

“Quem matou Eloá?” Documentário evidencia espetacularização da violência contra as mulheres na TV

(Débora Prado/Agência Patrícia Galvão, 05/08/2016) Em entrevista exclusiva, a diretora do documentário “Quem matou Eloá?”, Lívia Perez, fala sobre o papel da imprensa quando, ao invés de contribuir para o enfrentamento, reforça estereótipos de gênero que estão nas raízes das violências contra as mulheres ou até reforça a violência sofrida ao violar outros direitos.

Eloá Cristina Pimentel tinha 15 anos em 13 de outubro de 2008, quando foi feita refém pelo ex-namorado, Lindemberg Fernandes Alves, juntamente com sua melhor amiga, Nayara Rodrigues da Silva, e dois rapazes, que foram liberados no mesmo dia pelo sequestrador. O cárcere de Eloá e Nayara durou cinco dias e foi amplamente explorado por redes de televisão, que chegaram até a entrevistar o sequestrador ao vivo durante o cativeiro.

Em 17 de outubro, policiais do Grupo de Ações Táticas Especiais (Gate) invadiram o apartamento e, em meio à troca de tiros, Eloá e Nayara foram atingidas. Eloá foi baleada na virilha e na cabeça e não resistiu ao ferimentos, vindo a falecer no dia seguinte. Nayara recebeu um disparo no rosto, mas sobreviveu. Sem ferimentos, Lindemberg foi detido e posteriormente condenado, conforme informa matéria do [Portal Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha](#).

À época o crime foi tratado pela imprensa como um ‘caso passional’, muitas vezes abordado como uma briga de casal que ainda poderia ter um final feliz. Mas hoje esse crime tem nome: feminicídio. O assassinato de mulheres em contextos discriminatórios, como os decorrentes de violência doméstica e familiar, foi tipificado no Brasil em março de 2015 justamente para evitar o que aconteceu no caso de Eloá: para que o feminicídio não seja minimizado no sistema de Justiça e na imprensa por meio de classificações como ‘crime passional’ ou ‘homicídio privilegiado’ - quando o autor age sob violenta emoção, teoricamente motivada por uma ação da vítima, conforme aponta o [Dossiê Violência contra as Mulheres](#).

O documentário “Quem matou Eloá?” (*confira o trailer no final da entrevista*) traz uma análise crítica sobre a espetacularização da violência e a abordagem da mídia televisiva nos casos de violência contra a mulher, revelando um dos motivos pelo qual o Brasil é o quinto no *ranking* de países que mais matam mulheres.

Para a diretora Lívia Perez, o caso é emblemático pela quantidade de violações aos direitos das mulheres: “além de não reconhecer o crime como um caso de violência contra a mulher e não aproveitar a oportunidade para debater o tema com a sociedade brasileira, a imprensa interferiu no crime, entrevistando o sequestrador ao vivo e tentando negociar com ele, e ainda exaltou a personalidade do criminoso com expressões do tipo ‘bom rapaz’, ‘trabalhador’, ‘joga bem futebol’ e torcendo para que o caso acabasse em um ‘casamento futuro’ entre o rapaz e a ‘amada, apaixonada’ dele”, enumera em entrevista à Agência Patrícia Galvão.

Confira a entrevista:

O que mais a impressionou no caso de Eloá que a motivou a fazer um documentário?

Livia Perez - No caso do sequestro e do assassinato da menina Eloá, de 15 anos, o que mais me impressionou foi a abordagem do fato pela imprensa em geral. Primeiro porque os casos de sequestro geralmente são mantidos em sigilo até o desfecho, já que a divulgação pode prejudicar as negociações. Depois porque, mesmo se tratando de um caso clássico de violência contra a mulher, a imprensa não reconheceu esta característica do crime e, pior, difundiu-o como um 'caso passional e de ciúmes'.

Como você avalia o papel da imprensa durante o sequestro?

A imprensa começou seu erro ao transmitir o crime enquanto ele acontecia, fazendo uma ampla divulgação, chegando a ocupar horas da programação de vários canais que transmitiam ao vivo imagens do prédio que servia de cativeiro. E a situação piorou ainda mais quando os veículos começaram a exaltar a personalidade do criminoso e chegaram até mesmo a entrevistá-lo ao vivo por telefone. Praticamente todas as TVs fizeram isso e muitos jornais também. Ou seja, além de não reconhecer o crime como um caso de violência contra as mulheres, não aproveitando a oportunidade para debater o tema com a sociedade brasileira, a imprensa interferiu no crime, entrevistando o sequestrador ao vivo e tentando negociar com ele, e ainda exaltou a personalidade do criminoso com expressões do tipo "bom rapaz", "trabalhador", "joga bem futebol", torcendo para que o caso acabasse em um "casamento futuro" entre o rapaz e a "amada, apaixonada" dele.

Você avalia que o feminicídio de Eloá fez a imprensa refletir sobre seu papel no desfecho fatal? Notou alguma mudança na cobertura desde então?

Por um lado houve uma mudança e os próprios profissionais do meio refletiram sobre o papel da imprensa, ainda mais porque uma das emissoras de TV foi condenada por meio de uma ação civil pública pela exposição da imagem e do sofrimento de duas menores de idade, Eloá e sua amiga Nayara, que ficaram cinco dias sob tortura e ameaça de Lindemberg. Por outro lado, penso que ainda há muita exploração de crimes, dependendo da classe social e da etnia das vítimas.

A partir deste caso, que cuidados você recomendaria a profissionais da imprensa que cobrem violência contra as mulheres?

Acima de tudo, reconhecer os casos em que há violência contra a mulher, reconhecer que este é um problema grave no Brasil, que é o quinto país que mais mata mulheres e evitar romantizar este tipo de crime. O ideal seria reconhecer os agentes ativos dos crimes até mesmo no momento de elaborar títulos e chamadas e tentar abordar o tema de forma a conscientizar a população sobre o tema da violência contra as mulheres.

Confira o trailer do documentário abaixo e assista ao vídeo na íntegra no Porta Curtas [neste link](#) (o acesso é gratuito, mas requer a realização de um cadastro).

Agência Patrícia Galvão é parceira da ONU Mulheres em pacto pela igualdade de gênero na mídia

(Agência Patrícia Galvão, 25/03/2016) Mais de 35 veículos da mídia impressa, online, de TV e rádio de vários países comprometeram-se a ampliar a divulgação de reportagens sobre os direitos das mulheres e a estimular o aumento da participação feminina em suas redações e também como fontes das notícias.

PLANET 50-50 | BY 2030 | **STEP IT UP FOR GENDER EQUALITY**

O **Pacto de Mídia Dê um Passo pela Igualdade de Gênero** ([Step It Up for Gender Equality Media Compact](#)) é uma iniciativa da ONU Mulheres voltada à promoção de ações concretas no âmbito da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, cujo objetivo de nº 5 é garantir que a igualdade de direitos entre mulheres e homens seja efetivamente alcançada: Por um Planeta 50-50 em 2030.



Apresentação dos parceiros do Pacto de Mídia Dê um Passo pela Igualdade de Gênero durante a 60ª sessão da Comissão sobre a Situação da Mulher (CSW) na sede da ONU em Nova York (Foto: ONU Mulheres)

O Instituto Patrícia Galvão - Mídia e Direitos adere ao Pacto por meio de sua [Agência de Notícias Patrícia Galvão](#), que está entre os 35 veículos internacionais de mídia que

produzem e divulgam informações e conteúdos para milhões de pessoas na África, América Latina, Ásia-Pacífico, Europa e em alguns países árabes e agora se comprometem a realizar ações internas e externas a favor dos direitos e do empoderamento das mulheres.

Trata-se de uma aliança entre a ONU Mulheres e organizações de mídia que assumem o compromisso de não apenas defender os direitos das mulheres em seus conteúdos, mas adotar um código de conduta na produção de matérias que seja sensível aos direitos das mulheres e rompa com o uso de estereótipos e preconceitos, e também garantir maior presença de mulheres entre as fontes de notícias e a paridade de gênero nas redações, inclusive em funções de liderança e tomada de decisão.

Instituto Patrícia Galvão amplia sua atuação internacional



Mídia e Direitos

Criado com a missão de contribuir para a qualificação do debate público sobre os direitos das mulheres por meio de ações de comunicação, o Instituto Patrícia Galvão sempre teve a promoção da igualdade de gênero como foco de sua atuação e já põe em prática todos os compromissos mínimos previstos no Pacto. A *Agência de Notícias Patrícia Galvão* foi convidada pela ONU Mulheres a fazer parte do Pacto por sua produção de conteúdos de qualidade voltados à defesa dos direitos das mulheres, que privilegiam as mulheres como autoras e fontes das matérias e que agora passam a ser mais amplamente disseminados por meio dos canais de comunicação desse órgão das Nações Unidas e de suas representações e parceiros em todo o mundo.

Ao aderir ao Pacto, o Instituto Patrícia Galvão compromete-se a prosseguir com suas ações, produções editoriais e práticas institucionais a favor dos direitos e do empoderamento das mulheres e, ao mesmo tempo, posiciona-se estrategicamente para ampliar sua atuação internacional por meio do estabelecimento de canais de interlocução com organizações da ONU, da mídia e da sociedade civil em todo o mundo, bem como da divulgação da pauta dos direitos das mulheres a partir da perspectiva das brasileiras.

O *Pacto de Mídia Dê um Passo pela Igualdade de Gênero* foi lançado em 23/03, na sede da ONU em Nova York, durante a 60ª sessão da Comissão sobre a Situação da Mulher (CSW). No Brasil, além da *Agência Patrícia Galvão*, faz parte do Pacto a revista *Marie Claire*. [Veja a lista completa dos veículos que aderiram ao Pacto:](#)

[Thomson Reuters Foundation Marie Claire](#) [allAfrica.com](#) [dawn.com](#) [Devex](#) [Guatlevision](#) [GulfDailyNews](#) [Diario El Telégrafo](#) [FRANCE 24](#) [صحيفة الوسط البحرينية](#) [Alwasat News Bahrain](#) [IPS News Agency](#) [RFI](#) [AMARC International Secretariat](#) [Express Tribune](#) [Cambodian Center for Independent Media \(CCIM\)](#) [Care2](#) [Citizen News Service](#) [CNS](#) [Good Housekeeping](#) [Agência Patrícia Galvão](#) [مونت كارلو الدولية](#) / [Monte Carlo Doualiya](#) [นสพ. แนวหน้า](#) [Nómada](#) [Philanthropy Age](#) [Правда.Ру](#) [Reportaje deRevista](#) [Siempre](#)

[Mujer](#) [SABC News](#) [Women's eNews](#) [The Daily Star](#) [The Jakarta Post](#) [Jordan Times](#) [UN Dispatch](#) [United Nations News Centre](#) [VodHotNews.com](#) [Women's Feature Service - WFS Philippines](#) [Teen Voices](#) [The National](#).

Leia também: [ONU Mulheres lança pacto pela igualdade de gênero na mídia \(Rádio ONU, 23/03/2016\)](#)

63% da população é contra rádio e TV nas mãos de políticos, aponta pesquisa Data Popular/Instituto Patrícia Galvão

(Agência Patrícia Galvão, 23/11/2015) A divulgação pela [Folha de S.Paulo](#) neste fim de semana de que o Ministério Público Federal promete desencadear 40 ações judiciais contra 32 deputados federais e 8 senadores sócios de emissoras de TV e/ou rádio no país, o debate sobre o respeito à Constituição Federal voltou à pauta nas redes sociais. Pesquisa de opinião realizada pelo Data Popular e o Instituto Patrícia Galvão revelou em 2013 que 63% dos entrevistados consideram que emissoras de rádio e TV não deveriam ser propriedade de políticos. Além disso, 67% são contra concessionários de radiodifusão poderem se candidatar, assim como 63% consideram que apresentadores dessas mídias também não deveriam poder se candidatar.

A ação do MPF foi estimulada pelo Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação e outras 12 organizações que protocolaram representação contra o descumprimento de preceito constitucional junto ao órgão. Assinam a representação a Artigo 19, o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, a Andi - Comunicação e Direitos, a AJD - Associação Juízes para a Democracia, o INESC - Instituto de Estudos Socioeconômicos, a ENECOS - Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social, o FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, o IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, o Levante Popular da Juventude, o MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, o MTST - Movimento dos Trabalhadores Sem Teto e a Proteste - Associação Brasileira de Defesa do Consumidor.

O artigo 54 da Constituição diz que deputados e senadores não podem ser proprietários ou diretores e nem exercer cargo ou emprego remunerado em empresas concessionárias de serviço público. E a Lei nº 9.504/1997 define que, a partir de 1º de julho do ano da eleição, é vedado às emissoras de rádio e TV transmitir programa apresentado ou comentado por candidato.

Leia também: [A promiscuidade obscena dos políticos donos de rádio e TV \(Blog do Sakamoto, 23/11/2015\)](#)

Realizada em setembro de 2013, a pesquisa [Poder e Meios de Comunicação](#) foi desenvolvida com apoio da Fundação Ford. O estudo ouviu 1.500 pessoas em 50 municípios brasileiros

escolhidos por sorteio amostral para assegurar representatividade da opinião nacional da população.

[Acesse aqui o relatório da pesquisa na íntegra.](#)

Matéria atualizada às 10h03 de 24/11/2015.

[Comunicação digital para divulgação de pesquisa](#)

Como parte do projeto *Mais Direitos e Mais Poder para as Mulheres Brasileiras*, em março de 2014, o Instituto Patrícia Galvão inaugurou duas ferramentas que convidam usuárias e usuários da internet a refletir sobre a divisão desigual do trabalho doméstico e o peso da sobrecarga imposta às mulheres no seu dia a dia.

Uma plataforma *online* reúne e disponibiliza de modo interativo os achados da pesquisa [Trabalho remunerado e trabalho doméstico - uma tensão permanente](#) (2013). Fruto de uma parceria entre o Instituto Patrícia Galvão, o Data Popular e o SOS Corpo, o estudo mensurou a percepção das mulheres de que a maior participação no trabalho remunerado não foi acompanhada de mudanças na divisão do trabalho doméstico, nem na oferta de políticas públicas. [Outra ferramenta online convida as/os internautas a responderem uma rápida enquete](#) e descobrir como está sua participação na divisão das tarefas cotidianas.

O capítulo [Estratégias de Comunicação Digital para Divulgação de Pesquisa](#) resgata o passo a passo da produção das duas ferramentas e realiza uma análise crítica de seus resultados, buscando, assim, contribuir para a construção de caminhos para o uso da internet por organizações de mulheres visando potencializar a divulgação de suas agendas e incidência na opinião pública. Confira:

[>> Clique aqui para fazer download do arquivo na íntegra \(em pdf\)](#)

[“Os meios de comunicação poderiam ser parceiros na construção da cidadania](#)

trans”, aponta psicóloga

(Luciana Araújo/Agência Patrícia Galvão, 06/08/2015) Mulher trans negra, a pesquisadora Jaqueline Gomes de Jesus, entrevistada pela *Agência Patrícia Galvão* para o [Dossiê Violência contra Mulheres](#), fala sobre como a intersecção dos marcadores sociais de violência potencializa as chances de violações de direitos humanos como parte constitutiva da existência de milhares de brasileiras em qualquer classe social.

Jaqueline é psicóloga e doutora em Psicologia Social e do Trabalho pela Universidade de Brasília, onde atua como pesquisadora, e pós-doutora pela Fundação Getúlio Vargas. Entre 2008 e 2011 atuou como assessora no desenvolvimento de programas de atenção à saúde e prevenção ao uso de drogas no Ministério do Planejamento e na Presidência da República. Em 2012 recebeu um prêmio Jabuti como co-autora do livro *Psicologia Social: Principais temas e vertentes* (Câmara Brasileira do Livro).



Jaqueline Gomes de Jesus (arquivo pessoal)

Como a questão da identidade de gênero se associa a outros marcadores de violência contra as mulheres trans no Brasil?

Historicamente, a população trans é estigmatizada, marginalizada e perseguida, devido à crença na sua anormalidade, decorrente do estereótipo de que o “natural” é que o gênero atribuído ao nascimento seja aquele com o qual a pessoa se identifica e, portanto, espera-se que ela se comporte de acordo com o que se julga ser o “adequado” para esse ou aquele gênero.

O Brasil é o país no qual mais se matam pessoas trans no mundo (particularmente as travestis e as mulheres trans), sendo responsável, isoladamente, por 39,8% dos assassinatos de pessoas trans registrados no mundo entre 2008 e 2011, e no mesmo período por 50, 5% desses crimes na América Latina ([saiba mais](#)).

No que tange às questões de gênero, nos assassinatos das mulheres trans e travestis verifica-se a mesma lógica das violências conjugais comuns em casais heteronormativos e pautados por

relações machistas, caracterizadas pela agressão da mulher por parte do homem quando em uma situação de conflito, como uma estratégia de controle sobre o corpo feminino; além do desamparo aprendido e a descrença das vítimas ante à inoperância das instituições sociais de suporte.

Quais são as especificidades e semelhanças na violência sexual e doméstica cometida contra mulheres trans?

As violações contra as mulheres trans, de forma geral, repetem o padrão dos crimes de ódio, motivados por preconceito contra alguma característica da pessoa agredida que a identifique como parte de um grupo discriminado, socialmente desprotegido, e caracterizados pela forma hedionda como são executados, com várias facadas, alvejamento sem aviso, apedrejamento, reiterando, desse modo, a violência genérica e a abjeção com que são tratadas as pessoas trans no Brasil.

Embora existam [decisões judiciais favoráveis à aplicabilidade da Lei Maria da Penha](#) para violências conjugais em casais formados por homens cisgêneros (*que não são trans*) e mulheres trans, faltam dados mais precisos quanto à realidade de violência sexual e doméstica vivida pelas trans brasileiras, dada principalmente a sua desproteção social. Não há informações oficiais de como os órgãos públicos brasileiros têm-se articulado para auxiliá-las, no que concerne: à possibilidade de serem atendidas nas Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher; à proteção pela Lei Maria da Penha; e ao respeito à sua identificação no trabalho e outros espaços.

E quais são os caminhos para enfrentar a violência e afirmar direitos que a mídia pode ajudar a divulgar?

A mídia brasileira é contumaz em reproduzir estereótipos de gênero que desumanizam as pessoas trans, mais frequentemente as mulheres trans, que redundam na reafirmação da violência estrutural contra elas, tornando-as alvos constantes de estereótipos nos meios de comunicação, porque ainda se considera “natural” que sejam ridicularizadas. Como expressão das representações da sociedade, a mídia repete a histórica crença na anormalidade da população trans, sob uma linguagem de escárnio que naturaliza violações.

Uma visão mais inclusiva por parte da mídia traria consigo novas imagens de masculinidade e de feminilidade, que aceitariam, por exemplo, a mulheridade das mulheres trans.

Adotar práticas de responsabilidade social, que mediem a liberdade de expressão e os direitos de personalidade das pessoas retratadas, ainda é um desafio para as mídias brasileiras, que em nome do lucro fazem uso de sensacionalismo e desrespeito à dignidade humana.

Com uma conscientização maior sobre a violência estrutural que a população transgênero sofre, os meios de comunicação poderiam ser parceiros na construção da cidadania trans.

E que cuidados a imprensa deve ter ao reportar casos de violência sobre mulheres trans, e também quando entrevistam essas mulheres?

Primeiramente, buscar conhecê-las para além dos estereótipos e reconhecê-las como seres humanos plenos. Muito ainda tem de ser enfrentado para se chegar a um mínimo de dignidade e respeito à identidade das pessoas trans, para além dos estereótipos. Um desses estereótipos leva alguns a se esquecerem que a pessoa trans vivencia outros aspectos de sua humanidade, para além dos relacionados à sua identidade de gênero.

Entre as pessoas de um mesmo grupo há grande diversidade: as pessoas brancas não são todas iguais, como não são as pessoas negras, mulheres, homens, indígenas, trans e tantas outras.

As pessoas trans, como quaisquer seres humanos, podem ter diferentes cores, etnias, classes, origens geográficas, religiões, idades, orientações sexuais, uma rica história de vida, entre outras características.

A partir disso, algumas noções básicas de como se referir às pessoas se fazem imprescindíveis. Destaco aqui, genericamente, que se deve falar “as” travestis e não “os” travestis, que é totalmente anti-ético perguntar ou divulgar os nomes civis de pessoas trans, tenham elas conseguido modificá-los ou não.

Pensando nessa perspectiva, indico a leitura do guia digital que publiquei a respeito, [“Orientações sobre Identidade de Gênero: Conceitos e Termos”](#), no qual se apresentam formas inclusivas de se abordar pessoas trans. Enfim, recomendo que os jornalistas perguntem às próprias mulheres trans como elas preferem ser tratadas e respeitem-nas, ao invés de se referir a elas desrespeitando sua autonomia.

Contato da fonte:

Jaqueline Gomes de Jesus, doutora em Psicologia Social e do Trabalho e Pós-Doutora em Trabalho e Movimentos Sociais
jaquebrasil@gmail.com

Atualizado em 07/08 às 6h45.

[Instituto Patrícia Galvão prepara ação de diálogo com a mídia sobre a violência contra as mulheres](#)

(Agência Patrícia Galvão, 18/08/2014) Com apoio do Fundo Elas e do Instituto Avon, o Patrícia Galvão quer promover debates entre comunicadores e especialistas e subsidiar o trabalho da mídia com dados e fontes sobre as violações aos direitos das mulheres

A violência de gênero é o assunto que mais atrai a atenção da imprensa no país dentre os temas da agenda das mulheres. No entanto, a forma como o problema é abordado mostra a necessidade de aprofundamento, que inclui contextualização e entendimento das desigualdades nas relações de gênero. Tendo em vista que a mídia tem papel crucial na implementação e efetivação de políticas públicas, o Instituto Patrícia Galvão inscreveu o projeto ***Por uma cobertura jornalística contextualizada, crítica e aprofundada sobre violência contra as mulheres e a aplicação da Lei Maria da Penha*** na 19ª edição do Fundo Fale Sem Medo. A proposta foi uma das 31 selecionadas para receber investimento do fundo, uma iniciativa do Fundo Elas em parceria com o Instituto Avon.

O objetivo do Instituto Patrícia Galvão é contribuir para o aprofundamento do debate sobre a violência contra as mulheres e a aplicação da Lei Maria da Penha nos meios de comunicação tradicionais e nas redes sociais, por meio da sistematização e disponibilização de dados, informações e análises estratégicas, além da sensibilização de profissionais de comunicação sobre a realidade e complexidade do problema.

A proposta é que o debate com a imprensa desperte um sentido de urgência do compromisso

da mídia para exercer cada vez mais seu papel de pressionar e fiscalizar as ações do Estado na implementação da Lei Maria da Penha e, ao mesmo tempo, assumir no debate público uma posição editorial de não tolerância com a violência contra as mulheres.

Dossiê multimídia sobre violência contra as mulheres

O projeto a ser desenvolvido prevê a produção de um dossiê multimídia com dados oficiais atualizados, pesquisas de opinião e estatísticas demográficas comentadas por especialistas. Também será disponibilizada uma lista de contatos de operadores do Direito, pesquisadores, delegadas de DEAMs, gestores e ativistas dos movimentos sociais de mulheres das diversas regiões do país, a fim de facilitar a busca de fontes qualificadas para a produção de reportagens sobre o tema.

Diálogo entre jornalistas, especialistas, pesquisadoras, gestoras e ativistas feministas

A ação também inclui uma série de painéis temáticos voltados ao diálogo com jornalistas e comunicadores em geral. Nesses eventos, especialistas, gestores, pesquisadores e operadores do Direito debaterão com profissionais da comunicação a importância da perspectiva de gênero e de direitos humanos na cobertura do tema da violência contra as mulheres.

As atividades estão em fase de planejamento. A execução acontecerá entre fevereiro e novembro de 2015. Para a editora da Agência de Notícias Patrícia Galvão, Marisa Sanematsu, a experiência do Instituto em promover diálogos com jornalistas na perspectiva de defesa dos direitos das mulheres ao longo dos últimos anos coloca boas perspectivas para o desenvolvimento do projeto. “Desde sua criação, o Instituto Patrícia Galvão vem se dedicando ao tema da violência de gênero sob a perspectiva da comunicação. Para isso, tem realizado estudos, pesquisas de opinião e eventos que mostram que a mídia é sensível ao tema mas sua abordagem ainda é muito superficial. Por isso é preciso subsidiar esse trabalho com dados e fontes qualificadas para que os meios de comunicação possam de fato contribuir não só para dar visibilidade à gravidade da violência contra as mulheres, mas também para mostrar sua complexidade e as saídas que existem para a superação do problema”, afirma Marisa, que ressalta também que a questão não é apenas uma responsabilidade da Segurança Pública e da Justiça, mas de toda a sociedade, e os meios de comunicação podem e têm o dever de contribuir para o enfrentamento dessa grave forma de violência, que no Brasil já atingiu proporção de uma epidemia.

O papel social da mídia no enfrentamento à violência de gênero

A iniciativa surgiu da avaliação do Instituto sobre a cobertura jornalística de temas relacionados à agenda de direitos das mulheres. Há dez anos o Patrícia Galvão - Mídia e Direitos desenvolve um trabalho de monitoramento de mídia e esse acompanhamento mostrou que, embora destacado, o tratamento da violência contra as mulheres ainda é descontextualizado e superficial.

Saiba mais: [Violência contra a mulher: estudo revela predominância de viés policesco na cobertura noticiosa do tema](#)

“Há uma excessiva concentração da cobertura sobre violência de gênero em reportagens de caráter policial, que carecem de contextualização e problematização. As matérias em geral destacam detalhes sobre os resultados físicos da violência e as circunstâncias em que foi cometida sem agregar análises sobre as relações desiguais de poder entre homens e

mulheres”, aponta a diretora executiva do Instituto, Jacira Melo, que destaca também a pouca atenção do jornalismo à legislação relacionada aos direitos das mulheres. “Verifica-se um baixo investimento em entrevistas com especialistas – gestoras de serviços de atenção a mulheres, ativistas feministas, pesquisadoras e operadores dos sistemas de Segurança Pública e Justiça. E na maioria absoluta das reportagens e matérias está ausente a necessária crítica às políticas públicas de segurança e de assistência psicossocial e jurídica às vítimas. Não se discutem as responsabilidades dos governos locais pela escassez de serviços e nem se cobra o apoio de infraestrutura e recursos pelos quais os governos estaduais e federal são legalmente responsáveis”.

Outro problema verificado pelo Instituto Patrícia Galvão na abordagem midiática é o desconhecimento em relação aos dispositivos legais que poderiam assegurar às mulheres o pleno acesso à Justiça, especialmente sobre a Lei Maria na Penha. “Diversas pesquisas já mostraram que a maioria absoluta – entre 92% a 99% – da população declara conhecer a Lei Maria da Penha, mas não o seu conteúdo. É preciso divulgar mais os instrumentos da Lei que garantem a segurança e os direitos das mulheres, como as medidas protetivas de urgência, a estabilidade no emprego e a assistência jurídica e psicossocial”, afirma Marisa Sanematsu.

Parceria

O Fundo de Investimento Social Elas é uma iniciativa de empresas e organizações que financia ações para o protagonismo de mulheres. E pela primeira vez, em conjunto com o Fundo Fale Sem Medo e apoio da ONU Mulheres e da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, selecionou projetos de grupos e organizações da sociedade civil que trabalham para o enfrentamento da violência doméstica contra a mulher.

O Fale Sem Medo é uma iniciativa do Instituto Avon que funciona com aportes da empresa e de parte dos valores dos produtos adquiridos pelas consumidoras e consumidores da marca, para financiamento de iniciativas de combate à violência contra as mulheres. Neste ano, o 19º edital destinará R\$ 3,1 milhões de reais para projetos diversos.

O Instituto Patrícia Galvão



Seminário 'Mídia e Mulheres na Política', realizado pelo Instituto Patrícia Galvão em 2010. À mesa, Eliane Cantanhêde (Folha de S.Paulo), Claudia Belfort (Jornal da Tarde), Lurdinha Rodrigues (Instituto Patrícia Galvão), Luiz Rila (O Estado de S.Paulo) e Céli Pinto (UFRGS).

Organização da sociedade civil fundada em 2001 com a missão de contribuir para a qualificação da cobertura jornalística sobre violações dos direitos das mulheres brasileiras, o Instituto Patrícia Galvão atua para influenciar o debate público a fim de demandar respostas do Estado e mudanças na sociedade e na própria mídia. Desde 2009 o Instituto mantém a Agência de Notícias Patrícia Galvão, que divulga eletronicamente pesquisas, fontes e informações, além de compilar material produzido pelos meios de comunicação do país sobre temas críticos para as mulheres.

O Instituto também é a organização promotora de vários debates com jornalistas e especialistas sobre temas da agenda das mulheres, entre eles o ciclo de seminários 'A Mulher e a Mídia', que em oito edições reuniu nomes como Cristiana Lôbo, Luiza Erundina, Eliane Cantanhêde, Marta Suplicy, Claudia Belfort, Laura Capriglione, Taís Ladeira, Rodrigo Vianna, Teresa Cruvinel, José Eustáquio Diniz Alves, Gustavo Venturi, Fátima Jordão, Renato Meirelles, Denise Viola, Dênnis Oliveira, Ivana Bentes, Edson Lopes Cardoso, Sérgio Amadeu e outros.

Jornalistas e comunicadores em geral interessados em receber informações e acompanhar o desenvolvimento do projeto podem se cadastrar diretamente na página da Agência ou enviar e-mail para contato@patriciagalvao.org.br.

Conselho Curador da EBC realiza audiência pública sobre cobertura eleitoral dia 13

(Agência Patrícia Galvão, 07/05/2014) No próximo dia 13 de maio (terça-feira), a partir das 14 horas, o Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação – EBC realiza uma audiência pública para debater a cobertura das eleições na emissora. O evento acontece em São Paulo, no auditório do Sindicato dos Engenheiros (Rua Genebra, 25, Bela Vista – ao lado da Câmara Municipal), mas tem caráter nacional e será transmitido pela página do Conselho no site da emissora (<http://www.conselhocurador.ebc.com.br/>).

A Rede Mulher e Mídia, integrada pelo Instituto Patrícia Galvão e outras pessoas e instituições envolvidas com o tema em todo o Brasil, estará representada e buscará pautar questões como: a necessidade de a emissora pública abordar [a demanda por aumento do espaço das mulheres na política partidária](#), o respeito à lei de cotas por sexo em relação ao estabelecimento das candidaturas e ao tempo das siglas na propaganda partidária, a agenda de demandas das mulheres por políticas públicas a serem cobradas dos candidatos e candidatas, entre outros.

“O Conselho Curador sabe que a Rede Mulher e Mídia é muito atenta aos seus processos e da EBC. Por isso, estando em São Paulo, onde muitas de nós atuamos, a presença da Rede é aguardada com igual atenção”, destaca a jornalista Rita Freire. Integrante da Rede e coordenadora da Ciranda Internacional de Comunicação Compartilhada, Rita também é membro do Conselho Curador da EBC.

Por Luciana Araújo

Conheça os vídeos vencedores do concurso ‘A mulher brasileira quer se ver nas propagandas na TV’

(Agência Patrícia Galvão, 08/04/2014) O Instituto Patrícia Galvão parabeniza os seis projetos vencedores do [concurso de vídeos de 1 minuto ‘A mulher brasileira quer se ver na TV’](#). O trabalho da Comissão Julgadora (*veja abaixo a composição*) foi concluído no último dia 31 de março e neste período a organização recebeu os comprovantes de direitos autorais e outros documentos exigidos para garantir a classificação, conforme o regulamento. Ao todo foram inscritas 20 produções de diversos estados do país.

Os seis vídeos premiados são:

1º LUGAR: A Propaganda

Produção e realização: Vanguarda Audiovisual - Curitiba/PR

2º LUGAR: O reflexo

Produção e realização: Amanda Curvelo, Daniel Faustino Cruz, Nathália Escudero, Paulo Montenegro e Victor Reis - Santos/SP

3º LUGAR: Mulheres Negras: Por uma representação mais digna

Produção e realização: Griô Produções - São Paulo/SP

Menção honrosa: Você sabe que...

Produção e realização: Hellen Andréia da Silva Bizerra e Karina Chichanoski - Ponta Grossa/PR

Menção honrosa: Mulher de verdade

Produção e realização: Daniela Perim, Edney Alves, Fabiana Lugli, Júlia Ramos, Karina Spinelli, Kelly Cristina Spinelli e Vera Vasques - São Paulo/SP

Menção honrosa: Quem eu quero ver

Produção e realização: Ellen da Silva, Mariana Poncio de Lima e elenco - Curitiba/PR

As três primeiras equipes receberão, respectivamente, prêmios de R\$ 5 mil, R\$ 3 mil e R\$ 2 mil. Os demais receberão R\$ 1,5 mil por projeto selecionado para a categoria de menção honrosa.

A diretoria do Instituto Patrícia Galvão destaca que, embora não tenha sido possível premiar todos os projetos inscritos, a qualidade do material recebido superou as expectativas e dá ânimo para a promoção de novas edições do concurso, realizado pela primeira vez no Brasil como iniciativa de uma organização da sociedade civil voltada à promoção dos direitos das mulheres.

Contribuição ao debate

Para Jacira Melo, diretora executiva do Instituto, “as produções inscritas no concurso revelam uma densa compreensão sobre o descompasso entre a publicidade e as consumidoras, que não se veem na propaganda. Nos surpreendeu positivamente a qualidade técnica e narrativa com que as equipes abordaram os estereótipos a partir dos quais as mulheres brasileiras são representada na publicidade. O Instituto Patrícia Galvão considera que o conjunto de vídeos produzidos pode ser uma contribuição significativa junto às novas gerações. Se algumas vezes o discurso crítico feminista sobre a ‘mulher símbolo sexual’, a ‘mulher ilusão’ não conseguem sensibilizar, o formato ágil, dinâmico e acessível dessas produções tem potencial de ultrapassar barreiras.”

A cientista social e diretora de pesquisas do Instituto Data Popular, Maíra Saruê Machado, que coordenou o estudo [‘Representações das mulheres nas propagandas na TV’](#) e integrou a Comissão Julgadora, destaca que “as mulheres que aparecem cotidianamente na televisão para

milhões de brasileiras e brasileiros não retratam as mulheres da vida real. Raça/cor, idade, peso, cabelos, cor dos olhos... são diversos os aspectos que as diferenciam. A população brasileira concorda com isso e gostaria de ter sua diversidade representada nas propagandas de TV, revela o estudo que embasou o concurso. Iniciativa excelente, que contribuiu muito para ilustrar essa constatação, somando novos olhares à reflexão. A maior parte dos vídeos recebidos para julgamento tinha como base uma reflexão muito pertinente sobre essa questão, muitos inclusive indo além da não representação e ilustrando os efeitos negativos que isso pode trazer para a vida daquelas que não se sentem representadas. Parabéns ao Instituto Patrícia Galvão pela iniciativa do concurso, que repercute ainda mais os resultados do estudo, e parabéns aos participantes pela produção e pelas diversas leituras tão pertinentes ao tema”.

Apropriação e reflexão

A jornalista e coordenadora do Intervozes, Bia Barbosa, também falou sobre sua avaliação dos trabalhos e do concurso. “A iniciativa do Instituto Patrícia Galvão em organizar um concurso como este traz uma grande contribuição ao debate público sobre a representação das mulheres na publicidade e no conteúdo televisivo em geral. Por duas razões principais. A primeira é que um concurso de vídeos incentiva a apropriação da produção audiovisual pelas mulheres, multiplicando as possibilidades de termos, cada vez mais, mulheres produzindo conteúdos sobre este tema e disputando ideias e valores através da prática audiovisual. Em segundo, e mais importante, seu resultado amplia os vídeos sobre esta questão em circulação no país, o que, por si só, já permite que mais pessoas sejam alcançadas por esta mensagem e, assim, passem a refletir sobre a condição das mulheres (ou sua própria condição) nos meios de comunicação em massa”.

Para Nilza Iraci, também integrante da Comissão Julgadora e referência do movimento feminista negro, “a exclusão, o não ser, a invisibilidade, o que está por trás, o não dito. Tudo isso registrado em um minuto por lentes inquietas, criativas, sensíveis produziram resultados surpreendentes, que tivemos o privilégio de assistir em primeira mão. Foi um grande aprendizado. Difícil escolher, pois cada um, cada uma, no seu minuto, revelou a dimensão de como temos estado ocultas, banalizadas, violadas por uma sociedade midiática onde o Senhor Consumo é deus. Esse concurso demonstrou que é necessário cada vez mais oportunidades para a expressão das ousadias. Que venham muitos outros, e muitos outros talentos sejam revelados. Parabéns a todos e todas”.

Comissão Julgadora do concurso ‘A mulher brasileira quer se ver nas propagandas na TV’



Bia Barbosa - jornalista, mestre em gestão e políticas públicas, integrante da coordenação do Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social e do Conselho Deliberativo do Instituto Patrícia Galvão. É coautora dos livros *A Sociedade Ocupa a TV - o caso Direitos de Resposta e o controle público da mídia* (Intervozes) e *A quem pertence o corpo da mulher* (Departamento de Jornalismo da PUC-SP e Repórter Brasil).



Laurindo Lalo Leal Filho - sociólogo e jornalista, professor na ECA-USP e apresentador do programa 'VerTV' na TV Brasil. É autor, entre outros títulos, de *A TV sob Controle: A resposta da sociedade ao poder da televisão* (Summus Editorial).



Leonardo Sakamoto - jornalista e doutor em Ciência Política, professor na PUC-SP, coordenador da ONG Repórter Brasil e autor do Blog do Sakamoto.



Máira Saruê Machado - cientista social e mestre em Sociologia pela USP, é diretora de pesquisa do Instituto Data Popular.



Nilza Iraci - especialista em Comunicação Social pela UnB, presidenta do Geledés - Instituto da Mulher Negra, coordenadora da Articulação de ONGs de Mulheres Negras Brasileiras (AMNB), integrante do Conselho Deliberativo do Instituto Patrícia Galvão e do Conselho Consultivo do Observatório de Gênero da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República.



Rachel Moreno - psicóloga, especialista em sexualidade humana, diretora do Instituto Opinião, coordenadora do site Observatório da Mulher, autora dos livros *A Beleza Impossível - Mídia, Mulher e Consumo* (Editora Ágora) e *A imagem da mulher na mídia* (Publisher Brasil).



Ricardo Alexino Ferreira - jornalista, mestre e doutor em Ciências da Comunicação, professor da ECA-USP, líder do Grupo de Pesquisa Midialogia Científica e Especializada (certificado pelo Diretório de Grupos do CNPq), coordenador do Núcleo de Estudos Interdisciplinares do Negro Brasileiro da Universidade de São Paulo (NEINB-USP).



Rita Freire - jornalista, pós-graduada em Política Internacional, editora e gestora da Ciranda Internacional de Comunicação Compartilhada, dirigente da Associação Internacional de Comunicação Compartilhada (Compas), integrante do Fórum Mundial de Mídia Livre e do Conselho Internacional do Fórum Social Mundial.

[Inscrições ao concurso de vídeos de 1 minuto se encerram nesta terça-feira](#)

(**Agência Patrícia Galvão, 24/03/2014**) As inscrições ao [concurso de vídeos de 1 minuto 'A mulher brasileira quer se ver nas propagandas na TV'](#) serão encerradas nesta terça-feira (25

de março). Os resultados serão divulgados no dia 31 de março. Os trabalhos serão julgados por uma comissão de especialistas, professores de Comunicação e jornalistas.

A iniciativa, promovida com apoio da Fundação Ford, premiará as seis melhores propostas audiovisuais que tratem da representação das mulheres na publicidade televisiva.

Os vídeos devem ser inéditos e abordar as formas como a mulher é representada na publicidade na TV brasileira. A principal referência para a realização do concurso é a pesquisa [Representações das mulheres nas propagandas na TV](#), realizada pelo Data Popular e Instituto Patrícia Galvão com o objetivo de captar a percepção das mulheres e homens e o distanciamento entre os anseios dos brasileiros e a publicidade televisiva.

O material pode ser produzido no formato *videoslides* (compilação de fotografias em suporte audiovisual), depoimento, documentário, reportagem, animação, peça publicitária etc., à escolha da equipe/indivíduo. Também não há limite de idade aos participantes, embora a iniciativa tenha entre seus principais objetivos dialogar com estudantes de Comunicação Social.

A documentação relativa ao material produzido será exigida apenas aos projetos selecionados para receber um dos prêmios estabelecidos no regulamento.

Podem participar do concurso pessoas físicas e jurídicas - associações, grupos registrados, ONGs, produtoras de audiovisual, fundações e outras organizações - privadas ou públicas, detentoras dos direitos patrimoniais das obras audiovisuais a serem inscritas.

A inscrição é gratuita. As informações completas, o regulamento e a ficha de inscrição podem ser acessadas [aqui](#).

INSCRIÇÕES JÁ REALIZADAS

O recebimento das inscrições encaminhadas pelo site do concurso até à meia-noite deste dia 14 de março será informado na próxima segunda-feira (17 de março) pela comissão organizadora ao e-mail informado pela/o proponente na ficha de inscrição.

Se você tiver enviado seu vídeo e não receber a confirmação da inscrição na segunda, pedimos que comunique o ocorrido enviando mensagem ao email <concurso1minuto@patriciagalvao.org.br> com cópia para <contato@patriciagalvao.org.br>.

[MPF aponta caminhos para fazer valer a lei contra o monopólio das comunicações](#)

(Luciana Araújo / Agência Patrícia Galvão, 21/02/2014) Na manhã desta sexta-feira (21), a Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal realizou em São Paulo uma audiência pública para discutir o projeto de lei da mídia democrática. O evento foi organizado em parceria com o [Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social](#). A proposta em debate, construída

por diversas organizações da sociedade civil, prevê a regulamentação dos artigos do Capítulo 5 da Constituição Federal no que diz respeito à comunicação eletrônica.

Com participação confirmada no evento, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e o Ministério das Comunicações não estiveram presentes. Diante das ausências, o procurador regional substituto, Jefferson Aparecido Dias, criticou o que denominou de “conivência” do poder público com a interdição deste debate, em função da pressão das empresas do setor.

No Estado de São Paulo, Jefferson Dias destacou que os procuradores elegeram como prioridades de ação o cancelamento de concessões que concentram mídias “além dos tênues limites colocados pela lei” e a fiscalização do cumprimento da legislação por parte das rádios na capital. Como exemplo de concessões ilegais questionadas, o procurador citou o caso do [grupo de Comunicação Brasil Sat \(CBS\)](#), do empresário Paulo Masci de Abreu, que possui oito outorgas de rádio FM - quando a lei permite o máximo de seis e três outorgas em onda média nacional, sendo que são permitidas apenas duas concessões desse tipo em nome de um mesmo cidadão brasileiro. O MPF/SP recomendou ao Ministério das Comunicações e à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) o cancelamento das concessões ilegais e a realização de novas licitações para outorgas destes serviços.

Em janeiro deste ano o MPF também [recomendou ao Ministério e à Anatel que estabeleça em 90 dias um plano de fiscalização de todas as rádios comerciais do país](#), a ser realizado num período de seis meses. Em fiscalização realizada no Estado por solicitação da Procuradoria Regional, a Anatel verificou que 12 das 16 emissoras fiscalizadas estavam em situação irregular.

O procurador citou também outras investigações nas quais a PRDC atua, como o arrendamento de concessões a instituições religiosas e o caso de um site que comercializa controle acionário de concessões cujos processos ainda estão em análise pelo Ministério. “E nossa proposta a partir desta audiência pública é intensificar iniciativas em conjunto com o GT de Comunicação da PFDC em âmbito nacional”.

No início deste mês, a Procuradoria Regional em São Paulo também reiterou ao Tribunal Regional Federal da 3ª Região parecer recomendando determinação para que a [Rede Globo realize uma campanha sobre os direitos das mulheres](#). O parecer foi dado numa ação civil pública proposta pelo MPF em 2012, após a edição do programa Big Brother Brasil daquele ano ter exibido imagens apontadas como [um suposto abuso sexual](#) durante o programa. A ação foi julgada improcedente em primeiro grau, e o MPF recorreu.

Falta de regulamentação chega aos tribunais

O deputado federal Ivan Valente (PSOL/SP) comentou a representação apresentada pela sigla ao Ministério Público Federal contra o [SBT e a apresentadora Rachel Shererazade](#), que num telejornal da emissora defendeu ação de grupos autointitulados “justiceiros”, que prenderam um rapaz negro nu a um poste no Rio de Janeiro como punição por supostos furtos que teriam sido praticados pelo jovem. O apoio da apresentadora ao caso foi apontado por juristas, parlamentares e especialistas como incitação à violência e racismo. O deputado também criticou o novo adiamento da votação do projeto de lei do marco civil da internet, relatado pelo deputado federal Alessandro Molon (PT/RJ) na Câmara dos Deputados, em virtude da pressão dos oligopólios.

Também foi mencionada durante o evento a ação direta de inconstitucionalidade (ADIn) que tramita no Supremo Tribunal Federal e foi impetrada pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), [questionando a multa aplicada às emissoras por descumprimento da classificação indicativa](#) de programação estabelecida pelo Ministério das Comunicações em respeito ao Estatuto da Criança e do Adolescente, com vistas à proteção dos direitos da infância.

A questão da regulação é tema de outra ação no Supremo. Proposta pelo jurista Fábio Konder Comparato e subscrita por diversas organizações da sociedade civil, uma [ação de inconstitucionalidade](#)

[por omissão \(ADO\)](#) pede que a máxima corte jurídica do país se posicione diante da omissão do Legislativo e do Executivo em regulamentar o capítulo constitucional da comunicação passados 26 anos após a promulgação da Carta.

Principais pontos do projeto de lei

Pedro Ekman, representando o Intervozes e a coordenação da Campanha [Para expressar a liberdade](#) - que busca coletar um milhão e meio de assinaturas de brasileiros em apoio ao projeto de lei da mídia democrática, explicou as principais questões previstas no texto.

Espectro - O projeto de lei da mídia democrática (PLIP) prevê a divisão do espectro em três partes, conforme definido pela Constituição, para atendimento à complementariedade entre os entes difusores de comunicação eletrônica, reservando um terço do espaço para emissoras públicas ou comunitárias. Os outros dois terços ficam divididos entre as concessões comerciais e a radiodifusão estatal. Esse modelo já é seguido em diversos países com democracia consolidada.

Operador de rede - O PLIP separa a produção de conteúdo da transmissão, por meio de um operador nacional de rede que deverá oferecer estrutura nacional de operação do sinal de várias emissoras, possibilitando dividir as frequências de forma mais democrática e equilibrada, potencializando o crescimento da comunicação eletrônica pública, por exemplo.

Políticos - O texto regulamenta a proibição da detenção de concessões de rádio e TV por parlamentares em exercício de mandato e parentes destes em primeiro grau, regulamentando o artigo 54 da Constituição Federal.

Pesquisa realizada pelo Data Popular e o Instituto Patrícia Galvão no ano passado apontou que apenas 32% dos brasileiros sabem que a Constituição Federal de 1988 proíbe aos detentores de mandato eletivo terem concessões de radiodifusão. Mas 63% da população é contra políticos serem donos de rádios ou TVs e 69% compreendem que essas pessoas têm mais chances de serem eleitos ou reeleitos, desequilibrando ainda mais os processos de disputa eleitoral no país. Seis em 10 pessoas ouvidas na pesquisa são contra que apresentadores de rádio ou TV se candidatem a cargos públicos.

Produção nacional e diversidade - O PLIP também regulamenta a determinação constitucional de estabelecimento de cotas de produção independente, nacional e regional, dos conteúdos de radiodifusão, destinando percentuais para cada uma dessas esferas.

Proteção à infância - O projeto inclui ainda na regulamentação a proteção à infância, por meio da classificação indicativa.

Participação social - Cria o Conselho Nacional de Comunicação Social, com representação do Estado, concessionários e sociedade civil, para atuar como órgão auxiliar do Poder Executivo na fiscalização do cumprimento da legislação nacional e na formulação de políticas públicas para o setor. Cria também a Defensoria dos Direitos do Público, com a função de assegurar o respeito aos direitos humanos no campo da comunicação.

Contra censura - O texto veda explicitamente qualquer tipo de censura prévia e utiliza como referência a regulamentação já existente em países como Portugal, Inglaterra, Estados Unidos e Argentina para assegurar a preservação dos direitos humanos e impedir a monopolização do setor.