

I Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos
Teorías y políticas: desde el Segundo Sexo hasta los debates actuales
29 y 30 de Octubre de 2009

Género y *mass media* en la realidad brasileña contemporánea: desafíos socio-jurídicos

Sheila Stolz¹

Gabriela Kyrillos²

Rita Grecco dos Santos³

1. Ponderaciones Iniciales

El United Nations International Research and Training Institute for the Advancement of Women – UN/INSTRAW en su Informe de 2005 referente al progreso en la aplicación de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995), alerta sobre la creciente reproducción en los *mass media* de estereotipos de lo que la sociedad global y sus distintas culturas asumen como “femenino y masculino”. Manifestaciones que por su abierto y directo sexismo acaban contribuyendo, indudablemente, a la manutención de las desigualdades entre hombres y mujeres. Por lo tanto, conviene recordar, como nos enseña Hall (1997), que los significados que compartimos en la cultura no son

¹ Doctoranda y Mestre en Derecho por la Universitat Pompeu Fabra – UPF, Barcelona, España. Profesora de la Faculdade de Direito de la Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Rio Grande/RS. Coordinadora del Núcleo de Pesquisa e Extensão em Direitos Humanos – NUPEDH/FURG. Investigadora vinculada al Grupo Processos Participativos na Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas – UFPEL, Pelotas/RS. E-mail: sheilastolz@furg.br.

² Estudiante del 4º año del curso de Derecho de la Universidade Federal do Rio Grande – FURG – y del 4º semestre del curso de Ciências Sociais de la Universidade Federal de Pelotas – UFPEL. Integrante del Núcleo de Pesquisa e Extensão em Direitos Humanos – NUPEDH/FURG y del Grupo de Pesquisa Processos Participativos na Gestão Pública – PPGP/UFPEL. E-mail: direito.csociais@gmail.com.

³ Doctoranda y Mestre em Educação – Filosofia y História de la Educación por el Programa de Postgrado em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Pelotas – PPGE-FaE/UFPEL. Profesora del Instituto de Educação de la Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Investigadora vinculada al Centro de Estudos e Investigações em História da Educação – CEIHE/UFPEL y al Núcleo de Pesquisa e Extensão em Direitos Humanos – NUPEDH/FURG. E-mail: ritagrecco@yahoo.com.br.

constantes, fijos, y tan poco existen previamente como cosas en el mundo social, pero son productos que constantemente se modifican y que se manifiestan en diversas instancias sociales, como la familia, los *mass media* y la escuela, transitando, consecuentemente, por los diferentes procesos o prácticas culturales y en las distintas áreas del saber, como la psicología, la educación y el Derecho. Y como ratifica Silva:

Tais significados inscrevem diferentes marcas nos corpos, moldam e regulam as percepções, os gestos, os sentimentos, os valores, as crenças, os hábitos, as maneiras de ser, de perceber a si e aos demais, e de agir como mulher ou homem [...] (2008, p.91).

Así, reconocemos que los *mass media* – en lo que concierne específicamente a este ensayo: la imprenta, la radio, la televisión, la *Internet* y las nuevas tecnologías de información y comunicación – ejercen en la actualidad y viene ejerciendo hace mucho tiempo (corroborando con la constatación del Informe de 2005 del UN/INSTRAW), una profunda y también decisiva orientación en la vida social, política y cultural de toda y cualquier sociedad y, como tal, se constituye en un importante objeto de formación y configuración social de género (STOLZ, GRECCO e KYRILLOS, 2009).

Por otro lado, el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas hace mucho viene elaborando una amplia apreciación a cerca del cumplimiento de tratados internacionales sobre derechos económicos, sociales y culturales en Australia, Brasil, Chipre, Camboja y Reino Unido. El Comité divulgó un resultado preliminar de sus evaluaciones en mayo del corriente año. Y, en los concierne las cuestiones de género en Brasil, algunos puntos positivos fueron presentados por el Comité, especialmente la promulgación de la Ley Maria da Penha en 2006, como forma de cohibir la violencia en el ámbito familiar y de género. Sin embargo, el Comité presentó preocupaciones cuanto a los papeles socialmente designados a las mujeres brasileñas, afirmando: “A further concern was that negative gender roles persisted, including the representation of women as sex objects, and that those might render women more vulnerable to domestic and other forms of violence”.

Coadunamos con la idea enunciada por el Comité de que los abusos cometidos por los *mass media* de Brasil en lo que concierne a la intensa divulgación de estereotipos femeninos, tiene relación con el incremento de perjuicios, discriminaciones y violencia de género. Este mismo entendimiento también esta previsto en la Convención Interamericana para Prevenir, Punir y Erradicar la Violencia contra la Mujer – “Convención de Belém do Pará” (1994), que afirma que son necesarias acciones del Estado para:

“contrabalançar preconceitos e costumes e todo outro tipo de práticas que se baseiam na premissa da inferioridade ou superioridade de qualquer dos gêneros ou nos papéis estereotipados para o homem e a mulher que legitimam ou exacerbam a violência contra a mulher”

Si bien creemos que la dominación masculina no es más vista como algo indiscutible, de ello no podemos concluir que dicha relación está superada, ya que nuevas formas de

violencia simbólica, insensible, invisible a sus propias víctimas (Bourdieu, 1998) son una trinchera a la construcción de una sociedad efectivamente ecuaníme.

Juntamente com a secularização do sistema de conhecimento e o desenvolvimento das ciências, antes monopólio da Igreja e do Estado, o advento da imprensa forneceu instrumentos para que o poder simbólico se deslocasse e reorganizasse nos primeiros tempos do que chamaríamos depois de Idade Moderna (THOPSON *apud* RIBEIRO e SIQUEIRA, 2007).

Se consideramos el contenido de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra las Mujeres - CEDAW - (1979) de la cual Brasil también es signatario, vemos expresamente que se entiende necesario modificar los tradicionales papeles sociales tanto de los hombres, cuanto de las mujeres. Por lo tanto, la afirmación del Comité de la ONU puede ser considerada una cobranza por las décadas de inercia del Estado brasileño acerca de uno de los aspectos fundamentales para la protección de la dignidad de las mujeres: esencialmente en lo que concierne a los usos hechos de su imagen en los *Mass Media*.

La actual (des)construcción del concepto de género, que nos remete a la ruptura de la paradoja del masculino como opuesto al femenino, o como indican las concepciones feministas, del surgimiento (y de la construcción) de las mujeres como paradigmas de sí mismas, nos lleva a las palabras de Young (1997, p.95) cuando afirma que las cuestiones de género y de sexualidad deberían ser analizadas como cuestiones de justicia, por que el discurso de la Justicia se constituye, según esta autora (1990, p.15), en un discurso que hace referencia, entre otros aspectos, a la injusticia, la dominación y la opresión institucionalizadas. Existe por tanto, como bien afirma Oliveira (1991, p.15), la necesidad del “[...] primado da diferença sem hierarquia e sem ambigüidade [...]”; algo que aún se encuentra mucho más visible en las teorías que en las prácticas de las actuales sociedades.

La notoria y masiva búsqueda de un padrón de belleza dictado socialmente como deseable y que conduce a las mujeres a una negación y/o pérdida de su identidad cambiándola por una supuesta identificación sociocultural plena, contribuye, entre otros aspectos, para el aumento de los Trastornos de Conductas Alimentares (TCA). Estos complejos y graves trastornos, afectan a millares de mujeres y, en particular, a aquellas más jóvenes que se someten a dietas suicidas para perder peso y por adquirir un padrón socialmente valorizado. Algunos especialistas acusan y responsabilizan a los *mass media* y a la publicidad vehiculada por la industria de la belleza, en sus diversos segmentos, por difundieren modelos estereotipados de “ser mujer” que corroboran decisivamente con la proliferación de un gran número de enfermedades.

En lo que concierne a las mujeres, existen algunos factores que presentan aspectos importantes en su búsqueda por la “perfección” estética. Lo que viene sendo motivo de interés del mundo académico, como podemos citar, entre otros, los estudios realizados por César Sabino (SABINO *apud* VENTURA, 2008 p. 45), que llegarán a la perturbadora conclusión de que los hombres cuando buscan un ideal estético de belleza, aunque también lo sea estereotipado, lo hacen por sí propio o para atingir un padrón

establecido por el medio en que viven. Por su vez, las mujeres, lo hacen también buscando un padrón estereotipado, pero, principalmente, para complacer a los hombres.

Es interesante destacar, que una de las conquistas del movimiento feminista en la década de 60, fue precisamente la ruptura estética que determinaba signos específicos y distintivos para hombres y mujeres. Por ello, concluye Sabino, que este nuevo concepto de belleza impuesto socialmente puede ser el indicio de una nueva estrategia de reproducción de la dominación masculina (SABINO *apud* VENTURA, 2008 p. 46). En otros términos, parece ser que las mujeres estamos buscando tener como modelo padrón lo que hace 40 años dejamos de querer o desear. Consideraciones que nos remiten al concepto de violencia simbólica de Bourdieu anteriormente citado, revelando la relevancia socio-jurídica de los *mass media* porfiaren como difusores de un imagen pluralista y promotora del respeto a la diversidad estética y de género existentes en la sociedad brasileña esencialmente compleja, multicultural y heterogénea.

2. La reglamentación de los *mass media* brasileños

Aunque no sea nuestro objetivo realizar en este *paper* análisis detalladas de los instrumentos normativos que tratan de la reglamentación de los medios de comunicación social, creemos ser conveniente presentar algunas breves colocaciones sobre el tema.

Una de las principales características de la regulación de los *mass media* brasileños adviene de la centralización en manos estatales del poder de concesión y/o prohibición del funcionamiento de las empresas de comunicación. La mencionada centralización estatal aparece en el primer acto normativo del sector de comunicación – a través del Decreto 20.047, de 1931 (reglamentado por el Decreto 21.111, de 1932) –, permaneciendo en lo mas relevante completamente inalterado por más de medio siglo, hasta que en 1991 se establece una nueva política de licitaciones en las concesiones públicas de comunicación.

Al analizar la historia de la implementación de las comunicaciones en Brasil, Ribeiro (2001) relaciona los distintos elementos que contribuyen para una relación más o menos próxima entre las empresas del ramo y los agentes políticos, a saber:

1. El sistema de concesiones publicas;
2. El controle oficial de las cuotas de papeles y otros insumos básicos para la comunicación;
3. Asignación de beneficios y financiaciones públicas a empresas privadas bien como de una amplio conjunto de exenciones fiscales;
4. Fiscalización gubernamental de las actividades de comunicación;
5. Publicidad gubernamental.

No hay dudas de que la Constitución Federal brasileña (1988) trajo cambios considerables en lo que concierne la regulación de los medios de comunicación, estableciendo, por ejemplo, el estímulo a la producción independiente y regionalizada, la promoción de la cultura nacional y regional y las restricciones de publicidades ligadas a productos perjudiciales a la salud. Sin embargo, la existencia de una legislación que

reglamente dichos dispositivos constitucionales, acaba por atribuir a los cambios y triunfos constitucionales el mero papel de postulados teórico, sin la respectiva fuerza de aplicación legal. No obstante, en lo que concierne la imagen de las mujeres, es necesario reconocer que algunos nuevos y importantes giros normativos y culturales son resultados de la actuación vigilante de la sociedad civil organizada – en particular por las ONGs (Organizaciones No Gubernamentales) de los movimientos de mujeres – y de la Fiscalía Pública, aunque la mayoría de las acciones públicas impetradas resulten frustradas, dado a la inexistencia de políticas públicas de control de lo que se difunde en los medios de comunicación social.

3. Casos concretos

Nos parece muy ilustrativo traer a colación algunos casos que fueran llevados a la apreciación de los juzgados brasileños, como forma de ejemplificar las conquistas y límites en lo que concierne a la representación sexista en los *mass media*. Uno de ellos, envuelve a la cervecera Skol y la ONG Observatorio da Mulher, con base en la publicidad nombrada de “Musa do Verão” por la empresa y ampliamente divulgada en el año de 2006 en los canales de televisión brasileños. En dicho material publicitario, una mujer rubia, flaca y vistiendo biquini, después de ser “clonada” como una botella de cerveza, pasa a ser distribuida entre los hombres. La ONG Observatorio da Mulher apeló a la Fiscalía Pública de São Paulo que instituyó una inquisición civil pública y en la cual la AMBEV (propietaria de Skol) se propone a firmar un Compromiso de Adecuación de Conducta, pero como no hubo acuerdo en lo que toca al contenido del mencionado Compromiso, la empresa acabó abandonando el diálogo y el caso, consecuentemente, no ha tenido ninguna solución plausible.

Resultado distinto tuvo la denuncia impetrada en 2003 por la Cladem-Brasil (red latino americana de ONGs), contra la cervecera Kaiser que puso en circulación unas galletitas en donde se leía: “Mulher e Kaiser: especialidades da casa”. Por fuerza de un Compromiso de Adecuación de Conducta con la Fiscalía Pública de São Paulo, la cervecera Kaiser fue obligada a hacer anuncios de contra-propaganda en periódicos y revistas de circulación nacional, además de financiar seminarios en cinco regiones de Brasil con el objetivo de reparar los daños causados a la imagen de las mujeres.

Con base en los ejemplos citados, consideramos crucial la aprobación de leyes que tornen obligatoria la ejecución de las directivas constitucionales y de las declaraciones de Derechos Humanos, sea como contraposición a la lógica económica y de mercado que nordea las acciones de los medios de comunicación, sea a través de la ampliación de su responsabilidad social como forma de atender a las necesidades sociales, a los intereses públicos y a los valores éticos y que deben guiar la sociedad brasileña según la Constitución⁴.

⁴ Constituição Federal de 1988: “Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. § 1º - Nenhuma lei contera dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV”.

Antes de concluir esta sección, cabe retomar las imágenes de las mujeres transmitidas por los comerciales de cerveza citados anteriormente, pues, el simple hecho de que aún se vinculen este tipo de prototipos refuerza el entendimiento de que, todavía, se percibe y acepta socialmente la plena disposición de los cuerpos femeninos como objetos de consumo y de embelesamiento del entorno, demostrando, además, cuán poco las mujeres son apreciadas y reconocidas como sujetos de derechos autónomos y con voluntad propia. Por ello, conviene acordarse que de conformidad al que establece el art. 1º de la Convención de Belém do Pará (1994) – se entiende por violencia contra la mujer “[...] qualquer ato ou conduta baseada no gênero, que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico à mulher, tanto na esfera pública como na esfera privada”. Entre los derechos estipulados por dicha Convención, el artículo 6º determina que el derecho de toda mujer a ser libre de violencia abarca, entre otros, el derecho de ser libre de todas las formas de discriminación y el derecho a ser valorada y educada libre de padrones estereotipados de comportamiento y de costumbres sociales y culturales basados en conceptos de inferioridad o subordinación. Además, para equilibrar la situación femenina, la Convención sostiene que cabe a los Estados la implementación de políticas públicas que traten de fomentar el conocimiento y la protección de los derechos femeninos y el incentivo a la modificación de factores socioculturales de discriminación, como mencionamos en el inicio de este *paper*.

Podemos observar en este dispositivo la intención de se acordar con los medios de comunicación la posibilidad, de *per se* plausible, de que en su programación sean incluidos, entre otros, valores que estimulen la igualdad femenina y que disminuyan la discriminación de género. Pero, este mismo dispositivo, también puede ser interpretado como una obligación para que los *mass media* no aumenten la incidencia de distintos tipos de violencia contra la mujer al imponer ideales de belleza difíciles de concretizarse, o al presentar las mujeres solamente como objetos estéticos, de docilidad y/o sumisión, perpetuando, por consiguiente, los estereotipos y los comportamientos distantes de la igualdad de género.

Cumple destacar, que no estamos, como algun@s pueden prematuramente imaginar, defendiendo el cercenamiento de la libertad de expresión que poseen los medios de comunicación. Se trata más bien de ampliar su responsabilidad, exigiendo que la libertad de expresión y de imprenta atente y atienda las necesidades sociales. En otros términos, que los *mass media* incluyan en su programación una mayor diversidad estética y de género, evitando la discriminación femenina.

4. Las funcionalidades de los *mass media* y las Políticas Públicas de género

Aunque la libertad de expresión e imprenta sean valores cruciales a la democracia liberal social, se torna imprescindible cuestionar lo que efectivamente constituyen, en la actualidad, estos ideales. Podemos empezar argumentando que la censura estatal gubernamental nunca es una amenaza definitivamente vencida, ni mismo en las democracias consolidadas; sin embargo, también sea verdad, que las censuras encuentran en dichas democracias grandes obstáculos para se instalar tanto en lo que concierne a la existencia de dispositivos constitucionales y legales limitadores, como por la resistencia ofrecida por la opinión pública contra los actos que denotan alguna forma de censura.

Entonces, se por un lado son necesarios mecanismos reguladores para eliminar la censura de los regimenes constitucionales adoptados por las democracias contemporáneas – con el objetivo de proteger la libertad de expresión y de imprenta – por otro, cada vez más, se torna evidente la necesidad de que se formulen marcos legales que nordeen el ejercicio de estas libertades. Primero, por que en un contexto en el que el ejercicio de las libertades de imprenta se encuentran frecuentemente subordinado a los intereses de los *mass media*, nos deparamos, necesariamente, con restricciones y ausencias de opiniones e imágenes diversificadas. Segundo, por que muchos actores sociales encuentran serias dificultades en encontrar espacios de visibilidad en los medios de comunicación, permaneciendo, por lo tanto, alijados de un importante espacio público. Tercero, por que muchos espacios concedidos a estos actores sociales se tornan, una vez más, vehículos de imágenes y opiniones despreciativas y/o estigmatizantes.

De esta manera, el Derecho Humano a una comunicación plural y amplia, no es nada a más que un derecho limitado – restricción que, note-se bien, no deriva sólo y necesariamente de una decisión político empresarial de los controladores de las empresas comunicación, pero también, del propio sistema político. Teniendo clareza de estos límites, no se puede dejar de afirmar que en un sistema democrático las libertades de expresión y de imprenta no pueden ser entendidas como se fueran libertades negativas⁵. Por lo tanto, estas libertades se fortalecen cuando efectivamente asociadas al derecho positivo de participación en la esfera pública, cuestión en la cual los *mass media* ocupan un papel central. De este modo, extender la diversidad del discurso de dichos medios es, pensamos, un importante camino para la democratización de las redes de comunicación.

A partir de esta perspectiva, por tanto, fenómenos como la concentración de la capacidad de transmitir informaciones debe ser afrontada como una amenaza tan importante a la libertad de expresión cuanto la propia censura gubernamental. Situación que es particularmente crítica en lo que toca a la radiodifusión y la difusión televisiva, como muy bien revelaron los análisis de Konder Comparato sobre esta cuestión: en los medios de comunicación “[...], apenas os detentores das licenças para exploração dos canais de radiodifusão possuem plena liberdade de manifestação do pensamento e de opiniões; os demais membros da coletividade, não”. Nos resta preguntarnos se la reglamentación democrática del contenido de los *mass media* más que inducción, censura y restricción a las libertades de expresión y imprenta no representan, de pleno, el ejercicio del efectivo derecho a voz, pensamiento y opinión de todos los actores sociales.

4. Consideraciones Finales

Este contexto complejo y en constante movimiento al cual venimos no acercando y examinando desde el principio, característico de la contemporaneidad, hace con que por veces los cambios sociales significativos ocurran sin que se perciba la importancia o sin que sea posible un análisis detenido sobre ellos. Las repercusiones socio culturales de los temas tratados son de difíciles mensuración, aunque de una

⁵ Aquella que impide el Estado o terceros de prohibir cualquier acto de voz y de expresión.

grandeza innegable. Si las mujeres, en este movimiento de (re)construcción de sus identidades y papeles son obligadas a una búsqueda por desmitificaciones de estereotipos y conquistas de sus propios paradigmas, están también frente a más uno de los muchos obstáculos que caracterizan las relaciones de género, y que debe ser enfrentado por todos, como una forma viable y efectiva de construcción colectiva de la sociedad justa que se pretende lograr.

El cuerpo femenino más que servir a los intereses del discurso del mercado y/o del discurso histórico y culturalmente construido, necesita buscar su plena y libre expresividad. Solamente de esta manera, la mujer, como ser humano será capaz de alcanzar su integral dignidad. Y es esta plenitud de respeto a los límites del yo, del/de l@ otr@ y de l@s otr@s, que torna posible la construcción de una individualidad completa y armónica, independientemente de cuestiones sexuales y características particulares de cada cuerpo. Es relevante destacar, que los efectos negativos del patriarcalismo son más extensos de lo que se suele percibir. No se limita a las mujeres, pero atinge al todo colectivo, deslegitimando el Estado y la propia sociedad cuando sus discursos y prácticas se apartan de la necesidad de que nuestras sociedades sean más inclusivas, democráticas y justas.

Esta comprensión posiblemente sea la que mejor revela la importancia de acciones que visen la igualdad sustantiva entre los géneros, pues sus objetivos son los mismos que fundamentan el Estado de Derecho (STOLZ, 2009). La construcción de un mundo justo, igualitario y plural no es una lucha de clases sociales, de culturas, de etnias, de ideologías o géneros determinados, pero todo lo contrario, ya que es una lucha universal por la dignidad humana en su más amplia expresividad.

5. Bibliografía

Bourdieu, Pierre. (1997). *Sobre a televisão*. Tradução de Maria Lúcia Machado, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

_____. (1999). *A dominação masculina*. Tradução Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

Senado Federal (2003). *Constituição da República Federativa do Brasil – 1988*. Brasil ed. Brasília.

Ribeiro, Cláudia Regina; Siqueira, Vera Helena Ferraz de. (2007) O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes, en *Revista Estudos Feministas*, n 1, Abril, v. 15, Florianópolis.

young, Iris Marion. (1990) *Justice and the Politics of Difference*, New Haven, Princeton University Press.

Oliveira, Rosiska. (1991) *Elogio da diferença – o feminino emergente*. São Paulo, Brasiliense.

Silva, Fabiane. (2008) “Linguagens, estilos, adornos corporais...: a produção das identidades adolescentes na contemporaneidade”, in RIBEIRO, Paula et al. (orgs.). *Educação e Sexualidade: identidades, famílias, diversidade sexual, prazeres, desejos, preconceitos, homofobia*. Rio Grande: Ed. da FURG, p.89-95.

I Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos
Teorías y políticas: desde el Segundo Sexo hasta los debates actuales
29 y 30 de Octubre de 2009

STOLZ, Sheila. *Estado de Direito E Democracia: Velhos Conceitos e Novas Realidades Frente aos Direitos Humanos*. (Artículo forthcoming).

Stolz, Sheila. Grecco, Rita. Kyrillos, Gabriela. (2009) Políticas Públicas de Inclusão Social de Gênero: da necessidade de regulamentação da imagem das mulheres veiculadas nas mídias como proposta de combate ao sexismo. *In Anais do VI Seminário Internacional Direitos Sociais e Demandas Públicas – UNISC*. Santa Cruz do Sul, editora da UNISC, pp. 1-19.

Ventura, Zuenir. (2008) *1968 o que fizemos de nós*. São Paulo: Editora Planeta do Brasil.