser dispensáveis medidas desta natureza diante da percepção que a igualdade entre homens e mulheres no mercado de trabalho já foram alcançadas.

A oferta de mecanismos específicos para o acolhimento de queixas por situações de discriminação vivida pelos funcionários tem sido um importante indicador não apenas da capacidade institucional de acolher mas, e sobretudo, de promover resoluções para conflitos desta natureza que afetam tão profundamente a sociabilidade entre as equipes e particularmente as condições de desempenho dos sujeitos. Sejam elas de discriminações ou preconceitos perpetrados verbalmente, ou de deferência nos processos cotidianos na execução do trabalho que implicam em deslegitimação, desqualificação, sujeição dos profissionais em razão de seu sexo, gênero, orientação sexual, cor, origem social, etc.

Nenhuma das instituições declararam ter mecanismos específicos para este acolhimento, contudo apontaram que os supervisores imediatos, ou na linha sucessória de chefia, bem como equipes de recursos humanos podem acolher queixas desta natureza e conforme a avaliação são realizados processos administrativos para devida apuração.

Vale ressaltar que as empresas integrantes do Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça (Descrição do Programa no capítulo 8 desse relatório) acabaram tendo em seus comitês gestores referenciais para este tipo de acolhimento, muito embora não seja esta a função, nem mesmo os membros estejam qualificados para tanto. Contudo, a existência de uma pessoa de referência para os temas de igualdade de gênero e raça na instituição favoreceram a identificação dos membros como sendo aptos a desempenhar tal papel.

As medidas tais como regimes de contrato, jornada, concessão de férias, licenças ou aposentadorias em condições iguais foram sinalizadas como sendo cumpridas com isonomia conforme previsto na legislação nacional. Nenhuma das instituições disponibilizou informações sobre progressão de carreira, contratos de trabalho, posição segundo cargo/fun-

ção ou mesmo setor/tema de atuação dos profissionais com segregação de sexo. No entanto, como vimos no perfil dos profissionais através dos dados da RAIS, muitas vezes as mulheres e em particular as mulheres negras ocupam posições de menor prestígio afetando suas oportunidades de progressão na carreira, bem como de acesso a remuneração mais alta.

A oferta de treinamentos e capacitação que contribuam para o aprimoramento da prática profissional e eventual progressão na carreira, foi apontada como sendo feita indistintamente segundo o sexo dos profissionais. Ou seja, não há nenhuma estratégia ou utilização de critérios para encorajamento de mulheres à realização desses processos. De modo que a persistente desqualificação ou mesmo baixas expectativas em relação ao desempenho delas em determinadas funções, especialmente naquelas de maior prestígio, seguem sendo reproduzidas pelas organizações.

A adoção de linguagem inclusiva na comunicação interna da organização indica a observância do modo por meio do qual as expressões de preconceito e discriminação se dão na estrutura da língua. Quando perguntados sobre medidas nesse sentido, observou-se como sendo uma preocupação das instituições públicas ainda que não haja uma diretriz ou normativa neste sentido. Já entre as organizações de profissionais não só demonstraram reconhecer a importância da adoção de linguagem inclusiva como relataram processos de elaboração e formação para tal<sup>20</sup>. Estas experiências evidenciaram o interesse de profissionais em adequar seu modo de escrita e produção de notícias, que muitas vezes torna-se difícil pela escassez de manuais ou materiais similares.

Por fim, verificou-se que o grau de conhecimento dos entrevistados sobre a Convenção internacional para a Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher é baixo. De modo que podemos inferir que eles não estejam atentos às recomendações internacionais aplicáveis ao Brasil nesta área.

---

20 O Guia de Gênero, Raça e Etnia para jornalistas foi elaborado pela FENAJ em parceria com outras instituições e foi material de formação para centenas de profissionais em vários estados brasileiros.

## Ambiente seguro

Livre circulação e a liberdade de não sofrer ameaças ou intimidações do ponto de vista físico, psicológico ou sexual no ambiente de trabalho ou mesmo no exercício de suas funções é um importante indicador de segurança para as mulheres.

No quadro abaixo destacamos os itens verificados quanto aos possíveis riscos vividos no exercício de suas funções enquanto comunicadoras.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO	OBSERVAÇÃO
Ambiente adequado, transporte seguro, treinamento e equipamentos de segurança.	Em todas as instituições	Treinamento para coberturas em áreas de risco
Mecanismo específico para queixa de assédio moral ou sexual	Inexistente	Superior imediato / Comitê de gênero
Quantidade de queixas segundo tipo de assédio ou abuso	Não é documentado	Percepção de baixa ocorrência
Medidas para tornar ambiente seguro	Não se aplicam	

De modo geral, todas as organizações parecem oferecer condições de trabalho e ambiente seguro para o exercício da função, especialmente em trabalho de campo, com instalações adequadas, equipamentos, treinamentos e transporte seguro.

No que se refere às relações interpessoais sujeitas a situações de assédio (moral ou sexual) e outros tipos de intimidação e violência, não houve indicação de estruturas organizacionais específicas para identificar, avaliar e monitorar tais violações. Instâncias como ouvidoria, ombudsman, conselho de ética, embora não adequadas foram sinalizadas como possíveis receptoras. O canal privilegiado para queixas e denúncias desta natureza foi o supervisor direto.

Não foi possível verificar se houveram e quantas foram as queixas de situações de assédio no ambiente de trabalho. Na percepção dos entrevistados das empresas estes casos têm baixa frequência de ocorrência. No entanto, na percepção dos representantes dos profissionais, a dificuldade de documentar as situações vividas de maneira substantiva para que se configure uma denúncia faz com que as mulheres que sofram este tipo de violência procurem maneiras de evitar o reencontro, mudando-se de setor ou mesmo de emprego. Encontramos, contudo, iniciativas pontuais para realização ou adesão de campanhas de sensibilização às discriminações de gênero, raça ou orientação sexual no local de trabalho.

## Remuneração

A diferença de salários entre homens e mulheres em média se mantêm em torno de 30% para o total da população brasileira<sup>21</sup>. No serviço público a legislação garante a isonomia dos salários, podendo haver distinção de carreira apenas quando o funcionário ocupa cargos de chefia recebendo, portanto algum tipo de bônus salarial.

Tendo a categoria de jornalistas uma forte atuação sindical, estes profissionais têm garantido o cumprimento do piso via acordos coletivos em cada unidade federativa e a isonomia de seus salários em que pese a ocupação de homens e mulheres nas mesmas posições diante da hierarquia conforme classificado pelas empresas. No quadro abaixo destacamos alguns itens específicos sobre a igualdade na remuneração.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO
Critérios claros para definição de salário	Inexistente
Monitoramento e avaliação das diferenças de salário	Inexistente
Conhecimento de normativas de isonomia salarial	Médio

21 Para mais ver Retratos da Desigualdade de Gênero e Raça, IPEA. 2014.



Há um conjunto de posições nas estruturas das instituições que propiciam formas distintas de remuneração como colunistas, apresentadores etc. Nas redações, foco desta pesquisa, os entrevistados demonstraram não haver critérios claros na definição do salário, mas afirmaram que a atribuição seria indistinta segundo sexo do funcionário. Porém, a falta de um mecanismo de monitoramento das possíveis ocorrências de distinção salarial não tornou possível a verificação dos mesmos.

Na percepção dos representantes dos profissionais, não tem havido diferença de salários entre homens e mulheres jornalistas de um modo geral, mas sim uma desvalorização da profissão.

No que se refere ao conhecimento dos entrevistados quanto às normativas nacionais e internacionais de isonomia salarial, todos disseram ter ouvido falar, mas apenas dois deles disseram conhecer bem tais normativas.

## **Equilíbrio entre vida pessoal e trabalho**

No que se refere a melhores condições de conciliação entre o trabalho e a família/estudos, não encontramos nenhuma iniciativa de gestão que avançasse o que já está instituído por lei, em termo de regimes contratuais e jornadas ou mesmo oferta de serviços de apoio às mães lactantes ou com filhos pequenos. Apenas uma empresa pública sublinhou a adoção flexível de práticas institucionais (como folgas ou redução de jornada sem alteração na remuneração), ainda que não normatizadas, para atender necessidades esporádicas de funcionários, como em casos de cuidados de familiares e acompanhamento escolar de filhos por exemplo.

Nesta mesma linha, uma das empresas privadas sublinhou a possibilidade de se flexibilizar em acordo com o supervisor e o setor de Recursos Humanos o cumprimento de férias, folgas e horas extras em conjunto com a licença maternidade, desde que em conformidade com a lei, de modo a estender o tempo em cuidados com a criança nos primeiros meses de vida.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO	OBSERVAÇÃO
Licenças maternidade / paternidade	Como previsto em Lei.	Flexibilização para acúmulo de férias, folgas e horas extras.
Política de apoio à maternidade	Inexistente	
Ambiente de acolhimento para filhos pequenos	Inexistente	
Ambiente adequado para amamentação	Inexistente	
Regimes de contrato flexível	Inexistente	
Regimes de jornada flexível	Inexistente	Flexibilização informal

A oferta de ambientes acolhedores e adaptados para mães lactantes ou com filhos de até cinco anos não foi identificada em nenhuma das instituições entrevistadas. Também não foi identificado em nenhuma das organizações qualquer outra medida que apoie ou mesmo promova melhores condições de conciliação da vida profissional com a vida pessoal. Sejam regimes de contratos ou jornadas mais flexíveis. Alguns entrevistados ainda apontaram como sendo limitações da própria legislação trabalhista qualquer flexibilização desta natureza.

## Mecanismos e Princípios institucionais

Mecanismos e princípios institucionais para promoção da igualdade nas empresas são utilizados há mais de quatro décadas principalmente nos Estados Unidos e no Canadá<sup>22</sup>. Muito embora nestes países tenha havido a promulgação de legislação específica que impunha a adoção desses mecanismos e princípios pelas empresas, a Constituição brasileira de 1988 contém vários princípios de igualdade nas condições de trabalho e de enfrentamen-

22 SCOTT, Joan. 1989. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Recife: SOS Corpo.

to às discriminações que poderiam servir de referência para as empresas brasileiras. No entanto, o empresariado brasileiro, imbuído da ideologia da meritocracia, observa como desqualificadora qualquer política de promoção da igualdade, não reconhecendo que a cultura organizacional reflete os padrões culturais da sociedade como um todo, incluindo suas dinâmicas de preconceito e discriminação.

Nesse sentido, a adoção de mecanismos e princípios institucionais capazes de promover a igualdade de gênero nas organizações de mídia são fundamentais para captarmos o modo por meio do qual as estruturas de diferenciação e desigualdade da sociedade brasileira estão traduzidas na cultura organizacional destas instituições.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO	OBSERVAÇÃO
Cooperação para acolhimento de queixas por assédio ou discriminação	Inexistente	Nas ass. de profissionais para diagnósticos
Monitoramento de adesão à iniciativas de promoção da igualdade	Nas organizações de profissionais	
Capacitação para a promoção da igualdade	Nas organizações de profissionais	
Monitoramento de formações para igualdade de gênero	Apenas nas organizações de profissionais	
Conhecimentos de políticas de promoção da igualdade de gênero	Baixo	

Conforme explicitado anteriormente, não há nas instituições pesquisadas mecanismos próprios para acolhimento de queixas de situações de assédio ou discriminação no ambiente de trabalho. Contudo, também foi verificado se havia algum tipo de cooperação ou parcerias para fazê-lo. Os representantes da categoria profissional de jornalistas desenvolvem um con-

junto de parcerias com instituições públicas e da sociedade civil para realizar diagnósticos, treinamentos e campanhas de sensibilização para o tema. Essas são medidas fundamentais para reconhecer a importância de evidenciar estas situações tão naturalizadas no cotidiano cujos efeitos podem ser perversos e prolongados na vida profissional e pessoal das mulheres.

As organizações de representação dos profissionais também têm estruturas específicas tais como colegiados, comitês e grupos de trabalho responsáveis por tratar das questões de gênero e raça em resposta às demandas dos próprios profissionais. Parte delas são também um reconhecimento da importância desta agenda para a sociedade em geral.

Os espaços de formação de lideranças sindicais são utilizados também como meios para a disseminação de princípios e estratégias de *advocacy* para a igualdade de gênero entre jornalistas, além de esforços contínuos e de longo prazo para efetuar o monitoramento de ações de promoção de igualdade de gênero e de raça, bem como proporcionar a troca de experiências.

ITEM VERIFICADO	ENCONTRADO
Elaboração de diretrizes e normativas para promoção da igualdade	Apenas nas organizações de profissionais
Adoção de diretrizes para práticas inclusivas	Empresas públicas e organizações de profissionais
Conhecimentos de diretrizes de promoção da igualdade de gênero	Baixo
Normas de conduta com perspectiva de gênero	Inexistente
Percepção de presença de conteúdo estereotipado	Média

As empresas de comunicação e organizações de trabalhadores contam com diferentes tipos de diretrizes, manuais de redação e normativas éticas que são exemplos de documentos norteadores para produção de conteúdos alinhados aos valores das instituições ou da categoria profissional. Contudo, encontramos esforços isolados das representações dos profissionais na elaboração de princípios e diretrizes ou mesmo da adoção de instrumentos como estes. O Guia de Gênero Raça e Etnia elaborado pela FENAJ em cooperação com as Nações Unidas (Descrição do guia no capítulo 8 deste relatório) foi um exemplo disso, mas também houve cooperações locais de sindicatos e governos estaduais para a disseminação e/ou adaptação de materiais como este. Porém, sem amplo alcance de profissionais ou empresas cujos veículos têm maior abrangência territorial.

No que tange a normas de conduta, capazes de civilizar as relações de trabalho e reduzir as ocorrências de situações de assédio e discriminação, não encontramos em nenhuma instituição normas ou diretrizes do ponto de vista ético ou profissional que apontasse nesse sentido.

No que se refere ao conhecimento dos entrevistados, surgiram poucas informações sobre a existência de diretrizes ou normas que orientem sobre a promoção da igualdade de gênero na comunicação, fazendo uso de linguagem não estereotipada, não reforçando expressões de preconceito e discriminação, por exemplo. Por fim, a percepção geral dos entrevistados quanto à presença de expressões estereotipadas nos conteúdos produzidos nas suas instituições foi médio. Muitos deles reconhecem a recorrência destas expressões em certa medida como sendo reflexo de como a própria sociedade pensa e se expressa.

## 7 Considerações gerais

**A FORTE DISTINÇÃO** do espaço público como sendo próprio aos indivíduos do sexo masculino e o espaço doméstico destinado ao feminino estrutura as relações de poder dos indivíduos nestas duas esferas da vida social há mais de cinco séculos nas sociedades ocidentais. É bem verdade que nas últimas décadas tem havido importantes transformações nessas estruturas, bem como nos espaços de representação política. A ampliação das oportunidades de formação escolar e profissional implicou também em melhora na qualidade da inserção de mulheres no mercado de trabalho. Ou seja, maior formalização e remuneração. Contudo, as mulheres seguem recebendo menos, as mulheres negras em especial tem renda média igual a 50% dos salários dos homens brancos e com proporção mais elevadas de contratos precários e intermitentes. O recente relatório do Fórum Econômico Mundial<sup>23</sup> demonstra que se forem mantidas as condições atuais serão necessários 83 anos para alcançar a igualdade de gênero no mundo.

De um modo geral, podemos destacar que este estudo evidenciou não apenas a inexistência de uma política de promoção da igualdade de gênero nas organizações de mídia, mas principalmente as barreiras e padrões culturais que informam a ausência de ações nesse sentido.

Poderíamos concluir de modo simplista e prematuro que a aplicação dos indicadores sensíveis a gênero da UNESCO no contexto brasileiro se mostrou inviável, ou mesmo inadequada. Contudo, o silêncio dos interlocutores sobre um conjunto de questões e conseqüentemente os campos vazios do questionário levam a reflexões inquietantes sobre as razões destas ausências e demonstram que a cultura organizacional das empresas reflete a própria cultura brasileira.

Vale destacar a percepção da necessidade de uma política de promoção da igualdade de gênero na mídia é fortemente distinta segundo o tipo de instituição, se pública ou privada. São dois os elementos mais importan-

---

23 Para mais ver The Global Gender Gap Report, 2016.

tes para esta constatação. Primeiro, a falsa ideia de igualdade de gênero no mercado de trabalho especialmente entre jornalistas. E segundo, a força com que a ideologia da meritocracia opera obliterando as desigualdades.

Os dados de perfil dos profissionais, embora precisem ser melhor depurados, trazem evidências para contestar estes dois elementos frente aos discursos e narrativas utilizados pelos entrevistados. Se por um lado nossos interlocutores nos fizeram crer que as redações estão muito bem representadas por mulheres, por outro vimos que elas estão em posições de subalternidade em relação aos homens brancos e negros. Em decorrência disso, toda a ausência de critérios de seleção, mecanismos de monitoramento e ações afirmativas para a progressão da carreira, provavelmente irão manter estas mulheres, em particular as negras, nos cargos de menor prestígio a despeito de suas qualificações e desempenho.

O senso comum de que a esfera pública não é devida às mulheres, de que elas não são sujeitos aptos a exercer funções em altos cargos de poder e decisão tão eficazmente quanto homens, de que a vida reprodutiva impõe obstáculos e limitações ao bom desempenho profissional, ainda permanecem nas representações sociais. Não somente na sociedade em geral, mas, e sobretudo nas instituições, sejam elas públicas ou privadas. Embora este estudo não tenha verificado diferença salarial entre homens e mulheres que ocupam mesmo cargo/função, a predominância de homens brancos ocupando os mais altos cargos reflete de partida a ausência de reconhecimento das profissionais mulheres no ramo.

Serviços de acolhimento e cuidado são tratados como responsabilidade individual, sem compreender que a conciliação do trabalho com a vida pessoal tem impacto direto de um lado na performance e no engajamento profissional e de outro na redução das oportunidades de progressão de carreira destas mulheres.

No que se refere à segurança e salubridade, de um modo geral as instituições brasileiras oferecem condições mínimas de infraestrutura que garantam a segurança dos trabalhadores. Contudo, o não reconhecimento de que as situações de discriminação, preconceito e assédio (moral ou sexual) são resultado de processos históricos e sociais, é responsabilizar os indivíduos e suas relações interpessoais específicas, por motivações que estruturam a sociedade como um todo no qual a cultura organizacional das instituições também se inscreve. Portanto, deve ser tratado como questão de

gestão, com mecanismos institucionais adequados, não apenas para mediar o conflito entre funcionários, ou puni-los, mas, sobretudo para acolher, analisar e monitorar no intuito de transformar a cultura organizacional.

A seguir apresentamos duas iniciativas recentes de promoção da igualdade de gênero e raça. Uma delas focada nas transformações da cultura organizacional capaz de ampliar a proporção de mulheres nos espaços de poder e decisão, bem como enfrentar situações de discriminação e preconceito no ambiente de trabalho. A outra refere-se a um material pedagógico para melhor representar mulheres nos conteúdos de mídia, livre de expressões estereotipadas, discriminatórias e preconceituosas.



# 8 Iniciativas brasileiras para igualdade de gênero

## Programa Pró-Equidade de gênero e Raça

**O PROGRAMA PRÓ-EQUIDADE** de Gênero e Raça é uma iniciativa do Governo Federal, criado em 2005 no âmbito da então Secretaria de Políticas para as Mulheres do Ministério das Mulheres, em parceria com a Secretaria de políticas para Igualdade Racial, a ONU Mulheres e a Organização Internacional do Trabalho.

Com o objetivo de fomentar práticas institucionais de promoção da igualdade de gênero e raça, o Programa apoia a difusão de inovações na gestão de pessoas e na cultura organizacional para fortalecer o combate às dinâmicas de discriminação e desigualdade de praticadas no ambiente de trabalho.

Para participar do programa as empresas, públicas ou privadas, devem apresentar o perfil de seu corpo funcional, segundo as características de cargo/função segregadas por sexo e cor, assinar um termo de compromisso e efetuar a criação de um comitê gestor para a implementação do plano de trabalho. A elaboração do plano de trabalho deve se dar conforme as competências e interesses de cada empresa, organizado em dois grandes eixos:

### **EIXO GESTÃO DE PESSOAS**

- a. Recrutamento e Seleção
- b. Capacitação e Treinamento
- c. Ascensão Funcional e Plano de Cargos e Carreira  
(*Salário e Remuneração*)
- d. Políticas de Benefícios
- e. Programas de Saúde e Segurança.

## **EIXO CULTURA ORGANIZACIONAL**

- a. Mecanismos de combate às práticas de desigualdade e discriminações de gênero e raça e de combate à ocorrência de assédios moral e sexual.
- b. Prática de capacitação na cadeia de relacionamentos da organização
- c. Propaganda institucional interna e externa.

As empresas que cumprirem ao menos 70% das ações propostas ao final do programa são certificadas com um selo reconhecendo o compromisso desta instituição com a promoção da igualdade de gênero e raça. Mais de 250 instituições já participaram do programa. Na última edição 68 empresas foram certificadas com o selo de igualdade em gênero e raça. Na área da comunicação, a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) foi o único veículo que obteve o selo.

## **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia para Jornalistas**

O Guia<sup>24</sup> foi elaborado pela Federação Nacional de Jornalistas e pela ONU Mulheres em 2010 foi um importante marco no processo de definição de diretrizes bem como de formação de profissionais brasileiros.

Elaborado em 2010, o Guia visava tornar-se uma ferramenta pedagógica capaz de sensibilizar os profissionais bem como capacitá-los para uma atuação livre da reprodução de estereótipos, preconceitos e discriminações em função do sexo, da cor, e da etnia dos sujeitos.

Sua proposição foi feita a partir da demandas de jornalistas negros e negras organizados em comissões e núcleos dos sindicatos de jornalistas focados na promoção da igualdade racial. Com representação nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo, Alagoas, Bahia, Paraíba, Rio de Janeiro e Distrito Federal estes profissionais lideraram um importante processo de reflexão e articulação em torno da mobilização da categoria no enfrentamento ao racismo. Mais de trezentos jornalistas já foram formados com este

---

24 Para acessar o guia: [http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/01/guia\\_jornalistas.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/01/guia_jornalistas.pdf)

material pedagógico através de cursos de formação ofertados pelos Sindicatos dos Jornalistas em vários estados. Além do mais ele tem sido importante exemplo para iniciativas correlatas de formação e elaboração de diretrizes.

Organizado em cinco capítulos, o Guia traz uma breve análise da situação das mulheres em várias dimensões de suas vidas e de maneira simples e didática ilustra situações cotidianas da redação com vistas a sugerir melhores práticas e abordagens para a representação de toda a população, bem como dos temas.

## **INTRODUÇÃO**

### **1. As mulheres e a diferença**

- Mulheres e mercado de trabalho
- Mulheres e Saúde
- Mulheres e violência
- Mulheres e espaços de poder
- Mulheres e intolerância religiosa

### **2. Uma perspectiva de gênero, raça e etnia no jornalismo**

- Por uma abordagem de gênero, raça e etnia;
- Critérios para seleção de notícia

### **3. Para além das crenças e dos mitos**

- Visibilidade com diversidade

### **4. Recomendações para a boa prática jornalística**

- Textos e imagens ; Linguagem

### **5. Marcos legais nacionais e internacionais, fontes de pesquisa e dados estatísticos**

# 9 Recomendações

## Empresas públicas de comunicação

- Políticas transparentes para ocupação de cargos de gestão
- Programas de progressão de carreira que incluam iniciativas para ampliação de mulheres em cargos de chefia
- Adoção do Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça
- Política de promoção da igualdade de gênero nos espaços de tomada de decisão
- Política de transparência sobre o corpo funcional da instituição, com dados desagregados de gênero e raça
- Mecanismo específico para queixas e denúncias sobre situações de assédio e abuso sexual, bem como de discriminação de gênero e raça
- Adoção de linguagem inclusiva na comunicação interna
- Oferta de treinamentos e cursos de formação com especial incentivo a participação de mulheres
- Garantia de infraestrutura e protocolos que garantam espaços seguros para as profissionais mulheres
- Elaborar e disseminar instrumentos de orientação para mulheres sobre violências específicas de gênero e ocorridas no ambiente de trabalho

## Empresas privadas de comunicação

- Políticas transparentes para ocupação de cargos de gestão
- Programas de progressão de carreira que incluam iniciativas para ampliação de mulheres em cargos de chefia
- Ampla divulgação de vagas de chefia
- Processos seletivos transparentes
- Adoção do Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça
- Política de promoção da igualdade de gênero nos espaços de tomada de decisão
- Política de transparência sobre o corpo funcional da instituição, com dados desagregados de gênero e raça
- Desenvolvimento de medidas para distribuição igualitária segundo tema de cobertura
- Mecanismo específico para queixas e denúncias sobre situações de assédio e abuso sexual, bem como de discriminação de gênero e raça
- Adoção de linguagem inclusiva na comunicação interna
- Oferta de treinamentos e cursos de formação com especial incentivo a participação de mulheres
- Política salarial igualitária entre homens e mulheres
- Garantia de infraestrutura e protocolos que garantam espaços seguros para as profissionais mulheres
- Elaborar e disseminar instrumentos de orientação para mulheres sobre violências específicas de gênero e ocorridas no ambiente de trabalho

## **As entidades representativas dos profissionais de comunicação**

- Oferta de treinamentos e cursos de formação com especial incentivo a participação de mulheres
- Produção de pesquisas e dados sobre violência contra a mulher em veículos de comunicação
- Incentivar que sindicatos estaduais tenham mecanismos para recebimento de casos de assédio e abuso sexual, bem como de discriminação de gênero e raça
- Cobrar implementação de canais de denúncia conforme deliberação da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) pelos veículos de comunicação

## **As entidades representativas das empresas de comunicação**

- Oferta de treinamentos e cursos de formação com especial incentivo a participação de mulheres
- Incentivar que as empresas de comunicação tenham infraestrutura necessária para garantir um espaço seguro para as mulheres
- Incentivar que as empresas de comunicação tenham mecanismos institucionais para receber e cuidar de casos de violência de gênero
- Cobrar das empresas que produzam e divulguem constantemente dados sobre perfil dos funcionários com recorte de gênero e raça

## REFERÊNCIAS E FONTES

Fleury, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas** .40.3 (2000): 18-25.

SCOTT, Joan. 1989. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Recife: SOS Corpo.

Sreberny, Annabelle. 2014. Violence against women journalists. IN: Montiel, Aimée Vega. **Media and Gender: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender**. United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. Paris. France.

Nações Unidas. 1995. **Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher**. Realizada na cidade de Pequim (Beijing) em 1995

International Women's Media Foundation (IWMF). 2013. **Global research project investigates violence against women journalists**. Disponível em: <https://www.iwmf.org/blog/2013/12/02/global-research-project-investigates-violence-against-women-journalists/>. Acessado em outubro de 2016.

Grant Thornton International Business Report 2016. **Women in business: the path to leadership**. Disponível em : <http://www.grantthornton.global/en/insights/articles/women-in-business-2015/>. Acessado em outubro de 2016.

World Economic Forum. 2016. **The Global Gender Gap Report**. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2016/>. Acessado em outubro de 2016.

Com o apoio de:



Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação  
a Ciência e a Cultura



**ARTIGO 19 Brasil**

Edifício das Bandeiras Rua João Adolfo, 118 - Conjunto 802  
Centro - São Paulo – SP - 01050-020, Brasil

T: +55 (11) 3057 0042  
E: [comunicacao@artigo19.org](mailto:comunicacao@artigo19.org)  
[www.artigo19.org](http://www.artigo19.org)