

# Regulamentação da mídia volta à cena em 2015

*(Câmara Notícias, 23/01/2015) Prioridade do novo ministro das Comunicações, tema é controverso no Legislativo.*

A retomada do debate sobre a regulamentação econômica da mídia é uma das promessas feitas por Ricardo Berzoini ao assumir o Ministério das Comunicações. Discutido pela sociedade civil há muitos anos - sobretudo a partir da 1ª Conferência Nacional de Comunicação, em 2009 - o assunto divide a opinião de deputados.

**Leia mais:** [Ministro vai iniciar debate sobre regulação da mídia em março \(Folha de S. Paulo, 24/01/2015\)](#)



Imbassahy: proposta “não corresponde aos sentimentos nacionais”. (Foto: Sefot)

“É um absurdo essa proposta. Certamente foi encomendada para censurar a imprensa e as práticas democráticas. O PSDB, tanto na Câmara quanto no Senado, vai confrontar essa matéria, que não corresponde aos sentimentos nacionais”, afirmou o líder do PSDB, deputado Antonio Imbassahy (BA).

Já a deputada Luiza Erundina (PSB-SP) afirma ser uma “falácia” o argumento de que a regulamentação dos meios de comunicação ameaçaria o direito de livre expressão. “Os defensores da democratização da mídia são, justamente, aqueles que estão à margem do ‘direito de antena’ - o direito de emitir e de receber imagens e sons por meio da radiodifusão”, diz. “Os setores dominantes da sociedade não têm nenhum interesse em mudar a dinâmica de poder da mídia”.

Segundo o governo, a ideia é incentivar a regulamentação econômica da mídia eletrônica e impressa, sem tocar no conteúdo. Atualmente, a principal referência legal para a mídia é o Código Brasileiro de Telecomunicações, de

1962, atualizado pela Lei Geral de Telecomunicações, em 1997.

No entanto, a maioria das normas constitucionais sobre comunicações até hoje não foi regulamentada pelo Congresso. Um exemplo são os princípios para a produção e a programação do serviço de radiodifusão, que deveriam servir de critério para outorga e renovação de concessões.

Outra lacuna é o direito de resposta, que ficou sem regra específica desde que o STF julgou a Lei de Imprensa inconstitucional, em 2009. O Projeto de Lei 6446/13, que tramita apensado a outras propostas sobre direito de resposta e imprensa, foi incluído várias vezes na pauta do Plenário, no ano passado, mas não houve consenso para votá-lo.



Erundina: “Os setores dominantes não têm nenhum interesse em mudar a dinâmica de poder da mídia”. (Foto: Arquivo/Leonardo Prado)

Os princípios constitucionais que preveem a regionalização da programação e o estímulo ao conteúdo independente na televisão também não foram regulamentados por lei. Sobre isso, tramita no Congresso o PL 256/91, da deputada Jandira Feghali (PCdoB-RJ), que garante a produção regional independente na TV aberta. Apresentado há 24 anos, o texto foi aprovado pela Câmara, mas encontra-se parado no Senado.

## **Interesses**

A secretária do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Renata Mielli, atribui o atraso no debate sobre a regulamentação ao

interesse contrário de alguns parlamentares. “Um obstáculo grave para essa discussão é o fato de termos tantos parlamentares como concessionários de rádio e televisão no Congresso, em razão do processo da década de 1980 e início da década de 1990 para conceder outorgas como moedas de troca em votação de projetos. A gente tem o que se chama de coronelismo eletrônico”, afirma.

O artigo 54 da Constituição proíbe os parlamentares de manter contrato ou exercer cargos, função ou emprego remunerado em empresas concessionárias de serviço público.

Para Antônio Imbassahy, no entanto, esse tipo de crítica tem o objetivo de constranger os parlamentares. “Se essas concessões irregulares acontecem, é preciso que sejam corrigidas”, afirma. “Uma coisa é censurar a imprensa brasileira, outra coisa é corrigir eventuais irregularidades.”

## **Fiscalização**

A deputada Luiza Erundina acredita ser preciso fiscalizar as concessões de radiodifusão (válidas por 10 anos para a rádio e 15 para a TV) para democratizar o controle dos meios de comunicação. “Quem detinha uma concessão há 30 ou 40 anos, hoje tem um poder muito maior, calibrado pela tecnologia digital”.

Ela afirma que nem os governos mais progressistas tiveram a coragem de desafiar o poder dos “caciques políticos” e dos grandes conglomerados de imprensas, por meio de regras mais transparentes que coíbam a propriedade cruzada - quando o mesmo grupo de comunicação controla diversos tipos de veículos (TV, rádios e jornais).

Na opinião de Renata Mielli, o monopólio de meios de comunicação inviabiliza a regionalização do conteúdo, previsto na Constituição. De acordo com o FNDC, seis famílias controlam 70% da informação produzida no Brasil. “A afiliadas das emissoras que detêm outorga nacional, como a Rede Globo, são obrigadas a reproduzir o conteúdo nacional da cabeça de rede, que responde por 80 ou 90% da grade”, ressaltou.

O FNDC é uma das entidades que recolhem assinaturas para um projeto de

lei de iniciativa popular, com o objetivo de regular a mídia brasileira. Chamado de Projeto de Lei de Mídia Democrática, o texto precisa de 1 milhão e 300 mil assinaturas para que possa ser analisado pelos parlamentares.

### Em discussão na Câmara

---

#### ▪ PL 6446/13

-> Regulamenta o direito de resposta e tramita junto com outras propostas sobre o mesmo tema.

-> Garante ao ofendido a veiculação de sua resposta com o mesmo destaque da matéria ofensiva.

-> O ofendido teria 60 dias para iniciar o processo a partir da veiculação da matéria, e o juiz teria que acionar o veículo em 24 horas, para apresentar seus argumentos.



---

#### ▪ PL 256/91

-> Regulamenta o princípio constitucional de regionalização da programação.

-> O texto aprovado na Câmara assegura a exibição de programas regionais durante 22 horas semanais nas regiões com mais de 1,5 milhão de domicílios com aparelhos de televisão; de 17 horas em regiões entre 500 mil e 1,5 milhão de aparelhos; e de 10 horas

nas regiões com menos de 500 mil.

-> Os programas deveriam ser exibidos na faixa horária entre 5 e 24 horas.

---

*Emanuelle Brasil*

**Acesse no site de origem:** [Regulamentação da mídia volta à cena em 2015 \(Câmara Notícias, 23/01/2015\)](#)

---

**“Negros sempre foram colocados para cobrir samba ou polícia”,**

# diz repórter sobre racismo na mídia

**(Comunique-se, 25/11/2014)** O racismo no mercado jornalístico e a luta para que negros conquistem seus espaços foi tema de debate nesta semana. Realizado no Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro, o evento, que debateu o assunto por mais de duas horas, reuniu profissionais da imprensa. Na ocasião, um dos participantes, o repórter fotográfico José de Andrade, afirmou que negros sempre foram colocados para cobrir samba ou polícia. As informações são da própria entidade.

“A discussão do racismo não deve se dar somente em novembro. Tem que ser permanente, o ano todo – principalmente no meio jornalístico. Poucos são os que se destacaram fora dessas duas editorias (samba ou polícia). No entanto, nós estamos chegando. Onde antes tinha um, agora são três ou quatro. Isso incomoda os brancos, que passam a hostilizar a gente”, disse o profissional, que faz parte do Coletivo de Fotógrafos Negros.

Além de Andrade, outros jornalistas participaram do evento, entre eles o fotojornalista Carlos Junior, que já foi vítima de racismo. Na ocasião, ele contou os episódios. A primeira vez, durante a Copa do Mundo, quando foi hostilizado por torcedores argentinos, e a segunda quando foi alvo de policiais ao cobrir uma manifestação. “Teve ainda a cobertura da visita do Obama, quando apenas eu e mais dois colegas éramos negros entre os mais de 40 fotógrafos credenciados. Ainda tive que ouvir comentários de outros profissionais, que questionavam se eu era capaz de fotografar o presidente americano”, lembrou.

Organizado pela Comissão de Jornalistas pela Igualdade Racial (Cojira Rio) e Comissão de Segurança dos Jornalistas do Rio, o encontro faz parte do Ciclo de Debates Zumbi dos Palmares. Para o integrante da Corija Rio, Miro Nunes, o debate pode ajudar a promover a igualdade racial no mercado de trabalho. “Queremos trabalho especialmente para os mais jovens, os cotistas nas universidades e um melhor e mais aprimorado currículo no curso de jornalismo, que contemple horizontes interligados à luta da Cojira, como por

exemplo, questões ligadas aos Direitos Humanos”, explicou.

**Acesse no site de origem:** [“Negros sempre foram colocados para cobrir samba ou polícia”, diz repórter sobre racismo na mídia \(Comunique-se, 25/11/2014\)](#)

---

## **Abertas inscrições para o Fórum Brasil de Comunicação Pública**

**(FNDC, 23/10/2014)** Já estão abertas as inscrições para o Fórum Brasil de Comunicação Pública, que será realizado nos dias 13 e 14 de novembro, na Câmara dos Deputados. Requerido pela deputada Luiza Erundina, o evento discutirá universalização do acesso, convergência de linguagens e conteúdo interativo, formas de financiamento do sistema público de radiodifusão e políticas de fomento para o segmento audiovisual.

Promovido pela Secretaria de Comunicação da Câmara dos Deputados em parceria com a Frente Parlamentar pela Liberdade e o Direito à Comunicação com Participação Popular (FrenteCom), esse evento dará sequência aos dois primeiros fóruns de TVs Públicas e ao Seminário Internacional da Comunicação Pública, realizados em 2006, 2009 e 2012, respectivamente. Ao final do Fórum, as organizações participantes entregarão a plataforma consolidada de demandas para a comunicação pública ao/à Presidente da República eleito.

[Inscrições aqui](#) | **Mais informações** podem ser obtidas pelo telefone 3215 5620

**Confira a programação.**

**13/11/2014**

09:00 às 18:00 - Auditório Nereu Ramos. Fórum Brasil de Comunicação

Pública

09:00 - Abertura

### **10:30 - Painel 1 - Regulação do Campo Público**

---

Presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informação da Câmara dos Deputados - deputado Ricardo Tripoli

Presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal - senador Zeze Perrella

Representante da Associação de Rádios Públicas do Brasil (ARPUB) - Orlando Guilhon

Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - Thomas Traumann

Professor da Universidade de Brasília (UnB) - Murilo César Ramos

Mediação: deputada Luiza Erundina (Presidente da FrenteCom)

12:30 - Intervalo para o almoço

### **14:00 - Painel 2 - Tecnologia e Infraestrutura do Sistema Público**

---

Debater a universalização do acesso à comunicação pública, o uso do espectro eletromagnético e a interoperabilidade dos sistemas

Ministro de Estado das Comunicações - Paulo Bernardo

Representante da Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (Astral)

Representante da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)

Representante da Frente Nacional pela Valorização das TVs Comunitárias do

Campo (Frenavatec)

Mediação: Fernando Moreira - Associação Brasileira da Televisão Universitárias (ABTU)

**13/11/2014 16:30 às 18:00 - Gabinetes. Grupos de discussão paralelos**

**16:30 - Grupos de discussão - Plenários das Comissões**

---

**1. Gestão e Participação** (autonomia e mecanismos de participação social: conselhos, ombudsmen, ouvidorias, direito de resposta, conselhos comunitários e outros mecanismos)

Mediação - Conselho Curador da EBC

**2. As rádios comunitárias no campo público da radiodifusão** (criminalização, anistia e reparação; mudanças necessárias na legislação, impactos da mudança do rádio AM para o FM, definição de comunitária (o fenômeno das rádios religiosas)

Mediação - AMARC/MNRC

**3. Canal da Cidadania**

Mediação - Frenavatec/ ABCCOM

**4. Rede de Comunicação Pública**

Mediação - ABEPEC

**14/11/2014 09:00 às 19:00 - Auditório Nereu Ramos. Fórum Brasil de Comunicação Pública**

**09:00 - Painel 4 - Convergências de Linguagem e Conteúdo**

---

Ministra de Estado da Cultura - Marta Suplicy



Presidente da TV Cultura de São Paulo - Marcos Mendonça

Especialista a definir

Mediação: deputada Luciana Santos

### **11:00 - Painel 5 - Financiamento do Sistema Público e Políticas de Fomento para o Audiovisual**

---

Ministro de Estado Chefe da Casa Civil da Presidência da República - Aloizio Mercadante

Presidente da Agência Nacional do Cinema (Ancine) - Manoel Rangel

Representante da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM)

Representante do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Mediação: Ana Fleck - Presidenta do Conselho Curador da EBC

13:00 - Intervalo para almoço

### **16:00 - Plenária final**

Apresentação dos resultados dos Grupos de Trabalho

18:30 - Entrega do documento final

Apresentação da plataforma dos movimentos para as políticas de comunicação do campo público ao/à Presidente da República eleito(a).

### **14/11/2014 14:00 às 16:00 - Gabinetes. Fórum Brasil de Comunicação Pública**

---

14:00 - Grupos de discussão - Plenários das Comissões

**1. Financiamento do Campo Público** (publicidade governamental, fundos

de financiamento, Lei do Seac, sustentabilidade das emissoras)

Mediação: Intervenções

## **2. A situação dos trabalhadores do campo público**

Mediação: Sindicato dos Jornalistas/Fitert

**3. Conteúdo e diversidade** (produção independente e regional, cotas, representação, publicidade infantil)

Mediação: Rede Nacional de Adolescentes e Jovens Comunicadores

*Acesse no site de origem: [Abertas inscrições para o Fórum Brasil de Comunicação Pública \(FNDC, 23/10/2014\)](#)*

---

# **A participação das mulheres na mídia brasileira na Copa, por Carmen Rial**

*(Cadernos do Mundial 2014 Clacso, Junho/2014)* Há alguma novidade na cobertura da mídia brasileira nesta Copa? Sim, e a mais importante é a presença das mulheres. Elas não estão lá apenas como apresentadoras que “enfeitam” o cenário com minissaias e decotes - e garantem assim a heteronormatividade num espaço povoado por homens. Elas estão como setoristas em grande número, fazendo reportagens com os jogadores, entrevistando (já estavam na Copa de 2010, mas eram poucas), e, importante de sublinhar, também como especialistas, opinando, analisando, falando de táticas, discutindo estratégias.

Pode-se argumentar que a presença das mulheres na mídia futebolista tem a mesma função que teria a dos jogadores estrangeiros nos clubes europeus,

correspondendo aos que os espanhóis definiram com o “ponga un exótico en su club”. Elas estariam ali como algo de diferente. E, efetivamente, em muitos programas, elas ainda não são reconhecidas como vozes autorizadas, ainda tem que lutar pelo espaço, já que não encontram eco no que dizem, como se dialogar ou, mais ainda, polemizar com uma mulher fosse indigno para um homem. Elas falam mas não conseguem ter respostas. Parece estarmos diante de situações como as descritas Pitt-Rivers<sup>(1)</sup> que estudou os códigos de honra masculinos, mostrando que para se manter a honra não se pode aceitar o desafio de um inferior. Ou seja, mesmo sendo vistas como vozes inferiores, que não merecem ainda serem contestadas, elas já estão lá.

De fato, as Copas do Mundo (e as Olimpíadas) eram os únicos torneios de futebol em que a presença das mulheres tinha legitimidade. Durante estes torneios, tudo se passava como se o tabu fosse levantado e elas ganhassem uma temporária permissão social de se envolverem apaixonadamente, como torcedoras, e até, nas Olimpíadas, também como jogadoras. Nos outros torneios, seriam intrusas, vistas como ingressando em um mundo que, por princípio, seria masculino e portanto, necessariamente estrangeiro a elas.

Os lugares-comuns para explicar esta permissão social as mulheres sobram: elas não teriam “paciência” (uma palavra amena para se dizer “capacidade cognitiva”, “inteligência”) para acompanhar um longo campeonato. Não teriam conhecimentos para entenderem as diversas dimensões envolvidas em um campeonato duradouro. Na Copa seria mais fácil, pois seria um torneio rápido, apenas sete jogos para o vencedor, e cada equipe é um país, basta torcer para o seu.

Como torcedoras (desde sempre) mas agora também como especialistas, as mulheres começam a ter voz na Copa, o que não é sem importância, dado o silêncio histórico em que foram colocadas durante mais de 30 anos no Brasil, entre 1945 e 1979, período em que jogar futebol era infringir a lei.

Lembrando: como em muitos países, o futebol praticado por mulheres é contemporâneo ao praticado por homens, surge no final do século XIX, na Inglaterra, e teve um ponto de virada durante a Primeira Guerra Mundial (Giulianotti 2002), com um aumento significativo de equipes formadas por

mulheres. A igualdade de gênero obtida com a ausência dos homens (convocados a lutar nos exércitos) foi revertida - e o esporte seguiu esse movimento social geral, com características específicas em cada país.

No Brasil, durante os anos 1940, quando o país esteve sob uma ditadura, o futebol "feminino" sofreu um enorme baque com uma proibição que durou quase quatro décadas. Por que o futebol "feminino" foi banido no Brasil até 1979? A razão oficial não foi diferente das alegações levantadas no outro lado do Atlântico no mesmo momento: saúde reprodutiva.

Essa coincidência não surpreende e talvez possamos ver nisso sinais da globalização no esporte, e de uma expressão de um movimento geral nas sociedades ocidentais, cuja sentido levou a restrições da presença de mulheres em muitas esferas sociais que elas tinham conquistado durante e depois da Primeira Guerra Mundial.

No Brasil, a proibição da prática do futebol as mulheres foi um corolário das ideologias eugenistas que pregavam a importância da proteção do corpo da mulher, visto como frágil, para que pudesse continuar cumprindo sua função de procriadora, gerando crianças saudáveis e, por conseguinte, melhorando a raça branca no Brasil.

Por trás dessa suposta proteção podemos identificar o *mise-en-jeux* das fronteiras de um lugar social para mulher, aquele da mãe, que conforma um tipo particular de corpo: roliço, sem músculos, com formas arredondadas e mobilidade limitada. Um modelo ideal que corresponderia aos papéis femininos socialmente prescritos: passivo e submisso.

Esta exclusão do futebol, inicialmente imposta, foi logo internalizada por muitas mulheres. Quando a antropóloga norte-americana Janet Lever esteve no Brasil nos anos 1980 pesquisando futebol estranhou a ausência das mulheres neste esporte e sua total falta de interesse. Tendo ouvido falar de uma legislação que proibia um esporte que no seu país era praticado predominantemente por mulheres, indagou a um funcionário da Confederação Brasileira de Futebol se era verdade que existia tal lei. Sua resposta foi de que não era preciso lei, as mulheres nunca iriam se interessar por futebol, elas conheciam o seu lugar (Lever 1985)<sup>(2)</sup>.

Pois parece que este lugar está se alterando. Lentamente, é verdade. Martha, única jogador(a) a ter conquista seis vezes a “Bola de Ouro”, o premio FIFA de melhor do mundo, continua não sendo entrevistada para opinar sobre a seleção brasileira ou sobre a Copa em geral. Seu reconhecimento no Brasil é incomparavelmente menor do que o de Neymar, por exemplo, que nunca ficou sequer entre os três jogadores indicados para o prêmio.

Resquícios desta lei que alijou as mulheres por tantos anos do mundo do futebol. Mas que agora, como mostra a presença de mulheres jornalistas cobrindo a Copa do Mundo, parece lentamente tomar outro rumo, embora as etnografias sobre equipes de futebol com mulheres mostrem a enorme distancia (econômica, de popularidade, etc) que ainda tem no Brasil em comparação com as equipes formadas por homens<sup>(3)</sup> (Pisani 2012; Almeida 2013).

E o que podemos ler também na publicidade, ela que expressa tão bem imaginários sociais?<sup>(4)</sup> Vejamos alguns spots publicitários de cerveja – que por alguma razão (por ser a bebida preferida

dos inglês, os fundadores do futebol moderno?) – tem sido associada ao futebol desde há muitas décadas, pelo menos desde a Copa da Suécia, como se pode ouvir dos radialistas que narraram a final<sup>(5)</sup>. No primeiro spot televisivo, que foi ao ar durante os anos que antecederam a Copa, um jovem casal mostra a nova casa a amigos. As mulheres em um grupo, os homens em outro. A dona-de-casa abre um grande closet onde se vê dezenas de sapatos de salto alto, e as amigas soltam gritinhos de entusiasmo que são ouvidos no andar de cima, onde estão os homens. Estes, por sua vez, são apresentados pelo dono-da-casa a uma geladeira que, aberta, expõem dezenas de garrafas de cerveja. Os amigos repetem os gritos histéricos de suas mulheres, antecipando o prazer de ver jogos bebendo a cerveja entre os amigos. Ou seja, em poucas imagens, os dois mundos – e seus limites – ficam bem configurados: o dos homens, que remete a cerveja que se bebe assistindo a jogos de futebol; o das mulheres, alheio ao futebol, e a bebida, interessado na aparência e na moda, e em sapatos que estão longe de serem capazes de performances esportivas.

A mesma cerveja será menos excludente das mulheres em outro spot em que um homem recebe um bilhete para um jogo de futebol. Ele está em um país exótico, na América do Sul, e seu retorno à Europa passa por aventuras e riscos, mas ele finalmente chega de helicóptero ao estádio na hora de iniciar a final da Liga dos Campeões, onde lhe espera uma mulher. Ou seja, neste spot, a mulher já participa é ela quem envia lhe envia o ingresso, e - ainda que sem ter precisado sofrer tanto para estar ali - aparece como torcedora; o universo futebolístico aparece como compartilhado por homens e mulheres.

O terceiro spot retoma o tema do primeiro, porém com um final inesperado. Novamente é um grupo de amigos, cervejas, e a espera do futebol pela TV. Só que quando tudo está preparado para assistirem o jogo na sala entre si, a campainha toca, e entram suas mulheres, paramentadas com as cores da seleção brasileira, prontas elas também para verem o jogo. E todos terminam por compartilharem o sofá, a cerveja e a torcida no jogo.

As três publicidades são reveladoras de perspectivas diferentes sobre a participação das mulheres no futebol e apontam para uma mudança. Que se verifica também na participação na cobertura da mídia. Não há dúvida de que esta participação já não é a mesma na Copa de 2014 em comparação com Copas anteriores. Nunca antes se viu tantas mulheres integrando equipes de jornalistas, como repórteres, participantes em bancadas de especialistas, emitindo opiniões. Quando eram meras apresentadoras que enfeitavam o palco, poderíamos nos perguntar se elas não estariam ali para garantir um toque heterossexual, em um ambiente com tão forte predominância de homens, sua ausência podendo gerar suspeitar quanto a opção sexual dos homens. Mas seu trabalho como repórteres, e cada vez mais externando opiniões, parece indicar uma mudança real. Lenta - ainda não temos nenhuma mulher narradora, nenhuma que comente os jogos durante suas transmissões, e também não temos convite a jogadoras de futebol para participarem dos programas esportivos como temos ex-jogadores e jogadores em atuação - mas uma mudança. E, sabemos, a televisão é hoje o mais importante locus do futebol<sup>(6)</sup>, servindo para transmitir jogos, mas bem mais do que eles.

## **Referências:**

- 1. Pitt-Rivers, Julian 1971 [1965] “Honra e Posição Social” em J.G. Peristiany (org.) Honra e Vergonha: valores das sociedades mediterrâneas (Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian).**
- 2. “Los brasileños creen que su pasión nacional es un juego de hombres que requiere aguante masculino y violento contacto físico. Las mujeres con quienes hablé consideraban normal su exclusión; mis preguntas acerca de su falta de interés fueron recibidas con expresiones burlonas o con risas. Varias personas me dijeron que iba contra las regulaciones de la CBD - algunos hasta dijeron que contra la ley federal - organizar fútbol entre niñas. Cuando pregunté en 1973, un funcionario de la CBD se rió y me dijo que no era necesaria semejante ley, ya que era inimaginable que las niñas jugaran al fútbol.” Lever, J. 1985 Soccer Madness: Brazil’s Passion for the World’s Most Popular (Long Grove: Waveland Press).**
- 3. Pisani, M.2012 “Poderosas da Foz: trajetórias, migrações e profissionalização de mulheres que praticam futebol”. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina. Almeida, C. 2010 “Boas de bola: Um estudo sobre o ser jogadora de futebol no Esporte Clube Radar durante a década de 1980”. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina.**
- 4. Barthes, R. 1964 Rhétorique de l’image in Communications N<sup>o</sup> 4; Rial, C. 1995 “Japonês está para TV assim como mulato para cerveja: imagens da**

**publicidade no Brasil” em Antropologia em Primeira Mão Nº8.**

**5. Cf. <https://www.youtube.com/watch?v=qd4TklxF0m8>**

**6. Alabarces e Duek 2014 “Football for Everyone? Soccer, Television and Politics in Argentina” em Jay Scherer e David Rowe (ed) Sport, Public Broadcasting and Cultural Citizenship: Signal Lost. NY: Taylor & Francis.**

\* Carmem Rial é antropóloga, docente na Universidade Federal de Santa Catarina e presidenta da Associação Brasileira de Antropologia.

***Acesse no site de origem: [A participação das mulheres na mídia brasileira na Copa \(Cadernos do Mundial 2014 Clacso, Junho/2014\)](#)***

---

## **Jornalistas lançam canal online sobre Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos**

*Nomes como Andre Caramante, Bruno Paes Manso e Laura Capriglione integram a equipe do site Ponte*

Na próxima semana entra no ar o site Ponte ([www.ponte.org](http://www.ponte.org)), uma iniciativa de jornalismo independente com foco em Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos.

O novo site é produzido por 20 jornalistas, entre eles Andre Caramante e Laura Capriglione, ex-repórteres da Folha de S Paulo, e Bruno Paes Manso, que mantém um blog sobre o tema no Estadão. O projeto tem apoio institucional da Agência Pública de Jornalismo Investigativo. Veja o vídeo:



<https://www.youtube.com/watch?v=R9vNrO88nPY>

“A questão da segurança pública é o passaporte do futuro do Brasil”, explica Laura Capriglione. “É ela quem definirá, conforme sua resolução, se evoluiremos para uma sociedade de vingadores e linchadores, ou de garantia dos direitos essenciais para todos. Com a Ponte nós reafirmamos nossa aposta na democracia e no Estado Democrático de Direito”.

André Caramante explica o diferencial do jornalismo feito pelo site: “Partimos do princípio de que a voz de um cidadão comum deve ter a mesma importância do que a de um governo, qualquer governo”.

“O jornalismo precisa cobrar a atenção e a correção permanente dos desvios cotidianos das nossas instituições, o que acaba inevitavelmente contrariando interesses. A rede de mais de 60 apoiadores será fundamental para dar respaldo social e político à Ponte”, diz Bruno Paes Manso.

A iniciativa segue um modelo de produção jornalística baseado na formação de um coletivo de profissionais, unidos em torno de um projeto sem fins lucrativos e independente, sem nenhum tipo de filiação partidária. “A proposta de um coletivo está essencialmente ligada às novas tecnologias, é um modelo filho do ‘agregar e compartilhar’”. diz Claudia Belfort, ex-editora-chefe de digitais do Estadão.

O site, com atualização diária, trará reportagens, vídeos e denúncias sobre o tema, que norteia as carreiras de todos os jornalistas envolvidos. Também fazem parte da Ponte: Caio Palazzo, Fausto Salvadori Filho, Gabriel Uchida, Joana Brasileiro, Maria Carolina Trevisan, Marina Amaral, Milton Bellintani, Natalia Viana, Paulo Eduardo Dias, Rafael Bonifácio, Tatiana Merlino e William Cardoso.

Institucionalmente, a Ponte nasce aliada à Agência Pública de Jornalismo Investigativo ([www.apublica.org](http://www.apublica.org)), uma organização sem fins lucrativos pioneira no Brasil cuja missão é produzir e promover o jornalismo investigativo. A Pública oferece apoio institucional e estrutura, como incubadora inicial do projeto. “O lançamento da Ponte acontece num momento em que o modelo comercial do jornalismo tem dado mostras de

desgaste, e os próprios jornalistas têm liderado a criação de novos modelos”, diz Natalia Viana, diretora de estratégia da Pública.

Além disso, mais de 60 organizações e pessoas ligadas à área de Direitos Humanos apoiam o lançamento da Ponte.

**Saiba mais:** [www.ponte.org](http://www.ponte.org)