

10º Encontro da ABCP - "*Ciência Política e a Política: Memória e Futuro*"
30 de agosto a 02 de setembro de 2016, Belo Horizonte.

Área Temática:

Gênero, Democracia e Políticas Públicas

**CONTROLE SOCIAL DA IMAGEM DAS JOVENS MULHERES: desafios para construção
da diversidade de representação nos meios de comunicação**

Cynthia Mara Miranda - Universidade Federal do Tocantins

CONTROLE SOCIAL DA IMAGEM DAS JOVENS MULHERES: desafios para construção da diversidade de representação nos meios de comunicação

Cynthia Mara Miranda*

RESUMO

Os meios de comunicação têm uma importância primordial na vida dos seres humanos pois propagam valores, opiniões, informações e práticas culturais, seja pela transmissão de um programa de TV ou rádio, seja por jornais, revistas, sites de notícias, blogs ou até mesmo pelas propagandas. Embora existam legislações nacionais e internacionais que assegurem que os meios de comunicação devem respeitar a dignidade humana e transmitir a pluralidade cultural, nem sempre essa divulgação se dá de forma adequada e, igualmente, nem todas as vezes dissemina valores positivos de um determinado grupo social. Os princípios e garantias para tornar a comunicação social mais democrática no Brasil estão presentes no Capítulo IV da Constituição Brasileira de 1988. No entanto, mostram-se distantes da prática para maioria das cidadãs e dos cidadãos brasileiros que não exercem nenhum tipo de controle social sobre os meios de comunicação. Nesse sentido, o presente paper tem como objetivo discutir o controle social da imagem das jovens mulheres a partir das propostas relacionadas as políticas públicas de comunicação contidas em planos nacionais de políticas públicas construídos nas conferências nacionais de políticas para as mulheres realizadas em 2004, 2007 e 2011 e nas conferências nacionais de políticas para a juventude realizadas em 2008, 2011 e 2015. Ao analisar os referidos documentos institucionais busca-se identificar as estratégias para construção da diversidade de representação das mulheres nos meios de comunicação com o recorte específico para as mulheres jovens. Tornar a comunicação social instrumento para propagação da igualdade entre os gêneros e para mudança da representação da imagem da mulher veiculada pelos órgãos de informação no país é um passo importante para a construção de uma nação desenvolvida. As mulheres jovens apresentam-se como um extrato significativo da população brasileira que não é representado de forma plural pelos meios de comunicação. A juventude, para os diferentes produtos midiáticos, é, inegavelmente, um ideal que deve ser perseguido por todas as mulheres, não importa a faixa etária. A forma como a imagem das mulheres jovens é representada pela mídia, além de enaltecer a jovialidade, acrescenta outras características que as jovens precisam ter para conquistar uma 'suposta' realização pessoal e profissional, tal como ser magra, ter olhos claros, ser alta e loira. De acordo com a Plataforma de Ação de Pequim (1995) os estereótipos de gênero impedem que as mulheres sejam representadas de uma forma equilibrada e realista, assim quando adicionamos o recorte geracional nos deparamos com uma realidade ainda mais cruel onde jovens mulheres são constantemente influenciadas/persuadidas a adotar um "pseudo-padrão de beleza" pelos meios de comunicação. A partir da realização de uma análise documental das resoluções resultantes das conferências nacionais de políticas para as mulheres e juventude buscaremos identificar como a discussão do tema avançou ao longo dos anos e como se deu sua repercussão no campo institucional brasileiro. Com o objetivo de reunir diversas atrizes e atores políticos da sociedade civil e governo, as conferências representam uma ampla arena política para debater propostas de políticas públicas que possam ser materializadas/implementadas em nível nacional. Tais conferências são desdobradas em planos nacionais de políticas públicas que ofereceram diretrizes para a gestão pública no trato de questões variadas, entre elas, mulheres e juventude, foco do presente paper. A aplicação dos planos nacionais de políticas públicas, contudo, enfrenta dificuldades de ordem orçamentária e de disputas políticas o que muitas vezes impedem sua implementação em escala nacional. Ainda assim os planos gerados em distintas

*Professora Doutora do Mestrado em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins.

conferências devem ser reconhecidos como frutos da participação social. Ao abordar a forma como o tema controle social da imagem das jovens mulheres é tratado nos documentos institucionais pontuamos os desafios que ainda persistem para a construção da diversidade de representação delas no cenário midiático brasileiro.

Palavras-chave: Jovens mulheres. Controle social. Imagem.

Introdução

Os meios de comunicação têm uma importância primordial na vida dos seres humanos pois propagam valores, opiniões, informações e práticas culturais, seja pela transmissão de um programa de TV ou rádio, seja por jornais, revistas, sites de notícias, blogs ou até mesmo pelas propagandas. Embora existam legislações nacionais e internacionais que assegurem que os meios de comunicação devem respeitar a dignidade humana e transmitir a pluralidade cultural, nem sempre essa divulgação se dá de forma adequada e, igualmente, nem todas as vezes dissemina valores positivos de um determinado grupo social. Os princípios e garantias para tornar a comunicação social mais democrática no Brasil estão presentes no Capítulo IV da Constituição Brasileira de 1988. No entanto, mostram-se distantes da prática, para a maioria das cidadãs e dos cidadãos brasileiros, que não exercem nenhum tipo de controle social sobre os meios de comunicação.

Nesse sentido, o presente *paper* tem como objetivo discutir o controle social da imagem das jovens mulheres, a partir das propostas relacionadas às políticas públicas de comunicação, contidas em planos nacionais de políticas públicas construídos nas conferências nacionais de políticas para as mulheres, realizadas em 2004, 2007 e 2011 e nas resoluções finais das conferências nacionais de políticas para a juventude, realizadas em 2008, 2011 e 2015.

O controle social, no âmbito dos meios de comunicação, é aqui entendido como um canal que permite a participação da população na gestão governamental das políticas públicas de comunicação, como é o caso das concessões públicas para gerenciar emissoras de TV e rádio, no que se refere, por exemplo, ao formato e tipo de conteúdo que é veiculado por esses meios. Segundo Marinoni (2015):

Algumas das condições mínimas para o exercício da democracia, apontadas ao longo da constituição do direito moderno, são a liberdade de expressão, o direito à informação e a participação nas decisões referentes às políticas públicas, incluída a política de comunicação. O direito à comunicação, entretanto, não se reduz à soma desses direitos. Ele, sim, configura um núcleo orientador e integrador daqueles, visando uma inserção positiva na dinâmica social de produção, distribuição, circulação e consumo de informação e de cultura (MARINONI, 2015, p.4).

Na sociedade brasileira, muitos são os obstáculos para que haja participação social nos processos decisórios relacionados as políticas públicas, principalmente as referentes à comunicação. A participação social, é ainda, um campo em construção, embora possamos citar algumas iniciativas, como é o caso das conferências nacionais de políticas públicas para as mulheres e para a juventude, foco do presente *paper*.

Com o objetivo de reunir diversas atrizes e atores políticos da sociedade civil e governo, as conferências representam uma ampla arena política para debater propostas de políticas públicas, que possam ser materializadas/implementadas em nível nacional. Tais conferências são desdobradas em diretrizes, que objetivam orientar a gestão pública, para elaboração de políticas públicas sobre questões variadas, entre elas, mulheres e juventude.

Ao analisar os referidos documentos institucionais, busca-se identificar as estratégias para construção da diversidade de representação das mulheres nos meios de comunicação, com o recorte específico para as jovens mulheres. A partir da realização da análise documental e de conteúdo, buscaremos identificar como a discussão do tema avançou ao longo dos anos e como repercutiu no campo institucional brasileiro.

Jovens mulheres e comunicação nos espaços institucionais

As mulheres jovens apresentam-se como um extrato significativo da população brasileira, que não é representado de forma plural pelos meios de comunicação. A juventude, para os diferentes produtos midiáticos, é, inegavelmente, um ideal que deve ser perseguido por todas as mulheres, não importa a faixa etária.

O retrato das mulheres jovens, apresentado pelos meios de comunicação de massa, provém de uma sociedade machista, racista e sexista, que não reconhece o papel que as mulheres desempenham em diversas esferas societárias (Miranda *apud* Lobato, 2014). Existe uma persistente cultura do estupro na sociedade brasileira, na qual as mulheres jovens têm sido as principais vítimas. Para Rost & Vieira (2015), o termo cultura do estupro é fenômeno que foi designado e denunciado por ativistas feministas, e refere-se a uma compreensão que "evoca a culpabilização das mulheres em caso de violência sexual: a agressão passa a ser responsabilidade delas, que a legitimariam a partir de suas decisões de como se vestir, se comunicar ou viver a sua vida, especialmente no campo sexual e afetivo".

A forma como a imagem das mulheres jovens é representada pela mídia, além de enaltecer a jovialidade, acrescenta outras características que as jovens precisam ter, para conquistar uma 'suposta' realização pessoal e profissional, tal como ser magra, ter olhos claros, ser alta e loira.

Ao levar em consideração que a imagem tornou-se o meio de comunicação desta geração, isso significa dizer que a maneira como as pessoas são retratadas visualmente, terá muito mais influência na maneira como são vistas e percebidas.

A sociedade do consumo e o modo de vida das sociedades atuais, cada vez mais tomados pela visibilidade na cultura midiática, projetam certos padrões de imagem que não correspondem às realidades vividas pela maioria das mulheres.

Ao vincular imagens de um único modelo para jovens mulheres, os meios de comunicação colocam à margem do sistema, as jovens mulheres que não se enquadram nesse modelo. Não é à toa que problemas relacionados a bulimia, anorexia e depressão tem afetado cada vez mais as jovens mulheres, que se sentem cada vez mais oprimidas pela chamada ditadura da magreza.

De acordo com a Plataforma de Ação de Pequim (1995), os estereótipos de gênero impedem que as mulheres sejam representadas de uma forma equilibrada e realista; assim, quando adicionamos o recorte geracional, nos deparamos com uma realidade ainda mais cruel, onde jovens mulheres são constantemente persuadidas a adotar um “pseudo-padrão de beleza” pelos meios de comunicação.

Para Moreno (2012), as mulheres, dentro dessa concepção de sociedade do consumo, passam a ser consumidoras e, ao mesmo tempo, o próprio objeto de consumo masculino, o que vem a ocorrer por meio de uma representação padronizada de imagens de forte conotação sexual, veiculada nos mais diversos produtos midiáticos.

A transversalidade entre as questões de gênero e juventude, no âmbito da comunicação, configura-se um grande desafio para os movimentos das jovens mulheres e para o próprio Governo Federal. Segundo Miranda (*apud* Lobato, 2014), "Se, por um lado, a presença das palavras gênero e juventude em documentos institucionais no âmbito internacional e nacional demonstra o reconhecimento da pauta, por outro, é preciso traduzir o discurso institucional em ações concretas que tenham impacto na vida das jovens mulheres".

Para discutir o controle social da imagem das jovens mulheres neste *paper*, fundamentou-se na análise documental das propostas¹ relacionadas às políticas públicas de comunicação com recorte de gênero e geração, contidas nos documentos finais das conferências nacionais de políticas para a juventude, realizadas em 2008, 2011 e 2015 e das conferências nacionais de políticas para as mulheres, realizadas em 2004, 2007 e 2011.

Há uma especificidade entre os referidos documentos finais das conferências que necessita ser destacada, para compreensão do material empírico analisado. Enquanto os documentos finais das conferências nacionais de políticas para as mulheres resultaram na construção de Planos Nacionais de Políticas para as Mulheres, os documentos finais das conferências de juventude não subsidiaram a construção de planos nacionais de políticas

¹Propostas foram aqui entendidas como diretrizes, metas, objetivos que textualmente fizessem referência à comunicação, na perspectiva de gênero e geracional.

para juventude; contudo, serviram de base para a construção do Estatuto da Juventude aprovado no ano de 2013. O estatuto trata dos direitos da população jovem entre 15 e 29 anos, além de definir os princípios e diretrizes para o fortalecimento e a organização das políticas de juventude, em âmbito federal, estadual e municipal.

Além da análise documental, a análise de conteúdo (BARDIN, 2009) também ofereceu os subsídios necessários para identificar e categorizar as propostas relacionadas ao controle social da imagem com recorte de gênero e geração, simultaneamente. O procedimento inicial para a análise do material empírico foi a identificação de todas as incidências da palavra *comunicação* nos referidos documentos e seleção delas nas situações em que faziam referência direta às estratégias para tornar os meios de comunicação mais abertos para a diversidade de representação da imagem das jovens mulheres.

As demais incidências da palavra comunicação foram excluídas do corpo da análise, tendo em vista que seu significado não estava relacionado ao objeto do estudo, por exemplo, quando a palavra comunicação se referia a nomenclatura da Secretaria Nacional de Comunicação, quando a palavra comunicação se referia à proposta de política pública de comunicação com recorte de gênero, mas sem referência a geração simultaneamente, ou quando a palavra se referia ao verbo comunicar. Após a análise do conteúdo que identificou e categorizou as propostas, prosseguiu-se a análise documental que será apresentada a seguir.

No Caderno de Resoluções da I Conferência Nacional de Políticas para a Juventude (2008) consta que foram aprovadas 70 resoluções, das quais 22 foram eleitas como prioritárias no documento final da conferência. Observa-se que em nenhum momento houve menção de políticas de comunicação com recorte de gênero e geração, embora no documento o tema comunicação esteve inserido como componente necessário para a construção das políticas públicas de juventude.

No Caderno final das propostas aprovadas na II Conferência Nacional de Políticas para a Juventude (2011), nota-se que entre os eixos temáticos da conferência, o Eixo 1 "Desenvolvimento Integral" trazia no seu corpo a proposta de número 6, que fazia referência às jovens mulheres e às políticas de comunicação:

Criar e implementar o Plano Nacional de Comunicação e Juventude, que deve contemplar a criação e ampliação dos Centros de Comunicação Popular, Telecentros, pontos de acesso público e o fomento a produção de mídias alternativas, como: programas de rádio, TV, mídias impressas, rádios escolares e comunitárias, internet etc., com prioridade para os/as jovens como proponentes e produtores, incentivando, preferencialmente, mídias produzidas a partir de metodologia de educomunicação, garantindo a expansão do acesso e a inclusão digital no campo e na cidade, ampliando

os sinais de internet (banda larga) e telefonia, valorizando a cultura regional e garantindo a formação de educadores da rede pública para tratar dessa questão nas escolas e universidades (Propostas Finais Aprovadas da II Conferência Nacional de Juventude, 2011, p.2)

A referência relaciona-se, indiretamente, ao controle social da imagem das mulheres jovens, uma vez que, ao tratar de formas de incentivo à criação de espaços midiáticos alternativos nos quais as jovens mulheres possam ser contempladas, isso possivelmente poderá ampliar o espaço para a diversidade, uma vez que as jovens terão a possibilidade de construir sua própria autorrepresentação na produção desses conteúdos midiáticos.

No documento final da III Conferência Nacional de Políticas para a Juventude, identificou-se nove propostas eleitas como prioritárias para a ação do governo, entre elas nota-se que a proposta de número 3 enfocou a comunicação com uma pequena referência ao gênero:

36/1073 – Criar lei de fomento, criação de um canal e financiamento por meio de fundo específico e editais públicos para mídias alternativas (rádios, TVs, plataformas virtuais, dentre outros meios), incluindo todos os grupos minorizados (comunidades rurais, **mulheres**, LGBTs, negros, povos e comunidades tradicionais, deficientes etc). Ampliando assim os espaços de participação **dos jovens** nos meios de comunicação, permitindo a manutenção, capacitação e profissionalização **dos jovens** comunicadores na produção de conteúdo e todas as expressões da juventude brasileira (Propostas Finais Aprovadas da III Conferência Nacional de Juventude, 2015, p1. grifo nosso).

A proposta faz referência, em primeiro lugar, às mulheres como grupo minoritário que necessita ter o acesso garantido para produzir conteúdo para mídia alternativa. É possível interpretar que, garantindo esse acesso para as mulheres, o espaço para a diversidade pode ser ampliado. A proposta refere-se às jovens de forma conjunta com os jovens, não há referência específica para o gênero feminino; mesmo sem essa referência direta, a questão da ampliação dos espaços de participação para as juventudes nos meios de comunicação é um fator fundamental para o controle social da imagem das jovens mulheres.

Como é possível notar, são poucas as referências ao controle social da imagem das jovens mulheres nos documentos finais das conferências de juventude, considerado espaço legítimo, onde deveria tratar-se dessas questões.

Os planos nacionais de políticas para as mulheres (2004, 2007 e 2011), de um modo geral, apresentam mais detalhamento no que se refere à criação e implementação das políticas públicas de igualdade para as mulheres brasileiras. Objetivos, metas e diretrizes orientam os marcos para a elaboração das políticas públicas em várias áreas, com o intuito de avançar na igualdade entre os gêneros. Entretanto, cabe fazer uma ressalva com

referência aos estágios diferenciados de institucionalização das questões das mulheres e das juventudes na estrutura do governo federal, especialmente durante os governos do Presidente Lula e da Presidenta Dilma.

As questões das mulheres nas políticas de igualdade estão em um estágio mais avançado que as questões de juventude, considerando que já no segundo ano (2004) do governo do Presidente Lula, foi realizada a primeira conferência nacional de políticas para as mulheres, enquanto a primeira conferência nacional de políticas para a juventude foi realizada apenas no ano de 2008.

Além disso, observa-se que as políticas públicas de igualdade direcionadas às mulheres avançaram mais que as políticas para as juventudes, a exemplo da construção dos planos de políticas para as mulheres, que se apresentam mais detalhados que os documentos finais das conferências de juventude, e que sinaliza a forma como a política será criada, implementada e monitorada.

Um dos principais marcos para a institucionalização das políticas públicas de juventudes está no decreto do Estatuto da Juventude de 2013, que dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. O referido marco, sem dúvida, é resultado da atuação dos movimentos juvenis e o acúmulo gerado a partir da realização das três conferências nacionais de políticas para juventudes. A seguir destacaremos como as questões do controle social da imagem das mulheres jovens apresenta-se nos referidos planos de políticas para as mulheres.

No I PNPM, resultado da I Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, nota-se que entre os objetivos, metas e prioridades do capítulo 2, que tem como tema a educação inclusiva e não sexista, a necessidade de "combater os estereótipos de gênero, raça e etnia na cultura e comunicação". Não há recorte geracional, como é possível notar, ainda assim a referência ao combate aos estereótipos de gênero na comunicação é algo fundamental para a construção de um marco regulatório para os meios de comunicação que, conseqüentemente, garantiria a presença da diversidade das jovens mulheres no universo midiático.

Já o II PNPM (2007) apresenta um avanço ao criar um capítulo para tratar da comunicação, o capítulo 8 "Cultura, Comunicação e Mídia Igualitárias, democráticas e não discriminatórias". No texto introdutório do capítulo destaca-se o seguinte trecho relacionado ao controle social da imagem das mulheres, com recorte geracional:

Nesse contexto, e considerando que as mulheres são hoje cercadas 50% não só do público consumidor desses meios e mensagens, mas também do universo de produtores de conteúdo para tais suportes, é que se fez necessária e fundamental a inclusão do tema neste II PNPM, propiciando um espaço de debate plural, tendo a mulher e a mídia como um tema central de uma perspectiva cultural e política. As políticas de promoção da igualdade passam, portanto, a ter que considerar, necessariamente, as dimensões da cultura, da comunicação e da mídia em suas estratégias de valorização das diversidades e erradicação das **discriminações de gênero**, raça/etnia, orientação sexual, **geração**, região, entre outras. Reverter esses processos de construção de relações assimétricas de poder a partir dos campos de cultura e comunicação – em todas as suas dimensões – é um dos objetivos que passa a compor o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (II PNPM, 2007, p. 158 grifo nosso).

Ao colocar a comunicação como tema central para as políticas de igualdade, o texto ressalta a importância do controle social dos meios de comunicação para o avanço da igualdade entre os gêneros no país. Também destaca-se as seguintes prioridades, apresentadas no capítulo para colocar em prática esse controle:

- i) ampliar o debate nas esferas do Estado e da sociedade sobre a **representação da imagem das mulheres na mídia** e os significados dessa representação para a construção de uma sociedade mais solidária e igualitária;
- ii) contribuir para a formulação de um marco regulatório do Sistema de Comunicação do país, com propostas para o enfrentamento de abordagens preconceituosas e discriminatórias com relação a gênero, raça/etnia e orientação sexual, bem como de mecanismos institucionais que estimulem a produção e veiculação de mensagens e discursos visuais e sonoros não-discriminatórios;
- iii) assegurar a **introdução das perspectivas de gênero**, raça/etnia e orientação sexual no debate sobre **políticas públicas de comunicação**;
- iv) atuar junto aos meios de comunicação públicos e privados para a **ampliação dos espaços de expressão das mulheres** e de todos os segmentos discriminados;
- v) **garantir às mulheres o acesso à produção de conteúdo**, com especial atenção para a produção em áudio e audiovisual para veiculação em larga escala (II PNPM, 2007, p. 161 grifo nosso).

Entre os objetivos específicos do eixo está "IV. Contribuir para ampliar o controle social sobre a veiculação de conteúdos discriminatórios na mídia em geral". O capítulo 8 trata, de forma ampla e aprofundada, sobre as políticas de comunicação na perspectiva de gênero, porém trata a mulher de forma universal, sem recorte geracional. A única menção ao recorte geracional está no final do capítulo, na prioridade 8.2 "**Estimular a produção e a difusão de conteúdos não discriminatórios e não-estereotipados das mulheres**, valorizando as dimensões de raça/etnia, orientação sexual e **geração**" (grifo nosso).

O capítulo 10 do II PNPM "Enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem as mulheres, com especial atenção às jovens e idosas" traz uma preocupação mais direcionada com o recorte geracional. No texto introdutório do capítulo há uma referência às

jovens mulheres e à comunicação, mas focada em sua experiência nessa etapa da vida e na crítica da padronização da imagem das mulheres nos meios de comunicação:

Para as mulheres jovens, esse período é muito denso, pois devem responder a várias demandas apresentadas em poucos anos. Nesta etapa, se dá o que se convencionou chamar de vida dupla feminina, ocorrendo um acúmulo de responsabilidades com os aspectos tradicionais e modernos das responsabilidades consigo mesma, com a casa, filhos, trabalho e estudos. A estética da beleza é outro valor corrente que interfere na forma com que as mulheres jovens lidam com seus corpos, com suas vidas e como se inserem no espaço social. A estética comercializada pelos meios de comunicação idealiza um modelo único de mulher, sugerindo que esta seja a única possibilidade de inserção social "positiva", fixando-se um padrão de beleza a ser atingido que pouco representa a diversidade das mulheres brasileiras, além de evidenciar a necessidade constante da aprovação do outro, que muitas vezes é do sexo masculino (BRASIL, p. 180, 2007).

Observa-se que o eixo difere do restante do plano, porque há uma preocupação direta em tratar as políticas de gênero, na perspectiva geracional:

A implementação das ações propostas ao longo do II PNPM exige que todo o governo esteja atento para as desigualdades que afetam com maior incidência as **mulheres jovens** e idosas, entendendo-se que as mulheres não constituem um segmento homogêneo, mas são marcadas por múltiplas identidades. Para que as mulheres possam, de fato, desfrutar de todos os seus direitos, faz-se primordial **considerar suas especificidades geracionais**, identificando e reconhecendo plenamente a diversidade presente em cada uma de suas etapas de vida. Tal iniciativa pressupõe, então, que o estudo das desigualdades e a consequente elaboração de políticas públicas partam do reconhecimento da pluralidade e da múltipla dimensão das complexas relações estabelecidas entre as diversas dimensões culturais e componentes das relações de gênero e geração (II PNPM, 2007, p. 182 grifo nosso).

Não há entre os objetivos gerais e específicos, metas e prioridades do capítulo, uma vinculação com a discussão das políticas públicas de comunicação e suas interfaces com o controle social da imagem das mulheres jovens.

No PNPM 2013-2015 (2011), construído na III Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, observa-se um aumento significativo das propostas relacionadas ao controle social da imagem das jovens mulheres. Propostas estão presentes no capítulo 8, que versa sobre "Cultura, esporte, comunicação e mídia"; no capítulo 9 do PNPM 2013-2015 (2011), que diz respeito ao "Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia" e no capítulo 10, que trata da "Igualdade para as mulheres jovens, idosas e mulheres com deficiência", capítulo este que destaca mais diretamente a questão das jovens mulheres.

No texto introdutório do capítulo 8 há uma referência afirmando que o Estado também deve se preocupar com o valor simbólico dos conteúdos veiculados nos diferentes meios de comunicação, já que esses conteúdos atuam na construção simbólica dos marcadores de gênero, etnia, raça, geração e classe. Assim, as diretrizes para as políticas

de promoção da igualdade no referido plano"consideraramas dimensões da cultura, da comunicação e da mídia em suas estratégias de valorizaçãodas diversidades e fim das discriminações de gênero, raça/etnia, orientação sexual, identidade de gênero, geração, região".

Além disso, ainda no texto introdutório do capítulo 8, menciona-se que, alterar os processos de construção de relações assimétricas de poder, a partir dos campos de cultura e comunicação é um dos objetivos do PNPM 2013-2015 (2011). Entre os objetivos do capítulo 8, dois merecem destaque:

I. Promover uma imagem não estereotipada das mulheres, valorizando-as em sua diversidade;

VI. Contribuir para o debate do marco regulatório do sistema de comunicação brasileiro e formular propostas que contribuam para veiculação não discriminatória e não estereotipada da **imagem da mulher nos meios de comunicação** e em mensagens de utilidade pública, promovendo a participação social (PNPM (2013-2015), 2011, p. 75 grifo nosso).

Os dois objetivos ressaltam a importância do controle social da imagem das mulheres em toda a sua diversidade, o que permite inferir que a questão geracional está contemplada nessa diversidade, e que o Estado deve assumir o compromisso de estabelecer o marco regulatório do sistema de comunicação brasileiro para que seja possível avançar na igualdade entre os gêneros nos meios de comunicação.

No capítulo 9 do PNPM 2013-2015 (2011) que trata do "Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia", há entre as metas um destaque sobre a questão de gênero e geração no combate a discriminação midiática:

J. Produzir e difundir conteúdos não discriminatórios e não estereotipados das mulheres nos meios de comunicação, assim como promoção do acesso igualitário aos esportes e ao fomento às produções culturais, reconhecendo seu protagonismo e realizações nesses campos e valorizando as dimensões étnicas, raciais, de orientação sexual, de identidade de gênero e **geracional** (PNPM (2013-2015), 2011, p. 86 grifo nosso).

No capítulo 10 que trata especificamente das jovens mulheres (Igualdade para as mulheres jovens, idosas e mulheres com deficiência), não há referência às políticas de comunicação.

A partir da realização da análise documental das propostas ao longo dos anos de 2004 a 2015, que corresponde ao período que foram realizadas conferências nacionais, quando debateram-se as políticas públicas para as mulheres e para juventude, nota-se que

o tema "controle social da imagem das jovens mulheres" foi institucionalizado nos documentos que direcionam a elaboração das políticas públicas para esse segmento, porém não é possível mensurar a materialidade dessa institucionalização a partir da análise desses documentos; o que se pode destacar é que a temática ganhou mais espaço na terceira conferência nacional de políticas para as mulheres e na terceira conferência nacional de políticas para a juventude.

Nas conferências de juventude, o tema só ganhou uma dimensão mais ampla na terceira conferência, embora limitada, uma vez que enfatiza a importante ampliação dos espaços de participação para as juventudes nos meios de comunicação, mais não aprofunda no detalhamento de uma política pública de comunicação voltada, exclusivamente, para o controle social da imagem das mulheres jovens.

Nas conferências das mulheres, o tema esteve presente desde a primeira, mesmo de forma indireta, quando tratou de forma geral o combate aos estereótipos de gênero na cultura e na comunicação, e ganhou mais destaque, como descrito na segunda e na terceira conferências, quando tratou de forma mais direta, num capítulo que tem entre os temas destacados, as jovens mulheres.

Considerações Finais

O tema comunicação, como notamos, foi referenciado nos documentos finais das três conferências nacionais tanto das mulheres como da juventude. Ao abordar a forma como o controle social da imagem das jovens mulheres foi tratado nos documentos institucionais, pontuamos a existência de desafios que ainda persistem para a construção da diversidade de representação das jovens mulheres no cenário midiático brasileiro.

Tornar a comunicação social instrumento para propagação da igualdade entre os gêneros e para mudança da representação da imagem das jovens mulheres veiculada pelos órgãos de informação no país, é um passo importante para a democratização dos meios de comunicação, que ainda estão concentrados nas mãos de poucas famílias que definem o conteúdo que a grande massa da população tem acesso. A exclusão das maiorias sociais da mídia e o controle da informação serviram, historicamente, para garantir privilégios e manter a desigualdade no acesso ao poder (INTERVOZES, 2015) e a desigualdade entre os gêneros.

A questão da construção de estratégias de controle social da imagem das jovens mulheres, mesmo referenciada de forma limitada, representou avanço na institucionalização da pauta no âmbito dos espaços políticos das conferências; os documentos gerados nessas

conferências devem ser reconhecidos como frutos de intensa participação social, inclusive das próprias jovens mulheres demandantes das políticas aqui descritas.

Contudo, o principal desafio para a materialização das propostas é o compromisso do governo federal com a implementação, através de adequada destinação orçamentária para essas políticas públicas, o que em um cenário de grande incerteza, dada a atual conjuntura política de instabilidade que impera no país, não é possível ter uma previsão. Com a saída brusca da Presidente do país, Dilma Rousseff, as políticas sociais são colocadas em xeque, especialmente as políticas voltadas para as mulheres e juventudes, que são políticas de governo e não alcançaram o status de políticas de estado.

A ruptura das políticas sociais - voltadas para mulheres e juventudes aqui destacadas -, que representam um legado do governo do Partido dos Trabalhadores iniciado em 2003 e paralisado em maio de 2016, não está descartada, o que torna vital a articulação dos movimentos das jovens mulheres feministas, para que o avanço alcançado a partir da institucionalização da pauta no governo federal, não seja apagado da história e que possa, no futuro, ser desdobrado em políticas públicas que garantam espaço para a diversidade de representação da imagem das jovens mulheres nos meios de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. 70. ed. Lisboa, Portugal: LDA, 2009.

BRASIL, Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM I)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2004. Disponível em: <<http://www.spm.gov.br/assuntos/pnpm/plano-nacional-politicas-mulheres.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

_____. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM II)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodegenero.gov.br/eixo/politicas-publicas/pnpm/comite-de-monitoramento-do-ii-pnpm/Livro_II_PNPM_completo08.10.08.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2016.

_____. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM 2013-2015)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2011. Disponível em: <<http://www.spm.gov.br/assuntos/pnpm/publicacoes/pnpm-2013-2015-em-22ago13.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

_____. Presidência da República. Secretaria Nacional de Juventude. **Caderno de Resoluções da I Conferência Nacional de Políticas para a Juventude**. Brasília: Secretaria Nacional de Juventude, 2008. Disponível em: <<http://www.secretariadegoverno.gov.br/arquivos/imagens-publicacoes/29%20Resolucoes%20e%20Balanco.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

_____. Secretaria Nacional de Juventude. **Propostas Finais Aprovadas da II Conferência Nacional de Juventude**. Brasília, 2011. Disponível em:

<https://issuu.com/participatorio/docs/propostas_finais_da_ii_conferencia/1>. Acesso em: 1 jun. 2016.

_____. Secretaria Nacional de Juventude. **Propostas Aprovadas da III Conferência Nacional de Juventude**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://juventude.gov.br/conferencia/noticias/divulgada-lista-de-proposicoes-dos-grupos-de-trabalho/>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Caminhos para a luta pelo direito à comunicação no Brasil - como combater as ilegalidades no Rádio e na TV**. São Paulo: 2015. Disponível em: <http://intervozes.org.br/arquivos/interman004cldcnb>. Acesso em: 1 jun. 2016.

MARINONI, Bruno. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. n. 13/2015, Friedrich Ebert Stiftung, Brasil, 2015.

MENESES, V. D. ; MIRANDA, C. M. . Reflexões sobre a cultura da imagem e o imaginário feminino na publicidade. In: **Observatório**, Palmas, v. 1, n.1, p. 162-184, 2015.

MIRANDA, C. M.. Debates sobre comunicação e cultura a partir do ponto de vista das jovens mulheres. In: LOBATO, Ana Laura. (Org.). **Jovens Mulheres e Políticas Públicas** (Livro Eletrônico) - Coleção juventude. Série Estudos, n. 2.2.ed.Brasília - DF: Presidência da República, v. 1, p. 168-180, 2014.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia** – controle social comparado. São Paulo: Publisher Brasil, 2012. 296 p.

ROST, Mariana. &VIEIRA, Miriam Steffen. Convenções de Gênero e Violência Sexual: a cultura do estupro no ciberespaço. In: **Contemporânea: comunicação e cultura**, Salvador, Universidade Federal da Bahia, v.13, n.02, p. 261-279, mai./ago. 2015.