

# PLATAFORMA DAS MULHERES PARA A I CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO

*Contribuições sistematizadas a partir das discussões realizadas durante o seminário nacional “O Controle Social da Imagem da Mulher na Mídia” – São Paulo, março de 2009*

## 1. Controle social e participação popular

- Garantia que a imagem da mulher será veiculada sempre com pluralidade, diversidade e sem reprodução de estereótipos, inclusive na promoção do combate ao racismo e à violência contra a mulher.
- Garantia, via apoio da Secretaria de Políticas para as Mulheres, de espaços públicos dentro das rádios e TVs para os movimentos de mulheres, visando a veiculação de conteúdo produzido por elas.
- Fiscalização do conteúdo e punição para os abusos em todos os formatos de mídia.
- Luta pela instalação de ouvidorias e *ombudsman* nos meios de comunicação.
- Mecanismos para acessar a Justiça, via defensoria e outras instâncias, para encaminhar ações de denúncia.
- Criação de Conselhos de Comunicação municipais, estaduais e regionais para fiscalização do conteúdo e controle dos horários de veiculação das produções. Tais conselhos devem ser gestores, fiscalizadores e deliberativos, com configuração tripartite. Em nível nacional, o Conselho de Comunicação será o órgão fiscalizador dos meios de comunicação, de modo a dar maior impacto as ações e demandas propostas pela sociedade.

## 2. Concessões públicas de rádio e TV

- Fiscalização das emissoras de rádios e TV e suas respectivas retransmissoras cujas concessões pertencem a políticos.
- Fim das concessões para igrejas.
- Reavaliação periódica das concessões de 5 em 5 anos, com cassação por descumprimento da regulamentação em vigor.
- Considerar o tratamento dado à imagem da mulher como um dos critérios de avaliação para a renovação das concessões.
- Considerar a criação de cotas de notícias para movimentos sociais como critério para a concessão de outorgas em rádios e TVs comerciais.
- Não renovação das concessões sem avaliação dos conteúdos veiculados pelas emissoras.
- Concessão democrática via voto da sociedade através das conferências municipais/ estaduais.

## 3. Políticas públicas

- Garantir a transversalidade da questão de gênero no desenvolvimento das políticas públicas de comunicação, assim como nos conselhos existentes no setor.
- Incorporar a disciplina sobre as questões de gênero nos cursos de comunicação social.
- Revisão dos livros didáticos para inclusão da questão de gênero.
- Promover a descentralização da produção de conteúdo dos estados, expandindo para além do eixo Rio/São Paulo.
- Reivindicar a ampliação de políticas de inclusão digital.
- Rever os critérios da distribuição das verbas federais para propagandas.
- Formação de fundo público com taxação da publicidade veiculada nos meios comerciais.