

Seminário Nacional



Rio de Janeiro, 22 e 23 de setembro de 2007

Cultura, comunicação e mídia em um espaço plural de debates

Novo eixo da II CNPM tem destaque na mesa de abertura

Denise Gomide



Dia 22 de setembro (sábado)

A importância dos resultados das Conferências Nacionais de Políticas para as Mulheres foi um dos temas de destaque na abertura da quarta edição do Seminário *A Mulher e a Mídia* – que acontece até amanhã, 23 de setembro, no Hotel Novo Mundo (RJ). A mesa contou com a participação da ministra Nilcéa Freire, da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM); Jacira Melo, diretora do Instituto Patrícia Galvão; e Júnia Puglia, vice-diretora do escritório do Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem).

Para a ministra Nilcéa Freire, o Seminário *A Mulher e a Mídia* ganhou um “toque especial”, pois *Cultura, Comunicação e uma Mídia Não-Discriminatória* foi o tema de um dos novos eixos votados na II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres (II CNPM), que aconteceu em Brasília, entre 17 a 21 de agosto deste ano.

Com isso, avaliou, esta edição do encontro leva esta responsabilidade adicional: de todas já estarem também pensando neste novo eixo, que será incluído no Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM). “Ainda estamos trabalhando nos resultados da Conferência. E até o final deste ano pretendemos estar com o plano revisto”, salientou a ministra.

Nesse sentido, além de um grupo geral para trabalhar o PNPM – do qual participa o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, que faz interface com a Secretaria e a sociedade civil –, a SPM está propondo um pequeno Grupo de Trabalho para tratar especificamente o eixo Cultura, Comunicação e Mídia, com base nas deliberações da Conferência. “Preliminarmente, entendemos que este eixo merece um adicional de colaboração das companheiras do movimento que vêm, nestes anos todos, nos acompanhando e acompanhando o trabalho do movimento de mulheres desta área de comunicação e de jurisdição, que foi muito inspiradora para a inclusão deste eixo no Plano.”

Espaço plural

O protagonismo da SPM na idealização e na criação do Seminário *A Mulher e a Mídia* foi ressaltado por Jacira Melo, ao informar que este quarto encontro conta com participantes de 25 Estados e também com a presença de alguns homens. “Enquanto proposta, o Seminário tem autoria: é de Nilcéa Freire e de Lourdinha Antonioli”, disse, informando que o Instituto Patrícia Galvão foi convocado a compor esta parceria, considerada desafiadora e de um aprendizado enorme.

Jacira lembrou que, na trajetória do Seminário, iniciada em 2004, estiveram em debate diferentes dimensões da questão mulher e mídia, sempre com expositoras e expositores diversificados: profissionais que atuam em televisão, rádio, revistas, Internet; pesquisadoras/es de mídia e sobre a mulher; e principalmente com a presença de mulheres que, em espaços estratégicos, acompanham o Seminário há quatro anos.

Os debates contaram com uma participação também muito diversificada: integrantes de organizações dos movimentos de mulheres e feminista; de secretarias, coordenadorias e conselhos dos direitos das mulheres; gestoras e gestores das áreas de educação, segurança pública e saúde, entre outras tantas; estudiosas/os e profissionais de mídia. Muitas das participantes presentes, hoje, estiveram em todas as edições. “A proposta de *A Mulher e a Mídia* é estimular e propiciar um espaço de debate plural, de diferentes perspectivas, tendo a mulher e

a mídia como um tema central de uma perspectiva cultural e política.”

Articulação

Júnia Puglia, vice-diretora do escritório do Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem), lembrou vários acontecimentos importantes ocorridos desde 2002, entre eles, um encontro em São Paulo, onde se discutiu a criação do Instituto Patrícia Galvão; a criação da Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres; e o processo das conferências nacionais de políticas para as mulheres.

“É realmente extraordinário o que aconteceu neste período: com a ministra Nilcéa, temos uma relação cotidiana com a SPM; temos o Patrícia Galvão levantando este assunto de uma forma também extraordinária com as mulheres; e a II CNPM impactou Brasília com uma `avalanche de mulheres`, não só pelo número, mas pelas suas ações.”

Homenagem a Ednalva Bezerra marca abertura de *A Mulher e a Mídia 4*

Uma homenagem da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres e de todas as participantes a Maria Ednalva Bezerra de Lima, secretária Nacional da Mulher da CUT, falecida em 10 de setembro, vítima de meningite, marcou e emocionou a abertura da quarta edição do Seminário *A Mulher e a Mídia*, que acontece até amanhã, 23 de setembro, no Hotel Novo Mundo (RJ).



Na sua trajetória de professora, sindicalista e feminista, Ednalva empenhou grandes lutas pelos direitos das mulheres trabalhadoras e pelo fim das desigualdades de gênero e raça, reconhecidas tanto no Brasil quanto em diversos outros países. Esteve, entre outros, na coordenação da Comissão de Mulheres das Centrais Sindicais do Cone Sul, na vice-presidência do Comitê da Mulher Trabalhadora da Organização Regional Interamericana de Trabalhadores (2001/05) e foi integrante

do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher por dois mandatos consecutivos. Ednalva participou ativamente da II CNPM, onde coordenou a Plenária Final.

Seminário Nacional



Rio de Janeiro, 22 e 23 de setembro de 2007

Em discussão os desafios abertos pela TV pública

Angela Freitas



Dia 22 de setembro (sábado)

9h30 - Mesa 1

TV Pública: Ampliação dos canais de expressão para mulheres?

Valores, opinião e a invisibilidade do protagonismo das mulheres; TV e as questões que envolvem os direitos das mulheres

Ivana Bentes – Professora de Comunicação da Eco/UFRJ

Fátima Jordão – Socióloga / Assessora de Pesquisa – TV Cultura/SP

Coordenadora – Wania Sant´Anna – Historiadora / Comissão de Diversidade da Petrobrás

Debatedora – Ministra Nilcéa Freire – SPM

O Brasil entra em um novo ciclo de comunicação com a televisão digital, que oferecerá quatro canais às emissoras, com capacidade de interatividade a partir de 2 de dezembro. Somando a isto a criação de uma nova TV pública e a universidade virtual, que já é uma realidade em São Paulo e que em breve deverá ser em todo o país, a socióloga Fátima Jordão, assessora de pesquisa da TV Cultura de São Paulo sugeriu que o cidadão brasileiro terá que “aprimorar sua musculatura” para acompanhar este ritmo. Isto num país onde o conceito de público “é pouco pensado”, como afirmou Ivana Bentes, professora de Comunicação da Escola de Comunicações da UFRJ, redobrando a necessidade de um grande exercício para incidir neste processo.

Com a internet e outras modernidades comunicacionais, muitas pessoas de uma gama variada vêm se tornando “produtoras de informação e de conteúdo”, o que tornou o direito de fazer mídia mais disseminado e mais praticado, como também citou Ivana Bentes.

Coordenada pela historiadora Wania Sant’Anna, da Comissão de Diversidade da Petrobrás, a primeira Mesa do Seminário *A Mulher e a Mídia 4* - realizada sem as fundamentais presenças dos ministros Gilberto Gil (MinC), Franklin Martins (Secom) e Matilde Ribeiro (SEPPIR) - celebrou a anunciada criação pela SPM de um grupo de trabalho, com participação de organizações de mulheres, para tratar do eixo “cultura, comunicação e uma mídia não-discriminatória” como um tema central e não acessório para a produção da igualdade, como afirmou a ministra Nilcéa Freire, admitindo que esta compreensão ela desenvolveu no exercício do cargo como ministra da SPM.

Fátima Jordão sugeriu que este grupo se debruce de imediato sobre a recém-formulada [Carta de Brasília](#) - manifesto em que constam os princípios fundantes da televisão pública brasileira. Entre estes está: a promoção de formação crítica do indivíduo para a cidadania e a democracia; ser a expressão das diversidades de gênero, racial-étnica, de orientação sexual etc.; e ser um instrumento impulsor dos direitos à comunicação, à cultura, aos direitos humanos. Citando a afirmação do ministro Franklin Martins, de que a televisão pública “verá o espectador como cidadão e não como consumidor”, a palestrante recomendou uma resposta à altura, reivindicando que as mulheres querem ser protagonistas, participantes e proponentes e não espectadoras da televisão pública. Significa também participar da definição das formas de financiamento, monitorar a qualidade do discurso e dos conteúdos, desenvolver esses conteúdos.

Resgatando a vivência histórica do Brasil na criação e desenvolvimento de veículos públicos de comunicação, Jordão citou brevemente o episódio do assassinato do jornalista Wladimir Herzog – então funcionário da TV Cultura - para introduzir o tema do risco da tutela governamental quando se trata de discutir uma televisão pública legítima. Não se garante isto sem forte aliança com a cidadania. A Constituinte brasileira de 1988 definiu pela necessidade de três tipos de televisão - pública, privada e estatal -, mas a regulamentação desta lei é frágil, e concessões ainda são feitas de forma “secreta, privada, esquisita”.

Assim se referiu Fátima Jordão, antes de valorizar a audiência da TV pública brasileira, em contraposição à audiência das concessões privadas, que tem um perfil próprio de comunicação, para consumidores.

Com 45 milhões de televisores nos domicílios, a televisão pública tem entre 1% e 2% desta audiência. “Em termos de grandes totalidades e pensando o sentido hegemônico da mídia, é uma audiência pequena”. Mas pensando na multi-segmentação que hoje caracteriza o público de televisão, e pensando que esta proporção corresponde a um alcance diário de 4 milhões e meio de domicílios, não é pouco. E mais, observando a totalidade de jornais impressos em circulação - que chega a 3 milhões e 800 mil de exemplares diários – vê-se que a televisão pública tem mais audiência do que todos os jornais juntos. E tem mais audiência do que todos os canais pagos no Brasil, que alcançam uma faixa de 2 milhões e 500 mil adultos.

Quantidade não é qualidade

Ivana Bentes mencionou que a televisão comercial trabalha com a falácia de que tudo que tem audiência tem qualidade, como se grande audiência legitimasse qualquer conteúdo.

Hoje temos debates sobre controle dos conteúdos veiculados na televisão, sobre classificação dos programas por faixa etária ou sobre a instituição do direito de resposta na televisão, uma vez que há uma “assimetria absoluta”, como disse Bentes, entendendo o direito de resposta como um direito fundamental. As televisões comerciais reagem a tudo isto usando a “linguagem das lutas sobre liberdade de imprensa para criar antipatia pública diante de qualquer tentativa de controle social dos meios de comunicação”, ela lembrou. Enquanto uma grande emissora pode acabar com reputações e construir novas, a cada jornal veiculado,

uma tentativa de controle pode ser tachada de censura, “ou stalinismo”.

Nas questões que envolvem os direitos das mulheres, Bentes ironizou como nas novelas somente as vilãs e prostitutas têm sexualidade ativa ou fantasias sexuais: “Somos condenadas a determinados estereótipos”, da mulher linda, descolada, ou então submissa, sem meio termo. A mulher que não seja vilã ou prostituta não faz aborto em novela (embora na realidade a história seja outra). “A diversidade aparece no nicho de consumo, através de clichês”.

Para Nilcéa, expressões da periferia são colocadas de forma pasteurizada: “existe uma captura da expressão deste segmento, maquilada, como acontece na série *Antônia* ou em *Cidade dos Homens*”.

Nilcéa Freire exemplificou com evento recente como a mídia comercial ignora certos fatos. Foi realizada em Brasília, no dia seguinte ao encerramento da II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, a Marcha das Margaridas, com 40 mil trabalhadoras rurais e uma pauta de 107 itens. A única coisa que saiu no *Jornal Nacional* foi que “mais uma vez o presidente Lula ataca as elites, em encontro com o movimento da Contag”. Somente no final da matéria fala-se das mulheres trabalhadoras rurais, sem mostrar uma única imagem da Marcha propriamente dita.

Os jornais impressos de circulação nacional “noticiaram muito economicamente” o evento, e um deles estampou “maldosamente” na capa uma foto que insinuava um beijo “sexualizado” da ministra no presidente. Assim, a Marcha “não se torna agenda e pauta para a sociedade”.

O que fazer?

A televisão pública não deve ser o espelho deste modelo. O Estado está apontando para um modelo que não é privado nem estatal, mas público. E este modelo de público está por se definir, conforme ressaltou Ivana Bentes. E como fazer para incidir neste espaço e imprimir aí uma agenda mais democrática, em um momento em que há uma crise institucional das organizações sociais e em que a própria universidade está em crise. Se bem que crises podem ser momentos também de criação.

O domínio da linguagem, da internet, do discurso jornalístico, das técnicas de comunicação, são requisitos estratégicos para sair da posição de “estar meramente representada” para “fazer mídia”, “fazer televisão pública”. É preciso conhecer para

interferir no modelo de gestão e impedir que este seja, mais uma vez, centralizador. Voltando ao tema da audiência, a professora Ivana Bentes afirmou que a televisão pública pode se dar ao luxo de trabalhar com nichos, segmentações de audiência e fazer experimentações. “Há coisas que não passam pela grande mídia, por exemplo o que passa na internet (*You Tube*), em que uma única pessoa faz uma produção que pode ser vista e ouvida por milhões de pessoas. Não se trata de fazer isto, mas de estar atenta e ciente para não cair nas armadilhas de duplicar o modelo que já existe, que trabalha com clichês, com o já sabido”.

A ministra também ressalta a pro-atividade da sociedade como fundamental neste processo, para delimitar claramente o sentido de “público” como aquilo que está a serviço da sociedade, de todas as pessoas. E que por isso mesmo deve ser de qualidade, e com todos os recursos tecnológicos disponíveis. “Para isto, a sociedade pagará, não com assinatura ou comprando produtos, mas com os impostos que se paga”. E terminou sua fala propondo que deste seminário se produza um documento, a ser encaminhado ao grupo de pessoas que está trabalhando a televisão pública, com as reivindicações de participação de mulheres na gestão, formulação, e como massa crítica na televisão pública.

11h - Debate

Por uma TV pública com uma efetiva participação das mulheres

Nas novelas, as mulheres interessantes são sempre vilãs

Denise Gomide



As mulheres, seu protagonismo e participação na TV pública – e na futura TV Brasil –, controle social da mídia e TV digital estiveram no centro dos debates ocorridos após a Mesa 1 – *TV pública: ampliação dos canais de expressão para mulheres?*

A qualidade dos comerciais, dos conteúdos televisivos e também da imprensa em geral foram alguns dos grandes problemas apontados, juntamente com suas pautas sexistas e racistas; com estereótipos e clichês; fotos jornalísticas usadas maldosamente e distorcendo fatos; propagandas em que a mulher é mais uma mercadoria...

A coordenadora da Mesa, a historiadora Wania Sant´Anna, foi taxativa: “Qual qualidade esta TV tem? Não tem.” Para ela, este é um momento em que se deve “consumir” uma política pública de comunicação. Além disso, considerou que é imprescindível que a formulação da TV pública seja feita com tecnologia digital, qualidade e bom gosto.

Mas como intervir nessas programações e anúncios? “Se é um programa em que o foco maior são crimes contra as mulheres, eles deveriam mudar de rumo e ter como foco a violência contra a mulher”, sugeriu Gláucia Helena, gestora de Políticas para Mulheres de Contagem (MG). Ela considera que o controle social é fundamental na mídia, e não só televisiva.

Por outro lado, a gestora também lembrou como o controle social ocasionou uma reação muito grande de artistas no ano passado: em junho, por ocasião da portaria tornando obrigatório o uso do chamado “Manual da Nova Classificação Indicativa” – elaborado pelo Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação e pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) –, artistas como Fernanda Montenegro e Tony Ramos firmaram um abaixo-assinado contra a sua aplicação. “Quando se tenta fazer uma proposta de controle social de um espaço que seja amplo e democrático, vêm aqueles ao qual assistimos e dizem não”, comentou Gláucia.

Por sua vez, Gláucia Matos Adeníké, da ONG Fala Preta e da Marcha Mundial das Mulheres, propôs: se a TV pública pode atingir de 1% a 2% da população – cerca de 4 milhões de pessoas – e se do Seminário resultar um documento, “por que não tirarmos uma estratégia para garantir o não-sexismo, o não-racismo, que esta TV não traga a xenofobia?”

Vilãs

Durante sua exposição na Mesa, Ivana Bentes mostrou como nas novelas somente as vilãs e prostitutas têm sexualidade ativa ou fantasias sexuais. Criticou, também,

que as mulheres estão condenadas a determinados estereótipos – o que provocou muitos comentários. “Prostitutas e vilãs, por debaixo dos panos, fazem sucesso, mesmo com a cultura moralista”, disse Maria Amélia Freire, coordenadora da Secretaria de Políticas Públicas para as Mulheres do Rio Grande do Norte, para quem é importante a articulação com jornalistas, com vistas a mudar o rumo das pautas.

Para Mercedes Lima, da Articulação Mulher e Mídia, a TV não cria o preconceito, ele está na sociedade. “A TV reforça os preconceitos – e mata as mulheres que lidam bem com os seus corpos.” E já que as mulheres têm a percepção crítica da imagem que fazem delas, Rachel Moreno, também da Articulação Mulher e Mídia, constatou: “Temos de ver como desmontar este discurso.”

Na opinião de Ivana, as mulheres têm de partir efetivamente para a divulgação dos temas tabus: sexualidade, novos arranjos familiares, mulheres que não querem ter filhos, idealização da maternidade... “Temos de usar um linguajar mais incisivo para abordar estes temas.” Ao salientar que é a TV que forma a audiência, ela sugeriu que as mulheres se preocupem em como esta é formada. “É importante ter mais metodologias para discutir a mídia.” Da mesma forma, apontou que no modelo da TV pública em discussão, a proposta é que 80% da produção seja independente, ou seja, a sociedade civil organizada também poderá produzir os seus próprios conteúdos.

Nesse sentido, na I Conferência Nacional de Políticas para Mulheres, lembrou a ministra Nilcéa Freire, debatedora da Mesa, também houve intervenções sobre controle social e a imagem da mulher na TV. “Temos buscado alguns caminhos, mas têm sido insuficientes. E se não fizermos agora, é difícil consertar, porque as questões se cristalizam.”

TV pública e rádios comunitárias

A TV pública pode ser o caminho para que este controle se faça de forma mais imediata, de acordo com a expositora Fátima Jordão, que ressaltou que todas/os devem prestar muita atenção à [Carta de Brasília](#) e suas propostas. “Já temos instrumentos sofisticadíssimos de medição de audiência, e isto precisa ser trabalhado em medição da qualidade de conteúdos”, propôs. “Há uma fase do controle social que tem de ser mediada por um debate paciente e maduro.”

Beatriz Barbosa, integrante da coordenação do Intervozes, lembrou que, junto com

Ministério Público e outras ONGs, conseguiram em 2005, por meio de uma ação civil pública, a suspensão do programa *Tarde Quente*, do apresentador João Kléber. Além disso, e de verba para um Fundo dos Direitos Difusos, a Justiça concedeu às organizações um espaço para "contrapropaganda", e a Rede TV! teve de veicular, entre os dias 5 de dezembro e 13 de janeiro de 2006, programas promovendo os direitos humanos. "Temos de interferir também na hora de fazer um comercial. E vamos ocupar o espaço da TV pública."

Os problemas enfrentados pelas rádios comunitárias, até hoje sem solução no Brasil, também foram destacados por Zozelma Araújo dos Santos, de São Paulo, e por Inês Amarante, pesquisadora de comunicação e semiótica da PUC/SP. "A mídia é controlada pelos empresários", frisou Inês.

"Mais do que TV pública, vivemos um momento de discussão sobre o sistema público de comunicação", observou Denise de Vieira Viola, da Rede de Mulheres em Comunicação (RJ). "Nós, mulheres, temos cada vez mais de ocupar estes espaços, como a rádio – que chega a 98% dos domicílios brasileiros. E a mulher em casa e a caminho do trabalho faz parte desta discussão, que temos de colocar com linguagem clara."

Propaganda e financiamento

Como deve ser o financiamento da TV pública? Ela deve ou não ter comerciais? Essas questões vieram à tona quando algumas participantes se mostraram contra as propagandas no sistema público de mídia. Porém, para a professora Ivana, achar que a TV pública não pode ter publicidade é falar que não pode ter financiamento. "Não podemos "demonizar" o mercado, nós fazemos parte do mercado e do Estado – que é tratado como se fosse uma entidade abstrata", disse, sugerindo que as empresas com "pensamento social" podem ser fontes desse financiamento.

Fátima Jordão deu o exemplo da TV Cultura: o canal não divulga propagandas de remédios, bebidas alcoólicas e nem as que estimulam crianças ao consumo. "A questão é como combinar as fontes de financiamento", observou. "E a salvação da TV pública é justamente ter várias fontes de financiamento, porque fazer televisão custa caro."

TV digital

A TV Digital se instalará dia 2 de dezembro e, como a TV Brasil, o importante não é a data ou o dia, é o sistema, avaliou Fátima Jordão. No Brasil, a escolha foi pelo

sistema japonês. Do ponto de vista prático, explicou, isto significa duas linhas de opção para as emissoras, para a TV pública: ter um aperfeiçoamento da imagem, com um sinal de definição quase cinematográfica; com este sistema, é possível transmitir em digital e receber em analógico.

Mas para receber em digital, alertou Fátima, é preciso ter o equipamento apropriado. “O governo imaginou produzir este equipamento por cem reais, e os fabricantes dizem que não dá para produzir por menos de 800 reais.” Com isso, relatou, a indústria acredita que, em cinco anos, somente 19% da população terá acesso ao sistema digital. “Deste total, aproximadamente 80% serão pessoas de alta renda”, criticou. “Esta nova tecnologia deve chegar rapidamente ao maior número possível de pessoas. É importante, principalmente por causa da interatividade, ou seja, a interferência direta nos programas. As pessoas farão perguntas, e os canais terão de ouvir opiniões.”

Seminário Nacional



Rio de Janeiro, 22 e 23 de setembro de 2007

Quando a mídia discrimina ou não as mulheres no poder

Bia Barbosa



Dia 22 de setembro (sábado)

14h - Mesa 2

A Mídia Desqualifica as Mulheres no Poder?

A insensibilidade das redações na relação com as mulheres no poder

Eliane Cantanhede – Jornalista / Colunista da Folha de S.Paulo

Mauro Malin – Jornalista

Jurema Werneck – Doutora em Comunicação / Coordenadora da ONG Criola

Maria Cláudia Cabral - Ministério da Cultura

Coordenadora – Cecília Teixeira Soares – Presidenta do Conselho Estadual dos Direitos da Mulher RJ / Superintendente dos Direitos da Mulher

Debatedora – Céli Pinto – Cientista Política / UFRS

Em 1978, um grupo de jornalistas apresentou à CPI da Mulher um levantamento interessante acerca da representação feminina no jornalismo. Na época, a presença das mulheres nas redações era mínima. O estudo, feito durante 20 dias com sete jornais de circulação nacional, mostrou uma desigualdade gigante também no tratamento das reportagens. Das 1.157 fotos em que apareciam mulheres, 294 sequer citavam o nome da personagem retratada. Cerca de 60% dessas imagens estavam nas seções de arte e entretenimento ou em colunas sociais. Enquanto, no mesmo período, os homens estiveram presentes em aproximadamente 13 mil títulos de matérias do jornal, às mulheres foram reservados apenas 947. Na editoria de política, 23 títulos. Na de economia, 3.

Trinta anos depois, a presença feminina nas redações aumentou exponencialmente. Veículos como a *Folha de S.Paulo*, o maior jornal em número de leitores em todo o país, possuem um grande número de mulheres em posição de chefia. A editora executiva da publicação, por exemplo, é uma mulher. Na base das redações da grande imprensa, a representatividade também é grande. No jornal *O Globo*, 51% são mulheres. Em *O Estado de S.Paulo*, 37%. Ali, duas editorias executivas e a editoria de economia são ocupadas por mulheres.

"Então a mulher está muito bem representada na imprensa brasileira. Somos poderosas pra caramba na mídia", acredita a colunista da *Folha de S.Paulo*, Eliane Cantanhede. A jornalista apresentou os números da pesquisa da CPI da Mulher e falou da situação atual das redações brasileiras na segunda mesa deste sábado (22/09) do Seminário *A Mulher na Mídia 4*, que tinha a seguinte questão a ser debatida: a mídia desqualifica as mulheres no poder?

Eliane tem dúvidas. Para ela, por exemplo, o sempre lembrado escândalo feito acerca do caso da ex-ministra da Fazenda, Zélia Cardoso de Melo, com o então ministro da Justiça, Bernardo Cabral, não simboliza uma desqualificação da mulher pela imprensa. "O problema da Zélia não era ser mulher. Era uma questão de governo e de conjuntura. Anos depois houve a história da Marta Suplicy e isso não virou um escândalo, como no caso da Zélia. Porque o momento político era diferente, o governo que elas representavam era diferente", afirmou.

O jornalista Mauro Malin, outro debatedor do evento, concorda. Para ele, a discriminação que existe contra as mulheres na mídia não tem nenhuma especificidade em torno daquelas que estão no poder. Seria a mesma discriminação que há contra todas as mulheres, assim como a que há contra negros ou pobres no dia-a-dia da sociedade.

Malin elencou casos emblemáticos de mulheres que chegaram ao poder e que, na sua opinião, não sofreram qualquer discriminação por parte da mídia. Da princesa Isabel às atuais ministras da Casa Civil, Dilma Rousseff, e do Meio Ambiente, Marina Silva - passando pela ex-prefeita de São Paulo, Luiza Erundina, e pela presidente do Supremo Tribunal Federal, Ellen Gracie.

"Marta Suplicy também. Ela era das que mais explicitava as questões femininas. Ganhou uma eleição em dois turnos e saiu popularíssima depois do desgaste do poder. Não tenho registro de ser discriminada por ser mulher", disse. "Então, como jornalista e leitor, não me lembro de nenhuma discriminação específica contra mulheres no poder", completou. Para ele, inclusive a foto publicada recentemente pela *Folha de S.Paulo* da ministra da Secretaria de Políticas das Mulheres, Nilcéa Freire, dando um "beijo" no presidente Lula, foi uma brincadeira boba, sem nenhum significado político.

Público x privado

A avaliação da cientista política Céli Pinto, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é bem diversa. No debate, ela brincou que poderia passar a tarde toda dizendo quantas mulheres foram perseguidas pela mídia, a começar pela própria princesa Isabel. Na sua opinião, o romance de Zélia Cardoso de Melo se tornou um escândalo maior do que o de qualquer político homem. E a recente cobertura da mídia acerca da crise aérea reforçou este padrão. As fotografias da então diretora da ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) fumando charuto foram repetidas à

exaustão, como se isso a desqualificasse para ocupar aquele cargo. E, tão logo a nova diretora foi escolhida, a imprensa já a retratou como "a musa da ANAC", com pernas cruzadas e vestindo saia curta.

"A mídia desqualifica a mulher no poder quando não a trata como pessoa pública, e sim privada. E faz isso muitas vezes. O conceito de "público" é fundamental. É algo que o Brasil ainda não construiu. Para isso, é preciso ter um princípio de igualdade mínima entre as pessoas. Mas o Brasil conseguiu se constituir como país sem esta noção de povo", disse Céli. "A coisa pública no Brasil é o Estado, e o Estado é privatizado pela elite que está no poder. Se não constituirmos o interesse público, não vamos construir um país sem discriminação", afirmou.

Neste contexto de ausência do interesse público, as mulheres que estão no poder acabam sendo tratadas pela mídia, na maior parte dos casos, a partir de uma perspectiva privada. E, no campo privado, a mulher aparece, na análise de Céli Pinto, sempre de duas formas: quando é competente, e assim ocupa todas as posições de trabalho, ou numa relação de dominação no chamado "mercado amoroso", onde está sempre para ser desejada e escolhida.

Desta forma, os meios de comunicação não refletem, nem de perto, a diversidade das mulheres, lembrada no debate pela coordenadora da ONG Criola, Jurema Werneck. Doutora em comunicação, Jurema apontou na discussão os interesses hegemônicos aos quais a mídia serve: os interesses econômicos, o racial, o geopolítico e os interesses de gênero.

"Quando mulher no poder adere, de alguma forma, a este *status quo*, quando se encaixa neste modelo, ela não é desvalorizada", disse. "Mas quando há uma incompatibilidade entre esses interesses, quando a mulher representa a coletivação, a conquista do sujeito coletivo; quando está no lugar do movimento social que chegou lá, aí os interesses são divergentes", ponderou.

Para Jurema, portanto, não bastaria ter mulheres ocupando cargos de chefia nas redações. Seria necessário olhar para "o que ficou de fora", para as linhas de pensamento que continuam não sendo refletidas pela mídia.

Brechas e caminhos possíveis

Nem tudo está perdido, no entanto. Se a grande mídia trabalha com visões sociais e culturais hegemônicas, há o espaço para a comunicação contra-hegemônica e

para disputas nos veículos, criadas a partir do que Jurema Werneck chamou de "áreas de instabilidade".

Uma dessas áreas seria a pressão das diferenças. Quando ela existe, o discurso hegemônico se desestabiliza. Isso aconteceu e acontece com o próprio feminismo e com o combate ao racismo. Outra área de instabilidade é criada pelas mudanças tecnológicas e a apropriação dos meios por uma parcela mais pobre da população. "Daí também vêm caminhos de entrada de outras visões na mídia", acredita a militante do movimento negro.

A representante do Ministério da Cultura, Maria Cláudia Cabral, reforçou a responsabilidade que o rádio e a TV devem ter como concessões públicas, chamando as participantes do Seminário para uma cobrança dos meios em relação a este caráter da radiodifusão. "A TV é comercial, mas a concessão é pública. Nós, como eleitoras, como cidadãs, podemos permitir que concessões públicas sejam utilizadas desta maneira perversa, que exclui e marca diferenças a partir de imagens construídas equivocadamente?", questionou.

A idéia não é demonizar a mídia, mas buscar precisamente o foco das reivindicações das mulheres. "A verdadeira crítica que deve ser feita à mídia é a ausência de um conhecimento suficiente da realidade do país e das mulheres. A mídia trabalha costumeiramente com grandes agregados numéricos, que são uma grande embromação: não permitem enxergar as diferenças raciais, de gênero, regionais, e os indivíduos, que estão vivendo esses dramas", acredita o jornalista Mauro Malin.

"Mas o caminho não deve ser embarcar na linha de que há uma grande conspiração nos meios de comunicação. Temos é que melhorar a mídia", disse. Este é justamente um dos objetivos deste seminário.

16h - Debate

Em busca de diálogos

Bia Barbosa



A discussão esquentou quando o painel foi aberto para as intervenções das participantes do Seminário, com direito à manifestação de Janaina Oliveira, a rapper carioca Re.fem – sigla para “revolta femina”. Não foram poucas as que trouxeram ao centro do debate casos de profunda discriminação contra as mulheres no poder por parte da mídia.

A paulista Iara Beleli, do Núcleo de Estudos de Gênero Pagu, da Universidade de Campinas, lembrou o preconceito sofrido pela ex-prefeita de São Paulo e atual deputada federal, Luíza Erundina – negado antes, durante o painel, pelo jornalista Mauro Malin. “Ela era lésbica, não tinha filhos, era nordestina. Sofreu muita discriminação”, disse Iara, que em sua tese de doutorado sobre gênero e raça na publicidade levantou uma série de exemplos sobre o tema. “Não é por acaso que a primeira novela que teve uma negra como protagonista se chamou *Da Cor do Pecado*”, disse.

Maria Alice Vidal, da Superintendência dos Direitos da Mulher do Rio de Janeiro, falou de um caso recente, quando o jornal carioca *O Dia*, ao publicar uma foto da ministra do Turismo, de saia, com as pernas cruzadas, ao lado de outros ministros, afirmou que a beleza de Marta Suplicy era seu maior capital político.

“Bombardeamos o jornal com mensagens. No dia seguinte, eles deram uma nota pedindo desculpas pela foto ter ofendido algumas mulheres. Mas o problema era o texto!”, criticou Maria Alice.

Vinda do Rio Grande do Norte, Maria Amélia Freire, coordenadora de Políticas para as Mulheres, apontou a discriminação regional, que potencializa o preconceito

contra a mulher no poder. Veio à tona então a história de Maria Luiza Fontenelle, a primeira prefeita de uma capital, que governou Fortaleza. “Ela foi massacrada, pelo sistema e pela elite. Destruíram sua gestão. Mas isso abriu espaço para outras mulheres. Devagar, se fura a pedra”, avaliou a colunista da *Folha de S.Paulo*, Eliane Cantanhede.

Para a jornalista, no entanto, a situação não pode ser generalizada. O próprio exemplo da cobertura da imprensa acerca da crise aérea, com a alta exposição na mídia da foto da ex-diretora da ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil), Denise Abreu, fumando um charuto poderia ser visto numa outra perspectiva:

“A imagem do charuto não foi num momento qualquer. Foi exatamente quando o país vivia uma crise sem precedentes. Era um momento grave, ela era responsável pelo setor, pegou um avião de graça para ir pra uma festa fumar um charuto. Isso é uma imagem muito forte. Já a nova diretora foi fotografada de 'sainha' porque ela é assim, se veste assim. Esta é a realidade. Mas está sendo refletida como uma mulher competente, pela qualidade de seu trabalho. Então não acho que o jornalismo não é discriminatório em relação a mulher no poder”, reafirmou.

Diversos olhares

Mas o que é realidade? Ela é mesmo absoluta? A cientista política Céli Pinto, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, acha que não. “Temos olhares que fazem com que a gente enxergue a realidade de formas diversas. Se fizéssemos um exercício aqui e cada um de nós descrevesse o que aconteceu durante este painel, certamente teríamos diferentes relatos. E é impossível dizer que um é mais real que o outro. Então, mesmo que alguns veículos tenham uma preocupação em se aproximar desta realidade, não é algo absoluto. Não podemos dizer 'tiramos uma foto e é real'. Eu crio imagens, ângulos, a realidade é muito maleável”, acredita.

É através desta mesma diversidade de olhares que se torna possível um resgate dos lugares de poder ocupados pelas mulheres na história e nunca retratados pela mídia. No poder estiveram rainhas e governantes. O debate da tarde deste sábado mostrou que as mulheres sempre estiveram nesses espaços, desde as indígenas, pioneiras da política no país.

“É que o *status quo* nunca legitimou estes outros lugares. É preciso refazer o meio de decidir o que vamos valorizar”, apontou Jurema Werneck. Dona Leopoldina, por exemplo, lembrada por uma das participantes, foi uma grande articuladora da

independência do Brasil e nunca foi retratada pela imprensa como tal.

A polêmica foto do “beijo”

Outro caso recorrente durante o debate foi o da foto publicada em agosto pela *Folha de S.Paulo*, que mostra a ministra da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, Nilcéa Freire, dando um “beijo” no presidente Lula. A imagem, considerada uma brincadeira pelo jornalista Mauro Malin, ofendeu profundamente a ministra, que a considerou proposital. Colocada num contexto de intrigas palacianas, a fotografia tentou desqualificar Nilcéa como figura pública.

“Não quero demonizar a mídia, mas ela utiliza uma linguagem muito recorrente, de uma forma bastante pernóstica, que é a linguagem do humor”, disse Iara Beleli, do Núcleo Pagu, da Unicamp. “Mesmo que os jornalistas pensem que não tem importância, outro lado da sociedade diz que tem, sim. Mesmo que diga que não foi intencional, o outro lado diz que uma foto como esta tem conseqüências, sim”, complementou Jurema Werneck.

“Aquilo não é uma brincadeira e não cai na vida da gente como uma brincadeira”, disse Nilcéa. “A discriminação a qual nos referimos não é em relação ao poder. Eu não sou discriminada porque estou no poder, mas porque sou mulher. Em todos os lugares onde estive, por ser mulher, a 'gracinha' da foto aconteceu de maneiras diferentes. Isso é a expressão de um olhar sobre a mulher. A mídia reflete esta forma de olhar para mulher na sociedade, e se não atuarmos de maneira a desconstruir este olhar, vai continuar assim”, declarou a ministra.

Balanço positivo

Ao final da empolgante discussão, a conclusão foi quase unânime: o diálogo entre o movimento feminista e os profissionais da imprensa, por mais difícil que pareça, é extremamente necessário num processo de transformação do tratamento dado à mulher na imprensa – esteja ela no poder ou não.

“A mesa foi desafiadora. Nós, mulheres do movimento, que já estamos sensibilizadas, estamos acostumadas a falar para nossos pares. E esta mesa nos colocou dois profissionais, reconhecidos pelo seu trabalho, que ainda não estão sensibilizados para a questão de gênero”, analisou Denise Viola, do Rio de Janeiro, que integra a Rede de Mulheres em Comunicação. “A mídia é formada por profissionais, pessoas que cresceram e se formaram numa sociedade sexista, machista, preconceituosa. Temos que começar a ver a mídia como um espaço a ser

conquistado, para aí conquistar o público”, disse.

“Temos que estabelecer diálogos com as mulheres que estão na mídia, para que a gente contribua para que o jornalismo traduza de outra forma as realidades das mulheres. Daí a necessidade de estabelecermos esses contatos”, também acredita Lina Cruz, do Sindicato de Rádios Comunitárias de São Paulo.

A colunista da Folha concordou: “Disse que não há discriminação contra as mulheres no poder, mas tenho que fazer a *mea culpa*. O crescimento avassalador das mulheres nas redações não contribuiu para uma mudança no tratamento das questões da mulher pela imprensa. Espaços como este são importantes para isso. Acho mais produtivo estarmos aqui, nos ouvindo, do que vocês falarem sempre pro umbigo de vocês e eu ficar lá na redação, falando só para o meu umbigo. Nós não somos adversárias. Somos aliadas”, concluiu.

Seminário Nacional



Rio de Janeiro, 22 e 23 de setembro de 2007

A urgência do controle social sobre a imagem das mulheres

Bia Barbosa



Dia 23 de setembro (domingo)

9h - Mesa 3

Cultura, Comunicação e uma Mídia Não-Discriminatória

Controle social sobre a imagem das mulheres; qualidade da programação como critério para concessão / renovação de canais

Valéria Pandjarian – Advogada feminista / Cladem (Comitê Latino-Americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher)

Rachel Moreno – Psicóloga / Observatório da Mulher e Articulação Mulher e Mídia

Jacira Melo – Diretora do Instituto Patrícia Galvão

Debatedora – Sônia Malheiros - Subsecretária de Relações Institucionais da SPM

Coordenadora – Lourdes Maria Antonioli – Radialista / Jornalista

A afirmação das diferenças e subjetividades, das identidades de gênero, étnicas e raciais, é uma das tendências da contemporaneidade. Neste contexto, os meios de comunicação, em resposta ao seu papel de formação da opinião pública e de difusão de informações e valores, poderiam inovar e incentivar essa pluralidade. No sentido contrário, segue a prevalência na mídia da homogeneização das representações nacionais e da imposição de padrões sociais.

A análise acima é da psicóloga e pesquisadora Rachel Moreno, do Observatório da Mulher. Ela foi uma das participantes da mesa Cultura, Comunicação e uma Mídia Não-Discriminatória, realizada no domingo (23/9) durante o Seminário *A Mulher e a Mídia 4*. “Os modelos que nos são colocados pelos meios de comunicação influenciam na formação da nossa subjetividade. O que passa na TV está aceito, e este modelo é eurocêntrico: branco, alto, magro. Eu, como mulher brasileira, não me reconheço nesta diversidade”, afirma.

Além desta imposição de padrões de beleza, a mídia pode hoje ser considerada pela produção da realidade: o que sai no jornal é real; o que não sai, não existe. Portanto, se as mulheres representadas nos meios de comunicação social seguem um padrão praticamente único, tudo o que está fora deste padrão é invisível.

“Há pesquisas internacionais que mostram que as mulheres são sub-representadas nos espaços sérios. Nos telejornais, elas estão em apenas 18% das notícias. Quando se trata de ouvir autoridades ou especialistas, eles são predominantemente masculinos”, conta Rachel. “As negras são ainda mais invisíveis do que nós, até mesmo no espaço das propagandas. E, se este espaço aumentou, é porque o

mercado resolveu focar suas vendas numa classe mais baixa, formada em sua maioria por negros. Como dinheiro não tem preconceito, os negros passaram a aparecer na publicidade”, completa.

Em paralelo a este cenário, o Brasil vivencia um quadro de ausência de uma cultura de controle social dos meios de comunicação. Enquanto países como a Inglaterra e a França possuem mecanismos institucionais, como órgãos reguladores independentes, para garantir o pluralismo e as diferentes correntes de opinião, por aqui o controle social ainda é confundido com censura.

A trajetória do movimento de mulheres

Nos últimos quinze anos, o movimento feminista atuou de maneira intensa no campo da comunicação informativa, como forma de pautar suas bandeiras de luta e também denunciar esta imagem estereotipada da mulher veiculada na grande mídia. Na avaliação de Jacira Melo, diretora do Instituto Patrícia Galvão, as organizações e movimentos investiram bastante na produção de dados sobre a situação da mulher, com destaque para a produção de conteúdo radiofônico e, mais recentemente, na internet. Esses dados foram trabalhados por organismos governamentais e órgãos de cooperação internacional, e impactaram a formulação de políticas públicas, com repercussão na própria mídia.

Já na área do chamado “entretenimento”, o que se constata é a elaboração de uma produção acadêmica considerável sobre a imagem da mulher na mídia. “Esses estudos, no entanto, pouco ultrapassaram as fronteiras da academia e do movimento”, acredita Jacira. “Então, neste campo cultural simbólico, há uma diferença entre política e ação política. Sem dúvida o feminismo tem um olhar crítico para a área de entretenimento, mas apesar dos esforços esta área não tem sido alvo de ações coletivas e estratégicas entre nós”, avalia.

Há ações exemplares, de justiciabilidade, sobretudo em relação a propagandas abusivas. Uma delas, promovida pelo Cladem (Comitê Latino-Americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher), tirou de circulação em 2003 um comercial de uma cervejaria, cujo *slogan* era: “mulher e Kaiser, especialidade da casa”. Foi instaurado um inquérito civil pelo Ministério Público Federal e firmado um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), com a publicação de um anúncio em um jornal e uma revista e a realização de seminários regionais sobre o tema, financiados pela empresa.

O caso do programa *Direitos de Resposta*, veiculado em 2005 no lugar de *Tarde Quente*, do apresentador João Kleber, como resultado de uma Ação Civil Pública dos movimentos que se sentiam humilhados pelas famigeradas “pegadinhas”, também foi lembrado. “Apesar de exemplares, essas ações, no entanto, ainda são pontuais”, ponderou Jacira, defendendo uma intensificação da atuação das mulheres neste campo.

Por fim, o movimento feminista, bem recentemente, passou a prestar atenção em uma nova área: a das políticas públicas de comunicação. De uma incidência histórica em campos como a saúde e a educação, as mulheres até bem pouco tempo dedicavam pouca atenção às políticas de comunicação, apesar de sempre terem defendido a democratização dos meios como bandeira.

Foi na II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres que a demanda surgiu com força. Um número significativo de documentos vindos de diferentes estados expressou a importância da comunicação e da cultura não aparecerem de forma apenas difusa nas políticas para as mulheres. O resultado foi a aprovação de um eixo específico sobre o tema no Plano Nacional de Políticas para as Mulheres.

“Foram novas questões que surgiram para serem enfrentadas de maneira mais estruturada pelo movimento feminista e para que o governo as incorporasse de maneira profunda. Isso é resultado de uma construção de muito tempo”, afirmou durante o debate Sônia Malheiros, da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.

O desafio, agora, na avaliação do Instituto Patrícia Galvão, é combinar essas estratégias, de forma complementar: seguir dando atenção ao papel das mulheres como produtoras de conteúdo, fazendo um mapeamento do que já existe em termos desta produção; oferecer formação para a atuação no campo audiovisual; investir em pesquisas sobre a representação da imagem da mulher na mídia, conhecendo melhor as formas de recepção dessas imagens; e se envolver diretamente na construção de políticas públicas de comunicação – um debate que vai desde a reivindicação por um sistema público de radiodifusão até a mudança do marco regulatório das comunicações, num processo de organização e realização da I Conferência Nacional de Comunicação

“É preciso romper com a noção de que mídia e comunicação são assuntos para serem debatidos entre ou por especialistas. Nós todas debatemos saúde, e eu não

sou médica. Não sei nada de segurança pública, mas falo de violência contra a mulher. Por que não romper esta idéia? Cada um tem, sim, capacidade de pensar e analisar criticamente a mídia e de, numa perspectiva do seu lugar de cidadã, de conselheira, de gestora, intervir neste debate”, conclui Jacira.

Articulação Mulher e Mídia

Durante a preparação das mobilizações do 8 de Março deste ano, diversas entidades feministas apostaram numa ação estratégica pela visibilidade da mulher na mídia. Depois da coleta de mais de 500 assinaturas, apresentaram ao Ministério Público Federal um pedido de uma semana de direito de resposta nos canais de TV, em função da discriminação sofrida cotidianamente pelas mulheres por parte das emissoras abertas. O processo resultou na realização de uma audiência pública com representantes das empresas e numa comissão que, durante um mês, visitou todos os canais abertos. A idéia era fazer um acordo para a veiculação de campanhas e programas específicos, voltados à valorização da diversidade na imagem da mulher veiculada pela mídia.

Após as visitas, numa reunião de trabalho no MPF, as emissoras, representadas por suas associações de classe (Abert e Abra), se recusaram a assinar qualquer compromisso. Alegaram que sempre estiveram abertas a sugestões, mas que não aceitavam qualquer “interferência em sua programação”. As negociações ainda estão em andamento, mas desta iniciativa nasceu a Articulação Mulher e Mídia, que reúne entidades do movimento de mulheres de todo o estado de São Paulo. A articulação atuou fortemente na II Conferência Nacional na defesa do eixo específico de comunicação no Plano Nacional de Políticas para as Mulheres e agora pretende se tornar um espaço nacional de debates e ações em torno do tema.

“Queremos nos ver, em nossa diversidade, na TV pública e na comercial; queremos que as concessões de TV contemplem mais sua responsabilidade social; queremos a democratização ao acesso e nosso direito à comunicação; e queremos estabelecer um mecanismo de controle social sobre o conteúdo e a imagem da mulher na TV, uma espécie de observatório da mulher na mídia”, explica Rachel Moreno, uma das pessoas à frente da articulação. Elas esperam realizar parcerias com os diversos ministérios e órgãos do Estado relacionados à temática para concretizar esses objetivos. Um deles, mais imediato, é garantir a participação das mulheres no conselho que está sendo formado para a nova TV pública brasileira.

Marco dos direitos humanos e concessões públicas

Além do espaço da Articulação Mulher e Mídia, que pode se tornar um *locus* permanente de discussão e ação no campo, o movimento feminista também deve apontar como estratégia o uso de tratados e convenções internacionais como forma de garantia dos direitos das mulheres nos meios de comunicação.

“O quadro que temos hoje na mídia é ainda de violação ao princípio da dignidade humana, consagrado na Constituição Federal e base do Estado Democrático de Direito. O Brasil é signatário de diversos tratados internacionais de direitos humanos e temos que invocá-los ao trabalhar por uma mídia não-discriminatória”, afirma Valéria Pandjarian, do Cladem.

Ela citou a Convenção sobre todas as formas de discriminação contra a mulher, a Convenção de Belém, de 1994, e a Plataforma de Ação de Pequim como instrumentos internacionais que afirmam o papel do Estado em transformar padrões socioculturais discriminatórios e sua obrigação de atuar diante desta discriminação, mesmo que cometida por agentes não-estatais – incluindo a mídia.

“Se não temos um marco regulatório, que permita uma intervenção mais pró-ativa, por que não trabalharmos com o marco dos direitos humanos, que obriga o Estado e as organizações a respeitarem a dignidade humana?”, questiona Valéria. “As TVs são concessões públicas e precisam zelar pelo que veiculam. Por que estariam acima do bem e do mal? Estamos falando de empresas que lucram muito com a exploração da imagem da mulher”, aponta.

Os comentários da mesa apontaram, em sua conclusão, para a necessidade de incluir o controle de conteúdo como critério para as concessões e renovações de outorgas de rádio e TV, desconstruindo a idéia de censura, que vem à tona quando se fala de monitoramento da programação.

“Viver em sociedade significa pensar no coletivo e isso tem que valer para os meios de comunicação também. Há uma disputa de pensamento e hegemonia que é permanente. Então temos que nos organizar para enfrentá-la em várias frentes. A liberdade de expressão é uma bandeira que não pode ser apropriada desta forma”, concluiu Sônia Malheiros.

10h30 – Debate

Mídia nefasta

Angela Freitas



O debate começou com a fala de uma pesquisadora do Núcleo de Estudos e Investigação sobre a Mulher (NEIM) de Salvador/ Bahia, lembrando a gritante invisibilidade da mulher negra na mídia local, já que 80% da população é afrodescendente. Sobre a banalização da sexualidade, lembrou: “aprendemos a desigualdade cotidianamente ao ver as mulheres nuas e os homens vestidos”, sugerindo que isto repercute nos relacionamentos, alimentando um nefasto clima de competição. Uma competição em que as mulheres acabam se entregando aos modismos, ora fazendo plástica para diminuir os seios, ora colocando silicone já que a onda mudou. Uma pesquisa realizada pelo NEIM com jovens e adolescentes verificou a influência do “ideal de magreza” na ocorrência crescente de anorexia.

A advogada Valéria Pandjarian, do Cladem, citou mais dois casos de ações contra a veiculação de publicidades perniciosas. O primeiro no Rio Grande do Norte, sobre um anúncio de oficina mecânica no jornal *Tribuna do Norte*, que trazia a foto de um rosto de mulher espancada e a frase: “Mecânica, funilaria e pintura: está na cara que precisa”. Organizações de mulheres fizeram a denúncia ao Ministério Público e acionaram a Procuradoria, conseguindo que a veiculação fosse suspensa e que a agência autora da peça, o anunciante e o veículo de comunicação fossem chamados à responsabilidade. Outro processo está correndo no Ministério Público Federal e diz respeito à campanha “Musa de Verão”, da cervejaria Skol. Uma escultura em tamanho natural, cartonada, reproduz a foto de uma modelo trajando biquíni e o texto sugere clonagem, oferecendo o “produto” para que clientes o levem para casa. A propaganda foi suspensa, embora ainda possa ser vista no YouTube.

A psicóloga Rachel Moreno propõe a estratégia radical de boicote a produtos cuja propaganda agrida a dignidade ou direitos de consumidoras/es: “Caso contrário, estaremos fadadas a viver no país que tem as bundas como imagem”, citando o exemplo da campanha “Levanta Brasil”, das meias Trifil. Lembrou que “80% das decisões de consumo são feitas pelas mulheres – mas este poder é exercido individualmente, nos pontos de venda. Precisamos de uma rede que nos permita organizar coletivamente esta decisão. É importante nos comunicarmos para articular isto”.

A ministra Nilcéa Freire reconheceu que, de modo geral, a SPM não tem acionado judicialmente as instâncias quando um direito constitucionalmente garantido é desrespeitado. Mas confessou que isto deve ser feito com relação à propaganda e também a outras questões, admitindo a possibilidade de transversalizar a discussão desses casos, realizando audiências (até mesmo através de videoconferências) com diferentes ministérios, secretarias especiais e grupos demandantes.

Concessões de TV e rádio: tema prioritário

A Constituinte de 1988 estabelece que as ondas eletromagnéticas são um bem público e que, portanto, a cidadania tem direito de interferir no que se passa nesta seara. No entanto o desrespeito às regras vigentes para as concessões públicas de televisão e rádio é generalizado: foram citados o descumprimento do limite de tempo dentro da programação para veicular publicidade (inclusive *merchandising*); emissoras operando com concessões vencidas há mais de uma década; rádios que têm concessão para uma cidade, mas operam em outra; concessões cedidas a parlamentares ou “laranjas”. Enquanto isto acontece de forma descarada, rádios comunitárias com genuíno caráter de utilidade pública encontram enormes barreiras para obter autorização de funcionamento. A este respeito circulou um abaixo-assinado, entregue à ministra ao final do evento.

A jornalista Bia Barbosa, do [Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social](#) divulgou as *Mobilizações por controle social sobre as concessões de rádio e TV*, que se realizarão em 5 de outubro próximo, com participação de diversas organizações preocupadas com a democratização dos meios de comunicação. Para ela, esta luta não deve ser levada apenas por especialistas. Ao contrário, é importante que movimentos de mulheres, movimento negro e movimento de direitos humanos se somem à reivindicação por maior transparência e cumprimento da legislação, o que

“já seria uma revolução, embora esta legislação esteja defasada, comparativamente a outros países”. Outro ponto enfatizado foi a realização de uma Conferência Nacional de Comunicação, tão falada desde a Constituinte de 1988 mas até hoje protelada pelos governos, rendidos ou pactuados com grandes interesses empresariais estão em jogo.

Surpreendida com a perspectiva desta Conferência, a representante do Unifem, Junia Puglia, lembrou que as agências do sistema ONU trabalham de forma articulada, reunindo-se periodicamente para discutir estratégias conjuntas para promoção da equidade de gênero e raça. Este grupo precisa ser acionado com relação a esta Conferência, e esta comunicação terá “uma força enorme se partir das mulheres”, afirmou Puglia, “sobretudo se as propostas forem formuladas por redes nacionais.

Não é pequena esta tarefa, pois significa contrapor-se ao poder das empresas privadas de telecomunicações, colocando o dedo na ferida dos jogos de favorecimento e barganha política há anos instalados no setor. A iminente renovação de concessões e a inauguração da era da televisão digital no Brasil tornam esta empreitada ainda mais complicada quando o objetivo é garantir que a cidadania tenha voz e voto neste processo. Boas estratégias precisam ser traçadas e isto não se fará sem uma assessoria jurídica de peso, especializada em processos de telecomunicações. O movimento pela democratização da informação no Brasil precisa do respaldo e participação de operadores do Direito e representantes do poder Judiciário que tenham comprometimento com a causa.

Atuar e produzir: condição básica

Schuma Schumacher, da Redeh (Rede de Desenvolvimento Humano), voltou ao tema trazido por Jacira Melo em sua palestra, do arrefecimento na produção em mídia (rádio, jornal e televisão) com recorte de gênero. Abraçar a luta por uma comunicação democrática exige uma produção constante e a garantia de espaços de veiculação. É preciso, portanto, potencializar esta produção, trazer para o diálogo esforços já existentes, como a Rede de Mulheres no Rádio, ampliar temáticas e abrir-se para novas parcerias.

“Esta agenda precisa crescer em todas as articulações, redes e organizações feministas, dialogando com novas vozes (como o Intervozes), aprendendo com quem está praticando estratégias criativas, abrindo para novas parcerias e para somar esforços na busca de experiências que têm dado certo. Aprimorar a

capacidade de diálogo e parceria. Este é um grande desafio”, reafirmou Jacira Melo.

A questão do ensino formal

Várias das mulheres que elogiaram o Seminário eram do meio acadêmico, opinando que o evento trouxe “luzes” para novas abordagens curriculares ou mesmo orientação de teses, incorporando nas áreas de jornalismo e publicidade a perspectiva de gênero e direitos humanos. Foi citado o modelo da [Agência de Notícias dos Direitos da Infância](#) (ANDI), de parceria com universidades para formação de profissionais, com disciplinas de caráter optativo voltadas para a prática profissional na área de infância. Atenta a este ponto, a ministra Nilcéa Freire informou sobre a reedição do **prêmio Construindo a Igualdade de Gênero** - oferecido pelo CNPq às categorias estudantes e também graduados/as - que vem com novidades este ano.

Rachel Moreno lembrou que esta abordagem deve começar ainda na educação infantil.

Ao final, foi proposto que o Seminário *A Mulher e A Mídia* se regionalize e se desloque para ser realizado em outras cidades (que o próximo seja promovido no Rio Grande do Norte, por exemplo). E que a SPM produza e distribua uma apostila com as apresentações das palestrantes em *power point*.

A ministra adiantou a possibilidade de que a SPM financie a criação de um Observatório Mulher e Mídia, nos moldes do que foi feito com a Lei Maria da Penha (via edital público para apresentação de entidades consorciadas).

Seminário Nacional



Rio de Janeiro, 22 e 23 de setembro de 2007

Interatividade e participação: as mulheres rumo ao protagonismo nas novas TICs e mídias

Mudança de paradigma marca mídia mundial

Denise Gomide



Dia 23 de setembro (domingo)

14h - Mesa 4

As Mulheres e as Novas Fronteiras da Mídia

Interatividade; retorno instantâneo; acessibilidade; notícia-cidadã

Caio Túlio Costa – Jornalista / Presidente do IG

Magaly Pazello – Consultora em gênero e TICs / Emerge

Debatedora: Beatriz Barbosa – Jornalista / Intervozes

Coordenadora: Mafoane Odara P.Santos – Psicóloga / Área de Juventude da Ashoka
Empreendedores Sociais

Novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs), novas mídias, sociedade da informação, interatividade, caminhos para a participação. Mas também novas formas de disputas de poder. Estes foram alguns dos temas que animaram as

complexas exposições e os debates da mesa *As Mulheres e as Novas Fronteiras da Mídia* – coordenada pela psicóloga e integrante da Área de Juventude da Ashoka Empreendedores Sociais, Mafoane Odara P. Santos –, que fechou o Seminário *A Mulher e a Mídia 4*.

Nessas *novas fronteiras* está em curso uma grande mudança de paradigma na mídia: a comunicação, que antes era unidirecional, passa a ser interativa, bidirecional, multidirecional. O que está relacionado, como mostrou o jornalista e presidente do IG, Caio Túlio Costa, com a entrada de um lado para o outro, de um centro de poder para o/a consumidor/a daquela comunicação.

Isso ocorre não apenas nas chamadas novas mídias e nem somente em função do colapso das mídias tradicionais, como apontou o jornalista. “Isto também está ocorrendo em função da emergência da tecnologia, de como as pessoas passaram a se relacionar depois de uma mudança muito importante na comunicação, que tende a ser cada vez o que se chama de “pervasiva” – uma tradução do termo em inglês *pervasivo (difundido)*– e que estará cada vez mais no dia-a-dia das pessoas.

Concentração e dispersão

Entretanto, nesse cenário há fatores centrais a se considerar. Por exemplo, segundo a análise do presidente do IG, simultaneamente a “uma desagregação brutal da esfera pública”, em que conceitos e instituições sólidas se desagregam, há uma grande concentração econômica dos meios de comunicação. Se nos anos 1980 existiam cerca de 300 grandes empresas de comunicação no mundo, informou, na década de 1990 elas se reduzem a 27 e, no começo deste século, passam a ser apenas sete as grandes empresas de comunicação, que faturam bilhões de dólares, com quase 43% do faturamento de quase todas as empresas de comunicação do mundo.

Em torno dessas sete, há cerca de 70 empresas-satélites, que ou produzem conteúdos relacionados a elas, ou compram seus conteúdos, todas já localizadas espacialmente no Brasil. E são as empresas-satélites das grandes corporações de comunicação que se fundam cada vez mais na dispersão, ponderou o jornalista, “pois quanto mais dispersa a audiência – o/a telespectador/a, o/a internauta, o/a ouvinte –, mais se concentra a indústria da comunicação.”

Novas fronteiras?

“A Internet é o divisor de águas nessa mudança de paradigma”, avaliou Magaly

Pazello, consultora em gênero e TICs e integrante do Emerge/GLG, que lembrou que neste universo virtual muitas coisas estão disponíveis e acontecem: trocas de e-mails, conversas instantâneas, comunidades virtuais, websites, sistemas de busca, TV e jornais/revistas online, fotologs, várias ferramentas... enfim, é a “tentativa que deu certo” no âmbito das novas TICs.

Mas há também uma complexidade de ofertas fora desse mundo virtual, em que rádios, jornais, canais de TV já propõem formas de interatividade, como as chamadas para leitores/as comentarem matérias ou opinarem ao vivo em programas de rádio ou TV. Diante disso, Magaly levantou duas questões: “Estamos falando de novas fronteiras ou modalidades? Ou se trata de reterritorialização da mídia a partir do fenômeno da mídia digital?”

Nessa direção, as participantes foram apresentadas a outras facetas do complexo mundo da Internet... que não é só um conjunto de computadores interligados, como ponderou Magaly, ao comparar a Internet a um bolo de noiva, “feito em camadas, e estas são o caminho das pedras para se atravessar o lago”: camada de aplicativos (interatividade e conteúdos); camada de transporte (convergência digital) – e por meio da qual uma determinada forma de se fazer a transmissão de dados também trará a TV e rádio digitais, o que foi possível com o desenvolvimento técnico; camada de rede, que “traduz os endereços de e-mails, por exemplo; e a camada física, que são os equipamentos – os chamados hardwares.

Mais: cada uma destas camadas só funciona se estiver interligada a outra. E, para além disto... “cada camada envolve uma disputa e move bilhões de dólares”, ressaltou Magaly. Há uma disputa feroz pela definição da tecnologia, pela expansão de conteúdos, por quem vai ganhar dinheiro, por quem controla isto.

E o/a comunicador/a?

Mas o que está acontecendo com o/a comunicador/a nesta Era “festejada em todo o mundo”, na opinião de Túlio Costa? Para ele, jornalistas, publicitários/as, pessoas que estão na base da mídia estão perdendo os seus papéis de atores principais da comunicação para o “príncipe eletrônico”. Portanto, analisou, mesmo o componente concentrador está perdendo o seu papel de principal ator das comunicações. “É isto que esta multidirecionalidade traz, mas muda o papel da comunicação, e isto tem de ser visto dentro de uma realidade de desagregação das instituições, de total liquidez de conceitos que vieram sólidos desde a modernidade, se liquefazem e tornam qualquer moralidade discutível. É nesta situação que nós vivemos:

concentração, dispersão e multidirecionalidade.”

A possibilidade de qualquer pessoa poder comunicar-se mundialmente - com base em um algo que tenha ressonância global ou regional, nacional, na comunidade –, tira, de acordo com o presidente do IG, a centralidade do papel do/a comunicador/a da forma tradicional como exercida até então. É nesse quadro que emerge “o jornalismo cidadão” e, com este, a possibilidade de qualquer cidadão ou cidadã, organização ou rede poder interferir, ser ouvido/a. E também colocar seu recado em qualquer rede, ou em uma única rede como o YouTube, por exemplo - que pode, no entanto, ser usada tanto para o bem como para o mal, da pornografia à filosofia.

Contudo, a debatedora e jornalista Beatriz Barbosa, integrante da coordenação do Intervozes, advertiu que um cuidado tem de ser tomado com essa mudança de paradigma que tira, de certa forma, o poder dos/as tradicionalmente comunicadores/as e passa para as pessoas, do outro lado. “As possibilidades são maiores do que os riscos.”

Para ela, os problemas desta interação não estão só na Internet – cujo acesso é inviável para cerca de 80% da população brasileira, que ainda não têm contato com computadores: “vários veículos tradicionais estão se aproveitando do valor e importância que se deu à interatividade e passaram a promover veículos de maior interatividade nos seus veículos tradicionais. As rádios são especialistas nisso. Isto tem um papel importante, uma penetração que é dada para nós, como cidadãos comuns, mas não pode ser confundida com uma participação de fato.”

Príncipe eletrônico

Ao resgatar análises de reconhecidos intelectuais, Túlio Costa observou que, com a consagração da modernidade a história, que era conduzida pelo “príncipe” de Maquiavel – aquele com “fortuna e virtude – passa, a seguir, no começo do século XX, a dar lugar ao partido político, segundo Antonio Gramsci. Hoje, com as novas mídias, a comunicação entra numa era não só pós-moderna, mas “líquida” – segundo o sociólogo polonês, Zygmunt Bauman –, em que o “príncipe eletrônico”, do também sociólogo Octavio Ianni, passa a conduzir o processo histórico. E a mídia é este príncipe eletrônico, “que é todo este conjunto, feito na concentração e na dispersão. Essa é a grande mudança de paradigma, que precisamos começar a entender para inclusive saber como agir em relação a ela, pois passamos a fazer parte dela.”

Os celulares – outra das novas mídias evidenciadas por Túlio Costa – são também uma importante forma de interagir e mudar rumos de situações do cotidiano, da história, como vários exemplos citados por ele durante o seminário. “No Brasil, há 120 milhões de celulares. E não estamos vendo o poder que esta mídia tem.”

As novas esferas de poder...

Magaly lançou um importante alerta sobre a Internet e suas camadas: é mais do que necessário que as mulheres saibam sobre todos os aspectos da Internet e se apropriem desta instância. “Precisamos saber disso para saber onde estamos metendo a colher, para ver se estamos avançando no debate sobre o feminismo, sobre os conteúdos, sobre o poder que isto leva, sobre o príncipe eletrônico, se queremos ser sujeitos neste outro lugar, porque as nossas cozinhas ainda não são nossas sem a nossa participação como sujeitos protagonistas.”

Nessas camadas, está uma nova esfera de poder, “cuja dinâmica tem proporcionado um reordenamento de forças políticas, assim como reinventado o cotidiano e as relações”, sentenciou a integrante do Emerge. Novamente, viu-se que ocorre algo que muda a forma de as pessoas se relacionarem com o mundo. “Diferentemente dos outros campos de poder e da comunicação–mídia, aqui há um amálgama da base tecnológica com aquilo que é mais visível para nós: os conteúdos, as formas de relacionamento e a nova experiência do tempo e da distância. A Internet traz de forma muito profunda e isto traz também disputas políticas. Por isso, muito mais do que pensar sobre os aplicativos, ferramentas, interatividade, é fundamental entender que a Internet é uma nova esfera de poder!”

... e os falsos dilemas

O fato de poucas mulheres atuarem nessa nova esfera de poder, ocasiona a preponderância do que Magaly chamou de “falsos dilemas”, que estão no mesmo escopo político das novas TICs. Falsos dilemas que estigmatizam e mantêm uma mentalidade de que mulheres não são capazes e aptas para o desenvolvimento da tecnologia, da matemática, e devastam as mulheres como sujeitos da sua capacidade. Dessa forma, apaga-se a história de mulheres protagonistas como a matemática do século XIX Ada Byron (Lady Lovelace), considerada a primeira mulher programadora da história.

“Dilemas” também decorrentes da perversa questão da priorização das agendas – e

de na hora de priorizar, as mulheres optarem por uma “pauta tradicional”, em que estão áreas como educação, saúde... “Temos pouquíssimas mulheres atuando neste campo e menos ainda mulheres feministas. Mas grande parte da tecnofobia das mulheres se deve a terem apagado a história da qual fazemos parte”, criticou. “Temos fundamentalismos eletrônicos, com uma série de comunidades e redes sociais que existem para impedir o avanço das mulheres nesta área – até com ameaça de morte. E priorizar as agendas é algo perverso, se não nos dermos conta que temos de atuar aí para vivermos algo desta história. Temos de correr atrás.”

E na história das mulheres estão outros fatos não visibilizados pela mídia, como mostrado pelo vídeo “Loira gelada”, apresentado pela consultora: as mulheres representam 70% da população pobre do planeta; 2 milhões de mulheres e meninas sofrem mutilação por ano, em sua maior parte na Ásia e África; no Peru, 70% de todos os crimes são contra mulheres; no Estado de Pernambuco, uma mulher é morta a cada 28 horas; estima-se que 800 mil a 1 milhão de abortos são realizados por ano no Brasil.

Cúpula e Fórum Global

No âmbito das agendas, informaram Magaly e Beatriz, as mulheres têm de ficar atentas também a um acontecimento de importância global: no período de 12 a 15 de novembro, o Rio de Janeiro receberá o Fórum sobre a Governança da Internet (do inglês *Internet Governance Forum - IGF*), que terá como foco *A Governança da Internet para o Desenvolvimento*. Beatriz explicou que o Fórum nasceu com a Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (World Summit on Information Society – WSIS) – criada pela Organização das Nações Unidas –, e dele fazem parte não só governos, mas também a sociedade civil organizada, empresas e academia. “É uma oportunidade importante ter o Fórum aqui no Rio, para que possamos fazer pressão, mesmo que seja do lado de fora, pois é um espaço internacional de decisão que decidirá o futuro da Internet. É importante para fazer com que sejamos de fato protagonistas deste processo.”

A agenda, conforme destacou Magaly, inclui debates que vão desde aspectos estritamente técnicos da camada física e de transporte da Internet, até a camada mais externa, relacionada aos conteúdos, mas que também estão ligados com os aspectos técnicos, seja de tecnologia da informação ou jurídicos – em que estão assuntos como cibercrime, pedofilia, privacidade, segurança. E como se alinham as forças políticas neste Fórum?, problematizou Magaly. “Tal qual ocorre em outras arenas: há governos e empresas querendo garantir seu quinhão; outros, querendo

garantir que não haverá interferência nas suas formas de expressão; mas há aqueles atores que têm atuado na esfera global contra a autonomia das mulheres e que usam táticas de alerta como a de que a Internet pode ser arriscada para as mulheres. Temos de prestar a atenção nisto”.

Nesse debate, Beatriz ressaltou o papel centralizador da norte-americana ICANN (Internet Corporation for Assigned Name and Numbers), responsável pelo sistema de registro de nomes de domínio. Em contrapartida, mostrou a importância do Comitê Gestor da Internet brasileiro (CGI.br): criado em 1995, é um dos poucos espaços constituídos por eleição, do qual participam membros de governo, do setor empresarial, da sociedade civil organizada (“terceiro setor”) e da comunidade acadêmica e para o qual cada entidade se inscreve para poder votar, com alguns requisitos nos seus respectivos pares. Agora, o CGI está em processo de eleição para seu próximo mandato. “é um espaço de forte disputa de poder, porque dentro do setor sociedade civil entram vários tipos de entidades, como as ligadas ao setor bancário”.

Nota da redação:

Saiba mais sobre Internet e acompanhe discussões de âmbito mundial pelo site da Rede de Informações do Terceiro Setor (Rits): www.rits.org.br. Nesse site, estão disponíveis links importantes, para as instâncias que debatem a Internet no Brasil e no mundo – como o CGI.br (<http://www.cgi.br>) e o NIC.br, entidade criada para implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil (<http://www.nic.br>).

Sobre a democratização da comunicação: acompanhe debates atuais pelo site do Intervozes: www.intervozes.org.br e pelo Observatório do Direito à Comunicação: www.direitoacomunicacao.org.br

16h – Debate

Silêncio eloqüente

Angela Freitas



Às vezes “o silêncio diz mais do que muitas palavras”. Assim que se abriu o debate, as primeiras intervenções expressaram perplexidade com o volume de novidades trazidas pela Mesa 4, para uma audiência repleta de profissionais e militantes com experiência no uso da internet e das novas tecnologias de comunicação. “A mesa descortinou um universo enorme e é preciso uma alfabetização das mulheres neste assunto”, foi a reivindicação da psicóloga Rachel Moreno à SPM.

Adriana Coutinho, coordenadora do Centro de Referência e Atendimento à Mulher, de Petrópolis/RJ, considerou que o grande desafio para as feministas não se encontra no desenvolvimento de conteúdos, pois há uma trajetória de mais de 30 anos, com uma produção consistente. Para ela “a grande novidade, bem detectada no Seminário *A Mulher e a Mídia*, é a necessidade de debater aquilo sobre o que não temos propriedade: a máquina, o novo instrumento, a fronteira pesada que Magaly Pazello trouxe, da qual dependo no meu trabalho, no estudo, na vida com os filhos e o marido. (...) Não falemos só na TV digital e pública. Não se pode prever o que nos aguarda com relação às novas mídias e à concepção de quarto poder”.

Janaína, uma jovem jornalista, expressou logo de início sua preocupação com o futuro da profissão, indagando: “Se jornalista já não é mais o ator principal, como podemos nos colocar nesse espaço de mídia que já não é mais nosso?” Ao que o palestrante Caio Túlio Costa respondeu: “Nós vamos ter que entender que vamos ser coadjuvantes. Não seremos mais atores principais. Para a velha mídia, e para os jornalistas na nova mídia, o único espaço que sobra é o espaço ético. Fazer comunicação de uma maneira moralmente defensável. É a única fronteira que nos

resta”.

Controlar ou não controlar: eis a questão

O principal foco do debate foi a questão do controle ou não-controle dessas novas fronteiras, à luz de episódios que mostram enormes possibilidades, e riscos, que as tecnologias de comunicação e informação trazem para as pessoas.

Preocupada com este tema, e com a necessidade de conhecer os canais que regulam esses conteúdos, a assessora de imprensa Micheline Américo, da Secretaria da Mulher do Estado de Pernambuco, lembrou o episódio dos "torpedos" enviados por celular no dia da votação para o Senado Federal em 2006. Foram milhares de mensagens dizendo para não votar na candidata Jandira Feghali (PCdoB/RJ) por ser uma "assassina", favorável ao aborto. Feghali vinha bem nas pesquisas e perdeu as eleições. Certamente a campanha contra ela, feita por organizações ligadas à Igreja Católica, foi fator decisivo para a virada. As tentativas de levar o caso à justiça caíram no vazio. Será que deveria haver controle sobre este tipo de campanha? Poderíamos nós, movimento de mulheres, utilizarmos mecanismos como este? Quais são os riscos do controle e as possibilidades do descontrole, para potencializar nossa ação?

Dois casos trazidos pela jornalista carioca Denise Viola ilustram as possibilidades de um casamento produtivo da internet com a velha tecnologia do rádio. “Na Iugoslávia um ditador foi derrubado a partir de uma elite universitária que, através de uma rádio comunitária, começou a colocar informações no ar. A reação de inconformismo da população fez com que o ditador tirasse a rádio do ar. Os universitários foram então para a internet, buscar mecanismos de proteção da rede internacional. O ditador interferiu novamente, preferindo voltar atrás e permitir os programas de rádio, que lhe pareciam menos ameaçadores do que uma mobilização internacional. A rádio retornou fortalecida, agora com retaguarda da rede internacional. O *Globo* noticiou em primeira página a verdadeira revolução da população chegando a pé, de caminhão, para dizer que não queria mais o ditador. E deu destaque ao trabalho dos universitários”.

A outra experiência foi a do Cemina, ONG feminista do Rio de Janeiro que desenvolveu o projeto Ciberela, visando “tirar as mulheres da cozinha do rádio para colocar no ciberespaço aliando as duas tecnologias”. Foram feitos treinamentos, com oferta de computadores e ferramentas para fazer o casamento rádio/internet. Hoje a Rede de Mulheres no Rádio está fortalecida por conta dessa experiência.

Viola indaga: “Por que não nos apropriamos desses espaços e fazemos também uma campanha a favor da legalização do aborto pelo celular? Quanto mais entendemos essa linguagem e o que ela proporciona, os riscos de controle, as possibilidades do descontrole, mais podemos ter domínio desse espaço e de fato contribuir para a construção de uma sociedade melhor para a gente, através da comunicação e da informação”.

Caio Túlio foi incisivo: “O tema do controle é de extrema gravidade e graças a Deus as coisas estão como estão. Poderiam estar piores. Estou falando em termos de controle. O que diferencia a nova realidade, da antiga realidade de controle? Antigamente era possível censurar uma carta, não permitir que ela chegasse ao destinatário”. Ele citou como hoje é difícil censurar um celular dentro da prisão, mas não impossível. E problematizou: “quando pensamos no criminoso comum não queremos que tenha acesso (a celular); já se for preso político queremos que tenha acesso”, para lembrar que há diferentes maneiras de ver a questão do controle. Mas foi incisivo:

“Eu não quero nenhum controle. E não haverá controle, por mais que as empresas se concentrem no ponto de vista que a Magaly mostrou. Se a lei do Eduardo Azeredo passa, e todo mundo que entra na internet tenha que se registrar, nós vamos entrar por fora, através de provedores de outros países que não exigem registro (Uruguai, Argentina, Paraguai, Estados Unidos). Não é possível controlar, e esta é a riqueza da rede. Sua dispersão leva ao descontrole. Está certo que há a questão da concentração econômica, do poder regulatório do Estado, da nossa responsabilidade enquanto cidadãos, da responsabilidade da sociedade civil. Esta questão nos obriga a exigir que não haja controle, sob o risco de alguém decidir que é permitido fazer campanha contra o aborto mas não a favor do aborto. Não quero que ninguém me diga isto, e ninguém nesta sala quer isto. Essa é a grande riqueza da nova mídia – até agora não conseguiram controlar. E não tenham dúvida que vão querer controlar, para o bem ou para o mal”.

O jornalista contou que a tecnologia da internet foi pensada para um momento de guerra, de modo a permitir a transferência de dados de, e para, determinado lugar o tempo inteiro (no caso de ataques múltiplos). Isto permite que os dados estejam em todo lugar, em todo mundo. “É diabólico”, afirmou, lembrando que hoje o acesso à internet ainda está caro, mas que daqui a pouco vai estar barato, o que é “uma das grandes coisas, que a gente não vê, mas que o capitalismo nos deu”: o

crescimento em escala que barateia tudo.

Caio Túlio Costa trouxe estatísticas recentes do Brasil, com seus 120 milhões de celulares e 50 milhões de brasileiros com acesso à internet. Isto porque o preço dos celulares está acessível e há acesso gratuito à internet. “Só nas dez grandes regiões metropolitanas brasileiras temos 6 e meio milhões de internautas navegando em escolas ou locais públicos”, completou, dizendo que a rede, por si, “pressupõe uma liberdade democrática total” e que grandes corporações, governos de direita ou de esquerda vão querer controlar, mas até agora não conseguiram. Esta rede pressupõe uma liberdade democrática total e tem sido imune ao controle.

A jornalista Beatriz Barbosa, do Intervozes, complementou os dados mostrando o avanço brutal, entre 2005 e 2006, dobrando o número de municípios com provedores de internet. Mas este aumento segue os ventos do mercado. Ligada na democratização, Barbosa lembrou os 3 bilhões de reais do FUST (Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações), que poderia garantir acesso em banda larga para cidades e escolas que ainda não têm esta facilidade. Parece que 0,1% deste montante será finalmente utilizado para este fim. A inclusão digital está, portanto, intrinsecamente ligada às decisões no âmbito das políticas públicas.

No que diz respeito ao controle, Barbosa concorda com Costa que este pode ser usado para o bem e para o mal. E cita um exemplo de impossibilidade de acionar o Google por conta de veiculação de crimes de pedofilia, em razão de a empresa controladora estar localizada em outro país, com outra legislação: “Não defendo o controle, mas é preciso problematizar”, concluiu.

Concordando que há exemplos positivos e negativos, Magaly Pazello recordou os ataques do 11 de setembro no Estados Unidos, que possibilitaram a aprovação de um Ato (Patriot Act) que viola as liberdades civis, mas dada a situação de comoção nacional essas violações foram consentidas e, assim, desde esta época a rede é vigiada por poderosos softwares. Citou também o caso do Irã, onde uma ONG de Direitos Humanos bastante ativa nos debates sobre internet e novas tecnologias de informação e comunicação foi fechada, vários integrantes foram presos e um deles, seu colega de ativismo, está desaparecido: “não é tão simples assim escapar deste controle”. Na Guatemala é assim, no Azerbaijão, no Cazaquistão, acrescentou Pazello.

Pesquisando novas fronteiras para chegar ao controle dos corpos

Pazello retomou a questão das “novas fronteiras”, afirmando mais uma vez que é importante que o movimento de mulheres se aproprie desta agenda: “este é um campo de interseção que produz coisas interessantes, mas também perversas”. É preciso explorar de dentro este ponto de interseção. Há uma briga de gato e rato no campo digital que envolve celular, internet, rádio com sinal analógico, e “quando se fala de internet, o que existe é uma complexidade que nos joga para um novo momento da História humana”. Pesquisando sobre o tema, ela encontrou uma notícia sobre uma grande invenção tecnológica: um tocador de MP3 instalado numa prótese de silicone para o seio. Pazello interroga sobre quais fantasias estão por detrás deste produto, que foi inclusive patenteado. Outro exemplo foi o registro feito por Bill Gates, algo mais ou menos como uso do corpo humano para transmissão de dados, um dispositivo de música que pode ser usado sob a pele humana e apreendido pelo ouvido.

Para Magaly Pazello, explorar as fronteiras do desenvolvimento tecnológico é como está descrito por Clarice Lispector em um trecho de *Água Viva* (1973): “Cada coisa tem o instante em que ela é. Eu quero apossar-me é da coisa. Pois o próximo instante é desconhecido”.

Ela entende que a rede nasceu livre, mas seus dispositivos de controle ameaçam a defesa da democracia, dos direitos humanos. Esta briga “nos diz respeito, particularmente na trincheira mais dura e mais longa da nossa autonomia e direitos a nossos corpos, à sexualidade, à reprodução”. A campanha da Igreja Católica contra a candidatura de Jandira Feghali estaria inserida neste contexto. Ela resultou na eleição de Dornelles, um conservador que está legislando no Senado e que já deu mostras a respeito do lado em que se encontra nessas temáticas. Entretanto, este episódio seria um ponto ínfimo, se considerarmos a forma como a hierarquia da Igreja Católica vem se posicionando nas discussões técnicas da internet. Por que tamanho interesse? Seria controle? O que mais seria? É preciso ficar de olho. O Opus Dei mostra interesse em defender a criação do domínio .fam (de família) na internet; esta proposta seria apresentada na ICANN, organização gestora dos nomes de domínio e da estabilidade da internet entre outros temas. A estudiosa afirma que essa proposta não tem futuro, até mesmo porque já foi apresentada anteriormente, mas lembra que este mercado levanta bilhões de dólares ao ano.

A título de conclusão

A coordenadora da mesa, jornalista Mafoane Santos, elogiou a presença da

juventude no Seminário – com o papel importantíssimo que tem nesta questão e suas formas diferentes de trabalhar; e não pôde deixar de apontar a ausência do recorte de diversidade sexual e racial. Ficam os desafios para o próximo capítulo.