

Mulheres nas Notícias:

Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres na Cobertura de Eleições, Política e Governação pela Comunicação Social Africana



Manual para Mulheres Políticas e Comunicação Social



www.ipsnews.net/africa

Primeira Publicação em 2008

Publicado pela Inter Press Service (IPS) Africa

Box 413625, Craighall, 2024

Suite 283, Dunkeld West Centre, Cnr Jan Smuts Ave/Bompas Rd, Joanesburgo, 2196

O projecto “Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres nas Eleições em África” é financiado pelo Fundo das Nações Unidas para a Democracia (UNDEF) e administrado pelo Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (UNIFEM) em África. É implementado pela IPS Africa, sob a direcção da IPS Association.

Concepção do Conjunto de Ferramentas: Pat Made

Designer: Sally Dore

Tradutora:

ISBN NO.

© Inter Press Service

Correio electrónico: ipsafrica@ips.org

Sítio Web: www.ipsnews.net/africa <<http://www.ipsnews.net/africa>>

Fotografia da Capa:

A Deputada Akua Sena Dansua do Gana é entrevistada pela comunicação social (Fotografia: Trevor Davis)

Eleitores em fila durante as eleições de 2008 no Zimbabué (Fotografia: Ephraim Nsingo)



Mulheres nas Notícias:

Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres na
Cobertura de Eleições, Política e Governação pela
Comunicação Social Africana

Manual para Mulheres Políticas e Comunicação Social

Redacção e compilação de Patricia A. Made



Prefácio

Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres em África

Passaram 60 anos desde a Declaração Universal dos Direitos do Homem em 1948 e, portanto, é apropriado que, este ano, a Inter Press Service (IPS) Africa se associe ao Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (UNIFEM) para ajudar as mulheres na política a reforçarem a sua presença.

Este conjunto de ferramentas é um produto do projecto multifacetado denominado “Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres durante as Eleições em África”, financiado pelo Fundo das Nações Unidas para a Democracia (UNDEF) e administrado pela UNIFEM em África.

O conjunto de ferramentas é também um produto do longo percurso realizado pela IPS no sentido de garantir que a comunicação social leva a cobertura do género mais a sério. É um percurso que a IPS encetou em 1975 quando, coincidindo com a conferência da Década das Nações Unidas para as Mulheres realizada no México, o então Director-Geral da a IPS, Dr. Roberto Savio, assumiu o compromisso de melhorar a cobertura noticiosa das mulheres nos países em vias de desenvolvimento.

Três anos mais tarde, a IPS lançou o primeiro serviço que produzia artigos sobre mulheres, escrito por mulheres na América Latina.

Em 1979, começou o Serviço de Reportagens sobre Mulheres Africanas e, em 1986, a IPS integrou o seu serviço regional sobre mulheres no Serviço de Reportagens sobre as Mulheres (WFS), que é agora uma agência de notícias autónoma ainda hoje sediada em Nova Deli, Índia.

Em 1994, a agência, com o apoio da Sida na Suécia, da UNIFEM e de outras instituições, começou uma iniciativa de três anos no sentido de reforçar a perspectiva do género em todas as reportagens da IPS. Isto incluiu o desenvolvimento de políticas editoriais sensíveis ao género e listas de verificação, que continuam a ser usadas – até por organizações que não a IPS – ainda hoje.

Como parte do actual programa sobre “Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres nas Eleições em África”, a IPS Africa desenvolveu uma estrutura de formação que constitui a base deste conjunto de ferramentas. A formação é especial porque tem por alvo as mulheres políticas e os jornalistas que fazem reportagens sobre elas. A formação é apoiada por cobertura noticiosa independente, assim como recursos dirigidos a mulheres e jornalistas, através da página Web intitulada “De Escrutínios em Escrutínios” na www.ipsnews.net/africa.

Estes recursos incluem boletins informativos e ainda uma Lista de Verificação Editorial que constitui a base da preparação contínua dos repórteres da IPS que cobrem eleições.

A IPS Africa continua a procurar oportunidades que visem melhorar a formação sobre o género que é intrínseca ao nosso funcionamento como agência de notícias e agradece à UNIFEM e à UNDEF esta oportunidade que lhe foi concedida.

Esperamos que este Conjunto de Ferramentas lhe seja útil e, mais importante ainda, que o utilize para ajudar a erguer as vozes das muitas mulheres africanas que desempenham cargos públicos.

Paula Fray

Inter Press Service

Directora Regional: Africa

Índice

Capítulo Um: Introdução	
Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres Africanas nas Eleições, Política e Governação	4
Antecedentes	6
Estrutura do Manual	7
Capítulo Dois: Comunicação Social e Direitos	
Porque é que a Igualdade de Género é um Problema para a Comunicação Social?	8
O Papel da Comunicação Social numa Sociedade Democrática	8
Compreender o Género na Comunicação Social	11
Reportagem sensível ao Género	12
Responsabilização da Comunicação Social: Instrumentos Internacionais e Regionais Sobre o Género e a Comunicação Social	13
Lista de Verificação – Directrizes da IPS sobre o Género para a Comunicação Social	15
Actividade para o Capítulo 2	17
Capítulo Três: Compreender Porque é que a Igualdade de Género na Política e nos Processos Políticos é Crucial para a Democracia	18
Quem é a Maioria?	18
Acesso e Representação	19
Responsabilização	20
Obstáculos à Representação das Mulheres na Política e Governação	21
Sistemas Eleitorais e Partidos Políticos	23
Quotas Eleitorais e outras Medidas	24
Lista de Verificação – Directrizes para a Cobertura Noticiosa	27
Actividades para o Capítulo 3	28
Capítulo Quatro: Mulheres, Política e Notícias	31
A Política é Manchete	31
A “Construção” das Mulheres na Política pela Comunicação Social	33
Política e Finanças – A Origem de uma Boa Notícia Ausente	38
Lista de Verificação – Directrizes para a Cobertura Noticiosa	39
Actividades para o Capítulo 4	40
Capítulo Cinco: Enquadramento de Questões numa Perspectiva de Igualdade de Género e de Direitos das Mulheres	46
O que são Quadros de Referência Mental?	46
Apresentar factos, números e o impacto sentido	48
Apresentar valores	51
Actividades para o Capítulo 5	52
Capítulo Seis: Para uma Melhor Compreensão de Como Lidar com a Comunicação Social	54
O que é a comunicação social?	54
Público	58
Quem é quem no terreno?	58
Projectação, Escândalos e Eventos....O Que é Notícia?	60
Como se tornar conhecedor astuto dos meios de comunicação social	
– O que você pode fazer!	62
Actividades para o Capítulo 6	63
Lista de Recursos	67
Lista de Verificação Editorial	69

Capítulo 1: Introdução

Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres Africanas nas Eleições, Política e Governança

Os princípios da democracia e dos direitos do homem desempenham um papel de relevo nos esforços envidados por África no sentido de reavaliar e redefinir o seu desenvolvimento político e económico. Os dirigentes africanos exprimiram o seu empenho na democracia e na manutenção dos princípios dos direitos humanos, sendo os veículos principais para estes compromissos a União Africana (UA) e a Nova Parceria para o Desenvolvimento Africano (NEPAD), incluindo o Mecanismo Africano de Revisão pelos Pares, que é uma acção sem precedentes por parte dos governos africanos no sentido de criarem um mecanismo que os force a prestarem contas.

A participação das mulheres na política e na vida pública – e a garantia e a protecção dos direitos humanos das mulheres – são cruciais para a formação de estruturas e sistemas de governação baseados nos princípios da democracia e dos direitos do homem. Frequentemente nos esforços pela democracia e direitos humanos em África, estes princípios assumem uma posição neutra no que diz respeito ao género. Por outras palavras, os termos ‘democracia’ e ‘direitos humanos’ escondem a realidade que os indivíduos que participam na política e na vida pública são na sua maioria homens, que muitas vezes têm um discurso sobre governação e política que, em larga medida, exclui a participação das mulheres, que compreendem mais de metade dos cidadãos dos países africanos.

A eliminação de todas as formas de discriminação contra as mulheres constitui um importante desafio para os processos democráticos e para os movimentos de direitos humanos em África. Embora, por um lado, os governos africanos tomem medidas no sentido de responder à ausência de direitos políticos, económicos e sociais das mulheres, o ritmo de movimento em direcção à plena igualdade tem sido caracterizado por uma série de ‘paragens’ e ‘partidas e, por vezes, há sinais confusos. Por exemplo, embora a UA se tenha comprometido a alcançar o objectivo de 50% de mulheres em posições de decisão em todas as suas estruturas¹, a representação das mulheres no governo, parlamento, autarquias e outros espaços políticos em África continua a ser baixa.

No Parlamento, por exemplo, as mulheres constituem apenas 17.3% dos deputados na África Subsariana.² Os 14 países que constituem a Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC), por si só, no entanto, apresentam uma média de 20% de mulheres nos parlamentos, atribuindo à SADC o terceiro lugar das classificações regionais em todo o mundo.³ O Ruanda, com 48% de mulheres no parlamento, é o país africano que mais se esforçou por demonstrar que é possível alcançar-se a paridade.⁴

Dezanove países africanos foram às urnas em 2007/2008, tendo muitos enfrentado desafios aos processos democráticos. As eleições representam uma oportunidade para aumentar a representação das mulheres, promover as questões da desigualdade de género e das violações dos direitos humanos das mulheres e insistir em incluir a sensibilidade ao género nos sistemas de responsabilização. No livro *No Shortcuts to Power – African Women in Politics and Decision Making*, as organizadoras Anne Marie Goetz e Shireen Hassim defendem que a eficácia política das mulheres aumenta quando a capacidade dos sistemas de responsabilização existentes melhora para satisfazer as mulheres e ainda para aplicar sanções contra os actores do sector público que violam os direitos das mulheres.⁵

¹ A UA tomou esta posição na sua sessão inaugural em Durban, África do Sul, em Julho de 2002.

² Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, 2008, pág. 15

³ Inter-Parliamentary Union and Gender Links, citado em At the Coalface, Gender and Local Government in Southern Africa, organizado por Colleen Lowe Morna and Susan Tolmay, Gender Links, 2007. Os países nórdicos estão classificados em primeiro lugar, com 40.8% de mulheres, seguidos das Américas, com 21.6% de mulheres nos parlamentos.

⁴ Ibid.

Na prática, isto exige:

- ◆ Examinar a democracia interna das organizações da sociedade civil e dos partidos políticos, e até que ponto as mulheres têm voz neles
- ◆ Examinar até que ponto os partidos políticos politizam as desigualdades de género nas campanhas e nas legislaturas
- ◆ Examinar a sensibilidade do sistema jurídico ao género
- ◆ Examinar até que ponto os exercícios de elaboração de orçamentos e de auditorias no sector público medem o impacto da despesa (ou esbanjamento) pública com as mulheres
- ◆ Examinar até que ponto as medidas de desempenho na burocracia recompensam acções sensíveis ao género.⁶



Cartazes eleitorais durante as eleições de 2008 no Zimbabué

Fotografia: Taurai Maduna

Um dos principais agentes assegurando a responsabilização no que diz respeito ao direito das mulheres de participarem na política, vida pública, e processos de governação é a comunicação social. Dado o seu grande alcance, a sua influência nos governantes, a sua função fiscalizadora no seio da sociedade com vista a monitorizar os processos democráticos, e o seu papel como educadora e prestadora de informação à população em geral, a comunicação social deve arcar uma grande responsabilidade no sentido de garantir que, dentro dos seus princípios de uma comunicação social livre e justa, os direitos das mulheres como cidadãs são referidos com regularidade na cobertura das agendas de direitos democráticos e humanos no continente africano.

Na última década, as mulheres têm-se tornado cada vez mais activas na política africana, mas frequentemente as suas vozes e vidas estão ausentes na comunicação social. Mesmo quando redactores e jornalistas fazem tentativas no sentido de incluir as vozes das mulheres nas notícias e de as usar como fontes, elas por vezes mostram-se relutantes em falar em público por diversas razões, desde a falta de confiança em si próprias à falta de confiança ou experiência com a comunicação social.

Durante as eleições, assim como durante a contínua cobertura de assuntos políticos e de governação por parte da comunicação social, dá-se uma oportunidade única aos meios de comunicação de desempenharem um papel importante na informação de eleitores e na criação de um contexto de responsabilização, ao assegurar que a promoção dos direitos humanos das mulheres e a remoção das desigualdades de género são indispensáveis à cobertura noticiosa da política, eleições e governação.

⁵ No shortcuts to Power – African Women in Politics and Decision Making, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Phillip, Cape Town, 2003

⁶ Ibid

Antecedentes

Este manual tem dois objectivos: desenvolver a capacidade dos meios de comunicação em África para analisar os processos eleitorais e de governação, e fortalecer a capacidade das mulheres na política e na vida pública para lidarem com a comunicação social e comunicarem eficazmente através dos meios de comunicação sobre questões de política e governação.

Este manual é um produto num projecto mais vasto da Inter Press Service (IPS) Africa que visa fortalecer a capacidade dos meios de comunicação africanos de apresentar reportagens sobre as mulheres durante as eleições. O projecto baseia-se numa estratégia com múltiplas abordagens que associa jornalistas, candidatas e organizações femininas visando comunicar eficazmente as dimensões de género dos processos eleitorais e de governação em África. A estratégia da IPS centra-se no seguinte:

- ◆ Formação e orientação dos meios de comunicação de forma a colocar os processos eleitorais e de governação em África sob uma forte lupa sensível ao género; e
- ◆ Formação de mulheres políticas, candidatas e grupos femininos da sociedade civil com vista a usarem eficazmente os meios de comunicação para transmitirem as suas mensagens.

Este manual dirige-se a duas audiências:

- ◆ A comunicação social (essencialmente jornalistas, que equivalem à infantaria na recolha de notícias)
- ◆ As mulheres na vida pública (isto é, mulheres políticas, candidatas, mulheres em estruturas políticas e de governação)

Este manual pode ser usado em conjunção com outros materiais para formação da comunicação social e das mulheres políticas, ou pode funcionar como obra de referência para a comunicação social e mulheres políticas que procuram aumentar os seus conhecimentos.



Clárisse Kapute, candidata eleitoral angolana

Fotografia: Louise Redvers

Há seis (6) capítulos neste manual, incluindo a Introdução:

Capítulo 2: Comunicação Social e Direitos – Porque é que a Igualdade de Género é um Problema para a Comunicação Social? Este capítulo tem por objectivo estabelecer os alicerces que permitem compreender algumas das principais questões referentes ao género e à comunicação social. Para preparar reportagens eficazes sobre questões que digam respeito à democracia, igualdade e justiça, a comunicação social deve garantir que estes mesmos princípios orientam a recolha de informação, o conteúdo editorial e o modo como funciona no local de trabalho. Este capítulo é dirigido à comunicação social mas também às mulheres políticas.

Capítulo 3: Compreender Porque é que a Igualdade de Género na Política e nos Processos Políticos é Crucial para a Democracia. Este capítulo pretende desenvolver a capacidade das mulheres políticas para falarem sobre democracia e processos políticos, como eleições, a partir de uma perspectiva do género, e aumentar o entendimento da comunicação social acerca dos motivos pelos quais a igualdade de género é vital para reportagens informadas e analíticas sobre eleições e governação.

Capítulo 4: Mulheres, Política e Notícias. Este capítulo traça, para a comunicação social e para as mulheres políticas, algumas das ideias tendenciosas e dos preconceitos sobre o género que influenciam a cobertura noticiosa (ou ausência dela), por parte dos órgãos de comunicação, das mulheres na política e no domínio público. A consciência da forma diferente como a comunicação social trata as mulheres políticas quando comparado com os seus colegas masculinos pode ajudar a comunicação social a recuar e a criar directrizes e políticas editoriais que minimizem estas ideias preconcebidas nas reportagens.

Capítulo 5: Enquadramento de Questões numa Perspectiva de Igualdade de Género e de Direitos das Mulheres. Embora este capítulo seja mais dirigido a mulheres políticas para as ajudar a compreender o papel importante que podem desempenhar quando exprimem todas as questões de que falam a partir da perspectiva dos direitos das mulheres e da igualdade de género, e como fazê-lo, também procura ajudar a comunicação social a compreender como é que mensagens contraditórias podem ser enviadas nas suas reportagens sobre democracia, justiça e boa governação se essa cobertura for frequentemente neutra ou cega ao género.

Capítulo 6: Para uma Melhor Compreensão de Como Lidar com a Comunicação Social. O objectivo deste capítulo consiste em desenvolver o conhecimento das mulheres políticas sobre como trabalhar com a comunicação social, e como conseguir que as suas questões constem da agenda da comunicação social.

Apresentam-se listas de verificação editorial no fim dos Capítulos 2, 3 e 4 a fim de fornecer algumas orientações à comunicação social. Há caixas de texto nos capítulos com pontos de discussão e informação que podem ser usadas para proporcionar sessões de formação com a comunicação social, com mulheres políticas ou com ambos os grupos em conjunto. No fim de cada capítulo, apresentam-se as actividades que se podem usar na formação. Também se fornece uma lista de recursos para orientar a comunicação social e as mulheres políticas para outros recursos, permitindo desenvolver muitas das questões levantadas neste manual.

Capítulo 2: Comunicação Social e Direitos

Porque é que a Igualdade de Género é um Problema para a Comunicação Social?

O Papel da Comunicação Social numa 'sociedade democrática'

Os principais papéis da comunicação social numa sociedade democrática são os mesmos em todo o mundo: informar, educar, desempenhar a função 'fiscalizadora' de obrigar os sectores público, privado e cívico a prestar contas aos interesses da população em geral, e ainda ser um agente de mudança através de reportagens informadas, contextualizadas e precisas sobre os problemas e acontecimentos da sociedade. São estas algumas das características essenciais de uma comunicação social livre e independente.

Mas, muitas vezes, devido ao direito de propriedade, ambientes jurídicos e políticos rigorosos, interesses e preconceitos políticos, ideias preconcebidas e preconceitos sobre o género – entre outras influências externas e internas – estes papéis podem não ser tão dominantes numa sociedade democrática como deviam ser. Uma comunicação social partidária, sexista e discriminatória, por exemplo, fica aquém daquilo que é necessário para salvaguardar os direitos e interesses de todos os cidadãos através de reportagens justas e variadas.

A comunicação social em qualquer sociedade também desempenha o papel de modelador da visão nacional do país. Como afirma a jurista e feminista americana, Patricia J. Williams, da Faculdade de Advocacia da Universidade de Columbia:

“A comunicação social não representa apenas; também se recria a si própria e a sua visão do mundo... O que reproduz é escolhido, não é aleatório, não é imparcial, não é sem consequências... Seja para melhor ou, frequentemente, para pior, a comunicação social constitui uma das principais forças que moldam a nossa visão nacional, um arquitecto-chefe de ...um sentido de identidade.”

O crescimento e desenvolvimento de uma comunicação social livre, pluralista e independente são intrínsecos ao crescimento de uma sociedade democrática.

As duas pedras angulares da liberdade dos meios de comunicação são::

- ◆ Liberdade de opinião
- ◆ Liberdade de expressão

Estas liberdades estão garantidas no Artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem, que afirma: “Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão”.

Os direitos da comunicação social são frequentemente citados quando se fala de liberdade de opinião e de expressão.⁷ Por vezes, as discussões centram-se de forma desproporcionada na liberdade de imprensa, nos direitos dos jornalistas e na supressão dos meios de comunicação independentes – áreas onde os homens constituem a maioria e onde alguns profissionais da comunicação social se consideram “fazedores de reis”, determinando quem terá ou não poder.⁸

⁷ Jan Bauer, Only Silence will Protect You. Women, Freedom of Expression and the Language of Human Rights, International Centre for Human Rights and Democratic Development, Canada, 1996

⁸ Ibid

Esta interpretação extremamente focada do Artigo 19º sobre o direito da comunicação social à liberdade de expressão e de opinião abriu a porta para que a comunicação social se tornasse um local pernicioso no que se refere a proporcionar o espaço e acesso necessários à liberdade de expressão e opinião das mulheres, assim como a proporcionar espaço a uma vasta maioria da população dos países africanos que não está em posições de poder ou de autoridade formal.

Pontos de Discussão! Os Dois Lados da Liberdade de Expressão

A liberdade de expressão pode ser considerada como o direito de comunicar, de ter opiniões e de as exprimir, o direito de todos os cidadãos de terem uma voz e de a exprimirem nos órgãos de comunicação social, e através deles; e

A liberdade de expressão pode ser usada para sancionar aquilo que não é agradável; e na produção de ideias, imagens e representações culturais, a liberdade de expressão pode ser usada para silenciar selectivamente ao mesmo tempo que cria.⁹

Discuta com os participantes os dois lados da liberdade de expressão. Em seguida, discuta com o grupo o seguinte tema:

1. Que lado da liberdade de expressão é mais usado pela comunicação social quando faz reportagens sobre assuntos atinentes aos direitos das mulheres, igualdade de género e injustiças de género? Porquê? [Peça aos participantes que apontem exemplos nos órgãos de comunicação dos seus próprios países para ilustrarem os seus pontos de vista; o facilitador deve usar o flipchart para registar os pontos principais da discussão e colocar indicações na parede para posterior referência durante as outras discussões relevantes sobre este tema].



A comunicação social proporciona acesso à expressão através daqueles que são usados como fontes na cobertura de tópicos e notícias pela comunicação social. As fontes são pessoas entrevistadas por jornalistas que expressam as suas opiniões e perspectivas sobre as notícias e actualidades do dia. As fontes são escolhidas devido:

- ◆ Aos seus conhecimentos especializados sobre o tópico ou acontecimento ('peritos');
- ◆ Se estiverem entre os indivíduos muito afectados pelo acontecimento ou tópico (as mulheres e os homens que vivem com VIH devem ser incluídos nos entrevistados nos artigos sobre o acesso a medicamentos anti-retrovíricos, por exemplo);
- ◆ Se forem os 'sujeitos' ou os 'actores principais' de determinado acontecimento ou tópico.

Mas, como demonstram as conclusões do Projecto de Monitoria Global da Comunicação Social (GMMP, na sigla inglesa)¹⁰, realizado em 2005 e coordenado pela Associação Mundial de Comunicação Cristã:

As opiniões e vozes das mulheres são marginalizadas nos meios de comunicação social em todo o mundo. As mulheres constituem 52% da população mundial mas, no entanto, representam apenas 21% das pessoas que figuram nas notícias. As mulheres estão mais sub-representadas na rádio, onde constituem apenas 17% dos temas noticiosos, comparado com 22% na televisão e 21% nos jornais.

⁹ Patricia J. Williams, *The Rooster's Egg. On the Persistence of Prejudice*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1995

¹⁰ Mais de 70 meios de comunicação foram monitorizados durante um único dia.

Predominam as vozes masculinas nas notícias propriamente ditas. Os homens são a maioria dos protagonistas das notícias em todos os assuntos. Mesmo quando as mulheres aparecem nas notícias, o mais provável é que surjam nas notícias 'de interesse humano' como notícias sobre celebridades e as artes, onde constituem 28% das notícias, sendo menos provável que se encontrem nas notícias da 'actualidade' sobre política e governo (14%) e sobre a economia (20%).

Os homens predominam como porta-vozes e peritos. Cerca de 86% de todas as pessoas que aparecem nas notícias como porta-vozes são do sexo masculino. Os homens também representam 83% de todos os peritos. É muito menos provável que as mulheres sejam consideradas peritas na cobertura noticiosa. São antes mais frequentemente apresentadas como vozes que exprimem uma experiência pessoal (31%) ou a opinião popular (34%).

As escolhas das fontes, assim como outras escolhas editoriais que a comunicação social faz todos os dias, também modelam a liberdade e a independência da comunicação social. Embora um dos princípios fundamentais da comunicação seja uma cobertura justa, variada e equilibrada dos assuntos, a verdade é que as notícias são um processo de selecção. Os acontecimentos e tópicos que se transformam em notícias todos os dias passam por um processo de selecção que não é destituído de imperfeições. As notícias representam uma escolha.



Pontos de Discussão! As notícias representam uma escolha

O que é que é notícia? O que é que não é notícia? Quem vai falar? Quem não vai falar? Como é que será retratado ou representado na comunicação social determinado indivíduo ou grupo de indivíduos? Estas são questões de escolha.

Discuta com os participantes o seguinte, em conjunto, ou então divida-os em grupos para colocarem as perguntas e depois apresentarem as respostas. O facilitador deve registar os pontos principais desta discussão no flipchart para referência futura durante as discussões à medida que avançar a formação:

1. Por que motivo a igualdade de género e os direitos das mulheres não estão entre as primeiras escolhas da comunicação social sobre aquilo que constitui notícia?
2. Por que motivo a comunicação pede com mais frequência a homens do que a mulheres que falem sobre determinados assuntos? A comunicação social recorre a mulheres como fontes relativamente a algumas questões mais do que a outras fontes? Que questões são essas e porquê?
3. Os motivos avançados para a 1ª e a 2ª perguntas ilustram bem as ideias preconcebidas nos meios de comunicação social que os afastam de fazer reportagens sobre a igualdade de género e os direitos das mulheres? Explique as respostas.
4. O que é que a comunicação social pode fazer de modo a garantir que a sua escolha daquilo que constitui uma notícia não é influenciada por preconceitos ou ideias preconcebidas de qualquer espécie?

Se olharmos para a comunicação social, as desigualdades de género, ideias preconcebidas e preconceitos manifestam-se das seguintes formas, entre outras:

Oportunidades no local de trabalho – As mulheres muitas vezes constituem os jornalistas e locutores comuns na imprensa e na rádio e televisão, ocupando poucos cargos de liderança;

Quem fala na comunicação social? – Se lermos, ouvirmos e virmos aqueles que falam nos meios de comunicação– aqueles que são citados nas notícias sobre os acontecimentos do dia – a maioria são homens, embora mulheres e homens vivam nas sociedades incluídas nas reportagens e ambos os sexos tenham opiniões sobre esses acontecimentos e problemas. As mulheres tornam-se 'invisíveis' quando a comunicação social omite as suas vozes e imagens.

Estereótipos de género – Quando as mulheres aparecem na comunicação social, na maior parte das vezes são retratadas como objectos sexuais, como objectos de beleza, como donas de casa, como vítimas (da violência, pobreza, catástrofes naturais, guerra e conflito, etc.), ou então tornam-se notícia de primeira página e manchete (notícia principal) quando se envolvem em actividades que não estão em consonância com a prescrição da sociedade acerca daquilo que as mulheres 'devem' e 'não devem' fazer [*Por exemplo, as mães que matam ou abusam dos filhos são frequentemente retratadas como mulheres 'desnaturadas', sendo muitas vezes dada grande importância a estas notícias nas páginas e emissões noticiosas*].

Igualdade de oportunidades profissionais: Aos repórteres do sexo feminino são atribuídos muitas vezes os sectores sociais, de saúde e educação, ao passo que aos homens são atribuídos os sectores políticos e económicos, vistos como fazendo parte do percurso de carreira para cargos redactoriais superiores e de direcção.

O que é considerado digno de ser noticiado? São muito poucas as notícias na comunicação social sobre as violações dos direitos humanos das mulheres e a discriminação contra as mulheres . Quando a comunicação social cobre assuntos que preocupam as mulheres, como violência, saúde sexual e reprodutiva, mulheres em cargos de decisão, estes artigos são muitas vezes confinados a páginas e a segmentos especiais e rotulados de 'questões de mulheres', em vez de serem colocados nas páginas das notícias como assuntos que preocupam todos.

Mulheres invisíveis: Certas categorias de mulheres recebem ainda menos atenção na comunicação social, como as mulheres idosas, as mulheres provenientes de minorias étnicas e grupos religiosos, da classe trabalhadora, e mulheres com uma orientação sexual diferente.¹¹

¹¹ Shivas, M. 2000. Alternative Assessment of Women and Media based on NGO Reviews of Section J, Beijing Platform of Action, citado em Whose News? Whose Views?, Colleen Lowe Morna, 2001

Reportagem Sensível ao Género

Uma análise do conteúdo editorial sensível ao género elaborado por jornalistas e redactores pode ajudar os repórteres e fiscalizadores a reflectir sobre o seguinte:

- ◆ O conteúdo editorial é tendencioso ou tem um preconceito contra um grupo específico ou determinada audiência?
- ◆ A comunicação social, que defende a democracia, os direitos humanos e a participação popular na governação, é “inclusiva” ou “exclusiva” na sua representação da sociedade, através do seu conteúdo editorial?
- ◆ O conteúdo editorial apresenta homens e mulheres de forma diferente e porquê?
- ◆ A comunicação social reforça as violações dos direitos humanos das mulheres ao não fazer reportagens sobre estas violações com o mesmo vigor com que faz reportagens sobre as violações dos direitos políticos e civis dos partidos da oposição e de outros agrupamentos políticos na sociedade?

A reportagem sensível ao género exige que jornalistas e redactores garantam que a cobertura de determinado acontecimento ou assunto seja expressa através das vozes de mulheres e homens; a reportagem sensível ao género exige que jornalistas e redactores usem dados, informação de carácter geral (contexto) e análise através das perspectivas de mulheres e homens a fim de ilustrar como é que o assunto ou a política que se descreve afecta mulheres e homens na sociedade. Uma boa investigação, reportagem e análise detalhadas, uma diversidade de fontes e perspectivas introduzem reportagens sensíveis ao género, e estas características constituem também a base do bom jornalismo.



A Presidente de Câmara do Distrito de Akono, Camarões, Marie Héléne Ngoa, a Deputada ganesa Akua Sena Dansua, a vereadora local do Lesoto, Sra. Rosemary Mathato Mants'o e a candidata eleitoral queniana, Pamela Mburia, participam no Workshop da IPS sobre Mulheres e Eleições

Fotografia: Trevor Davis

Algumas outras características específicas da reportagem sensível ao género incluem:

- ◆ Focalização sobre as desigualdades de género na sociedade;
- ◆ Focalização sobre as violações dos direitos políticos, económicos e sociais das mulheres;
- ◆ Artigos que procuram desafiar os estereótipos de género através de uma atenção específica centrada em mulheres e homens em papéis de género não tradicionais;
- ◆ Artigos que desafiam os desequilíbrios de poder tanto no domínio público como no privado (um exemplo de desequilíbrio de poder no domínio privado é a prevalência de violência doméstica e outras formas de violência contra mulheres).

Aquilo que não se brada muitas vezes em voz tão alta como o clamor por uma comunicação livre e independente em África é a exigência que uma comunicação social livre e independente também deve ser responsável e prestar contas. Uma comunicação livre e independente também se esforça por observar as normas profissionais e deontológicas do jornalismo e prestar contas aos interesses do público quando garante que, tanto no local de trabalho como no seu conteúdo editorial, a comunicação social não discrimina nem perpetua formas de discriminação contra ninguém com base na raça, sexo, religião, etc. A comunicação social, como instituição no seio da sociedade, também deve obedecer às leis e regulamentos que procuram responder às desigualdades de género prevalentes nos sectores público e privado. Ela mantém a sua credibilidade ao assegurar que as injustiças que descreve no governo, no sector privado ou mesmo na sociedade civil e qualquer outra organização não são banais no seus campos de acção e produtos editoriais.

Os dois instrumentos que se seguem indicam o papel da comunicação social no sentido de garantir que os assuntos da igualdade de género são integrados nas actividades do local de trabalho, no conteúdo editorial e na programação. Não são violações da liberdade da comunicação social, nem devem ser interpretados como tal. Estes instrumentos têm por objectivo garantir que a comunicação social continue a reflectir o seu papel, seja responsável e preste contas quando desempenha um papel crítico nas sociedades democráticas.

Este documento constitui o plano mundial para se alcançar a igualdade de género que saiu da Conferência Mundial das Nações Unidas sobre as Mulheres e Desenvolvimento (1995) realizada em Pequim, China. O Artigo J da Plataforma diz respeito à comunicação social, encontrando-se esta entre as 12 Áreas Objecto de Atenção Particular.

A Plataforma de Acção de Pequim exige uma “maior participação e acesso das mulheres à expressão e ao processo decisório na comunicação social e nas novas tecnologias de comunicação, e através delas”. Os governos comprometeram-se a analisar as políticas para a comunicação social e a aumentar o número de programas dirigidos a e por mulheres e a promover representações equilibradas e diferentes das mulheres na comunicação social.¹²

Na Plataforma de Acção de Pequim também se insta os governos a criarem legislação que responda à projecção da violência contra mulheres e crianças na comunicação social e a estimularem a formação destinada às mulheres sobre a forma como usar a comunicação social. Esta é encorajada a estabelecer directrizes profissionais e métodos de auto-regulamentação sobre o modo como são apresentadas as mulheres, e ainda a apoiar e financiar meios de comunicação alternativos e todas as formas de comunicação que apoiem as necessidades das mulheres.¹³

Na cimeira da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC) realizada

Responsabilização da Comunicação Social: Instrumentos Internacionais e Regionais sobre o Género e a Comunicação

Plataforma de Acção de Pequim de 1995 (BPFA)

¹² Local Action, Global Change, UNIFEM and the Centre for Women's Global Leadership, 1999

¹³ Ibid

Protocolo da SADC sobre Género e Desenvolvimento (2008)

em Agosto de 2008, os Chefes de Estado assinaram o histórico Protocolo sobre Género e Desenvolvimento. Ao contrário de uma declaração, o protocolo transforma-se num documento vinculativo do empenho dos governos no sentido de alcançar a igualdade de género e o empoderamento das mulheres. O Protocolo tem 23 objectivos que os governos devem atingir até 2015 e, entre os seus 32 Artigos, encontram-se artigos que abordam especificamente os Meios de Comunicação Social, a Informação e a Comunicação (Artigos 29°, 30° e 31°).

As disposições da comunicação social no Protocolo estabelecem as seguintes acções essenciais para os estados parte:¹⁴

- ◆ Garantir a inclusão do género em todas as políticas, programas, leis e formação em matéria de informação, comunicação e comunicação social, em consonância com o Protocolo sobre Cultura, Informação e Desporto.
- ◆ Encorajar a comunicação social e órgãos a ela associados a incluírem o género nos seus códigos deontológicos, políticas e normas, e a adoptarem princípios éticos, códigos de prática e políticas sensíveis ao género, em consonância com o Protocolo sobre Cultura, Informação e Desporto.
- ◆ Tomar medidas no sentido de promover a representação equitativa das mulheres na apropriação dos meios de comunicação, e respectivas estruturas decisórias, em conformidade com a alínea 1 do Artigo 12°, que contempla a representação equitativa das mulheres em cargos de decisão até 2015.
- ◆ Tomar medidas no sentido de desencorajar a comunicação social de:
 - ◇ Promover a pornografia e a violência contra todas as pessoas, especialmente mulheres e crianças;
 - ◇ Retratar as mulheres como vítimas impotentes da violência e abuso;
 - ◇ Degradar ou explorar as mulheres, especialmente no sector do entretenimento e publicidade, enfraquecendo o seu papel e posição na sociedade; e
 - ◇ Reforçar a opressão e os estereótipos de género.
- ◆ Encorajar a comunicação social a permitir que mulheres e homens se expressem de igual forma em todas as áreas de cobertura noticiosa, incluindo o aumento do número de programas para, por e sobre as mulheres sobre tópicos específicos ao género e que põem em causa os estereótipos do género.
- ◆ Tomar medidas apropriadas no sentido de encorajar a comunicação social a desempenhar um papel construtivo na erradicação da violência com base no género adoptando directrizes que garantam uma cobertura noticiosa sensível ao género.

¹⁴ Meeting the media targets in the SADC Gender Protocol, documento preparado por Colleen Lowe Morna para a Reunião da Aliança da África Austral sobre o Protocolo do Género, Agosto de 2008, Joanesburgo, África do Sul

Quando fizer alguma reportagem sobre notícias, acontecimentos e assuntos, procure sempre INCLUIR:

- ✓ Mais do que uma perspectiva
- ✓ Mais do que só as opiniões de homens
- ✓ Mais do que só as opiniões daqueles que ocupam cargos influentes, ou aqueles que são considerados peritos
- ✓ Mais do que só as identidades tradicionais de género
- ✓ Mais do que só as opiniões dos adultos

EVITE:

- ✗ Fazer generalizações
- ✗ Concentrar-se em sensacionalismos quando se fazem reportagens sobre mulheres e desigualdades de género
- ✗ Estereotipar mulheres e homens

Directrizes para retratar mulheres

INCLUA:

- ✓ Descrições de mulheres que ponham os estereótipos existentes, como as mulheres em cargos de liderança
- ✓ As vozes das mulheres que normalmente são “invisíveis” nos órgãos de comunicação, como mulheres rurais, mulheres deficientes e mulheres de grupos étnicos e sociais marginalizados
- ✓ Descrições de mulheres como indivíduos de seu direito próprio, e não, por exemplo, “a mulher de...”, “a filha de...”
- ✓ Notícias que mostram mulheres e homens a cooperar com vista a construir uma sociedade justa, e não apresentando constantemente as relações de género como um conflito entre homens e mulheres
- ✓ Análise dos motivos pelos quais as mulheres são excluídas de determinados papéis na sociedade

EVITE:

- ✗ Tratar as mulheres de sucesso como ‘homens honorários’ ou como excepções surpreendentes
- ✗ Concentrar-se nas características físicas das mulheres quando não são relevantes para a notícia
- ✗ Notícias sensacionalistas sobre mulheres que saíram do seu papel tradicional e cometeram actos considerados aberrantes (*Por exemplo, muitas mulheres em países africanos que declararam publicamente ser ‘feministas’ e que seguem uma agenda feminista na sua área de conhecimento especializado são retratadas de forma negativa na comunicação social como ‘fora do normal’*)

Inter Press Service (IPS) Directrizes sobre o Género para a Comunicação Social

Directrizes para Obtenção de Fontes

INCLUA:

- ✓ Mulheres vulgares como fontes. A opinião do “homem da rua” é frequentemente usada como fonte noticiosa. Não presuma que a mulher da rua partilha sempre essa opinião
- ✓ As mulheres como peritas. As citações de peritos nas notícias normalmente provêm de homens, mas muitas vezes há muitas mulheres habilitadas que podem avançar uma opinião abalizada, e que podem proporcionar uma perspectiva diferente
- ✓ Vozes marginalizadas. As elites poderosas são excessivamente usadas como fonte de informação. Além da versão oficial, deve descobrir-se como é que a questão afecta os membros mais marginalizados da sociedade, como as mulheres da classe trabalhadora e ainda os pobres do sexo feminino e também masculino

EVITE:

- ✗ Atitudes de fachada – obter a maioria das opiniões de membros de um dos sexos e depois usar uma única citação simbólica do sexo oposto
- ✗ Presumir que uma mulher fala por todas as mulheres. As mulheres constituem um grupo variado.

Actividade Um: Reportagem Política sensível ao Género

Facilitador: Faça fotocópias do artigo Healing Powers, de Joshua Hammer (NEWSWEEK) para distribuir aos participantes. O artigo poderá ser encontrado em <http://www.truthout.org/article/healing-powers-africas-new-female-leaders>.

Pode usar-se este artigo para ilustrar diversas questões:

- ◆ É um exemplo de uma reportagem sensível ao género
- ◆ Ilustra o facto de as mulheres na política e na governação serem o tema de uma notícia que, quando contextualizada, proporciona um novo ângulo às reportagens sobre política e governação
- ◆ Ilustra a força da análise noticiosa e das reportagens aprofundadas de questões que ultrapassam a focagem habitual sobre os acontecimentos noticiosos
- ◆ Pode ser usado para ilustrar diversos aspectos de uma boa reportagem – fontes, dados, contexto e antecedentes, entre outros – e boa capacidade de redacção.

Podem dividir-se os participantes em três (3) grupos, aos quais será dado tempo para lerem o artigo; a cada grupo pode ser entregue uma das perguntas que se seguem para que possa apresentar a respectiva conclusão e travar um debate com todos:

1. Isto é um exemplo de um artigo centrado nas mulheres, ou é um exemplo de reportagem sensível ao género? Apresente motivos para a escolha do grupo.
2. Isto é um exemplo de reportagem sobre “questões de género” ou é um exemplo de reportagem sobre política e governação? Porque é que é um artigo digno de ser noticiado? Apresente motivos para a escolha do grupo.
3. Quais são os pontos fortes deste artigo? Quais são os seus pontos fracos? Que lições jornalísticas tiramos deste artigo quanto à forma como se deve preparar uma reportagem sobre determinado assunto pela perspectiva de género?

Capítulo 3: Compreender Porque é que a Igualdade de Género na Política e nos Processos Políticos é Crucial para a Democracia

Quem é a maioria?

Quando os políticos iniciam a sua campanha com vista a dirigirem-se aos eleitores, a mensagem fundamental que é transmitida é “mudança”. Aqueles que estão no poder prometem fazer melhor, enquanto que aqueles que lutam por lugares nas Assembleias, Parlamentos e Autarquias também concentram as suas mensagens na promessa de melhorar a vida da maioria das pessoas. E a comunicação social encontra-se no palco principal no que diz respeito à cobertura noticiosa de campanhas e eleições, recorrendo ao maior número de ângulos possível.

Mas os políticos e a comunicação social omitem nas mensagens políticas sobre mudança o facto de a maior parte das pessoas nos países africanos ser do sexo feminino.

O maior relevo dado às questões da igualdade de género na agenda internacional e africana nos últimos 20 anos foi alimentado pela enorme quantidade de investigação e literatura que indica que a consecução da igualdade de género e a plena participação das mulheres no processo de tomada de decisões constituem indicadores importantes da democracia.¹⁵ Também se defende que o envolvimento das mulheres em todos os aspectos da vida política produz sociedades mais justas e introduz uma democracia mais forte e mais representativa.¹⁶



Os eleitores aguardam a sua vez de votar durante as eleições no Zimbabué em 2008

Fotografia: Ephraim Nsingo

Embora os políticos africanos tenham feito declarações na União Africana e órgãos regionais¹⁷ sobre os laços existentes entre a igualdade de género e a democracia, e as constituições de uma grande maioria de governos a nível nacional incluem o princípio da igualdade de género, as desigualdades de género continuam a existir na África Subsariana.

As mulheres políticas e a comunicação social podem tornar-se aliados em transformar as desigualdades de género e o seu impacto no desenvolvimento dos países numa componente central das eleições e dos discursos nacionais sobre governação e desenvolvimento económico.

A falta de participação das mulheres na tomada de decisões políticas e na vida pública traz consequências importantes para a sociedade:

- ◆ Priva as mulheres, como cidadãs, de direitos importantes e também de responsabilidades
- ◆ Exclui a sua perspectiva das políticas e da legislação
- ◆ Impede a sua contribuição para os orçamentos nacionais e afectação de recursos
- ◆ Priva a sociedade das competências, conhecimentos e perspectivas das mulheres.¹⁸

¹⁵ Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, 2008, pág. 5

¹⁶ Ibid

¹⁷ Um exemplo é a Declaração da SADC sobre o Género e Desenvolvimento de 1997, que está neste momento em vias de ser actualizada para o Protocolo da SADC sobre o Género

¹⁸ 'Women's Human Rights in Politics, Public Life and the Media' em Local Action, Global Change', Learning about the Human Rights of Women and Girls, publicado por UNIFEM and the Center for Women's Global Leadership, 1999

Ponto de Discussão: Acesso, Representação e Influência

Há três (3) princípios que devem reger as discussões públicas e as reportagens sobre os motivos pelos quais as mulheres devem estar na vida política e na governação em África:

Acesso

Representação

Influência

Fale de cada ponto relativamente à situação do país onde se realiza a formação.



Se a democracia se baseia no acesso (consulta, diálogo) e na representação (presença)¹⁹, então as mulheres – em virtude do facto de constituírem a maioria dos cidadãos (em termos populacionais) em muitos países africanos – têm direito a ingressarem no espaço público.

Grande parte da promoção de causas e, até certo ponto, da cobertura noticiosa, tem-se centrado mais sobre a representação das mulheres nas estruturas da governação, preferivelmente à questão do acesso das mulheres (consulta, diálogo) à governação e processos políticos. A mulher 'sozinha' nos espaços públicos não pode fazer a diferença. É crucial haver uma 'massa crítica' de mulheres para reconstruir estes espaços para que sejam mais representativos da sociedade. Esta 'massa crítica', segundo os Chefes de Estado da União Africana, chega agora aos 50%. O Ruanda é o único país perto desta meta.²⁰ Nas eleições de Setembro de 2008, o Ruanda tornou-se o primeiro país com uma maioria de mulheres parlamentares, sendo do sexo feminino pelo menos 55% dos indivíduos que foram votados ao Parlamento. Sem uma 'massa crítica', 'o poder remove as vozes das mulheres', porque muitas vezes tem de prestar contas à liderança masculina dos partidos políticos.

Frequentemente, as mulheres constituem uma "massa crítica" dos membros dos partidos políticos e também dos eleitores. Mas a força dos seus números é muitas vezes aproveitada pelos homens para manterem o poder.

Conceito para discussão

A "eficácia" das mulheres na política é definida como a capacidade das mulheres políticas em mobilizarem o apoio dos seus partidos e da sociedade civil para as suas agendas políticas..

Fonte: *No shortcuts to Power – African Women in Politics and Decision Making*, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Philip, Cape Town, 2003

Acesso e Representação

¹⁹ *No shortcuts to Power – African Women in Politics and Decision Making*, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Phillip, Cape Town, 2003

²⁰ CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making. A manual for speeding the pace of change, Women's Environment & Development Organization (WEDO), December, 2004, pág 7

As mulheres podem e fazem uma diferença no espaço público. Embora a transformação das culturas institucionais continue a constituir um desafio, as mulheres trazem vozes e perspectivas diferentes. Por exemplo, a nível de governo local, as mulheres levantam questões atinentes ao acesso a necessidades básicas e a infra-estruturas dedicadas ao desenvolvimento que beneficiem mulheres e homens nas suas comunidades.²¹



Ponto de Discussão! A representação das mulheres no governo local versus governo nacional

Há mais homens no governo local do que nas estruturas do governo nacional? Alguma investigação sugere que o acesso das mulheres ao governo local em África parece ser 'menos ameaçador' do que o acesso e a participação das mulheres nas estruturas do governo nacional. Porque é que isto acontece?

Responsabilização

Um dos principais papéis que os órgãos de comunicação social independentes emergentes têm desempenhado na investida africana em direcção à democracia é o de 'órgão fiscalizador', obrigando inexoravelmente os governos a prestarem contas no que refere a direitos humanos, estado de direito e boa governação. Garantir que os governos cumprem as Constituições nacionais e que não se apropriem indevidamente de fundos públicos é uma componente central da função fiscalizadora da comunicação social.

No entanto, o papel fiscalizador da comunicação social continua fraco relativamente ao cumprimento, por parte dos governos, de instrumentos internacionais e africanos que promovem a justiça do género e o respeito e protecção dos direitos humanos das mulheres.

Uma outra forma importante de as mulheres políticas e de a comunicação social encararem a responsabilização é a capacidade dos políticos do sexo feminino e masculino de levantarem a questão da igualdade e equidade de género em conformidade com os instrumentos internacionais e regionais que o país tenha assinado e/ou ratificado, e se eles exercem influência palpável através da mudança política e de novas medidas de responsabilização que sejam sensíveis às mulheres.²²

A comunicação social deve responsabilizar os políticos do sexo masculino e também do sexo feminino pela utilização de fundos públicos, pela forma como desempenham as suas funções e pela forma como usam ou usam indevidamente as estruturas de governação que lhes foram confiadas. Tanto os políticos como as mulheres políticas devem prestar contas pelo facto de usarem os seus cargos e influência para realizar uma mudança na condição política, económica e social das mulheres.

A 'responsabilização' tem duas dimensões: a noção de 'responsabilidade', segundo a qual os detentores de poder são obrigados a explicar e a justificar as suas acções,

²¹ Ver *At The Coalface, Gender and Local Government in Southern Africa*, organizado por Colleen Lowe Norma and Susan Tolmay, Gender Links, South Africa, 2007

²² *No shortcuts to Power - African Women in Politics and Decision Making*, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Phillip, Cape Town, 2003

²³ Anna Marie Goetz recorrendo ao trabalho de A. Schedler, 1999, no seu capítulo sobre *Women's Political Effectiveness: A Conceptual Framework em No shortcuts to Power - African Women in Politics and Decision Making*, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Phillip, Cape Town, 2003

e a noção de ‘*força executória*’, segundo a qual os detentores de poder sofrem sanções pelos seus erros ou comportamento ilegal.²³ A principal relação de responsabilização é a que o Estado tem perante os cidadãos, segundo a qual os políticos têm de prestar conta aos cidadãos através do processo eleitoral, e o trabalho das organizações da sociedade civil na monitoria das acções dos representantes, enquanto que as outras funções de responsabilização são executadas dependendo da forma como as diferentes partes do Estado – a legislatura, o poder judicial, o Tribunal de Contas e a administração pública – monitorizam e consideram as outras partes responsáveis.²⁴ Nenhum destes mecanismos de responsabilização funcionou bem na alteração da subordinação das mulheres.

Ponto de Discussão! Responsabilização

A comunicação social e o público exigem dos políticos do sexo feminino e masculino normas de responsabilização diferentes?

A comunicação social e o público exigem dos políticos do sexo feminino e masculino normas de responsabilização diferentes no que diz respeito a questões de igualdade e equidade de género?

Por que motivo os mecanismos de responsabilização discutidos neste capítulo não foram capazes de fazer o Estado assumir a responsabilidade pelos seus compromissos no que diz respeito à igualdade e equidade de género?



Há várias razões pelas quais as mulheres estão sub-representadas na política e estruturas de governação, apesar de repetidos compromissos internacionais e nacionais para a promoção da igualdade. Elas incluem barreiras estruturais e culturais.²⁵

A participação das mulheres também pode ser prejudicada pelas poucas oportunidades educativas, pelos estereótipos de género quanto às capacidades das mulheres e até mesmo pelo patronato que se gera num círculo fechado de “antigos camaradas” que prepararam o caminho a muitos políticos do sexo masculino.²⁶

A comunicação social, as mulheres políticas e os activistas dos direitos humanos e das mulheres a nível nacional devem sublinhar continuamente os factores que conduzem à omissão de um considerável segmento das populações da política e da governação como parte do discurso sobre o acesso à participação na governação e tomada de decisões. Uma luz crítica centrada consistentemente nas barreiras ao acesso e à representação equitativa de todos na política e na governação ajuda a desafiar e a demolir as convicções que perpetuam como norma o facto de haver poucas mulheres na política e na governação.

Obstáculos à Representação das Mulheres na Política e na Governação

²⁴ Ibid

²⁵ CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making, A Manual for Speeding the Pace of Change, Women's Environment & Development Organization (WEDO), New York, December 2004

²⁶ Ibid

Caixa Um:

Factores que desencorajam mulheres e homens de entrar na política e estruturas de governação

Homens

- ◆ Falta de apoio do eleitorado
- ◆ Falta de recursos financeiros
- ◆ Falta de apoio dos partidos políticos
- ◆ Falta de experiência em matéria de funções representativas como falar em público ou relações com o eleitorado

Mulheres

- ◆ Responsabilidades domésticas/familiares
- ◆ Atitudes culturais relativamente aos papéis das mulheres na sociedade
- ◆ Falta de apoio familiar
- ◆ Uma observada falta de confiança
- ◆ Importância dada às normas patriarcais e hierárquicas que confinam a mulher à esfera doméstica
- ◆ Falta de apoio financeiro
- ◆ Falta de apoio dos partidos políticos
- ◆ Falta de experiência em funções representativas

Fonte: *Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, Geneva, 2008; CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making, A manual for speeding the pace of change, WEDO, New York, 2004*

A Plataforma de Acção de Pequim de 1995 afirma que a consecução do objectivo de igual participação de mulheres e homens no processo decisório proporcionará um equilíbrio que reflecte de forma mais precisa a composição da sociedade, sendo necessária para reforçar a democracia e promover o seu funcionamento correcto.²⁷



Ponto de Discussão! Obstáculos à participação das mulheres na política e na governação

Quais são as principais barreiras à participação das mulheres na política e na governação no seu país?

Que medidas e/ou processos foram criados para remover essas barreiras?

Dê exemplos da cobertura, pela comunicação social, dessas barreiras ou medidas e processos para as remover.

²⁷ Parágrafo 181 da Plataforma de Acção de Pequim citada em CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making, A Manual for Speeding the Pace of Change, Women's Environment & Development Organization (WEDO), New York, December 2004

Quando faz a cobertura noticiosa de eleições, a comunicação social deve estar bem informada dos papéis que o sistema eleitoral e os partidos políticos do país desempenham no sentido de garantir que a representação constitui um princípio importante subjacente à política e às estruturas de governação do país.

Não basta afirmar este princípio na constituição nacional ou em documentos políticos, se os sistemas eleitorais e partidários forem concebidos para afastar alguns segmentos da população. Os sistemas eleitorais e partidários exercem uma importante influência nas possibilidades de eleição das mulheres.²⁸

Caixa Dois:

Sistemas Eleitorais ²⁹

Por Círculos Eleitorais ou “Sistema Maioritário Uninominal” – Neste sistema, os cidadãos votam não só pelo partido, mas também pelo candidato que representa o partido num círculo eleitoral definido geograficamente. Neste sistema, o “vencedor ganha tudo”.

Representação Proporcional (PR) – Neste sistema, também conhecido como “escrutínio por lista”, os cidadãos votam em partidos a quem são atribuídos lugares no Parlamento de acordo com a percentagem de votos que recebem. Os candidatos individuais entram no Parlamento dependendo do lugar em que foram colocados na lista. Num sistema de lista aberta, o partido determina onde é que os candidatos são colocados na lista, normalmente com base em processos de nomeação democrática no partido.

As mulheres têm tendência para serem eleitas em maior número nos sistemas de representação proporcional comparativamente aos sistemas baseados em círculos eleitorais, porque os sistemas de representação proporcional permitem aos partidos políticos:

- ✦ Nomear uma lista de candidatos de preferência a um candidato individual, como acontece nos sistemas de maioria/pluralidade
- ✦ Aumentar a representação das mulheres introduzindo medidas específicas (por ex., uma disposição que estabeleça que determinada proporção dos candidatos na lista eleitoral do partido deve ser feminina).³⁰

Os testemunhos provenientes da União Inter-Parlamentar (UIP), sediada em Genebra, e de outras fontes, indicam que, nos países com a percentagem mais elevada de mulheres parlamentares, a maioria adoptou sistemas que incluem a representação proporcional, enquanto que os países com os piores resultados em matéria de representação das mulheres usam o sistema Maioritário Uninominal.

²⁸ Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, 2008, pág. 21

²⁹ Ringing Up the Changes, Gender in Southern African Politics, Colleen Lowe Morna, Editor, Gender Links, South Africa, 2004, pág. 56

³⁰ Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, 2008, pág. 21

Por isso, o empenho dos partidos na promoção das mulheres é crucial na eficácia do sistema de Representação Proporcional em criar mais espaços para que ingressem mulheres no Parlamento. Os partidos políticos mantêm forte controlo sobre a selecção dos candidatos que disputam as eleições, e determinam ainda a ordem dos candidatos no boletim de voto.³¹ Dadas as diversas barreiras à participação das mulheres que se discutiram anteriormente, particularmente os preconceitos de género e as atitudes culturais predominantes sobre os papéis das mulheres na sociedade, elas ficam em desvantagem quando lutam por posições estratégicas nas listas dos partidos. E, se as regras e métodos partidários de selecção dos candidatos forem ambíguos, ou se as elites dos partidos, principalmente homens, assim o decidirem, então é provável que os candidatos do sexo feminino sejam colocados nos lugares mais baixos das listas.

Quotas Eleitorais e Outras Medidas

Todos os países que alcançaram uma massa crítica de mulheres nos seus Paramentos ou legislaturas usam o sistema de Representação Proporcional, acrescido de algum tipo de quotas ou medidas especiais. Há diversos tipos de quotas. Até 2004, apenas três países em África – Ruanda, Moçambique e África do Sul – tinham 30% ou mais de mulheres no Parlamento.

Caixa Três:

Países africanos com uma massa crítica de mulheres no Parlamento ³²

País	Sistema Eleitoral	Quota (Discriminação Positiva)	% de Mulheres
Ruanda	Câmara: Vencedor ganha tudo no Senado (sistema misto)	Quotas Legais, Sistema de Alternação entre homens e mulheres: A Constituição garante 24 lugares reservados para mulheres na Assembleia Nacional; 30% no Senado	55 *
Moçambique	Representação Proporcional, Sistema de Listas Partidárias	Quotas Partidárias, Sistema de Alternação entre homens e mulheres: 40% de mulheres nas listas partidárias	30.2
África do Sul	Representação Proporcional, Sistema de Listas Partidárias	Quotas Partidárias, Sistema de Alternação entre homens e mulheres: 30% mulheres nas listas partidárias desde 1994	29.8

* No ano de 2008

Logo que exista uma quota, ela pode ser implementada de diversas maneiras. A abordagem mais eficaz é o sistema de alternância entre homens e mulheres (conhecido como sistema de fecho de correr, ou “zipper”, em inglês), que alterna um número igual de homens e mulheres nas listas partidárias. Isto ajuda a garantir que as mulheres não fiquem no fundo da lista e acabem por ser os candidatos com menos probabilidades de conseguir um lugar.³³

³¹ Ibid

³² CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making, A Manual for Speeding the Pace of Change, Women's Environment & Development Organization (WEDO), New York, December 2004

³³ Ibid

Caixa Quatro:

Tipos de Quotas ³⁴

Quotas voluntárias de candidatos partidários – São quotas de género na compilação de listas partidárias para as eleições, introduzidas pelos partidos políticos. As quotas de candidatos implicam que pelo menos 30 ou 40 por cento dos candidatos às eleições devem ser mulheres.

Quotas legais – São quotas para uma determinada percentagem de candidatas, estabelecidas mediante legislação ou na Constituição. São vinculativas para todos os partidos políticos, podendo aplicar-se sanções ou penalidades legais no caso de incumprimento.

Quotas de lugares reservados – Este sistema estabelece um número ou uma percentagem mínima fixa de mulheres que devem ser eleitas. Os lugares reservados assumem muitas formas, mas fazem parte integrante do sistema eleitoral. Alguns definem um eleitorado especial que deverá eleger um determinado número de mulheres parlamentares (Uganda e Ruanda); outros atribuem um voto adicional aos eleitores para listas compostas apenas por mulheres (Marrocos) ou reservam certos círculos eleitorais a candidatas (Índia a nível local).

Ponto de Discussão: Sistema Eleitoral e Medidas Especiais!

O facilitador deverá procurar saber, antes da formação, que tipo de sistema eleitoral é usado no país, assim como a utilização de quaisquer medidas especiais tendentes a aumentar a participação das mulheres no processo político.

Peça aos jornalistas que expliquem o sistema eleitoral do seu país. Se não estiverem bem informados sobre esse sistema, sublinhe quão importante é compreender o sistema eleitoral para se fazer reportagens sobre os processos políticos e o seu contributo para um bom jornalismo.

Peça às mulheres políticas que expliquem quaisquer iniciativas que tenham ocorrido nos seus respectivos partidos ou noutros fóruns com o objectivo de alterar o sistema eleitoral, ou iniciativas que visem criar medidas especiais tendentes a aumentar a participação das mulheres nos processos políticos. Deverá indicar-se quais foram os êxitos e/ou fracassos destas iniciativas e porquê.



³⁴ Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments, Inter-Parliamentary Union, 2008, pág. 25



Ponto de Discussão! Porque é que a igualdade no processo decisório é importante numa democracia

A Plataforma de Acção de Pequim de 1995 menciona diversas razões para a importância da igualdade no processo decisório:³⁵

A igualdade no processo decisório exerce uma função de influência em prol da integração da dimensão da igualdade na formulação de políticas do governo

A participação das mulheres na vida política desempenha um papel fulcral no processo geral de promoção das mulheres

A participação equitativa das mulheres no processo decisório é uma exigência da democracia e representa condição necessária para que os interesses das mulheres sejam levados em linha de conta

Sem a participação activa das mulheres e a integração das perspectivas das mulheres em todos os níveis do processo decisório, não é possível alcançarem-se os objectivos da igualdade, desenvolvimento e paz

Fale sobre cada ponto proporcionando informação e dados sobre o seu país.



Fotografia: Trevor Davis

³⁵ Parágrafo 181 da Plataforma de Acção de Pequim citado em CEDAW, The Optional Protocol and Women in Decision-Making, A Manual for Speeding the Pace of Change, Women's Environment & Development Organization (WEDO), New York, December 2004

Seguem-se algumas orientações que os jornalistas devem incluir nas suas reportagens quando escrevem sobre eleições e processos de governação:
COMO PROCEDER...

- ✓ Inclua uma breve explicação sobre o tipo de sistema(s) eleitoral(ais) usado(s) nas eleições presidenciais, parlamentares e autárquicas.
- ✓ Explique como é que o(s) sistema(s) eleitoral(is) constitui/constituem uma vantagem ou uma desvantagem para o acesso das mulheres a cargos políticos.
- ✓ Realce os factores que contribuem para o acesso das mulheres a cargos políticos.
- ✓ Proporcione uma breve discussão sobre as tendências relativas a mulheres em cargos políticos, recorrendo a informações verificáveis e precisas.
- ✓ Inclua informação sobre os partidos políticos que apresentam candidatas e aqueles que não o fazem, e apresente razões.
- ✓ Explique de forma sucinta o que dizem os programas dos partidos sobre a igualdade de género e os direitos das mulheres.
- ✓ Vá para além do acontecimento e dos números para explicar o que é que significam e porquê.
- ✓ Responsabilize o governo referindo os instrumentos sobre direitos jurídicos e internacionais dos quais aquele é signatário. Mas lembre-se que referir não é a mesma coisa que citar – e, no seu artigo, deve evitar citar dos instrumentos e das políticas nacionais, regionais ou internacionais. Em vez disso, analise se o governo está a cumprir devidamente aderindo a estes instrumentos. Isto faz-se através da utilização de dados que demonstrem até que ponto as autoridades estão a cumprir os objectivos ou os compromissos acordados, e através das vozes de fontes relevantes.
- ✓ Procure estatísticas actualizadas sobre mulheres na governação e estruturas políticas, os dados mais recentes sobre eleitores, entre outros números relevantes, e indique as fontes dos dados usados nas notícias.
- ✓ Use dados desagregados por sexo para ilustrar onde se encontram as mulheres na política por comparação aos homens.
- ✓ Inclua dados sobre mulheres e homens como eleitores.
- ✓ Use os dados em contexto para ilustrar lacunas e tendências de género e para proporcionar uma análise da natureza da política do país com base no género.

EVITE...

- ✗ Apresentar notícias que não tenham sido bem investigadas.
- ✗ Apresentar uma análise simplista da cobertura do assunto omitindo informação sobre o(s) sistema(s) eleitoral(is) do país, as tendências em torno das mulheres em cargos políticos, e as posições declaradas e acções dos partidos sobre o acesso das mulheres a cargos políticos, a igualdade de género e os direitos das mulheres.
- ✗ Apresentar uma lista dos factores que contribuem ou inibem o acesso das mulheres a cargos políticos sem analisar os motivos pelos quais esses factores subsistem no seu país.
- ✗ Apresentar uma notícia sem qualquer informação.
- ✗ Apresentar informação cujas fontes desconheça.
- ✗ Usar informação desactualizada.

Inter Press Service (IPS)
Directrizes para a
Cobertura Noticiosa

Actividades para o Capítulo 3

Actividade Um: Painel de Discussão

Antes da sessão de formação, organize um painel composto por quatro políticos (duas mulheres e dois homens) de partidos diferentes para falarem sobre o seguinte tópico: *'O que é que os políticos e a comunicação social podem fazer para estabelecer maior diálogo quanto à ligação entre igualdade de género e democracia?'*

Esta sessão pode ser agendada no programa do *workshop* que deverá seguir-se à discussão com o facilitador sobre o tema *'Compreender porque é que a igualdade de género é crucial para a democracia'*. Encoraje os participantes a formularem perguntas aos membros do painel com base em questões levantadas no capítulo, juntamente com informação sobre a situação no país.

Tempo: Uma hora

Actividade Dois: Encontrar Novos Ângulos

Trata-se de um bom exercício prático para uma das sessões da tarde.

Organize os participantes em três grupos. Peça a cada grupo que conceba pelo menos três ideias de notícias para os meios de comunicação que provenham dos assuntos debatidos no Capítulo 3. Para cada notícia, o grupo deverá enunciar o seguinte:

Qual é o ângulo da notícia que deverá ser coberto para o assunto escolhido?

Que órgão de comunicação social seria mais eficaz para relatar a notícia? [Imprensa, Televisão, Rádio]

Quando é que é mais oportuno imprimir ou transmitir a notícia?

Quem no grupo se compromete a elaborar a notícia para o seu órgão de comunicação social?

Dê 40 minutos para os grupos discutirem e apresentarem as suas ideias no flipchart. Dê depois 30 minutos para que cada grupo transmita a sua informação (10 minutos por grupo). Use 20 minutos para desenvolver num flipchart um plano de cobertura das notícias que devem ser elaboradas, por quem e quando, e use esse plano para acompanhar a utilização da formação por parte de alguns órgãos de comunicação depois do workshop.

Se se elaborar um pequeno boletim informativo ou suplemento de jornal como parte da formação, este exercício pode resultar na atribuição de notícias como tarefa. O facilitador deverá fornecer feedback editorial aos grupos sobre as ideias de notícias, considerando sugestões no sentido de transformar essas ideias em bons artigos para a comunicação social.

Tempo: 1 hora e 30 minutos

Actividade Três: Igualdade de Género e Democracia

Coloque a citação que se segue num retroprojector, num documento de PowerPoint ou então escreva-a num flipchart ou num quadro para que todos a vejam:

“Os interesses contraditórios baseados no género – embora não conduzam a guerras civis como os conflitos raciais e étnicos – causam injustiças e violência latentes e socialmente desgastantes que retardam o desenvolvimento e enfraquecem a pretensão de qualquer Estado à democracia.”

[Fonte: *No shortcuts to power – African Women in Politics and Decision Making*, organizado por Anne Marie Goetz and Shireen Hassim, ZED Books, London and New York; David Phillip, Cape Town, 2003]

Divida os participantes em grupos, ou escolha duas mulheres políticas e dois jornalistas para formarem um painel. Os grupos e/ou o painel deverão levar 10 minutos para tomar nota de diversos problemas no contexto do desenvolvimento do seu respectivo país que ilustram a essência da afirmação supracitada. Use 20 minutos para que os grupos e/ou painel apresentem as suas opiniões e também para discussão. O facilitador deve resumir a discussão realçando a forma como a reportagem das desigualdades de género é intrínseca à reportagem dos processos democráticos no país.

Tempo: 40 minutos

Capítulo 4: Mulheres, Política e Notícias

A Política é Manchete

Se as primeiras páginas dos jornais ou as principais notícias televisivas e radiofônicas servem de referência, a política é manchete em África. As notícias políticas podem assumir muitos formatos diferentes, incluindo os seguintes, entre outros:

- ✦ Uma figura política que faz uma declaração sobre determinado assunto ou acontecimento;
- ✦ Um escândalo de corrupção que envolva titulares de cargos políticos;
- ✦ Uma figura política que inaugure um acontecimento;
- ✦ A ocorrência de eleições nacionais no país;
- ✦ Os enredos dos partidos políticos;
- ✦ Políticas e desempenho (ou ausência de desempenho) governamentais, frequentemente ligadas pelos órgãos da comunicação social em África à 'política' do governo no poder.

Muitas vezes, a comunicação social junta questões de política e governação, fazendo reportagem destas questões como se fossem a mesma coisa. Mas a política é o acto de participar em discussões ou actividades políticas, enquanto a governação se refere à acção ou processo de governar por parte do governo. A governação é frequentemente politizada (*Dar uma inflexão ou tonalidade política a*) na comunicação social e na forma como os governos africanos exercem as suas funções diárias de governação.

Um dos mais abrangentes estudos de base sobre o Género na Comunicação Social, intitulado '*Mulheres e Homens Fazem as Notícias, Estudo de Base sobre o Género e a Comunicação Social (GMBS, na sigla inglesa)*', levado a cabo em 12 países da África Austral em 2002 e publicado em 2003, constatou que cerca de um quarto das mais de 25.000 notícias seguidas durante este estudo de um mês, na imprensa e nos operadores televisivos e radiofónicos, estava relacionado com política e economia.³⁶

As notícias são definidas pela comunicação social em África usando os mesmos critérios e selecção que a comunicação social em todo o mundo. O que faz a notícia, e o que não faz, muitas vezes não é tão objectivo como a comunicação social gostaria que as suas audiências acreditassem:

"...Aquilo que constitui "notícia" é, em parte, tudo aquilo que os redactores ou os directores noticiosos decidirem e, em parte, cem anos de tradição que definem as mulheres e os seus problemas como notícias "de interesse humano ou informação", enquanto a política representa notícias "actualizadas e transmitidas imediatamente", fazendo parte do domínio masculino."³⁷

As notícias sobre mulheres, política e governação não se apresentam como 'acontecimentos'. Estas são as notícias ocultas, as notícias debaixo da cobertura política das eleições e da governação por parte da comunicação social.

Para encontrar estas notícias, os jornalistas precisam de começar a colocar perguntas diferentes, perguntas que vão além das quatro perguntas básicas (conhecidas em Inglês como os quatro "Ws"), ou seja, quem, o quê, quando e onde, para chegar

³⁶ Women and Men Make News, Gender and Media Baseline Study, Southern African Regional Overview, publicado por Gender Links and the Media Institute of Southern Africa, 2003

³⁷ Witt, Paget and Matthews, 1994, 182-83 citado em Postfeminist News Political Women in Media Culture, by Mary Douglas Vavrus, State University of New York Press, 2002

a porquê, como e até, porque não? Fazer a(s) pergunta(s) certa(s) pode ser o factor que distingue uma boa notícia de uma excelente notícia – uma notícia que tem impacto, que perturba a situação actual ou que revela os êxitos e as tragédias humanas da luta contra as desigualdades e injustiças de género.

Algumas das perguntas fundamentais que a comunicação social pode usar para orientar a sua cobertura noticiosa da política e da governação incluem as seguintes:³⁸

- ◆ Que condições favorecem a eficácia política das mulheres?
- ◆ Como é que as mulheres têm conseguido progredir na vida pública em tão grande quantidade em sociedades que não são conhecidas pela igualdade entre os sexos?
- ◆ Que diferença (a presença das mulheres na vida pública) fez no espírito da concorrência política local e nacional?
- ◆ Que diferença o elevado número de mulheres na política fez em termos de promover os interesses das mulheres na mudança legislativa e política?
- ◆ O Estado tem a capacidade para fazer cumprir os compromissos assumidos para com a igualdade e a equidade de género? Em caso negativo, porque não, e o que é que se deve fazer a este respeito?



Ponto de Discussão! Compreender os Preconceitos de Género

Para iniciar o debate e avaliar onde residem os preconceitos jornalísticos, peça-lhes que escrevam num cartão (não deverão escrever o seu nome) uma razão principal para a seguinte pergunta: 'Porque é que as mulheres políticas não fazem notícia?'

Se o seminário incluir jornalistas e mulheres políticas como participantes, peça a ambos os grupos que redijam uma resposta à pergunta num cartão, indicando apenas se a resposta provém de um 'jornalista' ou de um 'político'.

Organize os cartões numa parede ou num flipchart e examine as respostas. Discuta os pontos que vão surgindo das respostas dadas.

Proporcionalmente ao seu tamanho populacional, em muitos países africanos e em todo o mundo, as mulheres continuam a estar sub-representadas na política e na governação. Na Plataforma de Acção de Pequim (1995), de que a maioria dos países africanos é signatária, os governos prometeram acesso igual às mulheres e plena participação nas estruturas de poder e posições de decisão, e concordaram estabelecer medidas no sentido de aumentar para 30 por cento o número de mulheres em todas as posições no governo e na administração pública. Mas, até 2005, apenas 15 países tinham atingido esta meta, dos 10 países que o tinham feito em 2000. A média mundial de mulheres nos parlamentos nacionais em 2004 situava-se nos 15.6 por cento, comparada com 13.8 por cento em 2000.³⁹ E, como já se referiu no Capítulo 3, a União Africana (UA) aumentou agora a fasquia ao estabelecer uma meta de 50% de mulheres em todas as posições no governo e na administração pública.

Apesar do facto de a representação global feminina na política e em órgãos decisórios estar a aumentar, as mulheres políticas raramente são actores centrais na comunicação social. No Projecto de Monitoria Global da Comunicação Social (GMMP, na sigla inglesa) de 2005, em que 78 países participaram na monitoria das notícias durante um dia, apenas 8 por cento das notícias sobre política e governo apresentavam mulheres como ponto fulcral da notícia.

Não só as mulheres políticas não são vistas proporcionalmente às suas conquistas no que diz respeito à representação em estruturas da governação, a comunicação social também não as vê como fontes de notícias sobre questões políticas e de governação.

Segundo o Projecto de Monitoria Global da Comunicação Social de 2005, coordenado pela Associação Mundial de Comunicação Cristã (WACC, na sigla inglesa), com o apoio técnico de Margaret Gallagher, investigadora de género e comunicação social de renome mundial, as mulheres constituíam apenas 14 por cento das fontes sobre política e governo, comparado com 86 por cento de homens. No Projecto de Monitoria Global da Comunicação Social da África Austral, realizado em 2003 em 12 países, embora as mulheres constituíssem na altura do estudo uma média de 18 por cento dos deputados da região, constituíam apenas 8 por cento das fontes noticiosas na categoria de político. Nos países onde a representação das mulheres no parlamento e no governo era elevada, continuavam a ser quase invisíveis na comunicação social. Por exemplo, na África do Sul, onde havia 31 por cento de mulheres no parlamento, e uma proporção semelhante no governo na altura do estudo, as mulheres constituíam apenas 8 por cento dos políticos citados nos órgãos de comunicação monitorizados.⁴⁰

³⁹ Beijing Betrayed, publicado por Women's Environment & Development Organization (WEDO), New York, March 2005

⁴⁰ Women and Men Makes the News, Gender and Media Baseline Study Southern Africa, publicado por Gender Links and the Media Institute for Southern Africa (MISA), 2003



Ponto de Discussão! 'Conquistar o Respeito, Conquistar uma Voz'

Leia o seguinte excerto de uma entrevista com a Ministra do Funcionalismo e Administração Públicos da África do Sul, Geraldine Fraser-Moleketi, que apareceu no boletim informativo da Inter Press Service (IPS), www.ipsnew.net/Africa de Julho de 2008, 'De Escrutínios em Escrutínios':

IPS: Muitas mulheres políticas acham que é difícil que as suas vozes sejam ouvidas por motivos que vão desde a falta de fundos à atitude da sociedade para com as mulheres. Como é que garante que a sua voz seja ouvida?

GF-M: Não tenho uma resposta excitante para essa pergunta. Basicamente, é preciso conquistar o respeito e conquistar uma voz. Não é algo que se possa "comprar". Muitas vezes, a comunicação social é culpada de estereotipar as mulheres. Sou a primeira mulher política nesta pasta e, recorrendo à minha própria experiência, fui entrevistada uma vez por um jornalista – cujo nome não irei mencionar – que me disse 'A senhora está a aterrorizar os sindicatos'. Porque não dizer, 'Considera-se que a senhora é uma pessoa resoluta?' O desafio que temos aqui é o facto de precisarmos de edificar um sistema de valores diferente.

Discuta:

1. Porque é que a comunicação social descreve as mulheres políticas de forma diferente da dos homens, conforme ilustrado na citação da Senhora Ministra Fraser-Moleketi? Como é que se pode mudar esta situação?
2. Os políticos do sexo masculino precisam de 'conquistar o respeito' para 'conquistarem uma voz' na comunicação social? Porquê ou porque não?
3. Elabore uma lista de cinco ou seis padrões principais que todos os políticos devem seguir, independentemente do seu sexo. Agora discuta se a comunicação social exige que as mulheres políticas cumpram estes padrões de forma mais rigorosa do que os homens, dando exemplos provenientes de órgãos de comunicação.
4. Como é que a comunicação social pode desempenhar um maior papel na atribuição de uma voz às mulheres políticas?

As mulheres na política e na governação são projectadas pela comunicação social como 'mulheres que saíram da norma do género de permanência no privado', tornando-se notícia quando:

- ◆ Estão envolvidas em controvérsia ou escândalo;
- ◆ As mulheres lutam umas contra as outras;
- ◆ São identificadas com um 'homem poderoso';
- ◆ Fazem algo 'fora do vulgar', sendo isso muitas vezes interpretado pela comunicação social como indicativo que é 'dura' como os homens, em vez de 'flexível'.

Muitas vezes as mulheres no espaço público não são retratadas da mesma forma que os seus homólogos do sexo masculino. A representação das mulheres na política na e pela comunicação social frequentemente envia mensagens mais abrangentes como: 'a política não é para mulheres', ou até mesmo a mensagem que afirma que 'as mulheres que estão na política não são boas mulheres'. A linguagem usada nos artigos sobre as mulheres na política constitui uma pista sobre os preconceitos de género ocultos na comunicação social. Por exemplo, veja os dois excertos que se seguem de artigos publicados em órgãos de comunicação:

Saturday Star, África do Sul, 30 de Junho de 2007

Se o manto de Dama de Ferro assenta bem, use-o, Geraldine

Fraser-Moleketi demonstra que não é uma pessoa influenciável.

Com farta cabeleira, óculos e o estilo autoritário de professora, Geraldine Fraser-Moleketi pode ser uma das mulheres políticas esquerdistas mais jovens da África do Sul, mas a sua tentativa de esmagar a greve do sector público convida comparações entre ela e um ícone conservador, Margaret Thatcher, da Grã-Bretanha.

Tal como a Dama de Ferro inglesa que enfrentou e derrotou o poder dos mineiros, liderados pelo dirigente do Sindicato Nacional dos Mineiros, Arthur Scargill, a nossa Ministra de Funcionalismo e Administração Públicos confrontou e

dominou o líder da Cosatu, Zwelinzima Vavi.

Remontando a 1995, quando Fraser Moleketi ainda era uma comunista que usava blusas com folhos, o seu cabelo revoltado e rosto franco fazia dela uma pessoa favorita da comunicação social, uma *meisiekind* genuína.

Mas hoje o cabelo transformou-se num capacete, o vestuário é empresarial, usa frequentemente o visual conservador dos conjuntos de casaco e blusa de malha, acompanhados de pérolas, e há muito que se afastou do Partido Comunista em bicos de pés para ingressar no círculo de poder interno...

Saiotes ao burburinho

As eleições democráticas de 1999 no Botswana viram muitas mulheres Batswana anunciarem a sua candidatura política. No entanto, na semana em que se celebra o Dia Internacional da Mulher, as activistas tinham muito pouco para festejar.

A senhora é uma mulher política cujo

marido perdeu anteriormente as eleições parlamentares numa situação confusa e traumatizante.

Uma vez que mais mulheres que homens fazem parte do eleitorado, acredita que tem maior possibilidade de chegar ao parlamento....



Ponto de Discussão!

Fotocopie os excertos ou coloque-os em documento PowerPoint para discussão com o grupo. Destaque as palavras e frases em cada excerto que ilustram como é que a linguagem é usada de forma diferente para as mulheres na política por comparação aos homens. Que mensagens foram enviadas com as palavras e as frases usadas?

Use o primeiro exemplo e peça aos participantes que voltem a redigir os primeiros quatro parágrafos sem linguagem insensível ao género. Partilhe esses novos parágrafos com todos.

Uma outra imagem de relevo das mulheres na política apresentada nos órgãos de comunicação africanos é a das mulheres como “cantoras, dançarinas e apoiantes partidárias fiéis”. Esta imagem é mais frequente na comunicação visual (televisão e fotografias de agências noticiosas) durante eleições e comícios partidários, quando as mulheres são muitas vezes captadas pela câmara em trajas partidários a rigor, a dançar e a cantar, para demonstrarem o seu apoio. Mas o grau de organização das estruturas de mulheres no seio dos partidos políticos não constitui frequentemente notícia merecedora de investigação jornalística até à altura em que essas estruturas dêem o seu apoio a um candidato específico ou caso haja agitação nas suas fileiras. A viabilidade das estruturas de mulheres no seio dos partidos políticos, os seus papéis, a sua eficácia em fazer avançar pontos controversos que promovam os interesses das mulheres nos processos políticos e na formulação de políticas, assim como a sua influência em aproveitar o poder dos eleitores do sexo feminino, são notícias, em larga medida, ainda por relatar.

Ponto de Discussão! A Comunicação Social e as Mulheres – As Eleições Ugandesas de 2006.

As eleições de 23 de Fevereiro de 2006 no Uganda foram importantes porque: (a) foram as primeiras eleições multipartidárias após um congelamento da política partidária que durou duas décadas e (b) foi a primeira vez na história do país que houve uma mulher, Miria Obote, entre os cinco candidatos presidenciais. Foi eleita presidente da UPC e liderou o partido nas eleições de 2006.

No entanto, uma análise da cobertura noticiosa das históricas eleições efectuada pela Rede das Mulheres Ugandesas (UWONET, na sigla inglesa), demonstrou que a comunicação social deu importância aos candidatos presidenciais masculinos, especialmente ao presidente em funções; quando houve cobertura noticiosa das mulheres, a comunicação social centrou-se nos seus pontos fracos, concentrando-se em indicar se as candidatas eram bonitas, casadas ou divorciadas; e um jornal incluiu um suplemento, intitulado “Felicidade Conjugal”, onde se pedia a importantes mulheres políticas que comentassem o facto de a “política não parecer adaptar-se bem ao casamento”.⁴¹

Discuta com os participantes:

1. Quais são os factores na comunicação social que conduzem ao tipo de cobertura das mulheres no processo político observada pela UWONET na sua análise da cobertura das eleições daquele país em 2006?
2. Que medidas pode a comunicação social tomar no sentido de alterar este tipo de cobertura das mulheres na política?



Fotografia: Trevor Davis

⁴¹ From Movement to Multiparty Politics: A Highlight of Women's Voices on Uganda's Transition Process, publicado por Uganda Women's Network, Kampala, Uganda

Política e Finanças – A Origem de uma Boa Notícia Ausente

Quando se mistura política e dinheiro, é muito provável que isso faça manchete. A atenção prestada pela comunicação social ao dinheiro durante as eleições vira-se para o desvio de dinheiro ou a utilização de fundos por parte de candidatos e partidos para “comprar votos”, tanto no sentido figurado como no sentido literal. Mas o financiamento de campanhas é apontado como um dos maiores obstáculos às diligências efectuadas por homens e mulheres para ocuparem cargos políticos.

Quase um quarto dos 272 deputados de 110 países em todas as regiões do mundo que responderam ao inquérito mundial a deputados femininos e masculinos efectuado pela União Inter-Parlamentar (UIP) e publicado em 2008 com o título *Igualdade na Política: Inquérito a Mulheres e Homens nos Parlamentos*, referiu que enfrentavam desafios em termos de financiamento para disputarem e ganharem eleições.⁴²

As mulheres estão em maior desvantagem do que os homens uma vez que, para além de terem acesso a menos poder e recursos do que os homens, precisam de provar que são candidatos dignos, tornarem os seus nomes reconhecidos, angariarem votos e serem seleccionadas.⁴³



Fotografia: Miriam Mannak

Propuseram-se diversas opções para proporcionar condições de concorrência equitativas para candidatos políticos de ambos os sexos, como o facto de se limitar ou restringir as despesas da campanha e de se implementar mecanismos de financiamento visando apoiar as candidaturas das mulheres. Um relatório acerca de uma conferência parlamentar da UIP sobre o financiamento para a igualdade de género constatou que também se podem conceder subsídios e empréstimos para ajudar as mulheres a custear as despesas muito elevadas das campanhas, sendo também possível

que uma parte do financiamento atribuído aos partidos políticos seja destinada a programas de desenvolvimento de capacidades das mulheres.⁴⁴

Durante a campanha e as eleições, as reportagens políticas devem centrar-se no financiamento das campanhas e como é que este factor pode contribuir para manter as mulheres e outros grupos fora dos processos políticos, conduzindo a estruturas de governação que não são representativas.

Uma notícia a acompanhar no que diz respeito ao fortalecimento das vozes e da visibilidade das mulheres nas eleições e nos processos políticos relaciona-se com o fluxo de recursos no sistema político. Existe um mecanismo governamental para dotação de fundos? Quem é que dele beneficia? Esse mecanismo cumpre todos os regulamentos existentes?⁴⁵ Lembre-se que, conforme já se disse anteriormente neste capítulo, ‘fazer as perguntas certas’ é crucial para revelar as notícias ocultas que necessitam de ser relatadas, e um dos papéis fundamentais da comunicação social é não apenas relatar o que foi visto, mas manter a atenção centrada naquilo que está escondido.

⁴² Julie Ballington, *Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments*, 2008, Inter-Parliamentary Union, Geneva, pág. 19

⁴³ Julie Ballington, *Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments*, 2008, Inter-Parliamentary Union, Geneva, pág. 20

⁴⁴ Ibid

⁴⁵ Perguntas adaptadas de CEDAW, *The Optional Protocol and Women in Decision-Making*, A manual for speeding the pace of change, published by the Women's Environment and Development Organization (WEDO), New York, December, 2004, pág. 28

Linguagem

1. O artigo contém linguagem que promova o sexismo, preconceitos ou discriminação contra o género, ou estereótipos de género?
2. Evite linguagem que promova a “discriminação etária:” “...a candidata de 60 anos...” etc. Pode haver notícias onde seja necessário referir e analisar a idade – um artigo sobre uma eleição intercalar onde todos os candidatos sejam octogenários, desafiando as tendências nacionais, por exemplo – mas, em geral, os jornalistas precisam de ser cuidadosos quanto à idade.
3. Usam-se alguns adjectivos específicos para descrever o carácter ou o aspecto físico das mulheres políticas ou das candidatas que transmitam ideias preconcebidas?
4. A descrição física de um político ou candidato do sexo feminino é relevante para a notícia? Aplicaria o recurso à descrição física de igual modo a políticos ou candidatos de ambos os sexos?
5. A linguagem usada inclui mulheres e homens?

Como proceder...

- ✓ Antes de apresentar qualquer artigo, examine-o com atenção para garantir que não contém o tipo de linguagem, frases ou adjectivos que perpetuam o sexismo e os preconceitos de género.
- ✓ Use termos inclusivos como “mulheres e homens”, “homem e mulher” – e pronomes como “eles” e “a eles” – para evitar o uso do termo genérico “ele” e “homem” quando se estiver a referir a todos os indivíduos.
- ✓ Evite palavras que excluem as mulheres, como “o presidente”, “feito pelo homem”, “de homem para homem” e “acordo de cavalheiros”, entre outras – ou palavras que excluem os homens como “dona de casa”, entre outras.
- ✓ Quando usar termos neutros ao género, como “agricultores”, “comerciantes”, “empresários”, “crianças”, “detidos”, “pais”, “camponeses”, “profissionais”, os “pobres” e “trabalhadores”, entre outros, confirme se usou dados desagregados por sexo na notícia a fim de demonstrar onde é que se situam as mulheres nestes grupos.
- ✓ Use o ‘Glossário sobre Género e Desenvolvimento da IPS’ (disponível em inglês e francês) e outras fontes que se centram na linguagem sexista com o intuito de evitar perpetuar a discriminação e os estereótipos quando fizer reportagens acerca das mulheres na política.

EVITE...

- ✗ Descrever o aspecto físico das mulheres nem a forma como estão vestidas, a não ser que isso seja essencial para a reportagem. Se acha que é necessário descrever o traje de uma candidata, certifique-se que o faz de modo que não constitua discriminação contra ela (não descreva o aspecto de determinada mulher se não descrever o dos homens contra quem ela concorre, por exemplo – e não aponte qual das mulheres é considerada a “mais bem vestida” das diversas candidatas, uma categorização que normalmente não se aplica aos homens). Além disso, evite descrições que simplesmente apoiam as imagens que os candidatos possam estar a querer promover sobre eles próprios (um candidato do sexo masculino que se tenta passar por “filho da terra”, apesar de estar vestido informalmente, por exemplo). A sua tarefa é analisar as estratégias da campanha – e não promovê-las.
- ✗ Usar “ele” ou “homem” como termos genéricos que a todos englobem.
- ✗ Usar palavras que excluem as mulheres, como “o presidente”, incluindo a frase “domínio masculino”, a não ser que sejam usadas em itálico ou entre aspas, como resultado da citação de uma fonte, entre outras.
- ✗ Usar palavras que excluam os homens.
- ✗ Usar linguagem que demonize ou banalize as mulheres políticas.
- ✗ Usar linguagem ou frases para descrever as mulheres de acordo com o seu estado civil ou estatuto familiar, se não fizer o mesmo para descrever ou rotular os políticos do sexo masculino.

Inter Press Service (IPS)
Diretrizes para a
Cobertura Noticiosa

Actividades para o Capítulo 4

Actividade Um: Retrato das Mulheres na Política

Antes do seminário/workshop, o facilitador deve procurar notícias sobre mulheres na política nos órgãos de comunicação (tanto na imprensa como na radiofusão) que os participantes possam usar para ler e discutir em consonância com diversos pontos mencionados no capítulo sobre Mulheres, Política e Notícias. É importante procurar notícias fracas e fortes para ilustrar 'o que não se deve fazer', assim como "bons exemplos da forma como transmitir as notícias sobre as mulheres na política'.

Seguem-se dois artigos da Agência Noticiosa Inter Press Service. Divida os participantes em grupos. Dê a cada grupo um dos artigos para ler, e peça-lhes que refiram os pontos fortes e pontos fracos do artigo (*também devem usar o folheto da lista de verificação para analisar os artigos*). Peça a cada grupo que dê indicações sobre a forma como redigiriam o artigo de forma diferente.

Mulheres Formam os Seus Próprios Partidos Políticos Para Uma Representação Justa

Lova Rabary-Rakotondravony

ANTANANARIVO, 29 de Julho de 2010 (IPS) - Brigitte Rasamoelina e Yvette Sylla têm abordagens diferentes para a política em Madagáscar. Uma formou um partido político e a outra decidiu legalizar a sua organização como associação. Mas ambas as mulheres estão a pensar participar nas eleições de Novembro em Madagáscar.

Mas sabem que não vai ser um caminho fácil. “Temos de ser determinadas e provar que podemos vencer,” disseram separadamente à IPS.

“Há muito poucas mulheres nas instituições onde se tomam decisões” naquela ilha do Oceano Índico, disse Sylla. “Os homens não estão preparados para partilhar o poder,” acrescentou Rasamoelina.

Em Madagáscar, o mundo político continua a ser dominado pelos homens. Dos 32 membros do governo, só cinco são mulheres. A Alta Autoridade de Transição, um órgão consultivo criado depois de Andry Rajoelina ter assumido o poder em Março de 2009, só tem três mulheres entre 41 membros. Das 22 regiões do país, nenhuma é chefiada por uma mulher, enquanto que nas mais de 1.560 câmaras, só 67 é que são chefiadas por presidentes de câmara do sexo feminino.

A situação não era melhor durante o regime do antigo presidente Marc Ravalomanana. Antes de formar o seu partido, Rasamoelina foi membro do partido *Tiako i Madagasikara* e tinha

sido eleita presidente de câmara de uma comunidade rural entre 2002 e 2007. Mas, durante esse período, Rasamoelina alega ter sido sempre “rejeitada a favor dos homens, apesar dos resultados excelentes da sua gestão no distrito.”

“Há muito poucas mulheres na liderança do partido,” disse, acrescentando que “não é por falta de competências, vontade ou valores.” Como presidente da Associação das Presidentes de Câmara há quatro anos, Rasamoelina afirma que encontrou “mulheres... que tinham muitas capacidades.” Acrescenta que “o único problema reside no facto de a rejeição do mundo político as deixar cautelosas e hesitantes em se envolverem nele.”

“Muitas mulheres têm os conhecimentos, mas não lhes são entregues posições apropriadas ou que exijam um elevado nível de responsabilidade,” lastimou Marie Zenaïde Ramampy, presidente do capítulo malgaxe *Réseau des femmes africaines ministres et parlementaires* (REFAMP – Rede de Mulheres Ministras e Parlamentares Africanas).

Mas Madeleine Ramaholimiaso, coordenadora do *Observatoire de la vie publique* (Sefafi – Observatório da Vida Pública), não partilha esta opinião, defendendo que são as mulheres que se mostram relutantes em se envolverem na política. “As mulheres não procuram o poder porque a política é vista como uma actividade reservada a pessoas de má fama,” disse à IPS.

Devido a este preconceito, Sylla decidiu não registar o seu movimento

político *Madagasikara Mandroso* (que quer dizer Mãe – Desenvolvimento de Madagáscar) como partido político, preferindo legalizá-lo como associação. “Não queremos estar do mesmo lado que os partidos porque as pessoas estão cansadas daqueles que usam a política para proveito pessoal,” declarou.

Contudo, Rasamoelina chamou ao seu partido *Ampela mpanao politika* (AMP – Mulheres na Política). “As mulheres sentir-se-ão mais tranquilizadas se sentirem que, connosco, serão tratadas de forma justa,” apontou, dando a entender que esta estratégia tinha sido bem sucedida. “Em seis meses, já emitimos 5.000 cartões de membro,” referiu.

Sylla não pode concorrer com este número neste momento. Ela hesita revelar o número de membros que a sua associação recrutou desde a sua criação em Março de 2010. “Há menos mulheres do que homens,” diz ela, acrescentando: “As suas responsabilidades domésticas podem impedir o seu envolvimento.”

No entanto, Sylla e Rasamoelina apoiam as organizações dos direitos das mulheres que fazem campanha em prol da paridade do género em Madagáscar com vista a aumentar a participação feminina na política.

“Se esperarmos que as mentalidades mudem, as mulheres ficarão excluídas do poder durante muito tempo. Temos de legislar,” disse Sylla. “Acompanho o trabalho dos grupos de promoção de causas e apoio activamente as suas petições,” afirmou.

O partido de Rasamoelina apresentou um projecto de lei sobre a

paridade ao *Comité consultatif constitutionnel* (CCC – Comitê Consultivo Constitucional), o órgão criado para reunir as contribuições dos cidadãos para a elaboração de uma nova constituição em Madagáscar.

“O antigo presidente já assinou o Protocolo da SADC sobre o Género e Desenvolvimento, que exige que 30 por cento das posições superiores sejam preenchidas por mulheres até 2012 e 50 por cento até 2015 mas, uma vez que o parlamento ainda não ratificou o Protocolo, e uma vez que não temos órgãos legislativos desde Março de 2009, terá de se tornar um requisito constitucional,” disse à IPS. Mesmo se a paridade se tornar uma obrigação legal, Sylla e Rasamoelina não contam parar nessa altura.

“Haverá um enquadramento legal, mas as mulheres ainda vão ter que provar

que podem assumir as responsabilidades que lhes forem confiadas,” disse Rasamoelina. “Nunca devem parar de provar as suas capacidades,” adiantou Sylla.

Entretanto, enquanto está à espera das eleições, Sylla, como membro activo e de longa data de diversas instituições de caridade e clubes que prestam serviços, continua as suas actividades sociais sob a protecção da sua associação política. Por exemplo, ao vender alimentos básicos a um terço do preço do mercado a famílias vulneráveis, ela “presta ajuda concreta às pessoas” mas, mais importante ainda, divulga o seu nome a um conjunto de futuros eleitores.

Entre outras coisas, quer “lutar contra a terrível falta de visão da elite política de Madagáscar.” Uma das suas prioridades é “desenvolver o sentido de cultura política dos activistas e apoiantes

da associação e familiarizá-los com orientações políticas abrangentes.”

Educar os activistas também faz parte de uma grande percentagem da estratégia pré-eleitoral de Rasamoelina. Ao preparar os seus membros para eleições futuras, quer inculcar uma melhor compreensão da cultura política e relações públicas. Também os incita a envolverem-se no *fokontany* (o primeiro nível das estruturas administrativas do país). “Aprende-se a governar no nível mais baixo da governação,” disse Rasamoelina – que começou a sua carreira política como presidente de câmara de uma pequena cidade rural com 14.000 habitantes. “Aprende-se a conhecer as necessidades dos eleitores e tem-se a oportunidade de provar as nossas capacidades.”

(FIN)

Sociedade “Pouco Preparada para Liderança Feminina”?

HARARE, 28 de Março, (IPS) - As mulheres constituem metade da população no Zimbabué. Mas estão longe de representar 50 por cento daqueles que participam no escrutínio deste mês naquele país da África Austral -- o que levanta preocupações entre os activistas do género.

Nenhum dos quatro candidatos presidenciais nas eleições de 29 de Março é uma mulher; nas últimas eleições para Chefe de Estado, realizadas

em 2002, Elizabeth Madangure concorreu ao lado de cinco outros candidatos do sexo masculino.

Dos 730 candidatos parlamentares, apenas 99 são mulheres (13.6 por cento), enquanto que 63 dos 195 candidatos que concorrem ao senado são do sexo feminino (apenas um pouco mais do que 32 por cento) -- isto segundo números da Unidade de Apoio às Mulheres na Política (WiPSU), organização não governamental sediada na capital, Harare. O Zimbabué também vai realizar eleições autárquicas no fim

do mês; no entanto, a IPS não conseguiu obter estatísticas sobre o género dos candidatos autárquicos na altura de publicação deste relatório.

Durante as últimas eleições legislativas em Março de 2005, 57 mulheres candidaram-se ao parlamento num total de 273 candidatos (cerca de 20.9 por cento dos candidatos). Os candidatos do sexo feminino representaram 34 por cento daqueles que concorreram ao senado em Novembro de 2005: 45 mulheres (e 87 homens) estiveram envolvidas

nesta corrida (mais uma vez, estes números são proporcionados pela WiPSU).

Não foi possível obterem-se estatísticas relativas ao número de mulheres que concorreram às últimas eleições autárquicas em 2005.

Este ano assinala a primeira vez que o Zimbabué realiza eleições presidenciais, legislativas, senatoriais e autárquicas no mesmo dia, fruto de uma emenda constitucional aprovada no ano passado. As eleições gerais realizar-se-ão agora de cinco em cinco anos.

“Se olharmos para os números, eles mostram uma enorme disparidade (entre candidatos do sexo feminino e do sexo masculino) que requer muita atenção,” disse Luta Shaba, directora executiva do /Trust /das Mulheres, uma organização não governamental em Harare. O /Trust /dirige uma campanha, denominada ‘As mulheres podem fazê-lo!’, que visa aumentar a participação das mulheres na vida política do Zimbabué.

“A pergunta a colocar é a seguinte: O que se deve fazer para aumentar o número de candidatas do sexo feminino? O votar mulheres para o parlamento significa que as questões femininas se transformarão em questões nacionais.”

Para Rutendo Hadebe, da Coligação das Mulheres do Zimbabué, um grupo que abrange diversas organizações, um maior número de candidatas do sexo feminino envolve lutar contra o chauvinismo entre os partidos políticos, e também encorajar as mulheres a acreditarem que podem concorrer com sucesso a cargos políticos.

“A sociedade em que vivemos parece não estar pronta para a liderança

feminina,” declarou à IPS. “Mas, como movimento, continuaremos a fazer pressão nesse sentido.”

A corrida eleitoral concentra-se em larga medida na União Nacional Africana do Zimbabué - Frente Patriótica (ZANU-PF) no poder, na facção mais alargada do Movimento para a Mudança Democrática (MDC), e no Mavambo/Kusile de Simba Makoni -- um agrupamento também referido como a ‘Nova Alvorada’. Makoni, antigo membro do ZANU-PF e também antigo Ministro das Finanças, abandonou o partido para desafiar o Presidente Robert Mugabe. (“Mavambo” é uma palavra Shona que significa “início”, ao passo que “kusile” -- na língua Ndebele -- significa “alvorada”).

O MDC, principal partido da oposição do Zimbabué há diversos anos, dividiu-se em 2005.

No caso do ZANU-PF, 44 dos seus 214 candidatos a deputados são mulheres (20.6 por cento), tal como 27 dos seus 59 candidatos ao senado (quase 46 por cento).

Estes números (os últimos disponíveis da Comissão Eleitoral do Zimbabué, ou CEZ, na altura de publicação) mostram que o partido ainda tem algum caminho a percorrer para cumprir o compromisso que assumiu em 2005 no sentido de aumentar a proporção das suas candidatas para 30 por cento a todos os níveis.

“Quando há mulheres que se oferecem para assumir cargos políticos, elas têm de enfrentar o facto de...terem de escolher se irão empenhar recursos familiares na causa política ou para alimentar as suas famílias,” afirmou um membro da Liga das Mulheres do ZANU-PF que pediu anonimato. “Os partidos políticos fazem muito pouco

para apoiarem as mulheres a nível financeiro, e é aí que reside o problema.”

Uma lista dos candidatos parlamentares e senatoriais oriundos da facção mais alargada do MD, liderado por Morgan Tsvangirai, mostra que este partido tem 25 mulheres entre os seus 209 candidatos parlamentares (um pouco menos de 12 por cento), - - juntamente com 18 dos 60 candidatos ao senado (30 por cento).

“Não estamos satisfeitos com os números referentes às candidatas nesta eleição,” asseverou Sekai Holland, a secretária para as relações internacionais desta facção, ela própria uma candidata senatorial. “Fazer avançar a agenda das mulheres... continua a ser uma grande luta.”

A outra facção do MDC -- chefiada por Arthur Mutambara -- apresenta 19 mulheres às eleições parlamentares de um total de 144 candidatos (13.2 por cento). Seis dos 34 candidatos senatoriais são mulheres (17.6 por cento) -- isto segundo números da CEZ.

As estatísticas publicadas na imprensa local pelo Mavambo/Kusile indicam que este agrupamento irá apresentar oito mulheres entre os seus 51 candidatos parlamentares (15.7 por cento) -- e três mulheres entre os seus nove candidatos senatoriais (cerca de 33 por cento).

Nestas eleições irão ser disputados 210 assentos parlamentares, por comparação aos 120 lugares em 2005. Anteriormente, 30 assentos legislativos adicionais eram preenchidos por representantes presidenciais, fazendo chegar o número total de deputados a 150.

No caso do senado, deverão ser preenchidos 59 lugares (21 assentos adicionais estão destinados a chefes

tradicionais e a representantes presidenciais, entre outros). Inicialmente, 60 lugares senatoriais deviam ser disputados nas eleições; no entanto, um destes lugares já foi ganho pelo candidato do ZANU-PF, eleito sem oposição no tribunal de nomeação.

Os candidatos autárquicos irão concorrer a 1.968 cargos.

A União Inter-Parlamentar aponta que, neste momento, o Zimbabué tem 24 mulheres no parlamento (16 por cento dos legisladores), e 24 no senado - que actualmente tem 66 membros (dando às mulheres o controle de aproximadamente 36 por cento da câmara alta).

Segundo a CEZ, 17 partidos participam nas eleições; a Rede de Apoio Eleitoral do Zimbabué aponta para um número de eleitores na ordem dos 5.6 milhões.

Mesmo se todas as candidatas que concorrem às eleições legislativas e senatoriais deste mês ganharem, o país ainda ficará aquém das metas regionais atinentes à representação das mulheres no governo. A declaração de 1997 da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral estipula um alvo para o Zimbabué e outros estados membros

de 30 por cento de mulheres em lugares de tomada de decisão até 2005 -- meta ajustada desde então para 50 por cento.

O voto deste mês ocorre no meio de turbulência política e económica no Zimbabué, onde a hiperinflação e o desemprego empobreceram a maioria dos cidadãos, e onde são normais as faltas de produtos alimentares e de combustível.

Continuam os abusos dos direitos humanos que minaram a credibilidade das eleições anteriores, como apontou a Amnestia Internacional numa declaração à imprensa a 24 de Janeiro que apresentou pormenores de agressões a indivíduos que tentavam participar num comício do MDC onde Tsvangirai iria fazer uma alocução.

“A polícia prende e espanca repetidamente os defensores dos direitos humanos e os activistas do MDC envolvidos em protestos pacíficos,” afirmou aquela organização defensora dos direitos humanos.

“A Amnestia Internacional confirma os testemunhos de torturas e maus tratos de activistas enquanto sob custódia policial...” acrescentou a declaração.

Mugabe, que concorre a um sexto mandato (e que está no poder desde a

independência em 1980), acusa os países ocidentais de conspirarem com os seus oponentes com o objectivo de atacar o Zimbabué, na sequência de uma campanha controversa de redistribuição agrária em que as fazendas pertencentes a uma minoria branca foram confiscadas para reinstalação dos negros sem terra. Numerosos zimbabueanos influentes são acusados de confiscarem fazendas durante esta campanha.

A União Europeia introduziu sanções contra o Zimbabué em resposta às problemáticas eleições presidenciais de 2002 e a deteriorante situação no país levou os Estados Unidos a fazerem o mesmo no ano seguinte. No entanto, estas medidas envolvem restrições a viagens e congelamento de bens dirigidas a altos funcionários, preferivelmente a medidas contra o zimbabueano comum.

A exclusão de equipas de observadores eleitorais oriundas de países críticos do ZANU-PF aumentou os receios de que as próximas eleições não serão livres nem justas -- assim como as acusações quanto à manipulação dos cadernos eleitorais e inadequada educação cívica eleitoral. (FIN/2008)



Fotografia: Miriam Mannak

Actividade Dois: Identificar as relações de género na cobertura jornalística das mulheres na política por parte dos órgãos de comunicação

As mulheres políticas são vistas em posições de poder ou em actividades menos valorizadas?

As mulheres políticas são vistas como afirmando-se de forma activa em actividades associadas ao poder?

Quem é que é visto a prestar informação com mais frequência, os políticos do sexo feminino ou do sexo masculino? E a proferir discursos?

Os papéis das mulheres políticas são activos ou passivos?

As suas actividades são tradicionais ou não tradicionais?

De que sexo são as pessoas que são vistas com maior frequência como porta-vozes políticos ou como voz da autoridade? ⁴⁶

Use artigos de jornal ou veja notícias televisivas e responda às perguntas anteriores sobre a forma como as relações de poder e de género são representadas na cobertura jornalística da política e dos políticos.

Tempo: 45 minutos

⁴⁶ Adaptado de *Whose Perspective? A guide to gender-sensitive analysis of the media*, Women's Media Watch Jamaica, 1998

O que são Quadros de Referência Mental?

As questões da igualdade de género e dos direitos das mulheres nem sempre são apresentadas pelos órgãos de comunicação ou pelos políticos como “questões políticas” ou como “questões de democracia e de direitos humanos”. Um dos passos mais importantes a dar em direcção à mudança social é o facto de a comunicação social e os políticos de ambos os sexos deverem incluir os problemas da igualdade e equidade de género e dos direitos humanos das mulheres no discurso e processos políticos.

Os Quadros de Referência Mental, conforme explica o Professor George Lakoff, da Universidade da Califórnia, no seu bestseller intitulado *Não pense num elefante! CONHEÇA OS SEUS VALORES E ENQUADRE O DEBATE*, são estruturas mentais que moldam a forma como vemos o mundo. Em resultado, moldam os objectivos que pretendemos alcançar, os planos que fazemos, a forma como agimos, e o que conta como um bom ou mau resultado das nossas acções.⁴⁷

Na política, os nossos quadros de referência mental moldam as nossas políticas sociais e as instituições que formamos para pôr as políticas em prática. A reorganização dos nossos quadros de referência mental significa alterar tudo isso. O reenquadramento é a mudança social. O reenquadramento é modificar a forma como o público vê o mundo. É mudar aquilo que se considera ter bom senso.⁴⁸

No Capítulo 4 sobre *Mulheres, Política e Notícias*, e ainda nas listas de verificação editorial disponibilizadas neste manual, deu-se muito realce à linguagem. Isto acontece principalmente porque a linguagem estimula os quadros de referência mental (neste caso, como é que encaramos o lugar da mulher na esfera política), e é necessária uma nova linguagem para novos quadros. Pensar de forma diferente exige falar (e escrever) de forma diferente.⁴⁹ O enquadramento, como diz Lakoff, diz respeito à obtenção de uma linguagem que se ajusta à nossa visão do mundo.⁵⁰

Se observarmos a forma como a comunicação social em África, por exemplo, tem enquadrado a defesa, por parte das mulheres africanas, da igualdade, equidade, democracia e justiça nos domínios público e privado, o ponto de vista dominante tem sido a ideia de as mulheres saírem do seu lugar para retirarem poder aos homens. Assim, algumas das mensagens dominantes têm sido as seguintes:

- ◆ As mulheres que lutam com os homens pelo poder
- ◆ As mulheres que destroem a cultura
- ◆ As mulheres que reduzem os homens ao papel de donas de casa
- ◆ As mulheres que tentam tornar-se homens

No entanto, ao mesmo tempo nas suas reportagens e discussões públicas sobre processos e direitos políticos e eleições em muitos países africanos, a comunicação social e potenciais políticos promovem os valores da justiça, igualdade, acesso, democracia e liberdade para todos. Mas há investigação, dados e informação suficientes no terreno que demonstram que, para a maioria das mulheres africanas, que constituem mais de 50% da população africana, a pobreza, a exclusão, a violência e a discriminação continuam a ser os principais obstáculos à transferência destes valores para as suas vidas diárias.

⁴⁷ George Lakoff, don't think of an elephant! KNOW YOUR VALUES AND FRAME THE DEBATE, publicado por Chelsea Green Publishing Company, White River Junction, VT, USA, 2004, pág. xv

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ George Lakoff, don't think of an elephant! KNOW YOUR VALUES AND FRAME THE DEBATE, publicado por Chelsea Green Publishing Company, White River Junction, VT, USA, 2004, pág. 4

Assim, a forma como a comunicação social e os políticos compreendem e transmitem a segurança económica das mulheres, a sua participação na governação e nos processos políticos, a violência e discriminação e os direitos das mulheres como direitos humanos é crucial para incluir os assuntos da igualdade de género, da equidade e da justiça no desenvolvimento nacional e na construção de sociedades democráticas em África.

Comunicação: É uma forma de partilhar a informação 'apresentada' sob modos diferentes e transmitida usando a comunicação social e as mensagens adaptadas a audiências diferentes. A comunicação constitui uma ferramenta que visa influenciar e envolver as partes interessadas, o público em geral e os responsáveis políticos. É uma das ferramentas mais importantes nos esforços de defesa de causas.

Fonte: *Making a Difference Strategic Communications to End Violence against Women*, UNIFEM, 2003

Ponto de Discussão!

Use as questões que se seguem para iniciar uma discussão. Apresente uma lista das respostas do grupo no flipchart ou no quadro, e analise se os direitos humanos das mulheres e o seu estatuto político, social e económico na sociedade estão ocultos no discurso 'progressista' sobre direitos dos partidos políticos.

Quando os partidos que não estão no poder contestam os governos no poder por não respeitarem os direitos humanos, estão a referir-se a que direitos humanos e aos direitos humanos de quem?



Apresentar factos, números e o impacto sentido

Conforme se registou anteriormente no Capítulo Um deste manual, quando o primeiro estudo de base sobre o género no conteúdo editorial (*Mulheres e Homens Fazem as Notícias, Estudo de Base sobre o Género e a Comunicação Social*) foi efectuado há cerca de seis anos na África Austral, a pesquisa confirmou aquilo que já se sabia: a comunicação social não proporciona grande acesso à liberdade de expressão das mulheres.

As mulheres políticas, por exemplo, tal como se afirmou anteriormente neste manual, representavam apenas oito por cento das fontes na categoria profissional dos políticos nos mais de 100 órgãos de comunicação social estudados, numa altura em que constituíam, por exemplo, 18 por cento dos deputados da região.

Quando as conclusões foram submetidas aos redactores na região, muitos não negaram os números e avançaram as suas próprias explicações para o facto de a comunicação social não proporcionar às mulheres políticas frases de efeito ou a transmissão das suas vozes. Uma defesa memorável das baixas percentagens de mulheres políticas que se pronunciam nos órgãos de comunicação proveio de um redactor no Zimbabué na altura, que observou que as deputadas não falavam de “assuntos difíceis” como terra, agricultura e economia. Falavam de quê? “Produtos higiénicos”..

Na altura, as deputadas daquele país tinham-se unido a mulheres de organizações da sociedade civil e às mulheres e raparigas pobres de todo o país para defender a redução dos elevados direitos aduaneiros sobre produtos higiénicos e garantir que estes tivessem preços razoáveis e fossem acessíveis. Uma questão claramente económica – um direito de importação elevado sobre um artigo que não é de luxo, neste caso usado principalmente por mulheres, para gerar receitas – mas os redactores entenderam-na como uma questão própria de mulheres e raparigas, que não devia ser discutida nos debates parlamentares.

Embora leve mais tempo para mudar as ideias preconcebidas e os preconceitos de género demonstrados pela comunicação social, que frequentemente dita o que faz e não faz notícia, assim como quem é que se vai pronunciar sobre o quê, as mulheres políticas devem continuar a adquirir conhecimentos e factos para intervirem sobre os assuntos que são relevantes para o eleitorado que representam. A comunicação social poderá passar ao lado da notícia. Mas as mulheres políticas podem salientá-la na comunicação social na forma como enquadram determinado tópico ou acontecimento quando se pronunciam.

O envolvimento com a comunicação social em qualquer altura muitas vezes proporciona às mulheres políticas a oportunidade de apresentarem determinada questão à sua maneira ou de a transformarem em notícia. É verdade que se trata de uma arte que exige boas competências de comunicação. Mas o mundo difícil da política exige que as mulheres políticas aprendam a arte da boa comunicação e quando devem falar com os órgãos de comunicação; ambos os aspectos são cruciais para o seu sucesso como políticas.

Uma das melhores formas de adquirir confiança para o fazer implica que as mulheres políticas se tornem peritas sérias e fidedignas sobre certos assuntos. Quer se trate de violência contra mulheres, energia renovável ou a necessidade de estratégias económicas que promovam o crescimento e o desenvolvimento, é sempre importante apresentar factos, número e o impacto sentido.

Apresentar factos: Significa que as mulheres políticas devem encontrar constantemente formas de se manterem actualizadas e conhecedoras de certos assuntos e tópicos a fim de situarem de forma competente as dimensões do género no centro dos temas sobre os quais falam durante a campanha, no parlamento, no Conselho de Ministros ou em qualquer outro fórum. Isto pode ser feito lendo artigos de investigação e outros, e também estabelecendo contactos com organizações não governamentais e com académicos que podem trabalhar regularmente nesses assuntos ou tópicos. Divagar e falar pelos cotovelos leva a generalidades que visam esconder a falta de conhecimentos da pessoa. Se se proporcionar factos precisos à comunicação social, juntamente com as nossas opiniões pessoais, o tema será melhor tratado, e poderá desenvolver-se um debate diferente.

Apresentar números: Exige um entendimento da forma como os números – especialmente dados desagregados por sexo – podem ser tão importantes como as palavras para ilustrar determinado problema ou realização. Os dados ajudam a reforçar o facto de determinado assunto constituir um problema que deve ser levado a sério. Também ajuda a minimizar a publicidade exagerada – exagerando as questões e os acontecimentos fora do seu contexto. Usar dados quando se fala de determinado assunto pode ajudar a comunicação social a perceber por que razão as questões atinentes aos direitos das mulheres, entre outras, devem constar da agenda noticiosa. E, tal como qualquer informação prestada aos órgãos de comunicação, os dados devem ser tão recentes quanto possível, dados os desafios de recolha de informação em muitos países africanos. Também se deve indicar a fonte dos dados – dizer à comunicação social de onde provém a informação.

Apresentar o impacto sentido: Alguém é afectado. Quem são as pessoas que se encontram atrás dos números? Qual é o ângulo humano da questão? Mais uma vez, quando falam no parlamento ou em qualquer fórum, as mulheres políticas devem trazer a força da perspectiva humana para o debate. Isto pode ser feito observando quem é mais afectado por determinada política, assunto ou acontecimento e aproveitando para falar com essas pessoas para ouvir a sua perspectiva. Estas são as pequenas histórias que transformam os factos e os números numa situação real.

Lembre-se que os três princípios referidos acima exigem tempo, planeamento e esforço. Mas a comunicação eficaz também. Ao apresentarem factos, números e o impacto sentido, as mulheres políticas não só podem desenvolver os seus próprios conhecimentos e capacidades, mas também podem ajudar a incluir argumentos sólidos nos debates e discussões políticas na política africana, e também nas notícias.



Ponto de Discussão!

Na Tanzânia, diversas organizações da sociedade civil juntaram-se para proporcionar às mulheres no parlamento o desenvolvimento das suas capacidades em serviço. O desenvolvimento de capacidades das mulheres na governação remonta a 1999, quando o Programa de Contactos sobre o Género na Tanzânia (TGNP, na sigla inglesa) oferecia competências para realizar campanhas a mulheres políticas. Às deputadas neste programa de formação alargado proporciona-se, por exemplo, competências de debate, competências comunicacionais, conhecimentos sobre a elaboração de orçamentos para o género e outras questões, dando-se-lhes também a oportunidade de estudarem como é que as deputadas são eficazes noutros países através de visitas de estudo⁵¹. Este programa representa uma forma de orientar as mulheres políticas, que muitas vezes não recebem qualquer orientação dos círculos fechados de “antigos camaradas”, acessíveis aos novos políticos do sexo masculino.

Discuta com as mulheres políticas:

Quais são as suas necessidades em termos de desenvolvimento de capacidades e como é que elas foram satisfeitas?

Onde estão as lacunas?

Discuta com os jornalistas:

Que formação receberam para prepararem reportagens sobre questões atinentes à igualdade de género e aos direitos humanos das mulheres?

Onde estão as lacunas?

Discuta com ambos os grupos:

Que passos podem dar as mulheres políticas e os jornalistas nos seus próprios países com vista a estabelecerem um reenquadramento do discurso público e político sobre igualdade de género e direitos humanos das mulheres?

Os valores que temos são fundamentais para modelarmos as nossas ideias e ainda a linguagem que usamos para exprimir essas ideias sobre a forma como vemos, ou queremos ver, as nossas sociedades.

Lakoff sustenta que é importante “falar sempre pela nossa perspectiva moral. Valores progressistas sucedem-se a políticas progressistas. Clarifique os seus valores e use a linguagem desses mesmos valores.”⁵²

Com muita frequência, a comunicação e, em larga medida, muitos políticos em África invocam valores conservadores sobre a igualdade de género e os direitos humanos das mulheres no discurso público e nas reportagens sobre estas questões, apesar do facto de os governos africanos serem signatários de declarações regionais e internacionais e de instrumentos sobre direitos humanos das mulheres que promovem valores progressistas em matéria da igualdade de género e dos direitos humanos das mulheres. Esta contradição não escapa aos milhões de mulheres africanas que continuam pobres e excluídas, nem deve escapar nas reportagens noticiosas acerca de um continente que, apesar de uma taxa de crescimento económico global de 5.8% em 2007, não viu este crescimento económico traduzido em desenvolvimento social significativo para os grupos pobres e vulneráveis, e que pouco ou nenhum impacto tem tido na igualdade de género e no estatuto das mulheres e na sua qualidade de vida.⁵³

Portanto, a questão dos valores é crucial para reenquadrar a discussão da igualdade de género e dos direitos humanos das mulheres e para situá-la nas discussões e reportagens políticas no caminho em direcção à democracia em África. Isto não quer dizer que todos tenham os mesmos valores relativamente a todos os assuntos, nem os devem ter. O que é importante é compreender que valores moldam as nossas opiniões e as reportagens da comunicação social, de preferência a continuarmos pelo caminho cego ou neutro ao género em direcção à construção de sociedades democráticas

Ponto de Discussão!

Que valores moldam a defesa da igualdade e dos direitos humanos das mulheres?

Que valores moldam a forma como a comunicação social faz reportagens sobre a igualdade e os direitos humanos das mulheres?

Os valores identificados que inspiram as reportagens sobre a igualdade e os direitos humanos das mulheres são consistentes com os princípios jornalísticos? Porquê ou porque não?

Discuta por que motivo os valores que moldam a igualdade de género e os direitos humanos das mulheres e as reportagens sobre estas questões são diferentes ou os mesmos.

Resuma os pontos principais que surgiram da discussão.



⁵² George Lakoff, don't think of an elephant! KNOW YOUR VALUES AND FRAME THE DEBATE, publicado por Chelsea Green Publishing Company, White River Junction, VT, USA, 2004, pág. 33

⁵³ Nações Unidas, Gabinete do Assessor Especial para África, Projecto 1 de Nota Conceptual/Documento de Análise para a Reunião do Fórum das Mulheres Africanas realizada a 22 de Setembro de 2008 organizada pelo Fundo das Nações Unidas para o Desenvolvimento das Mulheres (UNIFEM) durante a Reunião de Alto Nível das Nações Unidas sobre África

Actividades para o Capítulo 5

Actividade Um: Quais são os valores de uma democracia?

Divida os participantes em dois ou três grupos. Dê um flipchart a cada grupo, pedindo que descreva os princípios de uma sociedade democrática, usando as perguntas que se seguem como orientação:

Como é que caracterizaria a participação dos cidadãos numa democracia?

Qual deve ser a concentração de poder político, empresarial e da comunicação social?

Como é que as eleições devem ser financiadas?

A quem pertence o papel de providenciar educação e saúde?

Que tipo de economia?

O que são direitos? Há limites ao que se considera “um direito”? Por exemplo, o aborto é um direito? A ajuda do governo é um direito? É um direito saber como é que todas as decisões políticas são tomadas pelo governo? Há limites relativamente a quem tem direitos? Em caso afirmativo, porquê?

Cada grupo deve expor e explicar o que considera serem princípios de uma sociedade democrática. Discuta de que forma os valores morais do grupo moldam as suas respostas.

Tempo: 45 minutos

Actividade Dois: Reenquadrar Assuntos

Numa sessão do workshop, divida os participantes em dois grupos.

Peça ao Primeiro Grupo que:

Discuta as semelhanças e as diferenças entre: Violência contra Mulheres e Violência Baseada no Género.

Qual deles escolheriam para reenquadrar as discussões públicas, as reportagens da comunicação social e as decisões políticas tomadas nos países, e porquê?

Peça ao Segundo Grupo que:

Discuta as semelhanças e as diferenças entre: Igualdade de Género e Direitos Humanos das Mulheres.

Qual deles escolheriam para reenquadrar as discussões públicas, as reportagens da comunicação social e as decisões políticas tomadas nos países, e porquê?

Os grupos devem preparar a sua resposta nos flipcharts ou em computadores para apresentação em PowerPoint, caso existam esses recursos. Discuta em conjunto os pontos fortes e os pontos fracos dos raciocínios apresentados pelos dois grupos. O facilitador deve ser informado dos princípios e das diferenças dos assuntos a fim de orientar os participantes para um entendimento das diferentes linhas, valores e princípios que estão na base dos temas fornecidos para o trabalho de grupo.

Tempo: Um hora.

O que é a Comunicação Social?

Quando se pede a um jornalista para definir o seu papel na sociedade, geralmente diz que lhe compete:

- ◆ Informar
- ◆ Educar
- ◆ Divertir
- ◆ Fiscalizar o governo

Mas a comunicação social também pode ser um catalista de mudança, um espelho da sociedade que contribui para reforçar o status quo, ou um veículo que permite trazer à arena pública as vozes, as perspectivas e a vida dos elementos mais vulneráveis da sociedade e dos marginalizados. A rádio, a televisão e os jornais trazem-nos informação através dos noticiários, programas de actualidades, e de programas de auditório (também conhecidos pela designação inglesa de talk shows). Para além desta função, os meios de comunicação divertem o seu público através da transmissão de telenovelas, de filmes, de espectáculos de jogos, de espectáculos musicais e de comédias. Além disso, é através de anúncios na rádio, na televisão e nos jornais que o público toma conhecimento de diferentes produtos e serviços.⁵⁴

Estas funções são concretizadas pelos órgãos de comunicação quando estes transmitem informação credível e fidedigna que é recolhida e editada com base nos princípios basilares da comunicação social, a saber exactidão, equidade, diversidade de pontos de vista e representação equilibrada.

A capacidade dos meios de comunicação de desempenhar este papel depende, em grande medida, da forma como operam, a saber, a possibilidade de operarem num contexto político e jurídico que permita a liberdade de expressão, acesso relativamente livre a informação, liberdade de imprensa, bem como um ambiente económico e político que estimule e fomenta o desenvolvimento de uma pluralidade de meios de comunicação.

Visto o processo de recolha, edição e escolha daquilo que constitui notícia não ser puramente objectivo, os investigadores e analistas da comunicação social identificaram outros papéis de grande importância que são desempenhados pela comunicação social em qualquer sociedade, nomeadamente:

- ◆ Definir opiniões e atitudes públicas
- ◆ Determinar o discurso público e, desse modo, moldar as prioridades políticas, culturais e económicas
- ◆ Influenciar as políticas públicas através da agenda noticiosa
- ◆ Reforçar ou desafiar estereótipos e normas relativas a questões de género, a questões ráticas e outras
- ◆ Servir como canal através do qual o público comunica com os definidores de políticas e através do qual os definidores de políticas comunicam com o público.
- ◆ Os meios de comunicação podem servir de catalista para alteração da sociedade através da sua cobertura de casos de injustiça e da marginalização de populações, as quais muitas vezes têm pouca possibilidade de se expressarem na esfera pública. Por outras palavras, a comunicação social pode dar voz àqueles que se vêem silenciados

⁵⁴ Whose Perspective? A Guide to Gender-Sensitive Analysis of the Media, publicado por Women's Media Watch, Jamaica, 1998

Caixa Cinco:

Tipos de meios de comunicação social

Existem vários tipos de meios de comunicação que as mulheres políticas e outras mulheres que trabalham na esfera pública podem usar para promover questões de relevo para a mulher:

Os meios de comunicação social que diariamente chegam a um público muito vasto são conhecidos como meios dominantes ou meios de comunicação de massa. Os jornais, as revistas, a rádio e a teledifusão pertencem a esta categoria. O conteúdo dos meios de comunicação de massa é muitas vezes genérico na sua natureza de forma a poder satisfazer um público diverso. Os meios de comunicação de massa vêem o público como sendo consumidor de informação, de bens e de serviços. A publicidade é essencial para sustentar os meios de comunicação de massa. Além disso, os meios de comunicação de massa podem pertencer e ser administrados e geridos pelo Estado (sendo este, geralmente, o caso na maior parte dos países em vias de desenvolvimento em todo o mundo), pelo sector público ou pelo sector privado.

Os meios de comunicação comunitários, por outro lado, estão limitados a determinadas áreas geográficas, estando vocacionados para servir um público mais reduzido. Os meios de comunicação comunitários estão voltados para servir o público de uma determinada cidade ou zona rural; dirigem-se, sobretudo, a comunidades coesas que desejam manter-se informadas sobre questões que lhes são de interesse. Contrário ao que se passa com os meios de comunicação dominantes em que o controlo da informação e das mensagens está nas mãos dos profissionais da comunicação social, os meios de comunicação comunitários oferecem aos membros de uma determinada comunidade local uma maior oportunidade de participação na gestão e nas operações editoriais deste tipo de comunicação social.

Às novas Tecnologias de Informação e Comunicação dá-se o nome de novos meios de comunicação social (abreviado em inglês pela sigla NICTs). Estes novos meios de comunicação social incluem sítios da Web, portais da Web, correio electrónico, alertas de notícias enviados por correio electrónico, servidores de listas e blogs. As novas tecnologias são usadas por aqueles que trabalham nos órgãos de comunicação dominantes pois muitos deles, para além das edições tradicionais, têm edições da Web para veiculação dos seus produtos informativos e noticiosos. Mas a revolução das tecnologias de informação abriu também um espaço que permite à sociedade civil, a grupos de interesse especial, bem como a indivíduos criarem os seus próprios sítios Web para disseminação de informação e dos seus pontos de vista. Uma das principais preocupações relativamente aos novos meios de comunicação tem a ver com a exactidão e credibilidade da informação providenciada pelos sítios Web que não pertencem aos meios de comunicação dominantes.

É essencial que as mulheres políticas compreendam os vários papéis dos órgãos de comunicação, o seu poder e esferas de influência, e o papel que podem ter em ocasionar mudanças. Só assim saberão, como altas servidoras públicas, valer-se dos meios de comunicação. Para isto, as mulheres políticas devem conhecer os diferentes tipos de meios de comunicação que existem nos seus países. Um conhecimento pormenorizado é uma questão táctica, pois permite-lhes definir as estratégias necessárias sobre os meios que devem ser usados em diferentes momentos de modo a transmitir mensagens pertinentes a diferentes públicos.

Caixa Seis:

Recolha de Informação nos Meios de Comunicação – O papel que pode ser desempenhado por mulheres políticas

1. Faça uma lista dos principais meios de comunicação social no seu país. Divida-os em termos de imprensa por um lado e radio ou teledifusão por outro, dominante e comunitário (quando apropriado). Informe-se junto aos departamentos de marketing e circulação sobre o número de leitores, de ouvintes e de espectadores para ficar com uma ideia do alcance e influência dos órgãos de comunicação no seio da comunidade que lhe interessa.
2. A quem pertencem os vários meios de comunicação social do seu país?
3. Existe um operador de serviço público? De que modo é financiado?
4. Quantos órgãos de comunicação social comunitários existem? A quem pertencem e como funcionam?

Vantagens e Desvantagens dos Diferentes Meios de Comunicação ⁵⁵

Tipos de Meios de Comunicação	Vantagens	Desvantagens
Jornais e Revistas (Meios de comunicação de massa)	Alcançam um público muito alargado Eficazes Permanentes Permitem explicar as questões a fundo	Língua e alfabetização Acesso por vezes restrito às populações urbanas Dispendiosos demais para muitas pessoas
Rádio (Meios de comunicação de massa)	Alcança um público muito alargado Acessível (especialmente para pessoas em zonas rurais) Pode permitir a participação dos ouvintes e permite uma reacção imediata (através de programas interactivos em que os ouvintes telefonam para a estação)	As mensagens são efémeras Não se sabe ao certo o número de ouvintes Pode transmitir mensagens incompatíveis entre si, ou seja, a estação poderá transmitir pontos de vista diferentes
Televisão (Meios de comunicação de massa)	Possibilidade de alcançar um público alargado As mensagens podem ser efémeras Dramática e emotiva Pode permitir a participação dos tele-espectadores e permite uma reacção imediata Permite o reconhecimento de rostos	As mensagens são efémeras Não se sabe ao certo o número de ouvintes Pode transmitir mensagens incompatíveis entre si, ou seja, a estação poderá transmitir pontos de vista diferentes
Meios de comunicação comunitários (Jornais)	Alcançam as comunidades rurais Produzidos nas línguas locais, o que permite atingir um público mais alargado Preços comportáveis para as comunidades rurais	Números reduzidos de pessoal com poucos conhecimentos jornalísticos Concentram-se mais em programas de entretenimento do que em artigos de fundo ou reportagens noticiosas
Meios de comunicação comunitários (Rádio)	Alcançam um público comunitário Produzidos nas línguas locais Tratam de questões de interesse para as comunidades locais	Concentram-se mais na transmissão de programas musicais e entretenimento Os programas são muitas vezes influenciados pela perspectiva do proprietário (por exemplo, as estações radiofónicas que pertencem a instituições religiosas podem dedicar-se apenas à transmissão de programas religiosos)
TIC (Correio electrónico, Internet, blogs redigidos numa linguagem eficaz)	Globais Eficientes Interactivos Apoiam os desfavorecidos Custo-eficazes	Dispendiosos Língua Não existem regras Verificação de informação

⁵⁵ Adaptado de Making a Difference, Strategic Communications to End Violence against Women, a toolkit from the UNIFEM Strategic Communications Workshop Series, Jenny Drezin and Megan Lloyd-Laney (orgs.), UNIFEM, New York, 2003

Público

A fim de escolher o meio de comunicação social que se vai usar é preciso saber o público que se quer atingir. Os políticos estão muitas vezes sob a lupa dos meios de comunicação de massa dos seus países, pois as questões políticas e de governação são a alma da notícia. A mais das vezes, os meios de comunicação consideram que o seu papel de informadores e fiscalizadores os obriga a manterem os cidadãos informados sobre os processos, questões e acontecimentos de natureza política e de governação, ao mesmo tempo que se vão mantendo a par da forma como os governos e os políticos realizam o seu trabalho.

Se de facto pretendem levar determinada mensagem a um público mais alargado e dar visibilidade ao seu trabalho, as mulheres políticas e outras mulheres que se encontram na arena pública têm de se envolver com os órgãos de comunicação dominantes. Os meios de comunicação voltados para determinadas comunidades são os mais indicados quando se pretende levar uma mensagem a comunidades locais e áreas rurais, ao passo que os novos meios de comunicação, como a internet e o correio electrónico, podem ser usados para criar ligações e manter contactos entre mulheres políticas e deputadas tanto a nível regional como internacional. A internet é também uma ferramenta para as mulheres políticas e qualquer mulher que ocupe um cargo público, pois permite-lhes obterem acesso a informação sobre vários tópicos de forma a construírem a sua base de conhecimentos e assim poderem falar com a autoridade que a apresentação de factos e dados numéricos confere.

Quem é quem no terreno?

Como indústria, os meios de comunicação social empregam pessoas em várias capacidades. Como acontece em muitos sectores, existem pessoas que trabalham na área administrativa, outras na área financeira, outras ainda na área técnica, ou na área dos recursos humanos, bem como aqueles que trabalham na área editorial. A publicidade e o marketing são considerados como fazendo parte da área de negócios das operações dos meios de comunicação social.

As mulheres que ocupam cargos públicos tendem a envolverem-se com os membros da administração editorial dos meios de comunicação social nos seus países, sem contudo cultivarem uma relação com os mesmos. Em vez disso, tendem antes a aproximar-se dos jornalistas. Não há dúvida que os jornalistas são muito importantes para a transmissão de mensagens e informação correctas nos meios de comunicação, sendo também eles quem decide quais são as principais fontes a consultar para cobrirem diferentes assuntos. Porém, a influência e a autoridade nos meios de comunicação social reside nas mãos do editor/redactor, sendo ele, também, quem decide sobre o fluxo de notícias de ordem política ou outras. Os jornalistas obedecem às ordens dos editores que, por sua vez, prestam contas aos seus administradores e outras estruturas de administração. As mulheres políticas que estão no espaço público deveriam cultivar relações não só com os jornalistas como também com os editores, a fim de criarem aliados no seio da comunicação social.

Na sequência do que acabamos de dizer, apresentamos de seguida um apanhado geral (não pormenorizado) dos principais cargos na comunicação social:

Jornalistas/Repórteres – São aqueles que diariamente arregaçam as mangas e se lançam ao terreno para investigar os artigos que vão ser apresentadas ao público. Os jornalistas são vistos como as pessoas que decidem que notícias cobrir, como as cobrir, quem entrevistar e usar como fonte da notícia, e decidir sobre aquilo que constituirá, ou não, notícia. Os jornalistas são elementos chave para alterar os meios de comunicação social, pois são eles quem faz a recolha das notícias e muitas vezes têm uma certa margem de manobra para escolher o tipo de histórias que irão cobrir, sobretudo os jornalistas séniores que já foram generalistas (o que os obrigava a cobrir qualquer tópico de que eram incumbidos pelo editor, sem se poderem dar ao luxo de se especializarem sobre um tópico ou matéria).

Editores – Os editores são os “guarda-cancelas” pois fazem parte do grupo de decisores e definidores de políticas no seio dos meios de comunicação social. Os editores distribuem as notícias e os artigos ligados a determinados temas ou questões aos jornalistas e repórteres; cabe-lhes a eles decidir quais serão as notícias mais importantes do dia que irão aparecer no jornal ou que serão difundidas; são eles quem orienta os repórteres relativamente às diferentes fontes que devem consultar e quem ajuda a moldar o ângulo (ou perspectiva) que o artigo deve tomar; além disso, os editores são instrumentais no desenvolvimento de directrizes, códigos e políticas editoriais. O termo editor é um termo geral que cobre um vasto leque de pessoas que vai desde o redactor-chefe, ao editor de notícias, ao editor financeiro e de negócios e ao editor responsável pelos artigos de fundo.

Revisores – Este grupo é mencionado separadamente pois os revisores são as pessoas que são responsáveis pela revisão das notícias e de outras histórias que são transmitidas pela comunicação social, e que garantem que os factos, a ortografia e a gramática estão correctas, que o artigo é escrito de acordo com as directrizes institucionais que regem o estilo, cabendo-lhes também redigir os títulos, as legendas das fotografias e gráficos (sendo eles, também, quem decide que ilustrações serão usadas para os diferentes artigos) e zelar para que os artigos caibam no espaço (no caso de jornais e revistas) ou no tempo (rádio e televisão) disponíveis. Isto significa que os revisores são responsáveis por cortarem os artigos para caberem no espaço ou horário disponível, o que lhes confere a prerrogativa de decidir o que é incluído e o que é omitido.

Gestores dos meios de comunicação social – Muitas pessoas pertencem a este grupo. De forma geral, são eles os decisores no seio dos meios de comunicação social responsáveis pelo desenvolvimento de políticas e pela administração; são eles, também, quem tem autoridade para realizar mudanças através do desenvolvimento e implementação de políticas, e de oferecer a orientação e direcção que pode transformar o modo como os meios de comunicação social funcionam. Os administradores gerais, os redactores chefe, os controladores de notícias, os directores de recursos humanos, de publicidade/marketing, de finanças, de operações técnicas, pertencem todos a esta categoria. Embora os administradores dos meios de comunicação social nem sempre estejam directamente envolvidos na produção quotidiana do conteúdo editorial (sobretudo nas operações dos meios de comunicação social de grande e média escala), são eles quem define a visão e as políticas que orientam o trabalho daqueles que estão envolvidos nas operações editoriais.

Estruturas administrativas ou de gestão – Estes são os membros do conselho de administração ou membros da mais alta estrutura administrativa da instituição em causa. Estas estruturas administrativas não estão envolvidas no trabalho diário dos meios de comunicação social, mas têm direitos adquiridos e interessa-lhes que o seu órgão de

comunicação social perdure e se torne cada vez mais relevante para o seu público. Interessa-lhes, pois, zelar para que os rendimentos sejam assegurados. Os indivíduos que ocupam estes cargos são, na maior parte das vezes, pessoas influentes no seio da comunidade ou do país e podem não ser necessariamente provenientes do sector da comunicação social. Os proprietários dos meios de comunicação social, aqueles que investem os fundos necessários que permitem o funcionamento das operações, ou que criam o órgão comunicativo com os seus próprios fundos, fazem geralmente parte da estrutura administrativa.

Projectão, Escândalos e Eventos... O que é notícia?

A principal componente do conteúdo editorial dos meios de comunicação social é a notícia. Uma notícia é um evento oportuno e novo. No entanto, os meios de comunicação social usam uma mescla de critérios para além daquilo que acontece no momento, ou seja, a cronologia, para decidir que questões, pessoas ou eventos serão o assunto da agenda noticiosa do dia. Estes critérios incluem, entre outros:

- ◆ Projectão
- ◆ Proximidade
- ◆ Corrupção
- ◆ Crime
- ◆ Desastres e conflitos
- ◆ Insólito

Por todo o continente africano, a projectão é o principal critério usado para colocar os políticos e outras personalidades públicas sob os holofotes dos meios de comunicação social. E muitas vezes a projectão, à mistura com a corrupção, com escândalos e conflitos, são os ingredientes que resultam nas grandes notícias políticas.

Embora seja verdade que os homens políticos são geralmente o principal assunto das notícias, conforme tem sido referido neste manual, o mesmo não se pode dizer relativamente às mulheres políticas. As mulheres continuam a ser, em grande medida, invisíveis na cobertura de assuntos políticos pelos meios de comunicação social, e quando são notícia, tanto elas como o seu trabalho geralmente são representados de uma forma negativa.

Muitas organizações voltadas para os meios de comunicação social bem como vários grupos da sociedade civil têm envidado e continuam a envidar esforços no sentido de sensibilizar os meios de comunicação social para que reflectam sobre os preconceitos que influenciam o acesso da mulher à comunicação social e a sua possibilidade de se expressar através dos mesmos. Contudo, cabe também à mulher política começar a tomar os passos necessários para estabelecer uma relação com os meios de comunicação social e assim fazer manchete. As mulheres em posições de autoridade e influência devem usar tais posições para:

- ◆ Criar uma relação com os meios de comunicação social
- ◆ Criar uma relação com a sociedade civil

Caixa Sete:

Como ser manchete!

Organize um evento como uma conferência de imprensa para falar de um tema de grande importância ou, juntamente com uma organização da sociedade civil, organize um evento que lhe permita colocar um tema do seu interesse na agenda noticiosa dos meios de comunicação social. Prepare sempre material escrito e/ou pacotes de imprensa para o evento planeado. Tenha também sempre disponível uma lista actualizada dos principais meios de comunicação social no seu país, incluindo os nomes de jornalistas, editores/redactores, números de telefone e de fax e endereço electrónico. Dois ou três dias antes do evento, contacte os meios de comunicação social e, no próprio dia, volte a reconfirmar a presença destes no evento.

Aproveite as Oportunidades: Use eventos como os “16 Dias de Activismo no Combate à Violência de Género” (a ter lugar de 25 de Novembro a 10 de Dezembro), o Dia Internacional da Mulher (celebrado a 8 de Março) ou feriados nacionais apropriados aos quais possa associar a igualdade de género e outros temas relevantes.

Informe-se sobre os prazos dos órgãos de comunicação: Verifique junto aos meios de comunicação social local os prazos que têm para apresentação de notícias, artigos de fundo, artigos de opinião ou para organizarem programas de auditório e debates da actualidade. Respeite estes prazos quando prepara eventos de interesse para a comunicação social ou quando planeia usar os meios de comunicação social para disseminar informação.

Redija artigos de opinião e comentários: O Serviço de Comentário sobre o Género e a Comunicação Social (GEM, na sigla inglesa) constitui um excelente exemplo da forma como as mulheres políticas podem usar o espaço nos meios de comunicação social dominantes. A organização “Gender Links”, uma organização não governamental sediada na África do Sul (que desenvolve acções nas seguintes áreas: género e os meios de comunicação social; género e governação; e questões de justiça de género) oferece um serviço de comentário sobre o género e a comunicação (GEM). Para mais informações sobre o serviço, visite www.genderlinks.org.za. Este tipo de trabalho pode ser desenvolvido noutras regiões. Escreva também Cartas ao Editor para realçar questões preocupantes relativas ao género nos meios de comunicação social.

Esteja disposta a ser fonte de consulta: Torne-se uma perita de confiança e autorizada sobre diferentes questões e não se furte a entrevistas com os órgãos de comunicação. Prepare-se devidamente para a entrevista e, ao falar, sustente as suas afirmações com factos e números, e procure ter impacto. Não fale “à toa”.

É importante que as mulheres políticas ‘pensem na notícia’ quando lidam com os meios de comunicação social, pois a notícia constitui o ponto central da agenda informativa dos meios de comunicação social dominantes, sobretudo no que respeita a cobertura de temas políticos e económicos; na maior parte dos meios de comunicação social dominantes, as notícias têm mais valor e proeminência em termos do local onde aparecem – primeira página, manchetes na rádio e teledifusão; e uma grande percentagem da cobertura diária dos meios de comunicação social consiste de notícias.

Mas existem outros géneros jornalísticos usados pelos meios de comunicação social que servem para colocar “as questões importantes” na agenda dos meios de comunicação social, tais como análises de notícias, artigos de fundo, perfis, programas de auditório e actualidades e programas radiofónicos.

Como se tornar
conhecedor astuto dos
meios de comunicação
social – O que você
pode fazer!

Existem alguns passos simples que as mulheres políticas podem dar para construir o seu perfil mediático e começarem a fazer ouvir as suas vozes e pontos de vista. Estes passos incluem as seguintes acções:

Prepare o seu perfil: Quando as mulheres entram para a vida política, deveriam preparar um perfil do seu percurso de vida que pode ser entregue aos meios de comunicação social como material de fundo. Este perfil pode ser preparado com a assistência de uma firma de relações públicas, ou de um jornalista local, e pode ser usado durante as campanhas ou noutros fóruns apropriados para ajudar as pessoas a saberem quem é, e que aspectos do seu historial a prepararam para ser líder e para o serviço público. Claro está que os meios de comunicação social irão redigir as suas histórias de interesse humano e os seus próprios perfis sobre si à medida que o seu reconhecimento no espaço público for crescendo. Mas a preparação do seu próprio perfil poderá permitir aos meios de comunicação social terem acesso a alguns factos básicos e dar-lhes algumas orientações sobre as áreas da sua vida que você considera importante revelar ao público.

Pense em termos de notícias: Lembre-se que os meios de comunicação social estão sempre à procura de notícias e de uma boa história. “As notícias são o que é novo, mas isto inclui mais do que aquilo que está a acontecer no presente. Algo de novo pode ser também uma nova interpretação de um acontecimento ou assunto”.

Cultive relações: Procure os jornalistas e os editores, informe-os sobre artigos de interesse e ofereça-lhes informação. Crie uma relação com eles. Não vá apenas uma vez. Vá duas, três vezes, ou as vezes que for preciso a fim de estabelecer uma relação com os jornalistas e com os editores.

Trace sempre um plano para os meios de comunicação social: É importante tentar encontrar formas de atribuir a uma das pessoas que trabalha consigo a responsabilidade pelas relações com a comunicação social. Esta pessoa deverá manter uma lista actualizada dos principais intervenientes da comunicação social, sobretudo os nomes dos mais altos responsáveis dentro dos vários órgãos de comunicação; uma lista dos jornalistas, de programas de auditório, de programas de actualidades e os nomes dos locutores de programas radiofónicos; esta pessoa deverá, ainda, preparar os materiais para a comunicação social, e prepará-la, a si, para entrevistas com a comunicação social.

ESTEJA SEMPRE PREPARADA! Sempre que for necessário falar com a comunicação social, esteja bem preparada: A realização de entrevistas simuladas com o seu pessoal, colegas e/ou amigos constitui uma forma de desenvolver a sua confiança para debater diferentes tópicos e questões com a comunicação social. Guarde recortes e ficheiros sobre temas correntes da vida do país retirados da comunicação social e assegure-se de que tem dados e informação actualizados relativos a estes tópicos. Procure também saber os pontos de vista das mulheres e dos homens do seu círculo eleitoral relativamente a estas questões, de forma a poder apresentar factos e dados, e a ter impacto quando fala.

Actividade Um: Compreender os públicos-alvo e o modo como estes influenciam as notícias

Materiais: Papel gigante para *flipchart*, marcadores, cola ou qualquer outro material adesivo que permita afixar artigos nos *flipcharts*, cinco ou seis cópias de uma variedade de artigos (incluindo notícias sobre desporto, entretenimento, negócios e temas gerais; seria importante que nesse conjunto diverso fossem incluídos artigos acerca de mulheres na política ou na vida pública) – cerca de 12 artigos, e cartões com cinco ou seis variantes de: mistura de géneros (homem, mulher, homem/mulher); idade (16 – 24; 25 -34; 35 – 44; 16 – 34; 34 – 60 etc); proveniência geográfica (rural, urbana, nacional, cidadina; provincial, etc)

Divida os participantes em três grupos, permitindo que cada grupo, sem olhar, retire um cartão de cada um dos montinhos referentes a género, idade e proveniência geográfica. Assim que os participantes tiverem obtido um conjunto de cartões, o seu público-alvo estará definido.

A cada grupo, distribua uma folha de papel gigante, tesoura, marcadores e um conjunto de 12 fotocópias de artigos de jornais (eles terão igualmente em seu poder o mesmo conjunto básico de artigos).

Cada um dos grupos deve debater quais dos artigos em sua posse poderão despertar maior interesse junto do seu público-alvo para, em seguida, seleccionar um mínimo de cinco artigos destinados à primeira página.

Devem ainda chegar a acordo sobre o nome do jornal e conceber um título.

Utilizando os jornais do dia como exemplo, os participantes devem colar os seus cinco artigos na primeira página – indicando claramente qual o artigo principal, o artigo de segunda importância, e assim por diante. Podem acrescentar elementos na primeira página tais como chamadas para as notícias incluídas nas páginas subsequentes, referências cruzadas, anúncios, etc.

Conceda ente 45 a 60 minutos a cada grupo para discussão e compilação da sua primeira página.

Se achar necessário, poderá fazer subir o nível de tensão do exercício, introduzindo um novo artigo quando faltarem apenas 15 minutos para terminar o prazo – um artigo relacionado com algum assunto ou acontecimento que envolva as mulheres na vida política (todos devem receber o mesmo artigo).

Volvida uma hora, cada grupo deverá exibir as suas páginas principais e justificar as opções de artigos que fez.

A discussão deverá incluir explicações sobre o motivo pelo qual foi escolhida um determinado artigo principal, o tipo de notícias pelas quais os seus leitores poderiam mostrar interesse; assim como tentar compreender se existem novas notícias que os grupos considerem transversais a todos os públicos e por que razão isso acontece. Procure identificar jornais de estilos diferentes, as escolhas que tenham sido efectuadas, assim como notícias que não tenham sido colocadas na página principal.

Tempo: Um hora e 30 minutos

Actividade Dois: Escrever Artigos de Opinião e Comentários

No enquadramento de um *workshop* é sempre útil fazerem-se alguns exercícios práticos de escrita com jornalistas e mulheres políticas, para que sejam oferecidas algumas orientações iniciais aos participantes, o que poderá ajudá-los a aprimorar as suas competências de escrita e procurar outras saídas e iniciativas de formação com essa finalidade. O exercício a seguir poderá ser desenvolvido de um dia para o outro, no decurso de um *workshop* que tenha sido planeado com a devida atenção, e em que se terá providenciado o acesso a computadores, ou por solicitação prévia aos participantes no sentido de se fazerem acompanhar de computadores portáteis ao seminário.

Distribua a cada participante uma cópia do Folheto que se segue, contendo indicadores relativos ao modo como escrever artigos de opinião e comentários. Exemplos de artigos de opinião podem ser transferidos de www.genderlinks.org.za (SERVIÇO DO GÉNERO E COMUNICAÇÃO SOCIAL e COMENTÁRIO DE OPINIÃO) para ilustrar estilos e tópicos diferentes.

Peça a cada indivíduo para, em poucos minutos, registar no papel uma ideia para um artigo de opinião ou comentário. As ideias devem depois ser partilhadas com o grupo, a fim de se verificar se há pessoas interessadas em trabalhar num mesmo tópico, e serve ainda para ajudar cada um a definir o ponto central da sua peça jornalística. Neste exercício, duas pessoas, e não mais do que duas, podem trabalhar juntas num mesmo artigo.

Os participantes devem escrever um artigo de opinião ou comentário que não exceda as 600 palavras, o qual deverá ser entregue no início da sessão da manhã seguinte.

O facilitador deverá ler os artigos e, antes do final do seminário, deverá oferecer comentários de natureza específica e geral durante uma sessão dedicada ao *feedback*.

Actividade Três: Preparar para a Entrevista

Num seminário de formação que inclua tanto a comunicação social como as mulheres políticas, um bom exercício consiste em preparar várias entrevistas fictícias como parte da sessão de formação. Antes da realização do workshop, organize uma câmara de gravação, e integre nessa formação um formador com conhecimento de imagens e de fotojornalismo.

Constitua pares compostos por jornalistas e mulheres políticas. Separadamente, informe os jornalistas sobre um tópico e deixe que se conduzam entrevistas fictícias, cara a cara, as quais devem ser gravadas e posteriormente visualizadas pelo grupo, a fim de se obterem comentários e feedback destinados tanto a jornalistas como a mulheres políticas, sobre a qualidade das perguntas e das respostas, os métodos de interrogação utilizados pelo jornalista, a linguagem corporal e outras técnicas de comunicação que possam auxiliar tanto os jornalistas como as mulheres políticas a aprimorarem as suas competências.

Do mesmo modo, prepare uma conferência de imprensa fictícia durante a qual todos os jornalistas presentes na formação questionam as mulheres políticas num enquadramento de conferência de imprensa. Grave a conferência; em seguida, exiba-a a todo o grupo, e ofereça comentários a questões que possam surgir.

Estes são exercícios ideais para o período da tarde e dão origem a muitas sugestões de ordem prática que tanto os jornalistas como as mulheres políticas considerem úteis para aplicação.

Tempo: Um hora e 30 minutos

DICAS sobre como Escrever Artigos de Opinião e Comentários

O que procuram os editores?

- ✦ O argumento do ponto de vista deve constar claramente no artigo.
- ✦ O argumento deve ser forte.
- ✦ Um cabide noticioso (ou *news peg*) forte (isto é, uma uma peça baseada num acontecimento, assunto ou tendência, a qual é pertinente na sociedade e se direcciona para o futuro; também pode consistir numa nova perspectiva ou no entendimento novo/inovador de um acontecimento ou assunto).

Como apresentar a sua peça:

- ✦ Contacte um editor de página de opinião, em vez de remeter artigos que não lhe tenham sido solicitados. A melhor tática é encontrar-se pessoalmente com o editor e ser persistente.
- ✦ Tenha em sua posse uma síntese de 2 a 3 páginas quando apresentar o que delinea o artigo.
- ✦ Tenha conhecimento do jornal onde deseja publicar o seu artigo (conheça os seus valores, política editorial, o público leitor, etc.); investigue o jornal antes de o abordar.
- ✦ Seja corajoso quando apresentar a sua opinião.
- ✦ Conheça bem a área sobre a qual se pronuncia por escrito; demonstre que conhece bem os assuntos.
- ✦ Para os diários: faça a proposta da peça com três semanas de antecedência. No caso dos semanários, deverá fazê-lo seis semanas antes.

Estrutura (redigir a peça):

- ✦ Dê início à peça jornalística com um estudo de caso, um episódio ou a explicação de um cenário de forma a encaminhar o leitor para o assunto.
- ✦ Coloque o seu ponto de vista em lugar de destaque no artigo.
- ✦ Use estatísticas quando for apropriado.
- ✦ Apresente o contexto (a razão pela qual o assunto é importante).
- ✦ Apresente a história/antecedentes do assunto (não o faça em demasia, mas em quantidade suficiente para ajudar a explicar o assunto).
- ✦ Evite usar gíria e, quando for utilizada, explique o seu significado.
- ✦ Evite as siglas e acrónimos.
- ✦ Recorde-se de que está a escrever para os leitores em geral.
- ✦ Escreva dentro dos limites de extensão do artigo (isto é, informe-se junto do editor sobre o número de palavras que o seu artigo deverá ter e procure respeitar essas instruções).
- ✦ Admita e compreenda o processo de edição (efectue a revisão do seu artigo, relativamente ao estilo e clareza). Pode pedir para ver a sua peça antes desta ser publicada, a fim de verificar o modo como a peça terá sido editada pelo jornal.

O que se deve evitar:

- ✦ Não presuma que o simples facto de escrever uma peça lhe vai conceder direito ao espaço de publicação. Deve convencer um editor das razões pelas quais se torna importante publicar o seu artigo. A peça jornalística deve ser irresistível e informativa.
- ✦ Não escreva uma peça demasiado especializada que só poderá ser compreendida por um público restrito.
- ✦ Evite a falta de exactidão no que afirmar a respeito de factos e dados.
- ✦ Evite os argumentos tendenciosos e injustos. Seja equilibrado.
- ✦ Evite usar um tom didáctico/moralista/prescritivo no seu artigo.

Para as Mulheres Políticas:

Existem imensos recursos valiosos que podem facultar às mulheres políticas sugestões, orientações e informação sobre o modo como trabalhar com a comunicação social, e muitos desses recursos incluem listas de verificação e orientação para preparação de comunicados de imprensa, conferências de imprensa, kits de imprensa e outra informação que está directamente direccionada para a comunicação social. A referida lista não é exaustiva, mas apresentam-se, em seguida, alguns recursos que podem ser utilizados na formação de mulheres políticas sobre como se relacionarem com a comunicação social, e ainda pelas próprias mulheres políticas cujo objectivo seja desenvolver as suas competências na área da comunicação social.

Gender setting – New agendas for Media Monitoring and Advocacy. De Margaret Gallagher, publicado por WACC London e Zed Books, 2001. Este livro oferece uma compreensão sólida do género na comunicação social em todo o mundo, assim como do activismo em prol da mudança.

Getting Smart – Strategic Communications for Gender Activists in Southern Africa. Organizado por Colleen Lowe Morna e Lene Overland, publicado por Gender Links e Women's Media Watch, South Africa. Este manual inclui imensas sugestões sobre a arte da comunicação, como compreender e relacionar-se com a comunicação social, e ainda sugestões sobre como desenvolver uma estratégia de comunicação social.

Making a Difference, Strategic Communications to End Violence against Women, A Toolkit from the UNIFEM Strategic Communications Workshop Series. Jenny Drezin e Megan Lloyd-Laney, organizadoras; publicado por United Nations Development Fund for Women (UNIFEM), New York, 2003. Neste conjunto de ferramentas, encontra-se um capítulo dedicado a 'Trabalhar com a Comunicação Social', o qual contém listas de verificação e dicas para comunicados de imprensa, conferências de imprensa e outros eventos, e material relativo à comunicação social. O referido conjunto inclui ainda uma boa secção de referências a outras ferramentas. Duas delas que merecem atenção são:

Insider's Guide to Strategic Media Relations. Valerie Denney Communications. www.vdcom.com/articles/uploads/vdc_brochure.pdf

Media Activist Kit. Women's Media Watch. www.womensmediawatch.org.za/archives/products/kit.html

Recursos sobre o Género e a Comunicação Social para Mulheres Políticas e Jornalistas

Gender in Media Training, a Southern African Toolkit. Organizado por Colleen Lowe Morna, publicado por Institute for the Advancement of Journalism and Gender Links, South Africa, 2002. Este manual de formação possui um capítulo dedicado a Eleições, Democracia e Governação.

Whose News? Whose Views? Southern Africa, Gender in Media Handbook. Organizado por Colleen Lowe Morna, Gender Links, 2001. Uma visão geral sobre o género na comunicação social, com algumas referências à cobertura dada às mulheres na vida pública pela comunicação social.

Women and Men Make the News, Southern Africa Gender and Media Baseline Study. Publicado por Gender Links and the Media Institute of Southern Africa, 2003. Este estudo básico oferece dados quantitativos e qualitativos e uma análise do género na comunicação social.

Manuais de Formação sobre o Género e a Comunicação Social produzidos pela IPS

Gender, HIV/AIDS and RIGHTS, Training Manual for the Media (Manual de Formação para a Comunicação Social), 2002

Fighting Violence against Women: A Training Manual for Journalists, IPS and Gender Links (Um Manual de Formação para Jornalistas, IPS e Gender Links), 2001

How to Report Culture, Religion and Gender: A Training Manual for Journalists (Um Manual de Formação para Jornalistas, IPS Africa), 2001

Gender and Development Glossary (Glossário para o Género e o Desenvolvimento), Setembro de 2000

Fortalecer a Voz e a Visibilidade das Mulheres em Eleições em África

Lista de Verificação Editorial

A lista de verificação que se segue foi desenvolvida pela agência IPS como parte integrante de um projecto de dois anos destinado a melhorar a cobertura da participação das mulheres em eleições africanas – tanto no papel de candidatas como de eleitoras – assim como o grau com que as sondagens lidam com assuntos relacionados com o género. A sua pretensão é ajudar os jornalistas a tornarem-se mais eficientes na investigação e redacção de artigos sobre matérias deste tipo.

CONTEXTO

1. Será que o artigo explica o tipo de sistema eleitoral que o país utiliza?
2. Será que explica as vantagens e desvantagens que o sistema eleitoral acarreta no que toca as mulheres assumirem cargos políticos?
3. Será que o artigo salienta os factores que contribuem para que as mulheres assumam cargos políticos? Por exemplo, terão os partidos definido um sistema de quotas ou outras medidas especiais destinadas a assegurar que as mulheres são candidatas, ou existirão medidas constitucionais especiais, tais como quotas legislativas, que abram mais oportunidades para as mulheres em cargos políticos como meio de se fazer frente às lacunas resultantes de desigualdades? Estarão esses factores operacionais no país?
4. Será que o artigo dá relevo aos factores que inibem a entrada das mulheres para cargos políticos?
5. Em havendo mais ou menos mulheres candidatas às eleições durante o período em que a cobertura se realiza, que factores terão contribuído para esse aumento ou redução de números?
6. Quais os partidos políticos que apresentam candidatas e quais aqueles partidos que não o fazem? Terão alguns partidos políticos tido melhor desempenho do que outros e, se tal se verificou, qual foi a razão?
7. Será que alguns dos programas ou planos de acção dos partidos abordam a questão da igualdade de género e dos direitos das mulheres?
8. Será o artigo analítico? Será que vai para além do acontecimento e levanta as questões de base?
9. Será que o artigo cita pormenores sobre a igualdade de género, incluídos na constituição e/ou convenções internacionais, das quais o governo é signatário, e ainda declarações e plataformas tais como a Convenção para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres (CEDAW), a Plataforma de Acção de Pequim e o Protocolo Opcional à Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos, relativo aos Direitos das Mulheres em África, entre outros? [É esta a função fiscalizadora da comunicação social. Será que o governo está a aderir às convenções, declarações e compromissos que assume quando se torna signatário de tais documentos?]

COMO PROCEDER:

- ✓ Inclua uma breve explicação sobre o tipo de sistema(s) eleitoral(is) utilizado(s) nas eleições presidenciais, parlamentares e autárquicas.
- ✓ Explique de que modo o(s) sistema(s) eleitoral(is) é(são) uma vantagem ou desvantagem no que toca ao acesso das mulheres a cargos políticos.

Inter Press Service (IPS) Lista de Verificação Editorial

-
- ✓ Ponha em destaque os factores que contribuem para o acesso das mulheres a cargos políticos.
 - ✓ Ponha em destaque os factores que prejudicam o acesso das mulheres a cargos políticos.
 - ✓ Ofereça uma breve discussão sobre as tendências relativas a mulheres em cargos políticos. [Ver 'Dados']
 - ✓ Inclua informação sobre os partidos políticos que apresentam candidatas e aqueles que não o fazem, e apresente razões.
 - ✓ Explique, de forma sucinta, o que dizem os programas partidários sobre a igualdade de género e os direitos das mulheres.
 - ✓ No que respeita ao acontecimento e aos números em questão, vá mais longe e explique o que significam e porquê.
 - ✓ Responsabilize o governo fazendo menção dos instrumentos legais e internacionais dos quais aquele é signatário. Mas lembre-se que referir não é o mesmo que citar – e, no seu artigo, deve procurar evitar a mera transcrição a partir de instrumentos e orientações políticas regionais e internacionais. Em vez disso, analise se o governo está a cumprir devidamente aderindo a esses instrumentos. Isso pode ser efectuado através da utilização de dados que servem para demonstrar até que ponto as autoridades estão a cumprir os objectivos ou compromissos acordados, e ainda através das vozes de fontes relevantes. [Ver 'Fontes']

EVITE:

- ✗ Submeter histórias que não tenham sido bem investigadas.
- ✗ Oferecer uma análise simplista da cobertura do assunto por omissão de informação relativa ao sistema(s) eleitoral(is) do país, a tendências em torno das mulheres em cargos políticos, e a posições declaradas e acções dos partidos sobre o acesso das mulheres a cargos políticos, igualdade de género e direitos das mulheres.
- ✗ Enumerar os factores que contribuem para o acesso das mulheres a cargos políticos, ou que prejudicam esse acesso, sem analisar as razões pelas quais esses factores subsistem no contexto do seu país.

DADOS:

1. Será que o seu artigo inclui dados sobre o número de mulheres que integram as seguintes estruturas:
 - Cargos no Gabinete ministerial
 - Parlamento
 - Sistema Judiciário
 - Comité central dos partidos políticos ou órgãos centrais ao mais alto nível?
2. Serão todos os dados devidamente reconhecidos?
3. Serão os dados utilizados de modo a ilustrar as tendências no acesso das mulheres a cargos políticos? Por exemplo, será que o seu artigo sobre as próximas eleições também engloba os dados referentes ao desempenho das mulheres nas duas eleições anteriores e o seu acesso a cargos políticos, a fim de demonstrar ao leitor que houve um avanço ou um retrocesso?
4. Serão usados dados desagregados por sexo para demonstrar a situação das mulheres na vida política em comparação à situação dos homens?
5. Será que o artigo inclui dados desagregados por sexo sobre mulheres e homens enquanto eleitores?
6. Será que o artigo inclui dados sobre os padrões e tendências de voto de mulheres e homens, quando esse dados estão disponíveis?

COMO PROCEDER:

- ✓ Procure estatísticas actualizadas relativas a mulheres na governação e em estruturas políticas, os dados mais recentes sobre eleitores, entre outros dados relevantes, e faça o reconhecimento de fontes dos dados utilizados nos artigos.
- ✓ Use dados desagregados por sexo para ilustrar onde se situam as mulheres na vida política, quando comparadas aos homens.
- ✓ Inclua dados relativos a mulheres e homens enquanto eleitores.
- ✓ Utilize os dados de forma contextualizada, a fim de ilustrar as lacunas de género e as tendências, e oferecer uma análise da natureza, assente no género, da política do país.

EVITE

- ✗ Submeter um artigo que não inclua quaisquer dados.
- ✗ Apresentar dados sem reconhecimento de fontes.
- ✗ Utilizar dados desactualizados. Faça a sua pesquisa para se certificar de que os números estão correctos e actualizados.

LINGUAGEM

1. Será que o artigo contém uma linguagem que promove o sexismo, o preconceito ou discriminação do género, ou os estereótipos de género?
2. Evite a linguagem que promove o preconceito etário: "...uma candidata de 60 anos..." etc. Poderão surgir notícias em que a idade deve ser mencionada e analisada – um artigo sobre uma eleição intercalar em que todos os candidatos são octogenários, contrariando as tendências nacionais, por exemplo – mas, de uma forma geral, os jornalistas devem ser cautelosos relativamente à idade.
3. Serão usados alguns adjectivos específicos para descrever o carácter ou aparência física das mulheres políticas ou candidatas, adjectivos esses que transmitem preconceito?
4. Será que a descrição física da mulher política ou candidata é relevante para o artigo? Empregaria a mesma descrição física tanto para políticos e candidatos dos dois sexos?
5. Será que a linguagem utilizada é inclusiva de mulheres e homens?

COMO PROCEDER

- ✓ Verifique as notícias com atenção, antes de as submeter, para se certificar de que nelas não consta o tipo de linguagem, frases ou adjectivos capazes de perpetuar o sexismo e o preconceito do género.
- ✓ Use termos inclusivos tais como "mulheres e homens", "homem e mulher" – e pronomes como "eles", "deles" e "lhes" – evitando o emprego do mais genérico "ele" e "homem" quando se estiver a referir a todos os indivíduos.
- ✓ Evite usar palavras e expressões que excluem as mulheres, tais como "feito pelo homem", "de homem para homem" e "acordo entre cavalheiros", entre outras – ou palavras que excluem os homens como, por exemplo, "dona de casa" e "prostituta".
- ✓ Quando utilizar termos gerais tais como "agricultores", "comerciantes", "empresários", "crianças", "detidos", "pais", "camponeses", "profissionais", os "pobres" e "trabalhadores", entre outros, certifique-se de que no artigo usa dados desagregados por sexo para demonstrar onde se situam as mulheres nesses grupos.

-
- ✓ Use o Glossário da IPS para o Género e o Desenvolvimento (disponível em inglês e francês) e outras fontes que se centram na linguagem sexista, com o intuito de evitar perpetuar a discriminação e os estereótipos quando fizer alguma reportagem sobre as mulheres na vida política.

EVITE:

- ✗ Descrever o aspecto físico das mulheres ou a forma como se vestem, a não ser que a descrição seja central ao artigo. Se sentir necessidade de descrever o traje de uma candidata, assegure-se de que o faz de um modo que não constitua discriminação contra ela (não refira o aspecto das mulheres, se não fizer o mesmo relativamente aos homens com quem a candidata compete, por exemplo – e não escreva sobre aquela que considera ser a mulher “mais bem vestida” de entre várias candidatas, uma categorização que normalmente não se aplica aos homens). Para além disso, esteja atento a descrições que servem meramente para endossar imagens que as candidatas possam estar a querer promover sobre elas próprias (um candidato que se tenta passar por “filho da terra” vestindo-se de forma informal, por exemplo). A sua missão é analisar as estratégias de campanha -- não é fazer avançar essas estratégias,
- ✗ Utilizar “ele” ou “homem” como termos genéricos que a todos englobam.
- ✗ Usar palavras ou expressões que excluem as mulheres, como “o presidente”, incluindo-se aqui a frase “do domínio do homem”, excepto se essa frase se apresentar em itálico ou entre aspas, como resultado de citação de uma fonte, entre outros.
- ✗ Usar palavras que excluem os homens, tais como “prostituta”, entre outras.
- ✗ Usar uma linguagem que demoniza ou banaliza as mulheres políticas.
- ✗ Usar uma linguagem ou frases que descrevem as mulheres de acordo com o seu estado civil ou estatuto familiar, sendo que o mesmo não se verifica quando se trata de descrever ou rotular os homens políticos.

FONTES

1. Será que o artigo está bem equilibrado, relativamente a fontes femininas e fontes masculinas? [Um total de uma mulher e seis homens como fontes não se pode considerar um equilíbrio de vozes e de perspectivas, em termos de sexos. Como orientação: uma notícia que inclua três fontes femininas e duas fontes masculinas, ou três fontes masculinas e duas fontes femininas seria uma notícia aceitável.]
2. Será que as fontes que foram entrevistadas oferecem uma diversidade de pontos de vista e de perspectivas sobre o assunto em cobertura? [Se todas as fontes defenderem os mesmos pontos de vista, ou se apresentarem argumentos semelhantes sobre um mesmo assunto, então o artigo não oferecerá um equilíbrio de pontos de vista, mas APENAS UM ponto de vista apresentado em diferentes vozes. Não é suficiente haver apenas vozes diferentes; também são necessários diferentes pontos de vista, pois a qualquer assunto corresponde mais do que uma versão.]
3. Serão todas as fontes provenientes do mesmo lado do leque político? [Os repórteres devem entrevistar fontes femininas e masculinas pertencentes a vários partidos políticos.]
4. Será que o artigo abrange apenas políticos e analistas políticos enquanto fontes? [As fontes com origem em grupos da sociedade civil, que trabalham no assunto a que se dá cobertura, assim como cidadãos e cidadãs, devem ser igualmente entrevistadas para que se obtenha uma diversidade de pontos de vista e de perspectivas.]

-
5. Será que o artigo engloba somente os pontos de vista e perspectivas de mulheres e homens de uma mesma faixa etária? [Os repórteres devem envidar esforços no sentido de transmitirem as vozes e as perspectivas dos jovens, dos cidadãos de meia-idade e dos idosos. As mulheres e homens de todos estes três grupos são cidadãos eleitores e podem ser detentores de visões e perspectivas variadas que enriquecem a cobertura do assunto em causa.]

COMO PROCEDER:

- ✓ Entreviste tanto mulheres como homens a fim de obter um equilíbrio de vozes representativas dos diferentes sexos.
- ✓ Procure mulheres e homens que possuam pontos de vista diversos sobre a questão a que se dá cobertura.
- ✓ Mulheres e homens de partidos e leques políticos diferentes devem ser entrevistados.
- ✓ Para além de mulheres políticas, homens políticos e analistas políticos, devem ser entrevistados mulheres e homens da sociedade civil e os cidadãos em geral.
- ✓ Mulheres e homens de diferentes faixas etárias – eleitores jovens, de meia-idade e idosos – devem ser entrevistados.

EVITE:

- ✗ Entrevistar apenas homens, ou apenas mulheres, para o artigo.
- ✗ Apresentar, no artigo, somente um ponto de vista ou perspectiva sobre um certo assunto, mesmo que esse ponto de vista seja defendido por muitos.
- ✗ Transformar-se no porta-voz de um partido ou agrupamento, entrevistando apenas políticos do sexo masculino e feminino dessa mesma organização.
- ✗ Entrevistar unicamente políticos do sexo masculino e feminino, e analistas políticos.
- ✗ Entrevistar apenas fontes originárias de um mesmo grupo etário.

Copyright © 2007 - IPS-Inter Press Service.

A Inter Press Service (IPS), uma importante agência internacional de notícias alternativas, foi fundada em 1964. A organização está registada como organização não governamental internacional e goza da Categoria Consultiva I do Conselho Social e Económico das Nações Unidas (ECOSOC), assim como do estatuto elegível de ONGI junto da Comissão de Assistência ao Desenvolvimento da OCDE.

Em África, a IPS está registada ao abrigo da Secção 21 da legislação sul-africana como companhia sem fins lucrativos, com sede em Joanesburgo. Tem escritórios no Quênia e no Benim.

A IPS publica em inglês, francês, português e suaíli.



www.ipsnews.net/africa