

**Conselho Regulador da  
Entidade Reguladora para a Comunicação Social**



**Deliberação  
259/2013 (OUT)**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Pronúncia no âmbito da consulta pública do V Plano Nacional para a  
Igualdade, Género, Cidadania e Não-Discriminação 2014-2017**

Lisboa  
5 de dezembro de 2013

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação 259/2013 (OUT)

**Assunto:** Pronúncia no âmbito da consulta pública do V Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e Não-Discriminação 2014-2017

Em reunião de Secretários de Estado, de 25 de novembro, foram aprovados, para consulta pública, os projetos de Resolução do Conselho de Ministros que aprovam o V Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e Não-discriminação 2014-2017, o V Plano Nacional de Prevenção e Combate à Violência Doméstica e de Género 2014-2017 e o III Plano Nacional de Prevenção e Combate ao Tráfico de Seres Humanos 2014-2017.

Pela presente deliberação, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social elenca as suas propostas, especificamente quanto ao V Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e Não-Discriminação 2014-2017 (doravante, *V Plano*).

#### 1. Contributos no plano procedimental

Começa por se tecer algumas breves considerações quanto aos procedimentos adotados na elaboração do V Plano. No preâmbulo do projeto de Resolução (pág. 2), indica-se que «O IV Plano Nacional para a Igualdade, que agora finda, foi objeto de avaliação externa e independente, cujas recomendações foram devidamente consideradas na elaboração do novo Plano». Entendemos que seria pertinente a disponibilização do relatório correspondente à avaliação, ou das respetivas conclusões e recomendações, para uma mais ampla e profunda reflexão sobre o impacto, nas mais diversas áreas abrangidas, das medidas inscritas no IV Plano, bem como sobre os progressos verificados no domínio da igualdade de género e do combate às discriminações e as lacunas e insuficiências detetadas.

Por outro lado, no que respeita ao V Plano, consideramos que será produtivo, na concretização dos objetivos prosseguidos, ativar a cooperação e o trabalho em rede entre os diversos agentes e instituições parceiros. Tal articulação poderá passar, em primeiro lugar, pela maior

proximidade das fases intermédias de implementação do V Plano, com conhecimento dos documentos relevantes a esse respeito (planos de atividades e relatórios intercalares) e trocas de informações. Em segundo lugar, pela intensificação dos diálogos setoriais no contexto de cada medida estratégica, visando uma maior articulação e congruência das medidas a adotar.

Sugere-se ainda, em matéria procedimental, que outros organismos não representados no conjunto de instituições elencadas na pág. 10, como a ERC, integrem o grupo de trabalho de apoio à entidade coordenadora do V Plano.

## 2. Contributos no plano substantivo

Quanto a contributos ao nível das propostas elencadas no V Plano, na pág. 1 escreve-se: «O novo Plano pretende reforçar a intervenção nos domínios da educação, saúde e mercado de trabalho, por se considerar que estas áreas são merecedoras de um maior investimento no sentido do alargamento e aprofundamento das respetivas medidas». Parece-nos que, nesta autonomização de domínios, deverá também destacar-se a área dos media, que inequivocamente revela um carácter transversal e, como se salienta no início da pág. 41, «ocupam um lugar preponderante nas sociedades contemporâneas e influenciam decisivamente os comportamentos».

Sobre a **área estratégica 6**, relativa à «Comunicação Social», pensamos que o respetivo enquadramento poderá refletir, de modo mais explícito, as mudanças da paisagem mediática e das práticas sociais de consumo dos media. A este respeito, uma franja crescente dos públicos tende a organizar a sua utilização dos media em multiplataforma, sendo que também os media, cada vez mais, adaptam a disponibilização de conteúdos e serviços a uma mais intrincada, personalizada e interativa lógica de consumo mediático. A título exemplificativo, a exposição aos *reality shows*, programas de grande audiência nos serviços de programas televisivos generalistas, transcende o meio televisivo e cresce na Internet, no «cabo» e nos *social media*.

Por seu turno, as audiências dos media não são homogêneas, podendo considerar-se a sua segmentação e medidas específicas para cada segmento etário, atendendo aos seus interesses, necessidades e vulnerabilidades específicas.

Noutra dimensão, atentando nos conteúdos mediáticos difundidos, a análise pode transcender as «mensagens e imagens estereotipadas do ponto de vista das relações e dos papéis de género» (pág. 41), objeto, aliás, dos primeiros estudos sistemáticos dos estudos feministas dos media, nos anos de 1970. Atualmente, as investigações estão também centradas na desconstrução de referências mais enviesadas, subtis e impercetíveis, igualmente críticas na perspetiva da construção das identidades de género, da relação entre homens e mulheres e da definição de atitudes sociais face à desigualdade de género tanto na esfera pública como na esfera privada. Por exemplo, as *telenovelas juvenis* podem ser analisadas a partir deste prisma. Ao fornecerem um retrato com traços de realismo do quotidiano dos adolescentes e dos temas, problemáticas, inquietações que afetam este segmento etário nas sociedades contemporâneas, estes programas difundem representações sobre os comportamentos e atitudes de rapazes e de raparigas que podem revelar-se problemáticos quanto aos modelos de masculinidade / feminilidade difundidos e de relações de poder.

Quanto aos objetivos estratégicos definidos (pág. 41), entende-se que:

- 1) a capacitação dos profissionais da comunicação para a introdução da dimensão de género nos conteúdos produzidos /editados é transversal, no sentido em que afeta não só jornalistas como criativos publicitários, guionistas, produtores audiovisuais, entre outros.
- 2) em consonância, os mecanismos de sinalização de conteúdos sexistas e estereotipados do ponto de vista do género devem transcender os conteúdos jornalísticos e publicitários, abarcando, de igual modo, formatos de entretenimento e ficção.
- 3) a sensibilização do público em geral sobre as questões da igualdade de género e não-discriminação deve visar não apenas a televisão mas também as publicações de diferente natureza (generalistas, especializadas, jornais, revistas), os meios online, entre outros meios. Esta sensibilização poderá ocorrer também pela implementação

de iniciativas de literacia para os media em escolas, dirigidas a professores e a estudantes de diferentes idades e graus de ensino.

Relativamente à medida 56 [pág. 42], em que se propõe «Sensibilizar os profissionais e estudantes de comunicação social para a importância da produção jornalística sobre o tema da igualdade de género e não discriminação», seria interessante propor, caso não exista, a elaboração de um manual de boas práticas quanto à transmissão de conteúdos relacionados com género.

Quanto à medida 57 [pág. 43], em que se propõe «Monitorizar, de forma permanente e sistemática, os conteúdos mediáticos (jornalísticos e publicitários) identificando mensagens sexistas e estereotipadas», lembramos que a ERC realiza, anualmente, estudos de monitorização sistemática dos jornais televisivos, cujos resultados publica nos seus relatórios de regulação. Os indicadores e variáveis aplicados na caracterização de temas, protagonistas e fontes das notícias poderão ser direcionados à autonomização de um ângulo de género, ou adaptados para esse fim. Aproveitando as suas rotinas de investigação, a ERC poderá, assim, dar um contributo relevante neste capítulo, complementado com os casos com incidência nesta problemática que resultam no pronunciamento do Conselho Regulador, através de deliberações.

Em consonância com o exposto em cima, propomos a introdução de medidas de ação com incidência no eixo da literacia para os media, aproveitando, por exemplo, iniciativas anuais já consolidadas como os «7 Dias com os Media» [<http://www.literaciamediatica.pt/7diascomosmedia/apresentacao>].

Lisboa, 5 de dezembro de 2013

O Conselho Regulador da ERC,

Alberto Arons de Carvalho  
Raquel Alexandra Castro  
Rui Gomes