



FAZENDO LOBBY

**GUIA PARA A PARTICIPAÇÃO
DE DELEGADAS/OS NO PROCESSO
DE NEGOCIAÇÃO E INCIDÊNCIA NA
1ª CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO
(CONFECOM)**

“Comunicação: meios para construção
de direitos e de cidadania na era digital”

Jacira Melo
Nilza Iraci
Vera Vieira
(Orgs)





Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil

Fazendo lobby : guia de participação de delegadas/os
no processo de negociação e incidência na 1ª
Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM) :
comunicação : meios para construção de direitos
e de cidadania na era digital / Jacira Melo,
Nilza Iraci, Vera Vieira , (orgs.) . –
São Paulo : Rede Mulher de Educação, 2009.

Bibliografia

1. Cidadania 2. Comunicação 3. Conferência
Nacional de Comunicação (CONFECOM) 4. Direitos
fundamentais 5. Movimentos sociais 6. Mulheres
7. Políticas públicas 8. Tecnologias da informação
e comunicação I. Melo, Jacira. II. Iraci, Nilza.
III. Vieira, Vera.

09-11351

CDD-302.2

Índices para catálogo sistemático:

1. Conferência Nacional de Comunicação : Meios
para construção de direitos e de cidadania na
era digital : Participação de delegada/os
no processo de negociação e incidência : Guias :
Sociologia 302.2

Organizadoras: **Jacira Melo, Nilza Iraci e Vera Vieira**

Projeto Gráfico e Editoração: **Angela Mattos**

Capa e Ilustrações: **Angela Mattos**

Tiragem desta edição: 1000 exemplares



Rede Mulher de Educação

Rua Fábria, 27 – Vila Romana 05051-030 - São Paulo/SP

Telefax: (11) 3873-2803 Email: rdmulher@redemulher.org.br

Website: www.redemulher.org.br

Parcerias



Apoios

FORD FOUNDATION





FAZENDO LOBBY

GUIA PARA A PARTICIPAÇÃO DE DELEGADAS/OS NO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO E INCIDÊNCIA NA 1ª CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO (CONFECOM)

“Comunicação: meios para construção
de direitos e de cidadania na era digital”

Jacira Melo
Nilza Iraci
Vera Vieira
(Orgs)

São Paulo - 2009

3





A emergência da Internet a partir do final da década de 1980 e o surgimento da World Wide Web em 1994 prolongaram a precedente evolução da esfera pública, introduzindo ao mesmo tempo elementos radicalmente novos: a interconexão geral, a desintermediação e a comunicação de todos com todos. Eu levanto a hipótese de que a revolução do ciberespaço vai reestruturar profundamente a esfera pública mundial, o que terá profundas repercussões sobre a vida democrática.

(Pierre Lévy, 2003)

A Internet é - e será ainda mais - o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos - aquela que eu chamo de sociedade em rede. A Internet é a conexão global-local, que é a nova forma de controle e de mobilização social em nossa sociedade.

(Manuel Castells, 2003)

Em cidades cada dia mais extensas e desarticuladas nas quais o desenraizamento e o crescimento da marginalização se fazem acompanhar por uma perda acelerada da memória urbana, o rádio, a televisão e a rede informática acabam conformando um dispositivo de comunicação capaz de oferecer formas de contraditar o isolamento dos indivíduos, possibilitando a criação de vínculos culturais aos diversos agrupamentos em que se fragmenta a sociedade.

(Jesús Martin-Barbero, 2003)





Sumário

Apresentação 07

I - INTRODUÇÃO

1. As estratégias dos Radiodifusores e das Teles para a 1ª Conferência Nacional de Comunicação.....	13
2. A convergência digital e a convergência das práticas sociais.....	15
3. Cedo ou tarde, o tema do controle público do sistema de comunicação como política pública, será central no país.	18
4. O que são Conferências Nacionais?	19
5. Sobre a 1ª CONFECOM.....	19
6. Objetivos da 1ª CONFECOM.....	20
7. Eixos Temáticos	21
8. Quem pode participar	22

II - FAZENDO LOBBY

1. Como atuar?	25
2. O que precisamos para influenciar em um processo de negociação?	26
3. Quais são os territórios da ação política?	27
4. Quais são os desafios?	28

III - CONHECENDO TERMINOLOGIAS E UNIFICANDO LINGUAGEM..... 31

IV - COMPILAÇÃO DE DIRETRIZES E RECOMENDAÇÕES DE CONFERÊNCIAS, CONVENÇÕES E PLANOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS, COM VISTAS À INCLUSÃO DE GÊNERO E RAÇA NAS POLÍTICAS DEFINIDAS PELA 1ª CONFECOM.....	45
---	----

BIBLIOGRAFIA.....	125
-------------------	-----







APRESENTAÇÃO

Um guia estratégico com o intuito de alicerçar o árduo e complexo processo de lobby a ser enfrentado por lideranças efetivas e potenciais, do Movimento de Mulheres e Movimento Feminista, rumo à 1ª Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM) – que se realiza em Brasília, de 14 a 17 de dezembro de 2009.

Trata-se de um evento histórico e da maior importância, pois ocorre pela primeira vez em nosso país. Além disso, a relevância da 1ª CONFECOM é reconhecida tanto no sentido de se priorizar a democratização do direito à comunicação - num cenário de potencialização de desigualdades ou de inclusão em função da revolução digital -, como no sentido de se revisar as práticas sociais para o avanço da luta por justiça de gênero, raça e classe social - considerando-se estes os principais fatores determinantes da diferença de oportunidades e poder entre as pessoas na sociedade. A era digital apresenta uma nova realidade, com as coisas fora de lugar: um novo modo de ver, pensar e agir, com novas noções de tempo e espaço, o que requer uma reorientação das formas de luta por cidadania plena.

Esta publicação é um instrumento que procura ser prático e simples, sem perder a profundidade requerida pela temática. Apresenta uma contextualização dos novos tempos e do conteúdo do regimento da 1ª CONFECOM, além do passo a passo da difícil arte de fazer lobby no universo de luta por direitos das organizações não-governamentais. Soma-se ao conteúdo um pequeno dicionário para desvendar terminologias e unificar linguagem, assim como uma compilação dos aspectos comunicacionais das diversas conferências nacionais e internacionais.

A iniciativa para a publicação deste Guia foi viabilizada pela parceria entre as entidades Rede Mulher de Educação, Geledés - Instituto da Mulher Negra, Instituto Patrícia Galvão - Comunicação e Mídia e Associação Mulheres pela Paz.

Além disso, integra o leque de atividades do projeto *Fortalecimento das mulheres para o uso estratégico das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para o combate da violência contra mulheres e adolescen-*





tes, que está sendo desenvolvido em 12 países, da América Latina, Ásia e África, até o final de 2011 – Objetivos do Milênio 3.

No Brasil, a coordenação está a cargo de Vera Vieira, através da Rede Mulher Educação. Dafne Plou é a coordenadora latinoamericana e Janine Moolman é a coordenadora mundial. O apoio é do Fundo MDG3 (Holanda), através da APC/PARM (Associação para o Progresso das Comunicações / Programa de Apoio às Redes de Mulheres).

Esse projeto se propõe a ajudar às mulheres participantes na negociação do campo das TIC. Assim, irá desenvolver diversas ações, entre as quais, empenhar-se para envolver mulheres nos espaços de políticas de TIC que têm impacto nos direitos das mulheres e na igualdade de gênero; realização de pesquisas e análises sobre temas políticos relacionados aos direitos das mulheres e às TIC; gestão de pequenos fundos para pequenas iniciativas de desenvolvimento a cargo de mulheres que utilizam TIC; realização da campanha anual Dominemos a Tecnologia! em um número maior de países que as edições anteriores.

A partir das informações aqui reunidas, esperamos que este Guia possa servir de ajuda a delegadas/os, em especial a quem participa pela primeira vez nesse tipo de evento, como apoio adicional para os processos de negociação nos espaços da Conferência.





Sobre a Rede Mulher de Educação

É uma ONG que trabalha desde 1980, no desenvolvimento de projetos educacionais para a transformação das relações sociais entre mulheres e homens, visando ao avanço da democracia e da justiça social. Utiliza a metodologia de educação popular feminista, baseada na promoção da autoestima e na participação crítica e criativa de cada pessoa, visando à transformação individual, do grupo e da sociedade, levando em conta a diversidade. As ações e transformações se dão localmente, conectadas com o global – e vice-versa. Atua em 11 Estados brasileiros, por meio de 34 associad@s-educador@s, que são lideranças multiplicadoras interligadas a grupos locais. (www.redemulher.org.br)

Sobre o Geledés – Instituto da Mulher Negra

O Geledés - Instituto da Mulher Negra foi criado em 30 de abril de 1988. É uma organização política de mulheres negras que tem por missão institucional a luta contra o racismo e o sexismo, a valorização e promoção das mulheres negras, em particular, e da comunidade negra em geral. Tem por áreas de atuação: Direitos Humanos (englobando os direitos econômicos, sociais e culturais); Educação; Comunicação; Capacitação/ Profissionalização e Saúde, Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos, desenvolvidos através de diversos Programas e Projetos. Tem atuado, ainda, em parceria com diversas organizações do movimento social, da sociedade civil organizada e governos, e interferindo na definição de políticas públicas que objetivem a eliminação das discriminações sofridas por mulheres e negros na sociedade brasileira. Em comunicação política vem atuando na formação de mulheres negras, jovens e adultas em TIC e Comunicação em parceria com outras organizações de mulheres. Vem, ainda, capacitando as mulheres para o exercício de advocacy junto aos poderes legislativo,

9





executivo, judiciário e governos locais. Para os cursos, vem produzindo instrumentos de conteúdos teóricos e práticos. (www.geledes.org.br)

Sobre o Instituto Patrícia Galvão – Comunicação e Mídia

O Instituto Patrícia Galvão é uma organização social sem fins lucrativos fundada em 2001. Para o Instituto, a mídia é um espaço estratégico de incidência social e política para qualificar os debates sobre políticas públicas voltadas à promoção da igualdade e equidade de gênero. E, por considerar que o jornalismo tem um papel fundamental na ampliação e no aprofundamento do debate sobre questões-chaves das mulheres brasileiras, o Patrícia Galvão tem construído canais de diálogo com diferentes interlocutores da área da comunicação, a fim de assegurar que a imprensa cumpra sua função na esfera pública. Entre as atividades que o Instituto Patrícia Galvão desenvolve está a realização de pesquisas de opinião pública em nível nacional, a produção de campanhas publicitárias contra a violência doméstica, a promoção de oficinas de mídia para lideranças sociais e especialistas, e dos seminários nacionais A Mulher e a Mídia. Em 2009, o Instituto se reposiciona na área com a criação da **Agência Patrícia Galvão – Notícias e Conteúdos Multimídia sobre os Direitos das Mulheres**, ganhando agilidade na produção de sugestões de pautas e conteúdos e, com isso, ampliando sua capacidade de incidir sobre o debate público, através da mídia. (www.patriciagalvao.org.br)

Sobre a Associação Mulheres pela Paz

É uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que objetiva fortalecer e divulgar a cultura da paz, por meio do desenvolvimento da igualdade de gênero, da cidadania e dos direitos humanos. Sua missão é pôr em rede ações



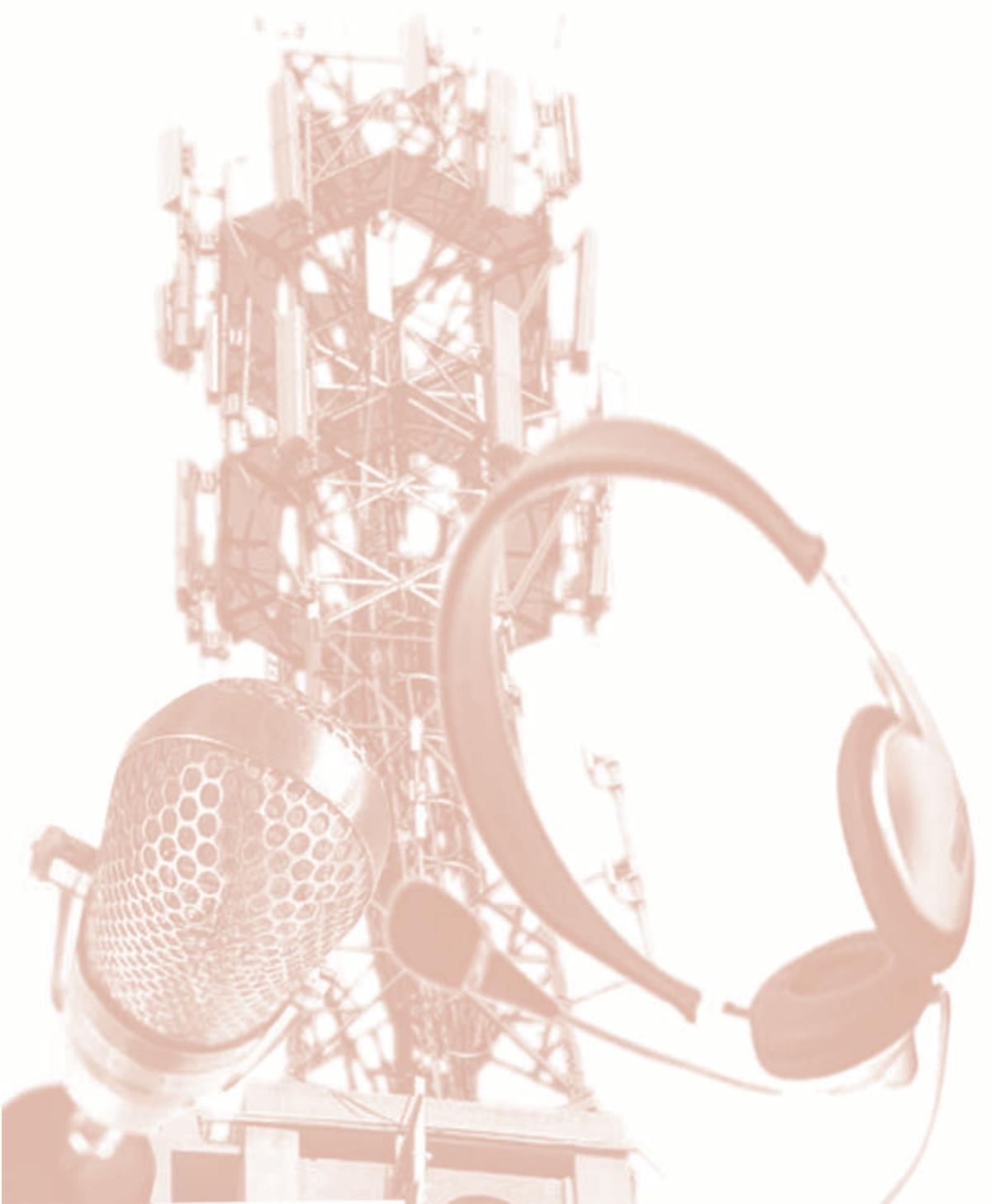


de mulheres que acreditam que o exercício da paz se dá no cotidiano. Como princípio fundamental, não discrimina nenhuma pessoa por motivos de gênero, raça, classe social, idade, religião, opção sexual, preferência político-partidária. Suas principais ações estão voltadas para a visibilidade do trabalho das mulheres através da exposição fotografia 1000 Mulheres para o Prêmio Nobel da Paz 2005, processos de formação de lideranças efetivas e potenciais e inclusão de jovens lideranças que se apoderam do conceito ampliado de paz, no sentido da cidadania plena das mulheres, segurança humana e justiça. (www.mulherespaz.org.br)

Sobre o PARM/APC

O Programa de Apoio às Redes de Mulheres da Associação para o Progresso das Comunicações (PARM/APC) é composto por uma rede internacional de mulheres e organizações de mulheres que promovem a igualdade de gênero na concepção, implementação, acesso e uso de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e na tomada de decisões sobre as políticas e marcos que as regulam. Tem como missão o compromisso com a pesquisa, capacitação, informação e atividades de apoio no campo das políticas de TIC, bem como compartilhar habilidades no acesso e utilização de TIC na criação de redes de mulheres. As metas do programa são: promover a reflexão e a incorporação de gênero nos quadros e fóruns que constroem as políticas de TIC; iniciar e implementar atividades de pesquisa na área de gênero e TIC; expandir o conhecimento, a compreensão e as habilidades na área de gênero e TIC, mediante atividades de capacitação; facilitar o acesso a recursos de informação na área de gênero e TIC. (www.apc.org)







I – INTRODUÇÃO

1 - 1ª CONFECOM: em lados opostos os setores de telecomunicações e de radiodifusão; no centro do debate, críticas e propostas dos movimentos sociais

Cada setor empresarial quer empurrar o foco da CONFECOM para o outro setor de negócios. Para as empresas de telecomunicação, o tema principal deve ser o debate sobre se o modelo atual de radiodifusão brasileira responde às demandas da sociedade. Por outro lado, as empresas de radiodifusão, preocupadas com o crescimento da internet como concorrentes das TVs e rádios, querem que o ponto principal de debates na CONFECOM seja a internet, com o argumento de que esta será a plataforma de distribuição de conteúdos do futuro.

Ambas as estratégias estão sendo alinhadas nos bastidores da Conferência, com a preocupação de cada lado não chamar a atenção para si e se manter distante das críticas da sociedade civil organizada.

É certo que o setor de radiodifusão teme que as discussões e recomendações da CONFECOM apontem para uma revisão do modelo atual da radiodifusão, e aposta todas as suas fichas para pautar o debate nas mídias do futuro. Segundo Slaviero, presidente da Abert, “as pautas que a gente vê como negativas são as que olham para o passado, como propriedade cruzada e monopólio/oligopólio”¹. Para as empresas de teles, TV por assinatura e provedores de acesso, a internet não deve ser o tema principal da agenda de debates da Conferência. Apostam em público que a CONFECOM irá focalizar prioritariamente a radiodifusão, mas nos bastidores revelam receios com relação a um evento de debate aberto com a sociedade.

Será em meio a essa guerra declarada e silenciosa entre os setores de telecomunicações e de radiodifusão que acontecerá realizada a 1ª

¹Teletime, nº 122, jun 2009, matéria “Conferência banda larga”, p. 40





Conferência de Comunicação do país. O governo, que responde pela convocação da Conferência e que declara querer contar com diretrizes para o desenho de políticas públicas, também atua dividido neste cenário de guerra de gigantes. A pergunta que não quer calar é a seguinte: alguém sabe o que propõe, o que pensa o governo?

Para a tranquilidade do setor privado, o Ministério das Comunicações (MiniCom) tem declarado enfaticamente que a CONFECOM não é decisória, que “a conferência não tem resultado normativo algum. Ela tem força política apenas porque vai gerar um documento a partir de discussões feitas com a sociedade”, alerta Marcelo Bechara assessor do MiniCom.

A CONFECOM assusta e coloca na defensiva os “gigantes da mídia”

Embora com força política limitada e sem poder econômico, as organizações da sociedade civil, com a pressão realizada sobre governo federal para a realização da Conferência, encurralaram as teles e os radio-difusores. O receio de ambos os setores é o mesmo: que seus modelos de negócios sejam alvo de iniciativas regulatórias, isto é, de demandas de políticas públicas a partir do conceito de comunicação como um direito fundamental e da formulação de regras claras e transparentes para todos os setores que atuam nesse campo.

Sabe-se que a expectativa das organizações que atuam na defesa da democratização das comunicações no país é debater temas como o controle público da mídia, a sua regulamentação e a efetiva participação da sociedade na construção das políticas para as comunicações do país.

Em meio a esta violenta disputa de negócios, os movimentos sociais enfrentam a necessidade de compreender e traduzir para a população o significado, abrangência e consequências da convergência das comunicações. A convergência tecnológica e o avanço das telecomunicações colocam para a sociedade civil organizada a necessidade de atualização de paradigmas formulados para a defesa do direito à comunicação, no tempo em que era possível debater os meios e os veículos isoladamente. Hoje, tudo está conectado e a palavra-chave é Redes.





O conjunto das organizações sociais que atuam na defesa de direitos precisa ampliar seu leque de atuação e abarcar a demanda por políticas públicas de comunicação. Este é um campo extremamente dinâmico, complexo, marcado por disputas comerciais gigantescas e movido por um imenso volume de capital e poder excessivo junto às instâncias de governo e de regulação. Os desafios em questão exigem diversos movimentos simultâneos, entre eles, a capacidade de gerar informações e conteúdos que despertem e estimulem a mobilização social em torno do direito à comunicação. Sabe-se que o fortalecimento da sociedade civil organizada no campo das disputas por políticas públicas de comunicação passa inescapavelmente pela conquista de atenção, visibilidade e credibilidade na sociedade.

Para tanto, há um leque de oportunidades, pois está em curso no país uma série de questões críticas que têm o potencial de chamar a atenção e mobilizar a sociedade. É preciso explorar estrategicamente temas de interesse da população que estão na ordem do dia e que têm potencial de aproximar o debate sobre direito à comunicação aos interesses e preocupações concretas da vida cotidiana.

Estão em jogo agendas ocultas de interesses de empresas e modelos de negócios, que só poderão ser desvendados através do debate crítico impulsionado pela sociedade civil organizada.

2. A convergência digital e a convergência das práticas sociais

A exclusão digital e a exclusão de gênero, raça, etnia, classe, orientação sexual, geração caminham paralelamente, visto que estão permeadas por questões de poder, de distribuição de riqueza e de conhecimento. Na sociedade da informação e do conhecimento, as mulheres, por exemplo, têm sido excluídas de todo o processo de criação, desenvolvimento e implementação das TIC, isto é, estão ausentes dos lugares de decisão, ocupando muito mais um papel de observadoras e usuárias. Todas as formas de evolução tecnológica de transmissão /construção de informação e conhecimento implicam em inclusão e exclusão. A passagem da oralidade para a escrita exigiu, por exemplo, processos de alfabetização,





barateamento do papel, etc. Para a massificação e a democratização das TIC, as necessidades são ainda maiores e mais caras, principalmente em função da velocidade das alterações e pelo fato de provocarem novas noções de tempo e espaço, um novo modo de ver e sentir.

Para que mulheres e homens se beneficiem dessa revolução tecnológica com igualdade, elas e eles necessitam ter acesso a uma educação pertinente que não se limite ao aspecto instrumental, direito ao financiamento de projetos, a produção de conteúdos e a participar das decisões sobre as políticas a serem implementadas no âmbito das comunicações, principalmente na era digital.

Como questiona e avalia Regina Festa, professora de comunicação ligada ao movimento feminista, “onde está o coração do problema sob a ótica do movimento de mulheres, em relação aos impactos da sociedade da informação? Em primeiro lugar, pode-se constatar que o movimento de mulheres, via de regra, organizou-se paralelamente à implantação dos aparatos mediáticos, embora tenha influenciado e sofrido influência dos mesmos. Foram revoluções interdependentes, porém, de trajetórias singulares. Por parte das mulheres, a constituição de direitos e cidadania excluíram das prioridades a análise das contradições culturais e ideológicas nas esferas públicas. Permanece, assim, um certo desconhecimento a respeito dos modos de operar e funcionar dos sistemas de produção e distribuição mediáticos e de expansão da informação e da comunicação. Com isso operou uma certa visão instrumental do sistema, (...) funcionamento low profile e em competição com a estrutura comercial e patriarcal do próprio sistema”².

Não se trata de ser a favor ou contra as TIC, mas de assumir a irreversibilidade de um avanço das formas de informação e transmissão de conhecimento, pela humanidade. Como destaca Pierre Levy³, “raciocinar em termos de impacto é condenar-se a padecer. De novo a técnica propõe, mas o homem [e a mulher, também] dispõe. Cessemos de

²FESTA, Regina. Notas para um novo milênio: questões de gênero e sistemas de comunicação e informação. In: Perspectivas de gênero – debates e questões para ONG's. Recife. GT Gênero – Plataforma de contrapartes Novib / SOS Corpo. 2001. p.106

³LÉVY, Pierre. O que é o virtual? (tradução de Paulo Neves). Editora 34. SP. 1996 (7ª reimpressão. 2005)





diabolizar o virtual (como se fosse o contrário do real!). A escolha não é entre a nostalgia de um real datado e um virtual ameaçador ou excitante, mas entre diferentes concepções do virtual. A escolha é simples. Ou o ciberespaço reproduzirá o mediático, o espetacular, o consumo de informação mercantil e a exclusão numa escala ainda mais gigantesca que hoje. (...) Ou acompanhamos as tendências mais positivas da evolução em curso e criamos um projeto de civilização centrado sobre os coletivos inteligentes”

Barbero⁴ constata que “nada nos preparou para conviver com a incerteza, nem o Marxismo, nem o Cristianismo” e que “vivemos uma época de mudanças profundas no planeta, em função das novas tecnologias da informação e comunicação, incluindo o advento da internet – cuja única comparação equivalente que se pode fazer é ao invento da escrita –, com mudanças proporcionais à insegurança que sentimos em todos os sentidos”

Espaço e tempo são estruturas de nossa percepção dos sentidos. Um novo tempo, com novas formas de ver e sentir, em que as identidades se revitalizam por meio de novas espacialidades, reconstruindo, em termos de relações sociais de gênero, raça, etnia, classe, orientação sexual, idade, os laços sociais e a convivência em âmbito local, nacional e mundial, por meio do sentido que se configura com a narração.

Apesar dessa fábrica de presente – sem referência ao passado e sem projeção do futuro – (um “presente altista, como denomina Barbero”), há possibilidades de avanço no processo de redefinição do que significa democracia, a partir do feminismo e da sociedade em rede. Como bem salienta Barbero, “é possível aumentar as brechas para a construção de relatos. A briga com os meios de comunicação de massa tem que ser feita ampliando as brechas, utilizando-se a criatividade brasileira, com cintura flexível e paciência. A esperança se dá através dos desesperados. Como nunca se viu tantos desesperados, hoje, podemos ter esperança!” A esperança de que os espaços privado e público sejam igualmente com-

⁴Jesus Martin Barbero ministrou o curso Novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias, na USP/ECA, no período de 15 a 19/09/2008.





partilhados por homens e mulheres, com respeito às diferenças de raça, etnia, classe, orientação sexual, idade ...

A revisão das práticas sociais levando em conta a convergência digital propiciará o avanço na luta pela cidadania plena, levando em conta que a infra-estrutura de comunicações - incluindo a internet e o espaço virtual – é um bem comum pertencente a toda a humanidade.

3. Cedo ou tarde, o tema do controle público do sistema de comunicação como política pública, será central no país

Os movimentos sociais têm prestado uma contribuição ímpar no processo preparatório da 1ª CONFECOM ao explicitar para a área empresarial de comunicação que este setor precisa dar sinais de amadurecimento e pensar a democracia para além dos limites do livre mercado.

No Brasil, o debate contemporâneo exige uma concepção da qualidade da democracia, e o direito à comunicação, concebido como direito fundamental, é parte essencial desse processo. O que confere qualidade à democracia são os mecanismos de controle público, fiscalização e monitoramento, seja em relação às atividades exercidas por instâncias públicas ou privadas.

A forte demanda dos movimentos sociais por marcos regulatórios para as comunicações no país, está baseada no conceito de *accountability*, princípio segundo o qual as instâncias públicas e privadas devem prestar contas a sociedade.

O enorme desconforto que tem causado a expressão “controle público” do sistema de comunicação é revelador de visões que não concebem a democracia com organismos de fiscalização que exigem limites, com regras democráticas e transparentes, às ações do setor público e privado de comunicação. Isto é, têm um conceito limitado de democracia.

Jacira Melo e Vera Vieira





4. O que são Conferências Nacionais?

As Conferências Nacionais vêm consolidando-se como instrumentos fundamentais para garantir a participação da população organizada na discussão e definição de diretrizes para um determinado setor do Estado. Quase sempre estão vinculadas à criação de conselhos ou comissões de pessoas eleitas em todos os níveis para exercer o acompanhamento das políticas públicas daquele setor. O exemplo sempre citado é o da saúde.

As conferências são convocadas pelo Poder Executivo Nacional e dela são convidados a participar todos os setores da sociedade civil brasileira. As conferências são processos com etapas municipais, estaduais e nacional, funcionando com base num regimento que estabelece temas e metodologias de discussão. Este regimento é construído por uma comissão organizadora, que conta com representantes do poder público e da sociedade civil. Em cada uma das etapas da Conferência, são aprovadas propostas e eleitos delegados e delegadas para defendê-las no âmbito da federação imediatamente superior. Tudo isso até se chegar à etapa nacional, que aprova as diretrizes para as políticas públicas daquele setor. No Brasil, mais de 100 Conferências Nacionais já foram realizadas, sendo a maioria delas depois de 2003.⁵

5. Sobre a 1ª CONFECOM

De acordo com o Decreto Presidencial publicado no dia 16 de abril de 2009, a 1ª Conferência Nacional de Comunicação tem como tema “Comunicação: meios para construção de direitos e de cidadania na era digital”. Sua etapa nacional será realizada em Brasília, de 14 a 17 de dezembro de 2009. A CONFECOM é presidida pelo Ministério das Comunicações, com a colaboração direta da Secretaria Geral da Presidência e da Secretaria de Comunicação Social. Na Portaria 185, de 20 de abril de 2009, foram instituídos os órgãos do poder público e as instituições da sociedade civil que compõem a Comissão Organizadora, responsável por regular todos os aspectos da Conferência.

⁵Proconferencia SP - Orientações para Etapas Municipais e Regionais <http://www.proconferenciasp.org/index.php/faq.html>





A CONFECOM será um espaço em que os cidadãos e as cidadãs brasileiros/as poderão, pela primeira vez, apresentar suas demandas e propostas para políticas públicas de comunicação. Será um momento para toda a sociedade definir as diretrizes e ações que o poder público (prefeitos/as, vereadores/as, deputados/as estaduais, deputados/as federais, ministros/as, presidente, juizes/as, promotores/as, etc.) deve ter como prioridade no setor de Comunicação. Pela primeira vez governo, empresários e sociedade civil vão discutir, olho no olho, o futuro da comunicação.

6. Objetivos da 1ª CONFECOM

Os Objetivos da 1ª CONFECOM constam do Regimento Interno aprovado em setembro de 2009.

(...)

CAPÍTULO I DOS OBJETIVOS

Art. 1º O tema da 1ª Conferência Nacional de Comunicação - CONFECOM, convocada pelo Decreto de 16 de abril de 2009, é "Comunicação: meios para construção de direitos e de cidadania na era digital".

Parágrafo único. Os trabalhos da CONFECOM serão desenvolvidos a partir do tema referido no caput.

Art. 2º A Conferência Nacional de Comunicação é um instrumento de contribuição que tem como objetivo geral a formulação de propostas orientadoras de uma Política Nacional de Comunicação e que visa promover o debate amplo, democrático e plural com a sociedade brasileira, garantindo-se a participação social em todas as suas etapas, nos termos desse Regimento.

Art. 3º São objetivos específicos da 1ª CONFECOM:

I – elaborar o relatório final que proponha princípios, diretrizes e recomendações para a formulação e implementação de políticas públicas de comunicação; e

II – propor mecanismos para efetivar a participação social no âmbito da comunicação.





7. Eixos Temáticos⁶

De acordo com a RESOLUÇÃO No.1, DE 10 DE SETEMBRO DE 2009, que rege os eixos temáticos e a metodologia para encaminhamento e aprovação das propostas da 1ª Conferência Nacional de Comunicação – CONFECOM, em seu artigo 3º informa que:

(...)

Art. 3º Constituem eixos temáticos orientadores vinculados ao tema central da 1ª CONFECOM:

I - Produção de Conteúdo;

II - Meios de Distribuição; e

III - Cidadania: Direitos e Deveres.

§ 1º São temas indicativos relacionados ao eixo temático Produção de Conteúdo: conteúdo nacional; produção independente; produção regional; garantia de distribuição; incentivos; tributação; financiamento; fiscalização; propriedade das entidades produtoras de conteúdo; propriedade intelectual; órgãos reguladores; competição; aspectos federativos; marco legal e regulatório.

§ 2º São temas indicativos relacionados ao eixo temático Meios de Distribuição: televisão aberta; rádio; rádios e TVs comunitárias; internet; telecomunicações; bandalarga; TV por assinatura; cinema; mídia impressa; mercado editorial; sistemas público, privado e estatal; multiprogramação; tributação; financiamento; responsabilidade editorial; sistema de outorgas; fiscalização; propriedade das entidades distribuidoras de conteúdo; órgãos reguladores; aspectos federativos; infraestrutura; administração do espectro; publicidade; competição; normas e padrões; marco legal e regulatório.

§ 3º São temas indicativos relacionados ao eixo Cidadania: Direitos e Deveres: democratização da comunicação; participação social na comunicação; liberdade de expressão; soberania nacional; inclusão social; desenvolvimento sustentável; classificação indicativa; fiscalização; órgãos reguladores; aspectos federativos; educação para a mídia; direito à comunicação; acesso à cultura e à educação; respei-

⁶Fonte: DOU - <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=44&data=14/09/2009>





to e promoção da diversidade cultural, religiosa, étnico-racial, de gênero, orientação sexual; proteção a segmentos vulneráveis, como crianças e adolescentes; marco legal e regulatório.

8. Quem pode participar?⁷

CAPÍTULO V

DA COMPOSIÇÃO E PARTICIPAÇÃO NA CONFERÊNCIA

Art. 40. Os participantes da Conferência Nacional de Comunicação estarão distribuídos em cinco categorias:

- I – delegados eleitos nos Estados e no Distrito Federal, por segmentos, com direito à voz e voto nos órgãos da Conferência;
- II – delegados natos, com direito à voz e voto nos órgãos da Conferência;
- III – delegados por indicação, com direito à voz e voto;
- IV – delegados da Administração Federal, com direito à voz e voto; e
- V – observadores, com direito à voz.

Parágrafo único. O número total de delegados da etapa nacional não será superior a mil quinhentos e trinta e nove.

Art. 41. São considerados segmentos para fins de composição dos delegados eleitos:

- I – Poder Público: representantes de órgãos da Administração Pública Direta e Indireta nas esferas Estadual e Municipal;
- II – Sociedade Civil Empresarial: representantes de empresas ou representantes de entidades da sociedade empresarial organizada que congreguem interesses do setor de comunicação, que não estejam vinculados, sob qualquer forma, aos demais segmentos; e

⁷<http://www.proconferenciasp.org/index.php/documentos/95-aprovado-regimento-da-confecomnaintegra>





III – Sociedade Civil: quaisquer cidadãos ou representantes de entidades da sociedade civil organizada, que não estejam vinculados, sob qualquer forma, aos demais segmentos.

Art. 42. Serão delegados na etapa nacional da Conferência Nacional de Comunicação os citados nos incisos I a IV do art. 40, de acordo com a distribuição por segmento, na seguinte proporção:

I – vinte por cento de escolhidos dentre os representantes do Poder Público;

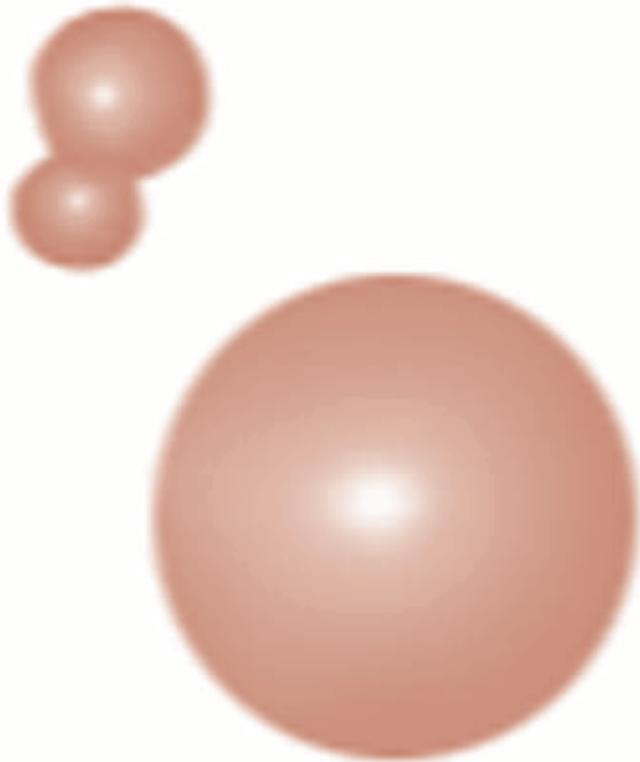
II – quarenta por cento de escolhidos dentre os representantes da Sociedade Civil; e

III – quarenta por cento de escolhidos dentre os representantes da Sociedade Civil Empresarial.

§ 1º O número de delegados deverá ser proporcional à representação dos Estados e do Distrito Federal na Câmara dos Deputados, nos termos do Anexo a esse Regimento.

§ 2º As Conferências Estaduais e Distrital elegerão os seus delegados para a Conferência Nacional segundo critérios estabelecidos pela Comissão Organizadora da CONFECOM.







II - FAZENDO LOBBY

1. Como atuar?

Embora a dinâmica das conferências possa ser alterada, existem algumas regras básicas, que se somam ao cenário marcado por vários debates específicos. Em geral, os procedimentos são os que seguem. É importante salientar que, para qualquer negociação, são essenciais o conhecimento das regras de funcionamento e, especialmente, como funciona o Secretariado de uma conferência.

Em relação à 1ª CONFECOM, sabe-se que a expectativa das organizações que atuam na defesa da democratização das comunicações no país é debater temas como o controle público da mídia, a sua regulamentação e a efetiva participação da sociedade na construção das políticas para as comunicações do país.

Em meio a uma violenta disputa de negócios entre as teles e a radio-difusão, os movimentos sociais enfrentam a necessidade de compreender e traduzir para a população o significado, abrangência e conseqüências da convergência das comunicações.

Os esforços de lobby são facilitados quando se prepara a documentação com antecedência. É importante preparar textos informativos com pontos chaves sobre suas realidades, preocupações, prioridades e perspectivas. Se seu grupo desenvolveu alguma experiência bem sucedida, ou inovou em qualquer aspecto, documente isso em um formato simples e, se possível, de uma forma que possa ser útil às delegações para incorporar essa linguagem como parte de seus pontos de negociação.

É preciso observar que há um déficit de formulação crítica e de propostas para o setor de comunicação no campo social, e por extensão no campo de luta contra a discriminação de gênero, raça/etnia. As organizações sociais que atuam na defesa de direitos não têm priorizado o debate sobre o impacto social, econômico, cultural e político do veloz avanço das tecnologias de comunicação. Este é um campo extremamente dinâmico,





complexo, marcado por disputas comerciais gigantescas e movido por um imenso volume de capital e poder excessivo junto às instâncias de governo e de regulação.

Deve-se discutir a importância da perspectiva de gênero e raça, além de insistir na linguagem inclusiva, que explicita no documento final propostas que incluam as mulheres de qualquer raça, etnia, orientação sexual ou idade.

O passo seguinte é:

- destacar toda a informação no processo de discussão já iniciado em outras conferências, nacionais e/ou internacionais, cujo tema da Comunicação tenha sido debatido.
- Identificar quais são as forças sociais que têm prioridades parecidas ou poderiam apoiar as nossas, e identificar o que fazem para implementar essas prioridades.
- Identificar pessoas sensíveis ou aliadas para que apoiem nossa agenda e possam fazer recomendações ou influir no processo de negociação da Conferência.

2. O que necessitamos para influenciar em um processo de negociação?

Uma série de pré-condições:

- Um objetivo político claro: é necessário saber o que queremos, ter uma agenda política clara traduzida em uma linguagem apropriada (positiva, propositiva, utilizando a terminologia adequada).
- Um conhecimento da “linguagem consagrada” que sirva a nossos propósitos. É sempre mais fácil avançar sobre o que já foi aprovado em outras Declarações ou Planos de Ação do que aprovar novos conceitos ou novas linguagens.
- Um conhecimento dos atores e suas agendas, inclusive a do setor não-governamental (ONGs) que participa da Conferência. O fato de ser





ONG não significa que sempre se está em uma posição que consideramos correta. É importante saber quem tem e quem não tem posições que não são negociáveis, como se movem os blocos, como se fazem e se desfazem alianças, quais são os eixos através dos quais podem ser feitas alianças. Tudo isso requer um exercício permanente de planejamento estratégico em uma dinâmica que muda diariamente.

- Conhecer, de antemão, os nomes das personalidades governamentais que participarão na Conferência e fazer o lobby correspondente. O mesmo deve ser feito com os nomes dos/as representantes de ONGs que integram a delegação oficial.

- Ter sempre presentes as prioridades originais, com objetividade nas recomendações a serem priorizadas nos diversos contextos nacionais.

- Divulgar a informação sobre a Conferência nos meios de comunicação, focando as prioridades das mulheres e das organizações de mulheres e da sociedade civil, considerando o enfoque de gênero, raça, etnia, orientação sexual, geração.

- Participar dos eventos preparatórios da Conferência tratando de identificar possíveis aliados e pontos de consenso para formular estratégias comuns. Se possível, especialmente, nas Conferências preparatórias de outras regiões.

3. Quais são os territórios da ação política?

O cenário de uma conferência é muito particular e ali se refletem e se enfrentam determinadas forças. Assim como pode haver uma identificação das forças políticas, da mesma forma podem ser identificados temas que correspondem a campos ou áreas temáticas conflitantes, que passaram por processos de consenso, mas que, permanentemente, exigem releituras e reconstrução de consensos.

Esse cenário não é uma simples somatória de posições de diferentes setores. Existem blocos que representam diferentes grupos unidos por um interesse comum. Na 1ª CONFECOM observa-se um cenário de jogo de forças e uma prevalência de disputas de modelos de negócios nas questões fundamentais da área de comunicação. A CONFECOM, convo-





cada pelo governo como um espaço de debate entre diferentes setores, com a garantia da presença e voz da sociedade civil organizada, parece refém das disputas de “cachorro grande” do setor.

Nas Conferências, os processos de advocacy desenvolvem-se em dois territórios políticos que se complementam:

- os textos e a linguagem são o centro da disputa e o objetivo da ação, para garantir a inclusão de propostas no texto final.
- os atores e as forças políticas são as peças que temos que mover para influenciar nos textos.

Para intervir no processo, é preciso que haja uma orientação lógica que combine agilmente o conflito com a cooperação. Isso implica em que, em determinados momentos, é preciso negociar com o adversário e, em outros, enfrentar-se com potenciais parceiros – por exemplo, quando a perspectiva de promoção da igualdade de gênero, raça/etnia não é politicamente compreendida.

4. Quais são os desafios?

a) Para os movimentos sociais

Os desafios colocados pela 1ª CONFECOM exigem diversos movimentos simultâneos, entre eles, a capacidade de gerar informações e conteúdos que despertem e estimulem a mobilização social em torno do campo de direito à comunicação, como um direito fundamental. O fortalecimento da capacidade da sociedade civil e a autonomia das organizações sociais no campo das disputas por políticas públicas de comunicação passam inescapavelmente pela conquista de atenção, visibilidade e credibilidade na sociedade.

Para tanto, há um leque de oportunidades, pois está em curso no país uma série de questões críticas que têm o potencial de chamar a atenção e mobilizar a sociedade. Trata-se de explorar estrategicamente alguns temas de interesse da população que estão na ordem do dia e





que têm potencial de aproximar o debate sobre direito à comunicação aos interesses e preocupações concretas da vida cotidiana das pessoas, como por exemplo:

- A Anatel prevê uma redução progressiva dos orelhões no país; trata-se de uma meta do novo Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) que implicará a revisão dos contratos de telefonia a partir de 2011. Qual será o impacto dessa iniciativa regulatória? Segundo representantes do Idec (Instituto de Defesa do Consumidor) e do Pro Teste, este é um plano de metas de retrocesso na universalização;

- Internet: alta velocidade, universalizada, acessível e de baixo custo, exigirá a formulação de políticas públicas e planejamento de médio de longo prazo que responda aos interesses e demandas da sociedade;

- na telefonia móvel, os serviços e o atendimento ruins são a marca das operadoras; a média de minutos usados por mês por usuários (MOU) no país é uma das mais baixas do mundo, uma vez que a tarifa de telefonia celular do Brasil é a mais alta da América Latina;

- as operadoras de telefonia móvel colocam suas apostas de negócio em TV móvel, para vender assinaturas para acesso a conteúdo de canais típicos de TV a cabo – as operadoras visam o acesso do público jovem, que é justamente o alvo da maioria dos serviços multimídia disponíveis no celular.

b) Para as mulheres:

Com relação aos movimentos de mulheres, os debates sobre comunicações nos últimos anos apontam para os seguintes desafios:

- sobre aspectos regulatórios do sistema de comunicação do país, introduzir uma perspectiva não-sexista, não discriminatória e inclusiva.

- na elaboração de propostas para a criação de instâncias de debate e construção de políticas públicas de comunicação incluir a visão de diversidade e pluralidade de gênero, raça, etnia, orientação sexual, geração.

- investir no debate sobre os desafios para a promoção da igualdade e equidade de gênero no ambiente de convergência das comunicações,





III. CONHECENDO TERMINOLOGIAS, UNIFICANDO LINGUAGEM

A definição de alguns termos é tão importante como a consulta a documentos adequados para conhecer os instrumentos (internacionais, nacionais e locais) que estipulam ou protegem os direitos sociais, políticos, econômicos e culturais. Além disso, é uma forma de desvendar termos técnicos e cenários diversos da atual era digital.

Os termos apresentados, a seguir, foram pesquisados em documentos, sites, publicações, e outras fontes, específicas ou não, que trabalham sobre os temas em questão, os quais encontram-se relacionados ao final desta publicação, no capítulo intitulado referências bibliográficas.

Ação Afirmativa - Ações afirmativas são um conjunto de políticas públicas de caráter compulsório, facultativo ou voluntário concebidas com vistas à promoção de populações historicamente discriminadas e ao combate à discriminação. Cotas são só uma delas. As Políticas de ação afirmativa têm como objetivo corrigir os efeitos presentes da discriminação praticada no passado, concretizando o ideal de efetiva igualdade de acesso a bens fundamentais e direitos de cidadania plena.

Advocacy - Não existe tradução para o português do termo Advocacy (defesa e gestão política), que vem do verbo inglês *to advocate*, e que "consiste na combinação de estratégias dirigidas a organizar a cidadania para que ela influa na tomada de decisões do governo e de outros atores públicos, com o objetivo de solucionar problemas comuns e alcançar mudanças políticas e sociais..." Esse é um processo que conta com vários instrumentos, e um deles é o lobby. Corresponde às tentativas de influenciar o clima político, as decisões sobre políticas, programas e orçamentos, as percepções públicas sobre normas sociais, o envolvimento e o apoio da sociedade para um determinado tema ou causa, através de um conjunto de ações bem planejadas e organizadas, realizadas por um grupo de indivíduos ou organizações comprometidas e que trabalham de maneira articulada (Fonte: UNFPA, 2002).





Bissexualidade - É o termo aplicado a seres e, mais comumente, pessoas, que se sentem atraídos por ambos os sexos, servindo, portanto, de um quase meio-termo entre o hetero e o homossexual.

Brecha Digital - Expressão comumente utilizada para designar a desigualdade de acesso, ou seja, a imensa população excluída das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) - bem como o conseqüente impacto -, tendo a internet como sua maior expressão. Refere-se ao acesso a recursos e serviços, assim como à participação nos processos de tomada de decisão. As TIC têm se revelado um fator de exacerbação dos obstáculos para a inclusão social (levando em conta, principalmente, classe social, gênero, raça/etnia, questão geracional), já que marginaliza ainda mais as chamadas 'minorias' dos países em desenvolvimento, por problemas de pobreza, falta de recursos, analfabetismo e baixos níveis de educação. Considera-se que as desigualdades sociais se refletem no desenvolvimento do acesso e do uso das TIC. Daí a importância de se investir na capacitação, principalmente no que se refere às gerações mais antigas.

Brecha Geracional - Expressão utilizada para se referir à separação entre a geração jovem (que já nasceu digital) e a geração mais antiga (cuja mente funciona de forma sequencial, ou seja, geração analógica). A brecha geracional pode exacerbar os conflitos entre gerações, visto que as novas tecnologias da informação e comunicação provocam novas noções de tempo e espaço, um novo modo de ver, pensar e sentir. Daí a importância na capacitação, principalmente das gerações mais antigas.

Caucus: significa uma reunião na qual várias pessoas ou organizações interessadas em questões similares se encontram para trocar informações, preparar um documento de posicionamento ou declarações e coordenar atividades de lobby. No contexto nacional em geral podem ser traduzidos (grosso modo) por GTs.

Ciberespaço - Um ambiente artificial gerado pelo computador, projetado para maximizar a liberdade de movimento e a imaginação do usuário. O termo foi cunhado por William Gibson, em seu romance fantástico *Neuromancer*, publicado em 1984, designando "uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz alinhadas que abrangem o universo não-espaço





da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados". Compartilhado hoje por milhões de pessoas de todo o planeta, o ciberespaço adquire uma significação política e cultural de dimensões globais. Em manifesto publicado pela revista Wired, em 1996, o suíço John Perry Barlow proclama o ciberespaço como 'a nova morada da mente'. (ver também Virtual)

Comitê Gestor da Internet do Brasil - Foi instituído via Portaria Interministerial do MCT (Ministério da Ciência e Tecnologia) e MC (Ministério das Comunicações), em 1995, e vem sendo atualizado segundo o mesmo instrumento. É composto, atualmente, por 12 conselheiros, sendo 5 do Setor Público e 7 do Setor Privado/Terceiro Setor. Relaciona-se diretamente à temática da Governança da Internet no Mundo. Envolve regulamentação e gestão sobre: infra-estrutura específica de comunicações; protocolos e serviços básicos Internet; provedores de acesso, conteúdos, aplicações; uso da Internet. [site do Comitê Gestor: www.cg.org.br].

Comunicação - É tornar COMUM uma AÇÃO. (Baccega) / É interação entre sujeitos. (Habermas) / É um modo de agir em comum com o qual as pessoas se comprometem. (Habermas) / A comunicação só se efetiva quando ela é apropriada e se torna fonte de outro discurso. (Baccega)

Convergência das mídias - Integração dos diversos meios de comunicação. Uso de diferentes veículos como portas de entrada para a mesma base de conteúdos. A tecnologia digital e a interatividade característica da internet são os fatores que tornaram possível a convergência das mídias, considerada como uma revolução comparável ao início da televisão: "Há alguns anos, cada veículo tinha um sistema próprio de processamento e distribuição de sinais, uma diferença que deixa de existir a partir do momento em que todas as mídias começam a operar com bits. Teoricamente, elas passam a ser a mesma coisa; como tudo virou digital, você pode trafegar qualquer conteúdo em qualquer mídia", explica Fernando Bittencourt, da Central Globo de Engenharia. Na prática, a convergência ocorre quando se usa, por exemplo, um aparelho de TV acoplado e recursos de computador, telefone e aparelho de som; ou o computador funcionando como TV, rádio e telefone; ou o celular funcionando como pager e como palm-top, além de acessar conteúdos e serviços disponíveis na internet e na TV.





Controle Social ou controle público - Por controle social entende-se a participação da sociedade no acompanhamento e verificação das ações da gestão pública na execução das políticas públicas, avaliando os objetivos, processos e resultados.

Cotas – Por sistema de cotas entende-se uma medida governamental que cria uma reserva de vagas em instituições públicas ou privadas para determinados segmentos sociais. É considerada uma forma de ação afirmativa, segundo conceito surgido nos Estados Unidos na década de 1960. Em 1996, o Congresso Nacional brasileiro instituiu o sistema de cotas na Legislação Eleitoral – que obrigava os partidos a inscreverem, no mínimo, 20% de mulheres nas chapas proporcionais. No ano seguinte, o sistema foi revisado e o mínimo passou a ser de 30%.

Digital - Um método de representação de sinais por um conjunto de valores numéricos diferentes (1s e 0s), ao contrário de uma corrente ou voltagem continuamente variável. O sistema digital é o oposto do sistema analógico, quer dizer, não é sequencial.

Direitos Humanos: Princípios universais, interdependentes e indivisíveis que obrigam os estados a proteger, respeitar, promover e garantir esses direitos no âmbito político, civil, econômico, social e cultural. Existem direitos individuais e direitos coletivos, como os direitos à autodeterminação dos povos e o direito ao desenvolvimento.

Discriminação – Diz respeito a toda distinção, exclusão ou restrição baseada no sexo, gênero, raça, cor da pele, linhagem, origem nacional ou étnica, orientação sexual, condição social, religião, idade, deficiência etc., que tenha por objeto ou por resultado anular ou depreciar o reconhecimento, gozo ou exercício e em condições de igualdade entre toda e todos aos direitos humanos e liberdades fundamentais em todas as esferas, incluindo a pública, privada, política, econômica, cultural ou civil.

Discriminação Racial – A Convenção Internacional para a Eliminação de todas as Normas de Discriminação Racial da ONU, em seu artigo primeiro, diz que a discriminação social “significa qualquer distinção, exclusão, restrição ou preferência baseada na raça, cor, ascendência, origem étnica ou nacional com a finalidade ou o efeito de impedir ou dificultar o reconhecimento e/ou exercício,





em bases de igualdade, aos direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos político, econômico, social, cultural ou qualquer outra área da vida pública.” (Convenção ratificada pelo Brasil em 27 de março de 1968).

Diversidade – É um dos princípios básicos de cidadania. Visa garantir a cada indivíduo as condições para o pleno desenvolvimento de seus talentos e potencialidades, considerando a busca por oportunidades iguais e o respeito à dignidade. Representa a efetivação do direito à diferença, criando condições e ambientes em que as pessoas possam agir em conformidade com seus valores individuais.

Educação - “Ensinar e aprender são definidos fundamentalmente como processos de interação e comunicação” (Moore). Paulo Freire, o grande educador popular, nos anos 1960, bem antes da revolução provocada pelas TIC, já falava sobre o fracasso da “educação bancária”, ou seja, “depósito de conhecimento dentro da inteligência silenciada do/a educando/a”. Assim, um dos principais fatores determinantes do sucesso de processos de educação formal ou não-formal (como é o caso do trabalho desenvolvido pelas ONGs) estará na “forma dialógica de educar – a partir da realidade do/a educando/a e com ele e não para ele, para gerar o conhecimento coletivo -, que considera a visão local, para inseri-la no contexto global.

Educomunicação: É a gestão da comunicação nos espaços educativos, tanto nos ambientes voltados para programas escolares formais, quanto naqueles dedicados ao desenvolvimento de ações não formais de educação, ou mesmo instituições que administram programas de educação à distância, para a qual supõem-se a formação e o diálogo entre comunidades virtuais. (Ismar de Oliveira Soares). O/a educador/a age num ambiente de estudos da educação “com, pela e para” a comunicação, orientando para: a instrumentalização das novas tecnologias, a leitura crítica dos meios e a adoção de mecanismos de intervenção para alterar os padrões vigentes.

Equidade – Configura um princípio de justiça redistributiva, proporcional, que se pauta mais pelas necessidades de pessoas e coletivos e por um senso reparador de dívidas, do que pela sua igualdade formal diante da lei. Representa o aprofundamento do princípio de igualdade formal de todos diante da lei. Ele implica que pessoas e coletivos que se encontram em circunstâncias especiais ou que são diferentes sejam tratados de forma especial ou diferente.





Estado Laico - Também conhecido como Estado Secular, o Estado Laico é aquele que não possui uma religião oficial, mantendo-se neutro e imparcial no que se refere aos temas religiosos. Geralmente, o Estado laico favorece, através de leis e ações, a boa convivência entre os credos e religiões, combatendo o preconceito e a discriminação religiosa. O Brasil é um país com Estado laico, pois em nossa Constituição há um artigo que garante liberdade de culto religioso. Há, também, em nosso país, a separação entre Estado e Igreja. O Estado brasileiro, desde 1891, com a instituição da República, deixou de ser um Estado confessional, sendo, há mais de um século, laico. Isto significa que os poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, em todos os seus níveis, estão constitucionalmente – como contido nos artigos 5º, Inciso VI, e 19º, inciso I, da Carta Magna de 1988 – proibidos de professar, influenciar, ser influenciados, favorecer, prejudicar, financiar qualquer vertente religiosa, pois não existe religião oficial em nosso país. É este, entre outros, um dos fundamentos da República Federativa do Brasil.

Estereótipo – É um conjunto de traços que supostamente caracterizam a um grupo, deformando sua imagem da mesma maneira que quando se faz uma caricatura, com todos os perigos de distorção e empobrecimento da percepção social. Na Comunicação, são muito comuns as práticas estereotipadas em relação à imagem das mulheres, em especial as mulheres negras.

FUST - Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust) foi instituído por meio da Lei 9.998, de 17 de agosto de 2000, para financiar a implantação de serviços do setor - especialmente para a população mais carente - que não seriam normalmente prestados pelas companhias privadas em razão de custos e do baixo retorno. Pela lei, o Ministério das Comunicações é encarregado de formular as políticas para orientar as aplicações do Fust. À Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) compete a implementação e a fiscalização dos projetos.

Gênero – Busca explicar as relações sociais entre homens e mulheres. Esse conceito foi utilizado como categoria de análise primeiramente pela antropologia, que coloca o “ser mulher” ou “ser homem” como uma construção social. A palavra gênero, tirada da gramática, foi utilizada para identificar essa construção, diferenciando-a do sexo biológico. Podemos afirmar que a categoria gênero – a despeito de suas distintas utilizações – tem viabilizado um maior reconhecimento do ideário feminista, assim como das desigualdades estruturais





que afetam distintamente homens e mulheres, contribuindo para inscrever, no campo das políticas públicas, a pertinência do tema e da utilização do termo.

Governança na internet – “Significa criar processos para garantir a regulamentação do acesso à informação digital na Net, criando assim uma gestão segura, confiável e eficaz dos processos automatizados que garantem o funcionamento e a comunicação das redes e dos dispositivos plugados na Internet. Esta é a definição técnica de um processo que precisa colocar na balança os aspectos culturais de cada local. Logo, é uma tarefa que, além de demorada, necessita da interferência da sociedade civil através de seus principais atores sociais”, explica Alexandre Rangel, no artigo Governança da Internet.BR, publicada no site www.comunicacao.pro.br/ setepontos. No livro Governança na Internet - questões, atores e cisões, os autores Jovan Kurbalija e Eduardo Gelbstein destacam que “percepções diferentes do significado deste termo desencadeiam diferentes abordagens e expectativas políticas. Especialistas em telecomunicações vêm a questão da Governança na Internet através do prisma do desenvolvimento de infraestruturas técnicas. Os especialistas em computadores concentram-se no desenvolvimento de vários padrões e aplicações, como XML ou Java. Os especialistas em comunicação destacam a facilitação da comunicação. Ativistas dos direitos humanos vêm a Governança na Internet a partir da perspectiva da liberdade de expressão, da privacidade e de outros direitos humanos básicos. Advogados concentram-se em jurisdição e resolução de disputas legais. Políticos de todo o mundo em geral voltam a sua atenção para a mídia e para questões que impressionem positivamente os seus eleitorados, como o tecno-otimismo (mais computadores = mais educação) e o tratamento das ameaças implicadas (segurança na internet, proteção à infância). Os diplomatas preocupam-se principalmente com o processo e a proteção de interesses nacionais”. Resumindo: “A Governança na Internet consiste no desenvolvimento e na aplicação por governos, setor privado e sociedade civil, em seus respectivos papéis, de princípios, normas, regulamentos, procedimentos de tomada de decisão e programas compartilhados que modelem a evolução e o uso da Internet”.

Grupo de pressão - Grupo constituído por líderes de pensamento de uma comunidade, por uma determinada organização ou qualquer combinação de organizações, ou por um conjunto de indivíduos unidos em torno de objetivos comuns, que, ocasionalmente, procura exercer influência sobre outro grupo, no





sentido de forçar uma mudança de atitude. Os grupos de pressão diferenciam-se quanto a sua natureza (profissional, empresarial, ideológica, política etc.), quanto aos meios de ação (mobilização da opinião pública, propaganda, negociações, etc.) e quanto aos métodos utilizados (persuasão, reivindicações, lobbying, sabotagem, etc.). Cada um desses grupos representa um determinado segmento da comunidade, com grande força na formação da opinião pública e nas decisões governamentais.

Homofobia - Caracterizada pelo medo e, conseqüentemente, o desprezo e aversão pelos homossexuais que alguns indivíduos sentem. O termo é usado para descrever uma repulsa face às relações afetivas e sexuais entre pessoas do mesmo sexo.

Homossexualidade - É definida como a preferência sexual por indivíduos do mesmo sexo.

Informação - É o resultado do processamento, manipulação e organização de dados de tal forma que represente uma modificação (quantitativa ou qualitativa) no conhecimento do sistema (pessoa, animal ou máquina) que a recebe. “[...] usamos, absorvemos, assimilamos, manipulamos, transformamos, produzimos e transmitimos informação durante o tempo todo, durante todo o tempo. Entretanto, não temos uma definição precisa do que é informação. Não temos uma definição que diga o que é e o que não é informação. Sabemos intuitivamente o que é informação, mas não conseguimos descrever, em palavras, o que é informação.” (www.ime.usp.br)

Interatividade - Qualidade do que é interativo. Não há processo de comunicação sem interatividade, na medida em que comunicação pressupõe participação, interação, troca de mensagens. Característica (de um sistema, equipamento, programa, etc.) de funcionar em interação com o usuário, ou seja, com a participação deste a cada etapa, por meio de comandos diante do repertório de opções disponíveis. Característica do processo de comunicação em que o usuário recebe resposta imediata a um comando feito no computador.

Interativo - Diz-se do processo de comunicação que possibilita feedback imediato do receptor da informação. Esta qualidade aplica-se a veículos de comunicação, programas de rádio ou TV, programas multimídia e outros recursos,





em que o usuário (espectador, ouvinte, etc) tem participação ativa. Diz-se de um sistema, programa ou procedimento que estabelece comunicação ativa com o usuário. Este controla o desenvolvimento das atividades à medida que as tarefas são realizadas pelo computador, entrando com novas informações e/ou novos comandos para direcionar as tarefas seguintes.

Internet - O maior sistema de inter-redes do mundo. Consiste em uma hierarquia de muitos níveis, composta de redes axiais (por exemplo, NSFNET), rede de nível médio e redes menores. Rede de computadores de alcance mundial, formada por inúmeras e diferentes máquinas interconectadas em todo o mundo, que entre si trocam informações na forma de arquivos de textos, sons e imagens digitalizadas. Também conhecida como a 'grande rede', por ser o maior espaço existente de circulação de informações via computador. A idéia da Internet começou nos Estados Unidos, na década de 1960, quando o Pentágono estava buscando um meio de preservar informações caso ocorresse um ataque nuclear. A solução escolhida foi interligar várias máquinas numa rede descentralizada, que ganhou o nome de Arpanet. No decênio de 1980, esse tipo de comunicação em rede se propagou pelo mundo, resultando no sucesso de hoje. Mais do que uma rede de computadores, é agora uma rede de pessoas, a maior que já houve na humanidade. Hoje, quando enviamos uma mensagem de um ponto da Internet a outro, a mensagem percorre um caminho formado por uma ou mais máquinas, passando de nó em nó de redes até chegar ao seu destino. (...) Boa parte do conhecimento humano começa a ficar disponível na rede. A rede tem poder, sim, mas o poder está distribuído pelos seus usuários. Cabe a cada um de nós exercê-lo com propriedade.

Interseccionalidade – Trata-se de um conceito que afirma a coexistência de diferentes fatores (vulnerabilidades, violências, discriminações), também chamados de eixos de subordinação, que acontecem de modo simultâneo na vida das pessoas.

Intranet - Sistema de rede interna, criado a partir de tecnologias e ferramentas da Internet, utilizado para a circulação de informações corporativas entre os participantes de uma determinada instituição.

LGBTT - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Travestis.





Lesbofobia - Inclui várias formas de negatividade em relação às mulheres lésbicas, como indivíduos, como um casal ou como um grupo social. Com base nas categorias de sexo ou gênero biológico, orientação sexual, identidade lésbica e expressão de gênero, esta negatividade engloba preconceito, estigma, discriminação e abuso, além de atitudes e sentimentos variando de desdém a hostilidade.

Linguagem consagrada: no contexto de negociação desta Conferência, as resoluções e acordos tomados em Conferências anteriores sobre o tema, ou em outras de temas diferentes, denominam-se “linguagem consagrada”. Para um processo de negociação, é fundamental o conhecimento dessa linguagem. É muito importante conhecer primeiro os instrumentos nacionais e internacionais que existem para proteger e garantir os direitos humanos das mulheres e afrodescendentes. E quais os que foram aprovados e firmados por seus próprios governos. A negociação em geral deve partir da “linguagem consagrada” em diante, que garante que não haja retrocesso a direitos já conquistados em outras conferências, convenções etc.⁸

Lobby: este conceito se aplica a toda situação na qual um grupo da sociedade exerce pressão sobre uma autoridade pública (governo, parlamentares) ou um conjunto de autoridades (Conferência da ONU) para influir em alguma decisão particular que deva ser adotada por elas. É o processo pelo qual se intervém nas decisões que vão ser tomadas de maneira a poder assegurar que “nossas agendas” (nossos pontos de vista, nossas prioridades) sejam levadas em conta.

Mídia Clássica, tradicional ou velha - São todas as mídias que, na atualidade, já se encontram bem desenvolvidas e disseminadas na sociedade. De uma forma geral, a mídia impressa e a mídia eletrônica são mídias clássicas. Por outro lado, as novas tecnologias da comunicação, basicamente as derivadas do uso intensivo dos computadores e da eletrônica digital - a Internet, por exemplo -, permitiram o aparecimento de uma nova mídia - a Nova Mídia -, com características diferentes e que está se desenvolvendo por si mesma, como também afetando as mídias clássicas.

⁸ Ver ao final, documento contendo a compilação de propostas apresentadas e políticas aprovadas em várias Conferências, Convenções, nacionais e internacionais.





Multimídia - Sistemas de fornecimento de informações que combinam diferentes formatos de conteúdo (por exemplo: texto, vídeo e som) e instalações de armazenamento (por exemplo: fitas de vídeo, fitas de áudio, discos magnéticos, discos ópticos). Meio de comunicação com possibilidades múltiplas, aplicável às mais diversas áreas, como a formação escolar e profissional, manifestações culturais, criação artística, atividades econômicas e administrativas, entretenimento, informação jornalística, etc. Através dessa mídia múltipla, é possível o desenvolvimento de operações interativas de telemarketing (shopping eletrônico, telecompras) e de comunicação corporativa (videoconferência, correio eletrônico, comunicação interna, apresentações para clientes e outros públicos, etc.), além de serviços de informação (jornais personalizados e instantâneos, newsletter, enciclopédias digitais, etc.) e de lazer (filmes sob encomenda, jogos, música, literatura, etc.). A tecnologia multimídia é incorporada às diversas estratégias de marketing, para treinamento, propaganda e venda de produtos e serviços, bases de dados, etc.

ONG – Organização não Governamental - É um termo das Nações Unidas que se refere a qualquer organização não-governamental ou grupo, inclusive grupos voluntários, grupos comunitários, entidades de caridade, sindicatos de classe, campanhas e qualquer outro grupo que não faça parte do governo. O termo “ONG” não inclui, no entanto, entidades comerciais ou outras entidades com fins lucrativos.

Políticas universalistas – O princípio da universalidade refere-se à responsabilidade dos governos de assegurarem a todas as pessoas, sem distinção de qualquer tipo, o acesso aos serviços públicos e aos direitos sociais: saúde e educação pública e gratuita, todos os direitos da previdência e da assistência social. “A defesa intransigente das políticas universalistas no Brasil guarda, por identidade de propósitos, parentesco com o mito da democracia racial. Ambas realizam a façanha de cobrir com um manto “democrático e igualitário” processos de exclusão racial e social que perpetuam privilégios. Postergam igualmente o enfrentamento das desigualdades que conformam a pobreza e a exclusão social.” (Sueli Carneiro - Correio Braziliense –30/04/2003)

PPA - Plano Plurianual - É uma lei de iniciativa do Poder Executivo que estabelece as diretrizes, objetivos e metas da administração pública estadual para





as despesas de capital e outras delas decorrentes e para as relativas aos programas de duração continuada. O PPA é um o instrumento coordenador de todas as ações governamentais e como tal orienta as Leis de Diretrizes Orçamentárias (LDOs) e os Orçamentos Anuais (LOAs), bem como todos os planos setoriais instituídos durante o seu período de vigência. Estrutura a ação do Estado para um quadriênio, traduz a orientação política do Governo e imprime uma diretriz estratégica aos orçamentos anuais.

Preconceito – Como seu nome o indica, é um “pré”-conceito, uma opinião que se emite antecipadamente, sem contar com informação suficiente para poder emitir um verdadeiro julgamento, fundamentado e raciocinado. Ao contrário do que se possa pensar, são opiniões individuais. Em geral, nascem da repetição irrefletida de pré-julgamentos que já ouvimos antes mais de uma vez. (Ver também Estereótipo.)

Prepcom – Reuniões que antecedem a Conferência Oficial, com o objetivo de desenvolver a agenda e um programa de trabalho, e para encaminhar os processos de negociações para os resultados finais da Conferência.

Racismo – É a convicção de que existe uma relação entre as características físicas hereditárias, como a cor da pele, e determinados traços de caráter e inteligência ou manifestações culturais. O racismo subentende ou afirma claramente que existem raças puras, que estas são superiores às demais e que tal superioridade autoriza uma hegemonia política e histórica, pontos de vista contra os quais se levantam objeções consideráveis. Ao longo da história, a crença na existência de raças superiores e inferiores – racismo – foi utilizada para justificar a escravidão ou o domínio de determinados povos por outros.

Racismo Institucional – Refere-se à forma de racismo que se estabelece nas estruturas de organização da sociedade, nas instituições, traduzindo os interesses, ações e mecanismos de exclusão perpetrados pelos grupos racialmente dominantes. Caracteriza-se pela incapacidade coletiva de uma organização em prover um serviço apropriado ou profissional às pessoas devido à sua cor, cultura ou origem racial/étnica.

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação - De maneira geral, a expressão TIC é utilizada para abranger as inovações tecnológicas e a convergência de informação e comunicação, que estão transformando nosso mundo na chama-





da sociedade da informação e conhecimento. As TIC podem ser definidas como o conjunto de inovações em microeletrônica, computação (hardware e software), telecomunicações e optieletrônica – microprocessadores, semicondutores, fibra ótica -, que permite o processamento e armazenamento de enorme quantidade de informação, juntamente com sua rápida distribuição através de redes de comunicação. A vinculação de equipamentos de computação, que se comunicam entre si, criou sistemas de informação em rede baseados em um protocolo comum. Isso alterou de maneira radical o acesso à informação e à estrutura da comunicação, estendendo os alcances das redes a muitas partes do mundo.

TV aberta / TV fechada - Classificação básica das transmissões de televisão, onde o critério é a gratuidade ou não do sinal televisivo. A TV aberta fornece o seu sinal sem que o telespectador tenha que pagar diretamente por ele; praticamente todas as TVs UHF/VHF são de sinal aberto. O sinal da TV fechada, por outro lado, só é colocado disponível para o telespectador que se associa a uma empresa distribuidora e, dessa forma, paga por esse serviço (TV de sinal fechado); as TVs a cabo são o exemplo mais comum de TV de sinal fechado.

Virtual - De acordo com Pierre Levy, no livro “O que é o virtual?“, o virtual não é um mundo falso ou imaginário. Ao contrário, a virtualização é a dinâmica mesma do mundo comum, é aquilo através do qual compartilhamos uma realidade. O virtual existe em potência, antes da concretização (exemplos: a semente é uma virtualização da árvore; a palavra é uma entidade virtual; a escrita é a virtualização da memória). O virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. É importante frisar que o virtual não é o oposto de real, mas sim de presencial.







IV. COMPILAÇÃO DE DIRETRIZES E RECOMENDAÇÕES DE CONFERÊNCIAS, CONVENÇÕES, PLANOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS⁹, COM VISTAS À INCLUSÃO DE GÊNERO E RAÇA NAS POLÍTICAS DEFINIDAS PELA 1ª CONFECOM.

A progressiva incorporação dos direitos das mulheres na legislação brasileira e na formulação de políticas públicas é consequência direta da capacidade de mobilização e incidência do movimento de mulheres no debate público, amplificado em grande escala através da mídia. Trata-se de opção de trabalhar com a ideia de direitos das mulheres, que genericamente abrange as de relações de poder (gênero) e de desigualdade racial.

Para contribuir com o debate e formulação de propostas para a 1ª CONFECOM, o Instituto Patrícia Galvão reproduz aqui trechos de documentos de referência. São normas, recomendações ou ações com as quais o governo brasileiro está comprometido – ou em vias de se comprometer – e que dizem respeito aos direitos das mulheres no campo das comunicações, dentro do leque mais amplo da construção de políticas antirracistas, antilesbofóbicas e visando a promoção e defesa dos direitos humanos.

⁹Ver documento na íntegra no site www.patriciagalvao.org.br





I. Documentos Internacionais

I.1. Relatório da IV Conferência Mundial sobre a Mulher – Pequim, 4 a 15 de setembro de 1995¹⁰

A Conferência de Pequim foi parte de dois processos: o das conferências mundiais sobre mulheres - inaugurada no México em 1975 - e o do ciclo de conferências globais como a ECO 1992 sobre meio ambiente, Viena 1993 sobre direitos humanos, Cairo 1994 sobre população e a Cúpula de Copenhague 1995 sobre desenvolvimento social. Como participantes ativas deste processo e em particular o da Conferência do Cairo e Pequim, representantes dos movimentos de mulheres e feministas, com destaque para as brasileiras, deram sua contribuição conseguindo agendar seus temas.

Na IV Conferência Mundial sobre a Mulher o tema do direito à comunicação foi alvo de muitos debates e negociações, e sua Plataforma de Ação contém um capítulo específico, que reproduzimos no bloco a seguir:

Anexo II – Plataforma de Ação – Capítulo IV: Objetivos Estratégicos e Ações

Capítulo J. A Mulher e os Meios de Comunicação (parágrafos 234 a 245)

Nas considerações do Capítulo J, os países reconhecem os avanços da tecnologia da informação, facilitando o desenvolvimento de um sistema mundial de comunicações que transcende as fronteiras nacionais com impacto sobre as políticas estatais, atitudes privadas e comportamento, em especial das crianças e adultos jovens. E prosseguem afirmando que existe em toda parte a possibilidade de que os meios de comunicação contribuam de maneira muito mais acentuada para a promoção da igualdade e equidade das mulheres.

Os países ressaltam que aumentou o número de mulheres com carreira no setor de comunicação, mas são poucas as que alcançam posições executivas ou de comando, ou que fazem parte de órgãos que influenciam a política dos meios de difusão.

¹⁰In “Plataforma de Ação da Conferência Mundial sobre a Mulher – Pequim, China - 1995”; Tradução: Tânia Alexandra Malinski, Antônio Patriota, Angela Fabrino Valente. Revisão: Marcionílio Cavalcanti de Paiva. Nações Unidas; CNDM; Editora Fiocruz, 1996.





O texto diz ainda que a falta de sensibilidade para a questão de gênero nos meios de comunicação é evidenciada pelo fato de que não se eliminaram os estereótipos com base no sexo, ainda divulgados pelas empresas locais, nacionais e internacionais do ramo. Acrescenta que é preciso suprimir a constante projeção de imagens negativas e degradantes da mulher nos meios de comunicação – sejam eletrônicos, impressos, visuais ou sonoros, e que os meios de comunicação não oferecem uma imagem equilibrada dos diversos estilos de vida das mulheres e de sua contribuição à sociedade. Vai mais longe afirmando:

Os programas que insistem em apresentar a mulher nos seus papéis tradicionais podem ser igualmente restritivos. Torna-se necessário instaurar mecanismos autoreguladores dos meios de comunicação e fortalecê-los, assim como desenvolver métodos para erradicar os programas eivados com o vezo do gênero.

Ressalta também que a maioria das mulheres, sobretudo nos países em desenvolvimento, carece de...

...acesso efetivo às vias eletrônicas de informação em expansão e, portanto, não podem criar redes que lhes ofereçam fontes alternativas de informação. É necessário que as mulheres intervenham na tomada de decisões que afetam o desenvolvimento das novas tecnologias, a fim de participar plenamente na sua expansão e no controle do seu impacto.

(...) os governos e outros agentes deveriam promover uma política ativa e transparente que vise a incorporação de uma perspectiva de gênero em suas políticas e programas.

O Capítulo J contém dois objetivos estratégicos com as respectivas medidas a serem adotadas pelos governos, sistemas de comunicação, mecanismos nacionais de promoção da mulher, ONGs e associações profissionais dos meios de comunicação.

Objetivo Estratégico J.1. Aumentar a participação e o acesso da mulher na expressão de suas idéias e nas tomadas de decisões nos meios de comunicação e por seu intermédio, assim como às novas tecnologias de comunicação.

Parágrafo 239. Medidas que os governos devem adotar:

a) apoiar a educação, a capacitação e o emprego da mulher e fim de promover e assegurar o seu acesso em igualdade de condições a todas as áreas e níveis dos meios de comunicação;





b) apoiar a pesquisa em todos os aspectos da imagem da mulher nos meios de difusão para determinar as áreas que necessitam de atenção e ação e examinar as atuais políticas do setor com vistas a integrar uma perspectiva de gênero;

c) promover a participação plena e eqüitativa da mulher nos meios de comunicação, inclusive sua participação na gestão, produção de programas, a educação, o treinamento e a pesquisa;

d) procurar o equilíbrio nas designações de mulheres e homens para todos os órgãos consultivos, de gestão, de regulamentação ou de supervisão, inclusive os relacionados com os meios de comunicação privados, estatais ou públicos;

e) incentivar esses órgãos a que, na medida compatível com a liberdade de expressão, aumentem o número dos programas destinados à mulher, e realizados por mulheres, a fim de verificar que as necessidades e preocupações da mulher sejam tratadas de forma apropriada;

f) incentivar e reconhecer as redes de comunicação de mulheres, entre elas as redes eletrônicas e outras novas tecnologias aplicadas à comunicação, como meio para a difusão de informação e o intercâmbio de idéias, inclusive em nível internacional, e apoiar os grupos de mulheres que atuam em todas as atividades dos meios de comunicação e sistemas com o mesmo propósito;

g) incentivar a utilização criativa de programas nos meios de comunicação nacionais, e proporcionar meios ou incentivos para a disseminação de informação sobre as diversas formas culturais da população indígena, e o desenvolvimento dos aspectos sociais e educacionais a elas relacionados, no contexto do direito nacional;

h) garantir a liberdade dos meios de comunicação e sua proteção dentro do âmbito do direito nacional e incentivar, em consonância com a liberdade de expressão, a participação positiva dos meios de comunicação nas questões sociais e de desenvolvimento.

Parágrafo 240. Medidas que os sistemas de comunicação nacionais e internacionais devem adotar:

Elaborar, em consonância com a liberdade de expressão, mecanismos reguladores, inclusive voluntários, que permitam aos sistemas de comunicação internacionais e aos meios de difusão apresentar uma imagem equilibrada e diferenciada da mulher e promova uma maior participação da mulher e do homem na produção e nas tomadas de decisões.





Parágrafo 241. Medidas que os governos ou os mecanismos nacionais para adiantamento da mulher devem adotar, conforme o caso:

a) incentivar a organização de programas de educação e capacitação da mulher a fim de que se elabore informação destinada aos meios de comunicação, incluindo o financiamento de atividades experimentais e a utilização de novas tecnologias aplicadas à comunicação, à cibernética e à comunicação espacial e por satélite, que seja de natureza pública e privada;

b) incentivar a utilização dos sistemas de comunicação, incluídas as novas tecnologias, como meio de fortalecer a participação da mulher nos processos democráticos;

c) facilitar a compilação de um catálogo de mulheres especializadas em meios de comunicação;

d) incentivar a participação da mulher na elaboração de diretrizes profissionais e códigos de conduta ou outros mecanismos apropriados de autoregulação para promover uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher nos meios de comunicação;

Parágrafo 242. Medidas que as organizações não-governamentais e as associações de profissionais dos meios de comunicação devem adotar:

a) incentivar a criação de grupos de controle que possam vigiar os meios de comunicação e com eles consultar a fim de verificar que as necessidades e preocupações da mulher estejam apropriadamente neles refletidos;

b) capacitar a mulher a que possa melhor utilizar a tecnologia da informação aplicada à comunicação e aos meios de difusão, inclusive no plano internacional;

c) criar redes entre os organismos não-governamentais, as organizações femininas e as organizações de comunicação e elaborar programas de informação para essas organizações, a fim de que se reconheçam as necessidades específicas da mulher nos meios de comunicação, e facilitar uma maior participação da mulher na comunicação, em particular no plano internacional, em apoio ao diálogo Sul-Sul e Norte-Sul entre essas organizações com vistas, inter alia, a promover os direitos humanos da mulher e a igualdade entre mulheres e homens;

d) incentivar a indústria dos meios de comunicação e as instituições de ensino e capacitação do setor a que elaborem, nos idiomas apropriados, formas de difusão destinadas aos grupos étnicos, tais como a narração de histórias, o





teatro, a poesia e o canto, que reflitam seus valores culturais, e utilizar essas formas de comunicação para divulgar informação sobre questões sociais e de desenvolvimento.

Objetivo Estratégico J.2. Promover uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher nos meios de comunicação

Parágrafo 243. Medidas que os governos e as organizações não-governamentais, na medida compatível com a liberdade de expressão, devem adotar:

a) promover a pesquisa e a aplicação de uma estratégia de informação, educação e comunicação orientada a estimular a apresentação de uma imagem equilibrada das mulheres e meninas e das múltiplas funções por elas desempenhadas;

b) incentivar os meios de comunicação e as agências de publicidade a que elaborem programas especiais para despertar maior conscientização sobre a Plataforma de Ação;

c) incentivar uma forma de treinamento que tenha em conta os aspectos relacionados com o gênero para os profissionais dos meios de comunicação, inclusive os proprietários e os administradores, a fim de estimular a utilização de imagens não estereotipadas, equilibradas e diferenciadas da mulher nos meios de comunicação;

d) incentivar os meios de comunicação a que se abstenham de apresentar a mulher como um ser inferior e de explorá-las como objeto sexual e bem de consumo, ao invés de apresentá-las como um ser humano criativo, agente principal, contribuinte e beneficiária do processo de desenvolvimento;

e) promover o conceito de que os estereótipos sexuais que se apresentam nos meios de comunicação são discriminatórios para a mulher, degradantes e ofensivos;

f) adotar medidas efetivas, que incluam normas legislativas pertinentes, contra a pornografia e a projeção de programas em que se mostrem cenas de violência contra mulheres e crianças nos meios de comunicação.

Parágrafo 244. Medidas que os meios de comunicação e as organizações de publicidade devem adotar:

a) elaborar, na medida compatível com a liberdade de expressão, diretrizes profissionais e códigos de conduta e outras formas de autorregulação para promover a apresentação de imagens não estereotipadas da mulher;





b) estabelecer, na medida compatível com a liberdade de expressão, diretrizes profissionais e códigos de conduta que coibam a apresentação de materiais de conteúdo violento, degradante ou pornográfico sobre a mulher nos meios de informação, inclusive publicidade;

c) desenvolver uma perspectiva de gênero em todas as questões de interesse para as comunidades, os consumidores e a sociedade civil;

d) aumentar a participação da mulher na tomada de decisões nos meios de comunicação em todos os níveis.

Parágrafo 245. Medidas que os meios de comunicação, as não-governamentais e o setor privado, em colaboração, quando apropriado com os mecanismos nacionais para o adiantamento da mulher devem adotar:

a) promover a participação em pé de igualdade nas responsabilidades familiares, mediante campanhas nos meios de difusão que dêem ênfase à igualdade de gênero e à exclusão dos estereótipos baseados no vexo de gênero no tocante aos papéis desempenhados pelas mulheres e os homens no âmbito da família, e que difundam informação tendente a eliminar o abuso doméstico de cônjuges e crianças e todas as formas de violência contra a mulher, inclusive violência no lar;

b) produzir e/ou difundir materiais nos meios de comunicação sobre as mulheres dirigentes, entre outras coisas, como líderes que contribuem nas suas posições de liderança com muitas experiências de vida diferentes, inclusive, porém não limitadas, às suas experiências no equilíbrio que obtêm entre o trabalho e as responsabilidades no seio da família, como mães, profissionais, administradoras e empresárias, para servir de modelos, particularmente para as jovens;

c) promover campanhas de amplo alcance que utilizem os programas de educação pública e privada para difundir informação acerca dos direitos humanos da mulher e aumentar a conscientização desses direitos;

d) apoiar o desenvolvimento de novos meios alternativos e a utilização de todas as formas de comunicação, e proporcionar financiamento, caso apropriado, para difundir a informação dirigida à mulher e sobre a mulher e suas preocupações;

e) formular critérios e capacitar especialistas para que apliquem a análise de gênero aos programas dos meios de comunicação.





I.2. Informe da Conferência Mundial contra o Racismo, a Discriminação Racial, a Xenofobia e as Formas Conexas de Intolerância – Durban, 31 de agosto a 8 de setembro de 2001¹¹

Representantes de movimentos de mulheres negras brasileiras tiveram presença forte nesta Conferência, que foi um marco para o debate e para o estabelecimento de acordos sobre estratégias de enfrentamento do racismo. O Programa de Ação de Durban, no capítulo sobre medidas de prevenção, educação e proteção para a discriminação racial e formas conexas de intolerância, inclui um item intitulado “Informação, comunicações e meios de difusão, incluídas as novas tecnologias”. Recentemente avaliado - em condições mais difíceis para a participação ativa das organizações da sociedade civil - este Programa foi reafirmado em um consenso mais débil. Entre outros pontos, para o movimento de mulheres, em especial o “movimento de mulheres afro-latino-americanas, afrocaribenhas e da diáspora” (...) “ainda são grandes os desafios para garantir a democratização do poder e cumprimento do direito humano à comunicação, fundamental para a realização plena da cidadania e da democracia”¹²

Reproduzimos aqui trechos do Informe de Durban pertinentes para este debate:

(...)

Anexo II – DECLARAÇÕES DE ABERTURA – Declaração do Sr. Kofi Annan, Secretário Geral das Nações Unidas:

(...)

Recordemos que ninguém nasce sendo racista. As crianças aprendem o racismo a partir do entorno social, à medida que crescem, e com demasiada frequência são os meios de comunicação que, deliberadamente ou por inadvertência, reforçam os estereótipos. Não devemos sacrificar a liberdade de imprensa, mas sim rechaçar ativamente os argumentos pseudocientíficos e contrapor às

¹¹In, “Informe de la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerância - Durban, 31 de agosto a 8 de septiembre de 2001”; ONU; A/CONF.189/12; http://huwu.org/spanish/CMCR/aconf189_12.pdf (tradução livre por Angela Freitas).

¹²In, “Intervenção das organizações não-governamentais Criola, Geledés, Cfemea e Agere na Revisão de Durban”; Portal Geledés/ http://www.geledes.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=529:vitoriosa-porem-insatisfeitas&catid=193:em-debate&Itemid=272





imagens negativas imagens positivas, ensinando nossas crianças e compatriotas a não temer a diversidade, mas sim apreciá-la.

(...)

Capítulo I. DOCUMENTOS APROVADOS PELA CONFERÊNCIA

(...)

Origens, causas, formas e manifestações contemporâneas de racismo, discriminação racial, xenofobia e intolerância conexa

(...)

27. Expressamos nossa preocupação porque, para além do fato de que o racismo esteja ganhando terreno, as formas e manifestações contemporâneas do racismo e da xenofobia estão voltando a adquirir reconhecimento político, moral e inclusive jurídico de diversas formas, entre outras mediante as plataformas de algumas organizações e partidos políticos e [mediante] a difusão de idéias baseadas no conceito da superioridade racial através das modernas tecnologias de comunicação;

(...)

Medidas de prevenção, educação e proteção destinadas a erradicar o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância nos âmbitos nacional, regional e internacional

(...)

88. Reconhecemos que os meios de comunicação devem representar a diversidade da sociedade multicultural e desempenhar sua função na luta contra o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância. A este respeito destacamos a força da publicidade;

89. Notamos com pesar que alguns meios de comunicação, ao promover imagens falsas e estereótipos negativos de grupos e pessoas vulneráveis, em particular migrantes e refugiados, contribuíram para a difusão de sentimentos racistas e xenófobos entre o público e, em alguns casos, alentaram a violência por parte de indivíduos e grupos racistas;

90. Reconhecemos a contribuição positiva que o exercício do direito à liberdade de expressão, em particular através dos meios de comunicação e das novas tecnologias, inclusive a Internet, e o pleno respeito da liberdade de buscar, receber e comunicar informação podem dar à luta contra o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância. Reiteramos a necessidade de respeitar a independência da imprensa e a autonomia dos meios de comunicação a este respeito;





91. Expressamos nossa profunda preocupação pelo uso das novas tecnologias de Informação, como a Internet, para fins que contrariem o respeito aos valores humanos, à igualdade, à não discriminação, o respeito pelo próximo e a tolerância, em particular para propagar o racismo, o ódio racial, a xenofobia, a discriminação racial e as formas conexas de intolerância, e, sobretudo, pela possibilidade de que as crianças e jovens que têm acesso a essa informação sejam negativamente influenciados por ela;

92. Reconhecemos também a necessidade de promover a utilização de novas tecnologias de informação e comunicações, particularmente a Internet, para contribuir na luta contra o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância; as novas tecnologias podem ajudar a promover a tolerância e o respeito à dignidade humana, assim como os princípios da igualdade e a não discriminação;

93. Afirmamos que todos os Países deveriam reconhecer a importância dos meios de informação comunitários que possibilitam expressarem-se as vítimas do racismo, da discriminação racial, da xenofobia e das formas conexas de intolerância;

94. Reafirmamos que a estigmatização das pessoas de diferentes origens mediante atos ou omissões das autoridades públicas, instituições, meios de informação, partidos políticos ou organizações nacionais ou locais não só é um ato de discriminação racial, como pode também incitar à repetição de tais atos, resultando assim na criação de um círculo vicioso que reforça as atitudes e os preconceitos raciais, e que deve ser condenada;

(...)

Programa de Ação

(...)

III. Medidas de prevenção, educação e proteção destinadas a erradicar o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância nos âmbitos nacional, regional e internacional

(...)

A. Medidas no plano nacional

(...)





4. Informação, comunicações e meios de difusão, incluídas as novas tecnologias

140. Acolhe favoravelmente a positiva contribuição aportada pelas novas tecnologias da informação e das comunicações, inclusive a Internet, para a luta contra o racismo graças a uma comunicação rápida e de grande alcance;

141. Assinala as possibilidades de aumentar a utilização das novas tecnologias de informação e comunicações, inclusive a Internet, para criar redes educativas e de sensibilização contra o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância, nas escolas e fora delas, e o potencial da Internet para promover o respeito universal aos direitos humanos, assim como o respeito ao valor da diversidade cultural;

142. Sublinha a importância de reconhecer o valor da diversidade cultural e de adotar medidas concretas para que as comunidades marginalizadas tenham acesso aos meios de comunicação tradicionais e alternativos, em particular mediante a apresentação de programas que reflitam suas culturas e idiomas;

143. Expressa preocupação pelo aumento do racismo, da discriminação racial, da xenofobia e das formas conexas de intolerância, inclusive suas formas e manifestações contemporâneas, como a utilização das novas tecnologias de informação e comunicações, inclusive a Internet, para difundir idéias de superioridade racial;

144. Insta os Estados e estimula o setor privado a promover a elaboração, pelos meios de difusão, incluindo a imprensa e os meios eletrônicos, entre estes a Internet e os meios de comunicação, inclusive as publicações impressas e os meios eletrônicos, Internet e a publicidade, levando em conta sua independência e através de suas associações ou organizações pertinentes no nível nacional, regional e internacional, de um código de conduta de caráter voluntário e medidas de autorregulação e de políticas e práticas voltadas para:

a) Lutar contra o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância;

b) Promover uma representação justa, equilibrada e equitativa da diversidade de suas sociedades, assim como garantir que essa diversidade se reflita em seu pessoal;

c) Lutar contra a proliferação de idéias de superioridade racial e contra a justificação do ódio racial e de toda forma de discriminação;

d) Promover o respeito, a tolerância e a compreensão entre todas as pessoas, povos, nações e civilizações, por exemplo apoiando as campanhas de sensibilização da opinião pública;





e) Evitar toda espécie de estereótipos, e em particular a promoção de falsas imagens dos migrantes, incluindo os trabalhadores migrantes e refugiados, para prevenir a difusão de sentimentos xenófobos entre o público e fomentar uma representação objetiva e equilibrada das pessoas, dos acontecimentos e da história;

145. Insta os Países a que, de acordo com o direito internacional pertinente relativo aos direitos humanos, apliquem sanções legais contra a incitação ao ódio racial mediante as novas tecnologias de informação e comunicações, inclusive a Internet, e os insta também a aplicar todos os instrumentos de direitos humanos pertinentes dos quais sejam Parte, em particular a Convenção Internacional para a Eliminação de todas as Formas de Discriminação Racial, a fim de lutar contra o racismo na Internet;

146. Insta os Países a estimular os meios de comunicação a evitar os estereótipos baseados no racismo, na discriminação racial, na xenofobia e nas formas conexas de intolerância;

147. Pede aos Estados que, levando plenamente em conta as normas internacionais e regionais existentes sobre liberdade de expressão, ao adotar todas as medidas necessárias para garantir o direito à liberdade de opinião e expressão, considerem a possibilidade de:

a) Estimular os provedores de serviços de Internet a estabelecer e difundir códigos de conduta específicos de caráter voluntário e medidas de autorregulação contra a difusão de mensagens racistas e mensagens que promovam a discriminação racial, a xenofobia ou toda forma de intolerância e discriminação; para isto, se estimula os provedores de serviços de Internet a estabelecer órgãos mediadores nos planos nacional e internacional, dos quais participem as instituições pertinentes da sociedade civil;

b) Adotar e, na medida do possível, aplicar leis apropriadas para processar em juízo os responsáveis pela incitação ao ódio ou à violência racial por meio das novas tecnologias da informação e comunicações, inclusive a Internet;

c) Fazer frente ao problema da difusão de material racista por meio das novas tecnologias da informação e comunicações, inclusive a Internet, entre outras coisas oferecendo capacitação ao pessoal das forças que controlam a ordem pública;

d) Denunciar e desencorajar ativamente a transmissão de mensagens racistas e xenófobas através de todos os meios de comunicação, incluídas as novas tecnologias de informação e comunicações, como a Internet;

e) Estudar a possibilidade de uma resposta internacional imediata e coordenada ao fenômeno, em rápida evolução, da difusão de mensagens de ódio e





material racista através das tecnologias de informação e comunicações, em particular a Internet, e, neste contexto, fortalecer a cooperação internacional;

f) Encorajar o acesso de todos à Internet e o uso por todos desse meio como foro internacional e imparcial, levando em conta que há disparidades na utilização da Internet e no acesso a esta;

g) Examinar formas de melhorar a contribuição positiva aportada pelas novas tecnologias de informação e comunicações, como a Internet, reproduzindo boas práticas para combater o racismo, a discriminação racial, a xenofobia e as formas conexas de intolerância;

h) Encorajar a representação da diversidade presente nas sociedades junto ao pessoal das organizações de meios de difusão e de novas tecnologias de informação e comunicações, como a Internet, mediante a promoção de uma presença adequada dos distintos setores das sociedades em todos os níveis de sua estrutura organizacional.

I.3. Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência¹³

A Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República, através da Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência (CORDE) e do Sistema Nacional de Informações sobre Deficiência (SI-CORDE) publicou, em 2008, o texto desta Convenção, elaborada entre 2002 e 2006, homologada pela Assembléia das Nações Unidas em 2006 e que entrou em vigência em 2008. A publicação é complementada por textos que comentam os 50 artigos do documento, com análises e orientações sobre a efetivação da nova norma no Brasil, escritas por especialistas das mais diversas áreas profissionais. Para estes, com o novo documento...

Um grande avanço aparece na proteção dos direitos das mulheres e meninas com deficiência que são mais vulneráveis a todo tipo de violência doméstica, bem como de qualquer outra ordem.

Com a assinatura desta Convenção e de seu Protocolo Facultativo (que entrou em vigor em 3 de maio de 2008) pelo Governo brasileiro, "o grupo das pessoas com deficiência deixa de ser apenas subjetivamente protegido em seus direitos fundamentais e passa a ter a mais nova e surpreendente Convenção

¹³In, "A Convenção sobre Direitos das Pessoas com Deficiência comentada"; Coordenação de Ana Paula Cro-sara de Resende e Flavia Maria de Paiva Vital; Brasília, Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2008. www.apaemt.org.br/arquivo.phtml?a=12680





ou norma internacional vinculante.” Entretanto, aguarda-se ainda a análise e ratificação da Convenção, que tem equivalência de emenda constitucional, pelo Congresso Nacional.

Seguem trechos da Convenção que abordam o tema das comunicações e mídia:

Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e Protocolo Facultativo

Preâmbulo

(...)

p. Preocupados com as difíceis situações enfrentadas por pessoas com deficiência que estão sujeitas a formas múltiplas ou agravadas de discriminação por causa de raça, cor, sexo, idioma, religião, opiniões políticas ou de outra natureza, origem nacional, étnica, nativa ou social, propriedade, nascimento, idade ou outra condição;

q. Reconhecendo que mulheres e meninas com deficiência estão frequentemente expostas a maiores riscos, tanto no lar como fora dele, de sofrer violência, lesões ou abuso, descaso ou tratamento negligente, maus-tratos ou exploração;

r. Reconhecendo que as crianças com deficiência devem gozar plenamente de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais em igualdade de oportunidades com as outras crianças e lembrando as obrigações assumidas com esse fim pelos Estados Partes na Convenção sobre os Direitos da Criança;

s. Ressaltando a necessidade de incorporar a perspectiva de gênero aos esforços para promover o pleno exercício dos direitos humanos e liberdades fundamentais por parte das pessoas com deficiência;

(...)

v. Reconhecendo a importância da acessibilidade aos meios físico, social, econômico e cultural, à saúde, à educação e à informação e comunicação, para possibilitar às pessoas com deficiência o pleno gozo de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais;

(...)

y. Convencidos de que uma convenção internacional geral e integral para promover e proteger os direitos e a dignidade das pessoas com deficiência pres-





tará significativa contribuição para corrigir as profundas desvantagens sociais das pessoas com deficiência e para promover sua participação na vida econômica, social e cultural, em igualdade de oportunidades, tanto nos países em desenvolvimento como nos desenvolvidos.

Acordaram o seguinte

(...)

Artigo 2

Definições

Para os propósitos da presente Convenção:

“Comunicação” abrange as línguas, a visualização de textos, o Braille, a comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos de multimídia acessível, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizada e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, inclusive a tecnologia da informação e comunicação acessíveis;

“Língua” abrange as línguas faladas e de sinais e outras formas de comunicação não-falada;

“Discriminação por motivo de deficiência” significa qualquer diferenciação, exclusão ou restrição baseada em deficiência, com o propósito ou efeito de impedir ou impossibilitar o reconhecimento, o gozo ou o exercício, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais nos âmbitos político, econômico, social, cultural, civil ou qualquer outro. Abrange todas as formas de discriminação, inclusive a recusa de adaptação razoável;

“Adaptação razoável” significa as modificações e os ajustes necessários e adequados que não acarretem ônus desproporcional ou indevido, quando requeridos em cada caso, a fim de assegurar que as pessoas com deficiência possam gozar ou exercer, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, todos os direitos humanos e liberdades fundamentais;

“Desenho universal” significa a concepção de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados, até onde for possível, por todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou projeto específico. O “desenho universal” não excluirá as ajudas técnicas para grupos específicos de pessoas com deficiência, quando necessárias.

(...)





Artigo 6

Mulheres com deficiência

1. Os Estados Partes reconhecem que as mulheres e meninas com deficiência estão sujeitas a múltiplas formas de discriminação e, portanto, tomarão medidas para assegurar às mulheres e meninas com deficiência o pleno e igual exercício de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais.

2. Os Estados Partes tomarão todas as medidas apropriadas para assegurar o pleno desenvolvimento, o avanço e o empoderamento das mulheres, a fim de garantir-lhes o exercício e o gozo dos direitos humanos e liberdades fundamentais estabelecidos na presente Convenção.

(...)

Artigo 8

Conscientização

(...)

c) Incentivar todos os órgãos da mídia a retratar as pessoas com deficiência de maneira compatível com o propósito da presente Convenção;

(...)

Artigo 9

Acessibilidade

1. A fim de possibilitar às pessoas com deficiência viver de forma independente e participar plenamente de todos os aspectos da vida, os Estados Partes tomarão as medidas apropriadas para assegurar às pessoas com deficiência o acesso, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, ao meio físico, ao transporte, à informação e comunicação, inclusive aos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, bem como a outros serviços e instalações abertos ao público ou de uso público, tanto na zona urbana como na rural. Essas medidas, que incluirão a identificação e a eliminação de obstáculos e barreiras à acessibilidade, serão aplicadas, entre outros:

(...)

b. Informações, comunicações e outros serviços, inclusive serviços eletrônicos e serviços de emergência;





Artigo 21

Liberdade de expressão e de opinião e acesso à informação

Os Estados Partes tomarão todas as medidas apropriadas para assegurar que as pessoas com deficiência possam exercer seu direito à liberdade de expressão e opinião, inclusive à liberdade de buscar, receber e compartilhar informações e idéias, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas e por intermédio de todas as formas de comunicação de sua escolha, conforme o disposto no Artigo 2 da presente Convenção, entre as quais:

(...)

c. Urgir as entidades privadas que oferecem serviços ao público em geral, inclusive por meio da Internet, a fornecer informações e serviços em formatos acessíveis, que possam ser usados por pessoas com deficiência;

d. Incentivar a mídia, inclusive os provedores de informação pela Internet, a tornar seus serviços acessíveis a pessoas com deficiência;

(...)

Artigo 30

Participação na vida cultural e em recreação, lazer e esporte

1. Os Estados Partes reconhecem o direito das pessoas com deficiência de participar na vida cultural, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, e tomarão todas as medidas apropriadas para que as pessoas com deficiência possam:

(...)

b. Ter acesso a programas de televisão, cinema, teatro e outras atividades culturais, em formatos acessíveis;

(...)

I.4. Princípios de Yogyakarta – Princípios sobre a aplicação da legislação internacional de direitos humanos em relação à orientação sexual e identidade de gênero¹⁴

Os Princípios de Yogyakarta foram escritos em 2007, e lançados durante a IV Sessão do Conselho de Direitos Humanos da ONU, em Genebra, visando

¹⁴In, "PRINCÍPIOS DE YOGYAKARTA - Princípios sobre a aplicação da legislação internacional de direitos humanos em relação à orientação sexual e identidade de gênero"; http://sxpolitics.dreamhosters.com/wp-content/uploads/2009/03/principios_yogyakarta.pdf





aplicar a legislação internacional de direitos humanos às questões relacionadas à orientação sexual e identidade de gênero. Foi uma iniciativa internacional, de um grupo denominado Painel Internacional de Especialistas em Legislação Internacional de Direitos Humanos, Orientação Sexual e Identidade de Gênero, que providenciou a tradução do documento para vários idiomas. A tradução para o português foi lançada em 2008, numa série de acontecimentos no Brasil, ocorridos em Porto Alegre (24 de agosto), Rio de Janeiro (27 de agosto), Nova Iguaçu (29 de agosto) e São Paulo (31 de agosto).

Os Princípios de Yogyakarta contribuem com um amplo espectro de normas consagradas de direitos humanos, formando um conjunto de obrigações dos Estados com relação à garantia dos direitos humanos no campo da orientação sexual e identidade de gênero. Cada princípio é acompanhado de detalhadas recomendações não somente aos Estados, mas também a outros atores que têm responsabilidades na promoção e proteção desses direitos. Assim, são feitas recomendações adicionais, inclusive para a mídia. Trazemos aqui uma seleção desses trechos:

(...)

Princípio 19 – Direito à Liberdade de Opinião e Expressão

Toda pessoa tem o direito à liberdade de opinião e expressão, não importando sua orientação sexual ou identidade de gênero. Isto inclui a expressão de identidade ou autonomia pessoal através da fala, comportamento, vestimenta, características corporais, escolha de nome ou

qualquer outro meio, assim como a liberdade para buscar, receber e transmitir informação e idéias de todos os tipos, incluindo idéias relacionadas aos direitos humanos, orientação sexual e identidade de gênero, através de qualquer mídia, e independentemente das fronteiras nacionais.

Os Estados deverão:

a) Tomar todas as medidas legislativas, administrativas e outras medidas necessárias para assegurar o pleno gozo da liberdade de opinião e expressão, respeitando os direitos e liberdades das outras pessoas, sem discriminação por motivo de orientação sexual ou identidade de gênero, incluindo a recepção e transmissão de informações e idéias sobre a orientação sexual e identidade de gênero, assim como a defesa de direitos legais, publicação de materiais, transmissão de rádio e televisão, organização de conferências ou participação nelas, ou disseminação e acesso à informação sobre sexo mais seguro;





b) Garantir que os produtos e a organização da mídia que é regulada pelo Estado sejam pluralistas e não-discriminatórios em relação às questões de orientação sexual e identidade de gênero, e que o recrutamento de pessoal e as políticas de promoção dessas organizações não discriminem por motivo de orientação sexual ou identidade de gênero;

(...)

e) Garantir que o exercício da liberdade de opinião e expressão não viole os direitos e liberdades das pessoas de orientações sexuais e identidade de gênero diversas;

f) Assegurar que todas as pessoas independente de orientação sexual ou identidade de gênero, desfrutem de igual acesso a informações e idéias, assim como de participação no debate público.

(...)

Princípio 29 Responsabilização (Accountability)

Toda pessoa cujos direitos humanos sejam violados, inclusive direitos referidos nestes Princípios, tem o direito de responsabilizar por suas ações, de maneira proporcional à seriedade da violação, aquelas pessoas que, direta ou indiretamente, praticaram aquela violação, sejam ou não funcionários/as públicos/as. Não deve haver impunidade para pessoas que violam os direitos humanos relacionadas à orientação sexual ou identidade de gênero.

Os Estados deverão:

a) Implantar procedimentos criminais, civis, administrativos e outros procedimentos, que sejam apropriados, acessíveis e eficazes, assim como mecanismos de monitoramento, para assegurar que as pessoas e instituições que violam os direitos humanos relacionados à orientação sexual ou identidade de gênero sejam responsabilizadas;

b) Assegurar que todas as alegações de crimes praticados com base na orientação sexual ou identidade de gênero da vítima, seja ela real ou percebida, inclusive crimes descritos nestes Princípios, sejam investigados de forma rápida e completa e que, quando evidências adequadas sejam encontradas, as pessoas responsáveis sejam processadas, julgadas e devidamente punidas;

c) Implantar instituições e procedimentos independentes e eficazes para monitorar a formulação de leis e políticas e sua aplicação, garantindo a eliminação da discriminação por motivo de orientação sexual ou identidade de gênero;





d) Eliminar qualquer obstáculo que impeça a responsabilização das pessoas que praticaram violações de direitos humanos por motivo de orientação sexual ou identidade de gênero.

(...)

Recomendações adicionais

Todos os membros da sociedade e da comunidade internacional têm responsabilidades relacionadas à aplicação dos direitos humanos. Assim, recomendamos que:

(...)

o) A mídia de massa evite o uso de estereótipos em relação à orientação sexual e identidade de gênero e promova a tolerância e aceitação da diversidade da orientação sexual humana e da identidade de gênero, assim como realize trabalho de conscientização em torno desses temas;

(...)

I.5. Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI)¹⁵

Determinada pela Assembléia Geral da ONU (Organização das Nações Unidas), foi agendada em duas etapas: de 10 a 12/12/2003, em Genebra/Suíça, e em 2005, na Tunísia. A preparação ficou a cargo, principalmente, da UTI (União Internacional de Telecomunicações), UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), UNDP (Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas) e países anfitriões.

A Cúpula abordou uma ampla gama de assuntos relativos à Sociedade da Informação, visando uma melhor compreensão da transformação da sociedade. Reuniu representantes dos mais altos níveis do governo, o setor privado e a sociedade civil. Convém salientar a importância de uma Cúpula, caracterizada pelo compromisso dos chefes de Estado, que assinam acordos com metas. Se fosse uma Conferência, haveria apenas planos e programa de ação, impossibilitando a cobrança do efetivo cumprimento.

¹⁵PLOU, Dafne. VIEIRA, Vera. Mulher e Tecnologias – a virtualidade como espaço transformador das relações de gênero. Rede Mulher de Educação. SP. 2007. p.111





Na primeira fase da Cúpula em 2003 os debates se concentraram nos seguintes temas: fundo de solidariedade digital, privacidade e liberdade na rede, a gestão ou a governança da Internet e o software livre. Na segunda fase da Cúpula realizada em Tunis em novembro de 2005, o tema preponderante foi a governança da Internet.

O Caucus de Gênero foi criado por algumas mulheres de todo o mundo, para que se envolvessem ativamente no processo da CMSI, na tentativa de intervir nas discussões com regras claras do jogo.

De acordo com artigo de Mavic Cabrera-Balleza (<http://vecam.org/article567.html>) “dois grupos contribuíram ativamente para assegurar que o princípio de igualdade dos sexos estivesse presente em todas as discussões da primeira fase da CMSI. Esses foram os GTs ONGs sobre Estratégias de Gênero (GSWG) e o Grupo Caucus de Gênero da CMSI (GC). O GT ONGs sobre Estratégias de Gênero foi formado no primeiro Encontro do Comitê Preparatório da CMSI de Genebra, em julho de 2002, como um dos subcomitês do Grupo de Coordenação da Sociedade Civil. Os grupos envolvidos foram os seguintes: a Rede para as Comunicações e o Desenvolvimento das Mulheres Africanas (FEMNET), a Agencia Latinoamericana de Información, a Association for Progressive Communication-Women’s Networking Support Programme, o International Women’s Tribune Centre e a Isis International-Manila. O GT ONGs sobre Estratégias de Gênero manteve a discussão em NGOWomen@genderit.org, uma lista eletrônica, com o objetivo de criar estratégias e de organizar a participação das mulheres no processo da CMSI. O endereço NGOWomen@genderit.org objetivava criar iniciativas sobre e igualdade de sexos e as TICs, enriquecendo ainda mais as discussões para beneficiar todas as mulheres.”

Os documentos resultantes das duas etapas da CMSI não são perfeitos. A Declaração de Princípios de Genebra (2003) e o Compromisso de Tunis (2005) reconhecem, com bastante amplitude, muitas das demandas reivindicadas pela sociedade civil. O Plano de Ação de Genebra (2003) e a Agenda de Tunis para a Sociedade da Informação (2005) não convertem em ações concretas os compromissos assumidos nas declarações. Soma-se a isso, o fato de que os governos das nações desenvolvidas não chegaram a nenhum acordo para apoiar o financiamento de avanços tecnológicos aos países mais pobres. Todos esses documentos podem ser acessados na íntegra pelo site www.itu.int/ws/is/, nas línguas





oficiais da ONU (que inclui o espanhol, não o português). A seguir, encontra-se, na íntegra, o documento Compromisso de Tunis (2005).

Compromisso de Tunis (2005)¹⁶

1. Nós, os representantes dos povos do mundo, nos reunimos em Tunis, de 16 a 18 de novembro de 2005, para esta segunda fase da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI) a fim de confirmar o nosso firme apoio à Declaração dos Princípios e ao Plano de Ação de Genebra adotados em dezembro de 2003, por ocasião da primeira fase da Cúpula Mundial em Genebra sobre a Sociedade da Informação.

2. Reafirmamos o nosso desejo e compromisso de construir uma Sociedade da Informação centrada na pessoa, inclusiva e orientada ao desenvolvimento, como predisposto nos objetivos e princípios da Carta das Nações Unidas, do direito internacional e da multilateral e no pleno respeito e com a referência à Declaração Universal dos Direitos Humanos, para que todas as pessoas do mundo possam criar, ter acesso, utilizar e trocar informações e conhecimento, a fim de obter as máximas potencialidades e atingir as finalidades e os objetivos de desenvolvimento concordados internacionalmente, inclusive os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.

3. Reafirmamos a universalidade, indivisibilidade, interdependência e inter-relação de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais, inclusive o direito ao desenvolvimento, como contido na Declaração de Viena. Reafirmamos também que a democracia, o desenvolvimento sustentável e o respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais, inclusive uma correta governança em todos os níveis, são interdependentes e se reforçam reciprocamente. Além disso, decidimos reforçar o respeito pelo princípio de legalidade tanto nos negócios internacionais quanto nos negócios nacionais.

4. Reafirmamos os parágrafos 4, 5 e 55 da Declaração dos Princípios de Genebra. Reconhecemos que a liberdade de expressão e o livre fluxo de informações, idéias e conhecimentos são essenciais para a Sociedade da Informação e são em benefício do desenvolvimento.

5. A Cúpula de Tunis representa uma ocasião única para fazer com que cresça a consciência dos benefícios que as TIC podem oferecer à humanidade e do

¹⁶Fonte: www.new-humanity.org (a tradução para o português divulgada pelo site foi transcrita aqui com revisões de Vera Vieira, que alterou diversos termos utilizados).





modo em que podem transformar as atividades, as interações e a vida das pessoas e, assim, aumentar a confiança no futuro.

6. Esta Cúpula representa um importante marco para os esforços no mundo, voltados a erradicar a pobreza e atingir as finalidades e os objetivos de desenvolvimento concordados internacionalmente, inclusive os Objetivos do Milênio. Com as decisões de Genebra, estabelecemos uma ligação coerente a longo prazo, entre o processo da CMSI e as outras conferências e cúpulas atinentes das Nações Unidas. Apelamos aos governos, ao setor privado, à sociedade civil e às organizações internacionais a unir-se para implementar os compromissos levados adiante pela Declaração dos Princípios e pelo Plano de Ação de Genebra. Neste contexto, os êxitos da Cúpula Mundial 2005 sobre a revisão da atuação da Declaração do Milênio, recentemente concluído, são de relevância especial.

7. Reafirmamos os compromissos assumidos em Genebra e partimos deles, aqui em Tunis, concentrando-nos sobre os mecanismos financeiros para suprir a disparidade digital, sobre a governança da Internet e as questões relativas e sobre o seguimento e a implementação das decisões tomadas em Genebra e em Tunis, conforme especificado na Agenda de Tunis para a Sociedade da Informação.

8. Ao reafirmar as importantes funções e responsabilidades de todas as partes interessadas, conforme referido no parágrafo 3 do Plano de Ação de Genebra, reconhecemos o papel-chave e as responsabilidades dos governos no processo do CMSI.

9. Reafirmamos a nossa determinação na iniciativa para assegurar que todos possam se beneficiar das oportunidades que as TIC podem oferecer, recordando que tanto os governos quanto o setor privado, a sociedade civil, as Nações Unidas e as outras organizações internacionais deveriam trabalhar juntos para: melhorar o acesso às infra-estruturas e às tecnologias de informação e comunicação, assim como à informação e ao conhecimento; construir os instrumentos e as capacidades; aumentar a confiança e a segurança no uso das TIC; criar em todos os níveis um ambiente habilitador; elaborar e estender os aplicativos TIC; favorecer e respeitar a diversidade cultural; reconhecer a função das mídias; exigir a dimensão ética da Sociedade da Informação e incentivar uma cooperação regional e internacional. Confirmamos que estes são os princípios-chave para construir uma Sociedade da Informação que seja inclusiva, cuja elaboração está descrita na Declaração dos Princípios de Genebra.

10. Reconhecemos que o acesso à informação e a criação e compartilhamento do conhecimento contribuem de maneira significativa para reforçar o desenvolvimento econômico, social e cultural, ajudando assim todos os países a





atingir as finalidades e os objetivos de desenvolvimento concordados internacionalmente, inclusive os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Este processo pode ser incentivado removendo as barreiras a um acesso à informação universal, ubíquo, equitativo e acessível economicamente. Salientamos a importância de remover as barreiras a suprir a disparidade digital, particularmente as que impedem a plena obtenção do desenvolvimento econômico, social e cultural dos países e o bem-estar de suas populações, de modo particular nos países em via de desenvolvimento.

11. Além disso, as TIC estão tornando possível, a uma população notavelmente maior em relação ao passado, participar do compartilhamento e da expansão da base de conhecimento humano e contribuir para um seu crescimento ulterior em todos os âmbitos da atividade humana e para as relativas aplicações no ensino, na saúde e na ciência. As TIC têm uma enorme potencialidade para ampliar o acesso a um ensino de qualidade, para favorecer a alfabetização e a educação primária universal e facilitar o próprio processo de aprendizado, lançando os fundamentos para a definição de uma Sociedade da Informação plenamente inclusiva e orientada ao desenvolvimento e de uma economia do conhecimento que respeite a diversidade cultural e linguística.

12. Insistimos no fato de que a adoção das TIC pelas empresas desempenha um papel fundamental no crescimento econômico. O crescimento e a produtividade, que elevam os efeitos de investimentos em TIC bem implementados, podem levar a maiores intercâmbios comerciais e a um maior e melhor mercado de trabalho. Por esta razão, tanto as políticas empregatícias, quanto as políticas de desenvolvimento das empresas, desempenham um papel fundamental na adoção das TIC. Convidamos os governos e o setor privado a reforçar a capacidade das Micro, Pequenas e Médias Empresas (SMME), pelo fato que fornecem o mais elevado número de empregos na maior parte das economias. Em colaboração com todas as partes interessadas, criaremos um marco político, jurídico e regulamentar que propicie a atividade empresarial, em particular para as SMME.

13. Reconhecemos também que a revolução das TIC pode ter um incrível impacto positivo, se vista como instrumento de desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo, um ambiente habilitador apropriado em nível nacional e internacional poderia prevenir divisões sociais e econômicas crescentes e o alargamento da disparidade entre pessoas, regiões e países ricos e pobres – e também entre homens e mulheres.

14. Reconhecemos também que, além de construir as infra-estruturas de TIC, deveria existir uma ênfase adequada a desenvolver as capacidades humanas e a criar aplicativos TIC e conteúdos digitais em língua local, onde oportuno,





a fim de garantir uma abordagem exaustiva à construção de uma Sociedade da Informação global.

15. Ao reconhecer os princípios de um acesso universal e não discriminatório às TIC para todas as nações, a necessidade de levar em consideração o nível de desenvolvimento social e econômico em cada país e no respeito aos contextos orientados ao desenvolvimento da Sociedade da Informação, salientamos que as TIC são instrumentos eficazes para promover paz, segurança e estabilidade, para fazer crescer democracia, coesão social, boa governança e o princípio de legalidade, em nível nacional, regional e internacional. As TIC podem ser usadas para promover o crescimento econômico e o desenvolvimento das empresas. O desenvolvimento das infra-estruturas, a criação dos recursos humanos, a segurança da informação e a segurança da rede são fatores críticos para a obtenção de tais objetivos. Além disso, reconhecemos a necessidade de enfrentar de maneira eficaz os desafios e as ameaças derivantes do uso das TIC por razões que contrastam com os objetivos de manter estabilidade e segurança internacional e que podem prejudicar a integridade das infra-estruturas nos Estados, em detrimento da segurança deles. É necessário prevenir o abuso com fins criminosos e terroristas dos recursos da informação e das tecnologias, no respeito aos direitos humanos.

16. Além disso, nos comprometemos a avaliar e monitorar os progressos na superação da disparidade digital, levando em consideração os diferentes níveis de desenvolvimento, para atingir as finalidades e os objetivos de desenvolvimento concordados internacionalmente, inclusive os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio; e a avaliar a eficácia dos esforços de investimento e de cooperação internacional na construção da Sociedade da Informação.

17. Exortamos os governos, através da utilização das potencialidades oferecidas pelas TIC, a criar sistemas públicos de informação sobre leis e normas, prevendo um desenvolvimento mais amplo de pontos de acesso público e apoiando uma ampla disponibilidade desta informação.

18. Portanto, lutaremos incansavelmente para promover um acesso universal, ubíquo, equitativo e economicamente acessível às TIC, incluindo o desenho universal e as tecnologias assistenciais para todos, especialmente para as pessoas portadoras de deficiência, em toda parte, para assegurar que sejam distribuídos mais equitativamente os benefícios entre e nas sociedades e para suprir a disparidade digital, de forma a criar oportunidades digitais para todos e vantagens das potencialidades oferecidas pelas TIC para o desenvolvimento.

19. A comunidade internacional deveria adotar as medidas necessárias para assegurar que todos os países do mundo tenham um acesso equitativo e acessí-





vel economicamente às TIC, de tal modo que os benefícios destas no campo do desenvolvimento sócio-econômico e na superação da disparidade digital sejam realmente inclusivos.

20. Para tal finalidade, dedicaremos atenção particular às necessidades especiais dos grupos marginalizados e vulneráveis das sociedades, inclusive os migrantes, os expatriados e os refugiados, os desempregados e os menos favorecidos, as minorias e os nômades, as pessoas mais idosas e as pessoas portadoras de deficiência.

21. Para tal finalidade, dedicaremos uma atenção especial às necessidades particulares das pessoas dos países em via de desenvolvimento, dos países com economias em transição, dos países menos desenvolvidos, dos pequenos Estados insulares em via de desenvolvimento, dos países em via de desenvolvimento sem saídas para o mar, dos países pobres altamente endividados, dos países e territórios ocupados e dos países em recuperação de conflitos ou desastres naturais.

22. Na evolução da Sociedade da Informação, deve ser dedicada atenção particular à situação especial das pessoas indígenas e à tutela de seus patrimônios e de seus bens culturais.

23. Reconhecemos que existe na sociedade uma disparidade de gêneros como parte da disparidade digital e reafirmamos o nosso compromisso de um empoderamento das mulheres e de uma perspectiva de igualdade entre gêneros de modo que se possa superar esta disparidade. Além disso, reconhecemos que a plena participação das mulheres na Sociedade da Informação seja necessária para assegurar a inclusão e o respeito pelos direitos humanos, dentro da Sociedade da Informação. Incentivamos todas as partes interessadas a apoiar a participação das mulheres nos processos decisórios e na contribuição a modelar todos os âmbitos da Sociedade da Informação, nos níveis internacionais, regionais e nacionais.

24. Reconhecemos o papel que têm as TIC na proteção das crianças e no desenvolvimento delas. Reforçaremos as medidas de proteção às crianças contra qualquer tipo de abuso e a defesa de seus direitos no contexto das TIC. Nesse contexto, insistimos que o interesse das crianças é o fator primordial.

25. Reafirmamos o nosso compromisso em dar empoderamento aos jovens como sujeitos-chave para a construção de uma Sociedade da Informação inclusiva. Envolveremos ativamente os jovens em programas de desenvolvimento inovadores baseados nas TIC e ampliaremos as oportunidades para os jovens no sentido de estarem envolvidos em processos de ciberestratégia.





26. Reconhecemos a importância de aplicativos e conteúdos criativos, para superar a disparidade digital e para contribuir para o alcance dos objetivos e das finalidades internacionalmente acordados, inclusive os Objetivos do Milênio.

27. Reconhecemos que um acesso equitativo e sustentável à informação exige a implementação de estratégias para uma conservação a longo prazo da informação digital que se está criando.

28. Reafirmamos o nosso desejo de construir redes TIC e de elaborar aplicativos, em colaboração com o setor privado, baseados em padrões abertos e inter-operacionais que sejam acessíveis a todos, também economicamente, disponíveis em toda parte e a qualquer momento, a quem quer que seja e em qualquer dispositivo e que levem a uma rede ubíqua.

29. É de nossa convicção que os governos, o setor privado, a sociedade civil, a comunidade científica e acadêmica e os usuários finais podem utilizar várias tecnologias e tipologias de licença, inclusive as elaboradas com projetos proprietários e as elaboradas com modalidades livres e gratuitas, com base em seus interesses, na necessidade de ter serviços confiáveis e de implementar programas eficazes para a sua população. Levando em conta a importância do software proprietário nos mercados dos países, reiteramos a necessidade de incentivar e favorecer um desenvolvimento colaborativo, plataformas inter-operacionais e software gratuitos e de tipo livres, com modalidades que reflitam as possibilidades de diferentes modelos de software, particularmente para programas educativos, científicos e de inclusão digital.

30. Ao reconhecer que a mitigação dos desastres pode apoiar de modo significativo os esforços para tornar possível um desenvolvimento sustentável e para contribuir na redução da pobreza, reafirmamos o nosso compromisso em tirar vantagem das capacidades e potencialidades das TIC, incentivando e reforçando a cooperação em nível nacional, regional e internacional.

31. Comprometemo-nos a trabalhar juntos, rumo à implementação da Agenda de Solidariedade Digital, conforme concordado no parágrafo 27 do Plano de Ação de Genebra. Uma implementação completa e rápida de tal agenda, no respeito de uma boa governança em todos os níveis, requer particularmente, onde necessário, uma solução precisa, eficaz, completa e duradoura, para os problemas de dívida dos países em via de desenvolvimento. Além disso, ela requer um sistema multilateral de trocas que seja universal, regulamentado, aberto, não discriminatório e equitativo e que também possa promover o desenvolvimento no mundo inteiro, beneficiando os países em cada estágio de seu desenvolvimento e, igualmente, que possa implementar, de modo eficaz, abordagens concretas e





mecanismos internacionais para aumentar a cooperação e a assistência, a fim de suprir a disparidade digital.

32. Uma vez mais, comprometemo-nos a promover a inclusão de todos os povos na Sociedade da Informação através da elaboração e do uso de línguas locais e/ou indígenas pelas TIC. Continuaremos os nossos esforços em proteger e promover a diversidade cultural, inclusive as identidades culturais, dentro da Sociedade da Informação.

33. Reconhecemos que, apesar da cooperação técnica poder ajudar, seja necessário o desenvolvimento de capacidades em todos os níveis, para assegurar a disponibilidade das competências institucionais e individuais requeridas.

34. Reconhecemos a necessidade de recursos tanto humanos quanto financeiros e nos esforçaremos a mobilizá-los, em conformidade com o Capítulo 2 da Agenda de Tunis para a Sociedade da Informação, a fim de nos permitir aumentar a utilização das TIC para o desenvolvimento e de realizar planos a curto, médio e longo prazo, dedicados à construção da Sociedade da Informação, como prosseguimento e implementação dos resultados da CMSI.

35. Reconhecemos a função central da política pública na definição do contexto em que se possa favorecer a mobilização dos recursos.

36. Valorizamos as potencialidades das TIC na promoção da paz e prevenção dos conflitos que, além do mais, influenciam negativamente a obtenção dos objetivos de desenvolvimento. As TIC podem ser utilizadas para identificar situações de conflito através de sistemas de alerta (early warning) para prevenir conflitos, promover a relativa resolução pacífica, apoiar a ação humanitária, incluir a proteção dos civis nos conflitos armados, agilizar as missões de paz e contribuir para o restabelecimento da paz e para a reconstrução após os conflitos.

37. Estamos convencidos que as nossas finalidades podem ser atingidas através do envolvimento, da cooperação e da parceria dos governos e outras partes interessadas, isto é, o setor privado, a sociedade civil e as organizações internacionais, e que a cooperação e a solidariedade internacional em todos os níveis sejam indispensáveis, na constatação que os frutos da Sociedade da Informação são em benefício de todos.

38. Os nossos esforços não deveriam se interromper com a conclusão da Cúpula. O surgimento de uma Sociedade da Informação global, à qual todos contribuímos, oferece oportunidades crescentes que eram inimagináveis apenas alguns anos atrás, para todos os povos e para uma comunidade global inclusiva. Devemos aproveitar estas oportunidades hoje e apoiar o seu desenvolvimento e progresso ulterior.





39. Reafirmamos a nossa forte determinação em elaborar e implementar uma resposta eficaz e sustentável aos desafios e às oportunidades para construir uma verdadeira Sociedade da Informação global que seja vantajosa para todos os povos.

40. Acreditamos firmemente na implementação plena e precisa das decisões tomadas por nós em Genebra e em Tunis, conforme indicado na Agenda de Tunis para a Sociedade da Informação.

Tunis, 18 de novembro de 2005.

II. Documentos Nacionais

II.1. Plano Nacional de Políticas para as Mulheres¹⁷

Diferentemente do primeiro, o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (II PNPM) contém capítulo especial intitulado “Cultura, Comunicação e Mídia Igualitárias, democráticas e não discriminatórias”, com objetivos, metas e Plano de Ação específico. O documento foi elaborado pelo Governo, com participação do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), com base nos resultados da II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, que reuniu 2.700 delegadas em Brasília, em agosto de 2007.

O processo de revisão do PNPM ficou sob responsabilidade de um Comitê de Articulação e Monitoramento, para o qual foram convocados representantes dos novos setores governamentais, que antes não estavam envolvidos, entre estes a Secretaria de Comunicação.

¹⁷“II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres”; Governo Federal; Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres; Brasília 2008. http://200.130.7.5/spmu/docs/Livro_II_PNPM_completo08.10.08.pdf





Seguem trechos do II PNPM que dizem direta ou indiretamente dizem respeito à política de comunicação social, além do capítulo específico:

4.1.12 Elaborar e Implementar a Política de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres do Campo e da Cidade – (entre os órgãos parceiros desta ação, com meta de ter a política implementada em 2011, está a Secretaria de Comunicação).

Capítulo 5 – Participação das mulheres nos espaços de poder e decisão

(...)

Objetivos específicos

I. Promover a mudança cultural na sociedade, com vistas à formação de novos valores e atitudes em relação à autonomia e empoderamento das mulheres;

(...)

Plano de Ação

Ação 5.1.1 Sensibilizar profissionais de mídia sobre a importância da participação das mulheres nos espaços de poder (ação da SPM em parceria com a Secretaria de Comunicação Social, Agências das Nações Unidas, Órgãos de imprensa e sindicatos da categoria)

(...)

Ação 5.1.4 Desenvolver ações e campanhas sobre a importância e necessidade da ampliação da participação política das mulheres, estimulando a filiação partidária e candidaturas e o voto em mulheres em todos os níveis, considerando as diversidades de raça e etnia (ação da SPM em parceria com a Secretaria de Comunicação Social, Agências das Nações Unidas, ONGs, Poder Legislativo, movimentos feministas e de mulheres)

(...)

Capítulo 8 – Cultura, comunicação e mídia igualitárias, democráticas e não discriminatórias

As desigualdades de gênero e raça/etnia são entendidas como desigualdades estruturantes da sociedade brasileira. Por trás desta compreensão, está a idéia de que os valores e crenças sobre capacidades e habilidades de homens e





mulheres, negros e brancos definem espaços e possibilidades disponíveis a cada um destes grupos. A divisão sexual de tarefas e responsabilidades, assim como a definida pela raça/etnia dos indivíduos, explicita claramente tal concepção, pois estão calcadas em estereótipos e pré-conceitos que definem, de antemão, qual a contribuição dos diferentes grupos para a sociedade.

De modo geral, as justificativas para tais desigualdades são dadas por meio de referências ao contexto cultural que marcam determinada sociedade. Entende-se que comportamentos preconceituosos e fenômenos como o da violência doméstica contra as mulheres decorrem de uma cultura discriminatória, patriarcalista, machista e racista.

A relação da questão cultural com a dimensão de gênero e raça/etnia fundamenta-se, portanto, em uma abordagem antropológica que ultrapassa o entendimento de cultura como restrita à formação erudita, às belas artes e à produção de bens materiais, mas a amplia para uma dimensão imaterial, que inclui valores, crenças, motivações, rituais, hábitos, identidades e processos de organização social que os indivíduos criam para pautar suas relações interpessoais e com o meio no qual vivem.

A transmissão cultural se dá nos diversos processos de socialização aos quais os indivíduos estão submetidos, especialmente por meio de instituições como a família, a escola, a igreja e o Estado. Na sociedade contemporânea, caracterizada pela complexidade, pela globalização e pela informatização, a mídia assume papel central como veículo de comunicação e difusão cultural. Os diversos suportes de mídia, especialmente o rádio e a televisão¹⁸ por sua importante presença no cotidiano dos brasileiros/as e a alta interatividade que proporcionam, exercem um papel determinante para a manutenção ou desconstrução de crenças e mandatos de submissão e discriminação.

Outros veículos de comunicação da cultura surgem a partir de novas ações do Estado, a exemplo das rádios comunitárias e dos pontos de cultura¹⁹ implantados em diferentes regiões do país. Com cada vez mais força as novas tecnologias de informação passam a fazer parte da vida de homens e mulheres, abrindo outras possibilidades de acesso fácil e imediato a conteúdos mais diversos possíveis. A inclusão digital se torna, assim, questão central a ser considerada neste debate.

¹⁸Segundo dados da Pnad/IBGE, em 2005, mais de 88% das pessoas residentes em domicílios permanentes tinham acesso ao rádio e 92% à televisão, o que aponta para a importância desses instrumentos como difusores de cultura.

¹⁹Os Pontos de Cultura constituem-se em ação prioritária do programa “Mais Cultura” do MinC e tem por objetivo promover a articulação e impulsionar as ações de cultura já existentes nas comunidades.





Pesquisas divulgadas pelo IBGE, em outubro de 2007, assinalaram diferenças regionais relevantes no que diz respeito ao acesso domiciliar à Internet no país. Cerca de 17% dos domicílios brasileiros possuíam microcomputador com acesso à Internet, em 2006, sendo que o menor percentual estava na região Nordeste (9,7%). A pesquisa mostrou também uma evolução significativa no acesso a microcomputadores entre 2001 e 2006: a proporção de domicílios que contavam com tal equipamento passou de 12,6% para 22,1% no período em tela. Este quadro de exclusão digital se expressa ainda na análise dos dados de outro estudo²⁰, realizado em 2006, cujos resultados revelaram que 54,4% da população jamais usou um computador e que 67% nunca navegou pela internet. A exclusão digital, porém, é vivenciada de maneira distinta, segundo sexo e raça/etnia da população. Em 2006²¹, nos domicílios chefiados por brancos, 69% não tinham acesso a microcomputador, 76% a internet e 30% a telefone celular. No caso dos domicílios chefiados por negros, esses valores eram, respectivamente, de 88%, 92% e 44%. Não existem diferenças significativas entre famílias chefiadas por homens e mulheres na posse desses itens. No entanto, quando se cruza a chefia por raça/etnia e sexo, percebe-se que são sempre as mulheres negras as que se encontram em pior situação e, nesse caso, estão, portanto, mais sujeitas à exclusão digital.

Os sistemas de informação e os dispositivos de veiculação de conteúdos culturais estão cada vez mais integrados. As transformações pelas quais passa a TV, a partir das novas tecnologias digitais e as novas mídias – internet, telefonia móvel, jogos eletrônicos – são essenciais para ampliar o alcance das políticas e a reversão do quadro de desigualdade e diferença, ampliando a vivência da cultura e oportunizando a visibilidade e a inclusão de grupos excluídos.

A preocupação com o valor simbólico dos conteúdos veiculados nos diversos meios de comunicação é cada vez mais entendida na ação do Estado como uma questão relevante. Há tempos a comunicação tornou-se um tema essencialmente cultural, e a força destes veículos da mídia na construção simbólica de marcadores de gênero, etnia, geração e classe tem sido atestada continuamente.

O reconhecimento da centralidade da mídia nos processos de construção destas representações sociais e sentidos identitários e, portanto, de sua poten-

²⁰Os pontos ficam sob responsabilidade de instituições da sociedade civil, que firmam convênio com o Ministério da Cultura a partir da seleção por editais públicos.

²¹Comitê Gestor da Internet no Brasil. Pesquisa sobre o Uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação no Brasil. Brasil: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR/ Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2006. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, 2006.





cialidade como instrumento da construção e difusão de valores e crenças mais igualitários, não significa, porém, que seja esta a única instância responsável pela produção ou desconstrução dos estereótipos e discriminações que perpassam os processos de comunicação e cultura. Um conjunto muito mais amplo de mediações e convenções sociais – relacionadas aos outros espaços de construção das relações – também pode, e deve, ser alterado para que se caminhe na direção de uma nova cultura, fundamentada na valorização da igualdade e da diversidade.

Foi a partir deste reconhecimento que, em 2005, foi lançada a Política Nacional de Cultura que destacou, entre suas diretrizes, a importância da presença do poder público nos diferentes ambientes e dimensões em que a cultura brasileira se manifesta como forma de se desfazer relações assimétricas e tecer uma complexa rede que estimule a diversidade. Para que a gestão pública ultrapasse o alcance tradicional e restritivo das belas artes e dos produtos da indústria cultural, são exigidas diretrizes que garantam o pluralismo, uma maior igualdade de oportunidades e a valorização da diversidade. As políticas culturais devem, assim, reconhecer e valorizar esse capital simbólico, por meio do fomento à sua expressão múltipla, gerando qualidade de vida, auto-estima e laços de identidade entre a população brasileira.

Em âmbito internacional, os debates sobre as diferentes dimensões da cultura se intensificaram no ano de 2001 com a adoção da Declaração Universal sobre Diversidade Cultural. O Brasil sempre teve um papel relevante neste cenário e tornou-se um dos protagonistas da negociação institucional e política que levou à aprovação, em 2005, da “Convenção para a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais”. Em 2006, o Congresso Nacional ratificou a Convenção, tornando o Brasil um dos seus primeiros signatários. Hoje, os países em que o tratado vigora estão comprometidos com a implementação de políticas públicas de acesso à cultura, em favor da proteção aos grupos culturais mais vulneráveis às dinâmicas econômicas excludentes.

Nesse contexto, e considerando que as mulheres são hoje cerca de 50% não só do público consumidor desses meios e mensagens, mas também do universo de produtores de conteúdo para tais suportes, é que se fez necessária e fundamental a inclusão do tema neste II PNPM, propiciando um espaço de debate plural, tendo a mulher e a mídia como um tema central de uma perspectiva cultural e política.

As políticas de promoção da igualdade passam, portanto, a ter que considerar, necessariamente, as dimensões da cultura, da comunicação e da mídia em suas estratégias de valorização das diversidades e erradicação das discriminações de gênero, raça/etnia, orientação sexual, geração, região, entre outras. Re-





verter esses processos de construção de relações assimétricas de poder a partir dos campos de cultura e comunicação – em todas as suas dimensões – é um dos objetivos que passa a compor o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres.

Destaque-se, ainda, que a inserção deste capítulo no II Plano vem ao encontro de mais uma das recomendações do Comitê CEDAW ao Brasil, que exortou o Estado brasileiro “a implementar medidas abrangentes para acelerar a mudança nas atitudes e práticas amplamente aceitas que aprisionam as mulheres em papéis subordinados e estereotipados aplicados a ambos os sexos.” Para o Comitê, essas medidas devem incluir campanhas educacionais e de conscientização direcionadas a homens e mulheres, meninos e meninas, pais, professores e agentes/ autoridades públicas. O Comitê também recomenda que o Brasil aumente seus esforços para incentivar os diversos setores da mídia a discutirem e promoverem imagens não-estereotipadas e positivas de mulheres, e a valorizarem a igualdade de gênero.

Neste caso, é importante destacar que o sistema de mídia brasileiro é predominantemente constituído por concessionárias privadas de serviço público, o que torna o desafio deste II Plano ainda maior. Trata-se de setor econômico lucrativo, dinâmico e sustentado por uma indústria publicitária de porte. No entanto, conta com uma legislação deficitária e desatualizada, que passa por profundos questionamentos trazidos pelas atuais discussões sobre as novas tecnologias da informação e comunicação (TICs) e novas mídias, sobre a sociedade da informação e sobre a ampliação da interatividade por ela proporcionada.

Não há dúvida de que as mulheres brasileiras são majoritárias na composição das audiências dos principais meios de difusão – com exceção dos jornais – e possuem um papel estratégico na manutenção das audiências de alguns dos mais importantes veículos do sistema privado de comunicação do país. Por outro lado, conscientes de que estes novos caminhos se constituem também em novas formas de disputas de poder, as mulheres brasileiras têm ampliado gradativamente a sua visibilidade e participação em postos de decisão e direção no setor de mídia. A ascensão de mulheres aos altos postos de comando das empresas do setor configurou-se mais claramente a partir do final dos anos de 1990 e levou à situação que se tem hoje: o déficit de poder feminino é menor na gestão das empresas de comunicação e jornalismo do que em outros espaços.

Do ponto de vista da promoção da igualdade de gênero, não estão ainda claras as conseqüências desse processo de maior participação de mulheres em postos de decisão na produção de conteúdos não-sexistas e não-discriminatórios. É importante considerar que há um número cada vez mais expressivo de mulheres nas carreiras de comunicação, ciências da computação e informação, o mesmo não ocorrendo nos postos de decisão no sistema de mídia brasileira.





É fundamental que homens e mulheres em postos de direção incorporem perspectivas de respeito à diversidade no cotidiano de seus trabalhos, assegurando a produção de conteúdos não-sexistas, não-racistas e não-discriminatórios.

A promoção de debates sobre essas perspectivas, envolvendo não só as mulheres como protagonistas, mas também outros atores – como tem acontecido nos seminários “A Mulher e a Mídia”, promovidos, desde 2004, pela SPM, Instituto Patrícia Galvão e Unifem –, tem trazido uma contribuição fundamental à discussão das inúmeras dimensões sobre o comportamento da mídia em relação às mulheres, às abordagens de gênero e a todo tipo de discriminação.

Estudos e pesquisas nesta área merecem especial atenção em virtude da possibilidade de produção de informações e diagnósticos que embasem a formulação de novas iniciativas para a promoção de uma comunicação e de uma mídia não discriminatórias. Nos últimos anos, diversas pesquisas sobre atitudes da população vêm evidenciando as críticas explicitadas por segmentos consideráveis de brasileiras/os quanto ao excesso de violência e às formas de representação estereotipadas das mulheres nos meios de comunicação. Valores e gostos do chamado “senso comum” são atribuídos a audiências e, por isso, reproduzidos continuamente, têm sido cada vez mais questionados enquanto estereótipos formadores de públicos imaginados.

Nesse sentido, são estratégicos o incentivo e o apoio para a produção de pesquisas com a percepção de mulheres e homens sobre a representação da imagem da mulher nos meios de comunicação. Esse tipo de pesquisa que possibilita conhecer em profundidade o impacto das mensagens sobre diferentes segmentos da sociedade deve permitir um acúmulo de informações e dados, os quais podem orientar o desenvolvimento de políticas para desconstrução de mitos e estereótipos de gênero, raça/etnia, entre outros, bem como proporcionam aos organismos de políticas para as mulheres e às organizações de mulheres a ampliação de mecanismos de acompanhamento, de controle social e denúncia.

Considerando também que as mulheres são protagonistas, participantes e proponentes, e não apenas meras espectadoras, o estímulo à produção, difusão e distribuição de artefatos de cultura, inclusive tecnocientíficos, não-discriminatórios, e o domínio da linguagem televisiva, da internet, do discurso jornalístico, das diferentes técnicas de comunicação são requisitos estratégicos para que possam assumir seus papéis de produtoras de cultura.

A discussão aqui proposta – e o plano de ações apresentado a seguir – coloca luz sobre as representações das imagens das mulheres na mídia e os significados dessas representações para a construção de uma sociedade mais solidária e igualitária, estabelecendo duas abordagens: a comunicação como cultura e a comunicação como sistema e dispositivo de veiculação desses conteúdos. De





ambas faz parte o fomento ao debate e à pesquisa não apenas sobre a percepção das representações da imagem das mulheres nos meios de comunicação, como também sobre sua participação como sujeito da produção de conteúdos culturais.

Na primeira abordagem, são estabelecidos como objetivos a produção, a difusão e a distribuição de conteúdos audiovisuais para os diversos suportes de mídia, a formulação de políticas públicas para esse campo, a inclusão e o estímulo ao acesso e à produção de conteúdo nos meios digitais. Visa atuar junto aos meios de comunicação públicos e de concessionárias para a ampliação dos espaços de expressão das mulheres e de todos os segmentos da sociedade que defendem o direito à informação, à comunicação e à justiça e priorizam a produção de conteúdos não-discriminatórios. Para tanto, foi estabelecida parceria entre a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres e o Ministério da Cultura no âmbito do programa “Mais Cultura”, não só no que diz respeito às ações relativas à cultura, comunicação e mídia, como também em ações de geração de renda e de enfrentamento a todas as formas de violência contra as mulheres.

Por outro lado, o Plano busca estabelecer mecanismos não só de efetiva fiscalização das concessionárias de meios de comunicação em razão de eventuais abordagens sexistas, racistas e discriminatórias, como também conferir e relacionar às concessões de veículos de comunicação, especialmente a TV, maior compromisso com a responsabilidade social e com o combate a todas as formas de disseminação de conteúdos estereotipados e discriminatórios. Para tanto, devem ser construídos mecanismos de monitoramento, de fiscalização e de punição, quando for o caso, dos veículos de comunicação.

De modo resumido, as prioridades para as políticas nesta área apontam para diferentes frentes:

i) ampliar o debate nas esferas do Estado e da sociedade sobre a representação da imagem das mulheres na mídia e os significados dessa representação para a construção de uma sociedade mais solidária e igualitária;

ii) contribuir para a formulação de um marco regulatório do Sistema de Comunicação do país, com propostas para o enfrentamento de abordagens preconceituosas e discriminatórias com relação a gênero, raça/etnia e orientação sexual, bem como de mecanismos institucionais que estimulem a produção e veiculação de mensagens e discursos visuais e sonoros não-discriminatórios;

iii) assegurar a introdução das perspectivas de gênero, raça/etnia e orientação sexual no debate sobre políticas públicas de comunicação;





iv) atuar junto aos meios de comunicação públicos e privados para a ampliação dos espaços de expressão das mulheres e de todos os segmentos discriminados;

v) garantir às mulheres o acesso à produção de conteúdo, com especial atenção para a produção em áudio e audiovisual para veiculação em larga escala.

De acordo com a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 215, a cultura deve ser compreendida como um direito humano fundamental, sendo dever do Estado garantir a todos “o pleno exercício dos direitos culturais e apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais”. Cabe ao Estado, ainda, “proteger as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional”. Adicionalmente, o princípio da igualdade é repetido diversas vezes ao longo de seu texto. Não apenas o artigo 5º estabelece que todos são iguais perante a lei – e em seu inciso I explicita a igualdade de direitos e obrigações entre homens e mulheres –, mas o artigo 3º menciona explicitamente como sendo um dos objetivos do Estado brasileiro a promoção do “bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”. Desse modo, já na Constituição Federal fica claro o direito universal à cultura, tanto na produção, difusão e distribuição de bens resultantes das manifestações culturais, quanto na valorização destes diferentes processos, sempre na perspectiva da igualdade.

Atuando nesta perspectiva, o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, bem como o Plano Nacional de Cultura, contribuem para a consolidação da democracia brasileira, a partir do respeito à pluralidade e à diversidade cultural em todos os suportes de mídia e da ausência de racismo, sexismo ou qualquer outro tipo de discriminação. A colaboração, a co-responsabilidade e a formulação participativa são hoje, e serão no futuro, indispensáveis para sua implementação e vigência.

Objetivos Gerais

I. Contribuir para a construção de uma cultura igualitária, democrática e não reprodutora de estereótipos de gênero, raça/etnia, orientação sexual e geração;

II. Promover a visibilidade da contribuição cultural das mulheres na sociedade brasileira, por meio da divulgação de suas diferentes formas de expressão;

III. Promover o acesso das mulheres aos meios de produção cultural e de conteúdo para todos os veículos de comunicação e mídia;

IV. Contribuir para a elaboração de marco regulatório para o sistema de comunicação brasileiro que iniba a difusão de conteúdos discriminatórios relacio-





nados a gênero, raça/etnia, orientação sexual, e para a implantação de órgão executor desta finalidade;

V. Garantir o cumprimento dos instrumentos internacionais na área e contribuir para a revisão da legislação brasileira sobre a matéria.

Objetivos específicos

I. Incentivar comportamentos e atitudes que não reproduzam conteúdos discriminatórios e que valorizem as mulheres em toda a sua diversidade, nos veículos de comunicação;

II. Valorizar as iniciativas e a produção cultural das mulheres e sobre as mulheres;

III. Contribuir para ampliar a presença das mulheres nos diferentes espaços de poder e decisão na mídia nacional;

IV. Contribuir para ampliar o controle social sobre a veiculação de conteúdos discriminatórios na mídia em geral.

Metas

A – Elaborar um diagnóstico sobre a representação da mulher na mídia, em todas as regiões do país;

B – Promover a articulação de cinco redes de monitoramento, uma para cada região do país, para denúncias de abordagens discriminatórias de gênero, raça/etnia e orientação sexual na mídia em geral;

C – Ampliar em 50% os Pontos de Cultura Mulher;

D – Realizar três seleções públicas de projetos formulados por mulheres para produção de conteúdos audiovisuais que desconstruam mitos e estereótipos de gênero e raça/etnia;

E – Instituir cinco Pontões de Cultura Mulher, um em cada região do país.

Prioridades

8.1 Estimular e garantir que os programas de fomento à produção e difusão cultural valorizem a expressão das mulheres e sua contribuição social, política, econômica e cultural;

(...)





8.2 Estimular a produção e difusão de conteúdos não-discriminatórios e não estereotipados das mulheres, valorizando as dimensões de raça/etnia, orientação sexual e geração;

Plano de Ação

8.2.1 Fomentar a produção de conteúdos audiovisuais que desconstruam mitos e estereótipos de gênero. (ação da SPM em parceria com Ministério da Cultura, Ministério da Educação e Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial/ Seppir)

8.2.2 Realizar campanhas de denúncia e combate à discriminação e aos estereótipos das imagens veiculadas sobre as mulheres na mídia. (ação da SPM em parceria com o Ministério das Cidades, Ministério da Cultura/ MinC e Seppir)

8.2.3 Avaliar e orientar as ações publicitárias e as publicações do Governo Federal visando garantir o respeito à igualdade de gênero, raça/etnia. (ação da SPM em parceria com a Secretaria de Comunicação Social/ Secom e Seppir)

8.2.4 Apoiar ações de capacitação de profissionais da mídia e de comunicadores locais para que abordem temas relativos à situação das mulheres, bem como as dimensões da violência e das iniquidades nas políticas públicas, visando garantir a valorização e o respeito à diversidade e a não discriminação de gênero, raça/ etnia, geração e orientação sexual. (ação da SPM em parceria com o MinC, Secom, Seppir, órgãos da imprensa ou sindicatos da categoria)

8.2.5 Avaliar a dimensão de gênero nos projetos apoiados no âmbito do Programa Nacional de Apoio à Cultura/ Pronac. (ação da SPM em parceria com o MinC)

8.2.6 Estimular as produções locais e a veiculação de programas com temática de gênero em toda a mídia. (ação do MinC em parceria com a Empresa Brasil de Comunicação/ EBC)

8.2.7 Estimular a criação de rádios comunitárias como instrumentos de divulgação da temática de gênero. (ação da SPM em parceria com o MinC e o Ministério das Comunicações/ MC)

8.2.8 Fomentar e apoiar fóruns de debate e reflexão locais e nacionais sobre mulher e mídia. (ação da SPM em parceria com ONGs, movimentos feministas e de mulheres)

8.2.9 Apoiar a produção, difusão e distribuição de materiais produzidos por organizações de mulheres ou outras organizações da sociedade civil comprometidas com a valorização das dimensões étnico-raciais, de gênero, orientação sexual e geracional. (ação da SPM em parceria com a Seppir)





8.3. Construir mecanismos de monitoramento e controle social dos conteúdos veiculados nos espaços de mídia e comunicação, assegurando participação ativa, constante e capilarizada da sociedade.

Plano de ação

8.3.1 Criar mecanismo institucional que monitore a veiculação de imagens de mulheres, de negros e homossexuais na mídia em geral, de forma a combater a discriminação e a mercantilização do corpo e da vida das mulheres. (ação da SPM e do Ministério da Justiça em parceria com o Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária/ Conar, ONGs, movimentos feministas e de mulheres)

8.3.2 Incorporar a temática de gênero no Fórum Nacional de TVs Públicas e no Espaço de Interatividade da TV Pública com a sociedade. (ação da SPM em parceria com a EBC).

8.3.3 Estimular a participação do movimento de mulheres no processo de revisão dos critérios para outorga e/ou renovação das concessões de TVs e rádios e na elaboração de um marco regulatório para o sistema de comunicações do país. (ação da SPM em parceria com o Ministério das Comunicações/ MC e movimentos feministas e de mulheres).

8.3.4 Articular com Ministério Público Federal e Poder Judiciário para assegurar o controle, fiscalização e punição das empresas, organismos e entidades de comunicação que exploram a imagem da mulher de maneira sexista, machista e racista. (ação da SPM e do Ministério da Justiça em parceria com a Seppir, Ministério Público Federal, Poder Judiciário, Conar, ONGs, sociedade civil)

8.3.5 Criar Fórum de Cultura, Comunicação e Mídia Não-Discriminatória, com representantes dos poderes executivo, legislativo, judiciário e da sociedade civil, para promover o diálogo e a formulação de propostas para a promoção de uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher nos meios de comunicação e em mensagens de utilidade pública. (ação do MinC e da SPM em parceria com a Secom, Poderes Legislativo e Judiciário, sociedade civil)

8.3.6 Estimular a elaboração de código de ética ou código de conduta sobre a imagem equilibrada e não estereotipada da mulher na publicidade. (ação da SPM em parceria com o Conar)

8.3.7 Apoiar a participação de mulheres na I Conferência Nacional de Comunicação. (ação da SPM em parceria com o Ministério das Comunicações)





II.3. Relatório Final da Primeira Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial – Estado e Sociedade Promovendo a Igualdade Racial²²

A Primeira CONAPIR aconteceu em Brasília, entre 30 de junho e 2 de julho de 2005, com a presença de 1.136 delegadas/os. Apesar da pressão de comunicadora/es afrodescendentes o tema Comunicação não foi incluído como temática na Conferência. A proposta da realização de um painel específico sobre o tema foi rejeitado pela Comissão Organizadora, alegando-se falta de espaço. Diante dessa impossibilidade, um grupo de comunicadora/es se reuniu e produziu um documento, lido na Plenária Final, exigindo que as propostas fossem incorporadas ao Plano da Conferência.

A seguir, trechos selecionados do Relatório Final, que direta ou indiretamente dizem respeito ao campo da democratização das comunicações e o texto apresentado pela/comunicadora/res. Não há um capítulo específico sobre este tema neste Relatório.

Parte I. Propostas

Educação

(...)

Propostas

I – Diretrizes gerais

(...)

B – Acesso à educação anti-racista

(...)

17. Desenvolver campanhas educativas e de comunicação nas escolas e nos meios de comunicação para o combate ao racismo, à homofobia, à lesbofobia e à xenofobia, com verbas do Estado garantidas por lei nacional e estadual.

(...)

²²I Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial: Brasília, 30 de junho a 2 de julho de 2005: Relatório Final/ Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial. Brasília: Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, 2005. http://www.conapir2009.com.br/documentos/relatorio_final_coapir.pdf





21. Tornar obrigatória a disciplina de informática nos ensinos fundamental e médio.

22. Criar um programa nacional de inclusão digital para as populações negra, indígena e cigana, com instalação de laboratórios de informática nas comunidades.

(...)

Diversidade Cultural

(...)

Propostas

(...)

II – Ações afirmativas para a diversidade cultural

A – Mídias

(...)

26. Realizar uma ampla campanha em escolas, universidades, instâncias de controle social, entidades de classe, conselhos profissionais, sindicatos, organizações de direitos humanos, ONGs e movimentos sociais acerca das concessões públicas da comunicação no Brasil para que a sociedade conheça seus mecanismos de funcionamento e possa influir na sua regulação e garantir, nos processos de concessão pública e de renovação das concessões já existentes, que a perspectiva da diversidade seja incorporada à sua programação.

27. Assegurar concessão de estações de televisão e rádios comunitárias com potência mínima de 250 watts, liberação para formação de redes e legalização das rádios comunitárias já existentes, pelo Ministério das Comunicações e da Agência Nacional de Telecomunicações/ Anatel, a fim de garantir ampla divulgação da cultura negra.

28. Desburocratizar os mecanismos de legalização de rádios e TVs comunitárias e disponibilizar recursos financeiros e materiais à capacitação de jovens afro-brasileiros para atuação nesses veículos.

29. Criar, mediante o Ministério das Comunicações, um canal de rádio para a divulgação da cultura negra, garantindo no mínimo 50% de músicas afro-brasileiras.

30. Coibir discriminações nas mídias em relação às religiões de matriz africana.

31. Garantir a inclusão dos afro-descendentes, na mídia, por meio da criação de leis, em particular de incentivo à cultura, que assegurem a diversidade étnico-racial e de gênero nos programas de televisão e que garantam reserva de cotas para projetos relativos à cultura negra.





32. Incluir representantes das populações negras, indígenas, ciganas e demais minorias étnicas nas mídias públicas e privadas.

33. Garantir, em todas as mídias, especialmente televisiva, a proporcionalidade no que diz respeito ao quesito cor, raça/ etnia, conforme recorte racial do IBGE.

34. Estimular a participação de negros e negras, indígenas e caboclos nas emissoras de televisão, nos filmes, novelas e programas infantis como protagonistas de elevada índole.

35. Criar leis que assegurem a ampliação da presença dos negros(as), indígenas, ciganos e demais grupos na mídia, combatendo estereótipos que os desvalorizem.

36. Divulgar, na mídia, as leis específicas: 7.716/89 e 9.459/97 (discriminação por raça e cor), 9.029/95 (discriminação de gênero), 10.639/03 (obrigatoriedade do ensino de história da África).

37. Disponibilizar espaço nas mídias para divulgação de bens e serviços das comunidades negras, ciganas e indígenas.

38. Fiscalizar a regionalização da grade programática dos veículos televisivos.

39. Priorizar a diversidade étnica, religiosa e cultural nas publicações e campanhas fomentadas pelo país.

40. Garantir a inclusão dos afro-descendentes nas mensagens publicitárias veiculadas pela comunicação dos órgãos públicos, empresas estatais e administrações mistas.

41. Infundir na mídia programas publicitários que retratem e divulguem a arte e a cultura afro-brasileira.

42. Observar e fiscalizar o cumprimento da lei que regulamenta a visibilidade positiva dos(as) negros(as) na mídia escrita, falada e televisiva.

43. Promover debate sobre igualdade racial e étnica por meio de palestras e seminários com mídia comercial, alternativa e comunitária, para o uso de vocabulário não-discriminatório na cobertura da imprensa.

44. Criar redes de comunicação com o objetivo de promover eventos e atividades que beneficiem população afro-brasileira.

(...)





III – Diversidade cultural e educação

(...)

A – Inclusão digital

65. Incentivar, desenvolver e garantir recursos para políticas afirmativas de inclusão digital propiciando a produção de sites e a produção e gravação de músicas independentes, dando visibilidade e fortalecendo as identidades negras, indígenas, ciganas e de outros grupos étnicos excluídos.

66. Alocar recursos para casas de cultura que viabilizem a inclusão digital.

(...)

VII – Financiamento, recursos

(...)

93. Estabelecer percentual para um Fundo Nacional de Promoção da Igualdade Racial e Étnica para ações relativas à igualdade racial na comunicação, com investimentos em:

- oficinas de comunicação para as comunidades e entidades do movimento negro e indígena;
- inclusão digital para as mulheres negras e indígenas;
- filmes e vídeos de realizadores(as) negros e negras e indígenas ou que tenham conteúdo racial;
- formação de comunicadores e comunicadoras negras e indígenas;
- rádios comunitárias;
- artes cênicas, teatro e cultura cabocla;
- jornais e outros veículos alternativos de comunicação;
- outras ações que possibilitem a inclusão e apropriação da mídia pelos negros e negras e indígenas;
- projetos que incentivem e qualifiquem a fala pública das mulheres negras e indígenas.

(...)

X – Campanhas, divulgação

114. Realizar ações educativas na mídia, como campanhas em horário nobre de TV que tratem da diversidade étnica e ressaltem que discriminação racial é crime.





115. Intensificar, com as propagandas oficiais, o reconhecimento da diversidade étnica do povo brasileiro e o respeito à diferença de cultura e religião.

(...)

117. Realizar seminários com instituições governamentais, empresas de comunicação e a sociedade civil organizada sobre a discriminação étnico-racial e de gênero.

(...)

122. Divulgar informações sobre as tradições religiosas e seus direitos, principalmente nos meios de comunicação e escolar.

(...)

Direitos Humanos e Segurança Pública

(...)

Propostas

(...)

II – Políticas de combate à discriminação racial

(...)

B – Na mídia

15. Ajuizar ações sempre que os meios de comunicação de massa veicularem matérias, reportagens, documentários, filmes, programas e publicidade que de alguma forma ofendam, insultem, agridam e destruam a imagem de qualquer raça, etnia, povo, religião, nacionalidade ou ainda incitem e induzam a ações preconceituosas racistas ou a discriminatórias de qualquer espécie.

16. Estimular políticas de ações afirmativas positivas na mídia, objetivando a divulgação e o efetivo cumprimento do texto constitucional referente à discriminação racial, religiosa e de orientação sexual, e das seguintes leis específicas: 7.716/89 e 9.459/97 (discriminação por raça e cor), 9.029/95 (discriminação de gênero), 10.639/03 (obrigatoriedade do ensino de história da África).

(...)

XI – Campanhas de divulgação sobre direitos humanos fundamentais e anti-racismo

95. Promover campanhas de conscientização da população sobre seus direitos e de combate ao racismo e à discriminação nos meios de comunicação.

96. Promover campanhas educativas, institucionais e publicitárias nas diferentes mídias, divulgando a legislação antidiscriminatória e normativa de direitos





humanos referente à discriminação racial, esclarecendo a população sobre as medidas regulamentadoras que garantam a punição de estabelecimentos comerciais, de serviços, instituições públicas, privadas e da sociedade em geral por atos discriminatórios.

(...)

101. Publicar as condenações aos crimes de racismo nos meios de comunicação como prática educativa.

(...)

População Indígena

(...)

Propostas

(...)

VI – Valorização e preservação das tradições culturais indígenas.

(...)

77. Buscar ampliar e tornar positiva a presença dos indígenas na mídia, combatendo sua presença nos papéis de menor prestígio e subalternos e ampliando a atuação em papéis mais valorizados e de mais destaque.

(...)

88. Implantar imediatamente o programa cidadão net nas comunidades indígenas.

(...)

VII – Direitos Humanos e Segurança Pública para os Povos Indígenas

(...)

82. Divulgar e usar formas de comunicação e a mídia, de modo especial a rede de educação, visando ampliar o conhecimento sobre os povos indígenas e disseminar denúncias de violação de direitos humanos contra os povos indígenas.

Juventude Negra

(...)

Propostas

(...)





IV – Cultura

(...)

36. Assegurar, por meio de ações afirmativas, a inserção de jovens negros(as) na mídia, combatendo e desmistificando o estereótipo que a sociedade atribui à juventude negra.

37. Desenvolver alternativas de mídia comunitária envolvendo os jovens para debaterem, entre outros temas, as questões étnico-raciais.

(...)

Mulher Negra

(...)

Propostas

(...)

III – Valorização da imagem das mulheres negras e demais etnias discriminadas

41. Intensificar políticas que valorizem a imagem das mulheres negras, indígenas, quilombolas e ciganas nos meios de comunicação, visando à superação de antigos estereótipos e à valorização de seus papéis como agentes e participativas na sociedade.

42. Fomentar ações de combate às formas de imposição de um modelo ideal de beleza na sociedade brasileira, que, pautado no padrão branco, fere a auto-estima das mulheres negras.

43. Garantir cotas para veiculação de imagem de mulheres negras nas peças publicitárias oficiais.

A – Combate ao racismo e sexismo na mídia

44. Responsabilizar criminalmente autores(as), cantores(as), difusores(as) de músicas e textos racistas e sexistas.

45. Realizar fóruns de debates sistemáticos sobre as mulheres negras com gestores(as) e empresários(as) de mídia.

46. Intensificar as políticas que valorizem a imagem das mulheres negras nos meios de comunicação por meio de debate informativo com profissionais que tenham domínio e comprometimento com a temática.

B – Campanhas de divulgação dos direitos humanos das mulheres

47. Promover campanhas conjuntas entre o poder público e os sindicatos com o objetivo de combater a informalidade das mulheres trabalhadoras, em especial da trabalhadora doméstica.





48. Promover processos educativos e campanhas de comunicação no sentido de valorizar, resgatar e dar visibilidade à importância das mulheres negras, indígenas e quilombolas na construção da história do país, principalmente des-
construindo a imagem dessas mulheres como objeto sexual.

49. Promover campanhas na mídia, sobretudo nas rádios, principal veículo de comunicação em áreas rurais, com informações referentes ao acesso à educação, à saúde e aos direitos e sua importância na vida das mulheres negras, indígenas e quilombolas.

(...)

Religiões de Matriz Africana — Comunidades de Terreiro

(...)

Propostas

I. Diretrizes Gerais

(...)

8. Cumprir a legislação internacional e nacional referente à discriminação e/ou ao preconceito com as religiões de matriz africana, revisando a concessão de rádios e televisões que veiculem em seus programas a intolerância religiosa, o trato pejorativo, o desrespeito e a perseguição à religião de matriz africana.

(...)

XI. Campanhas de combate à intolerância religiosa e de divulgação das religiões de matriz africana

(...)

59. Convocar os meios de comunicação (rádio, tevê, revistas e jornais) para veicular programas contínuos, em rede nacional, contra a intolerância religiosa, informando e esclarecendo sobre as religiões de base africana e indígena, de acordo com a lei nº 7716/89, art. 20.

60. Instituir cotas específicas para as religiões de matriz africana nos meios de comunicação e nos espaços de visibilidade e representatividade, para divulgação de seus valores, crenças e de seu papel sócio-político, cultural e econômico.

(...)





Parte II. Moções e Resoluções

(...)

3. Moção sobre o direito à comunicação

Nós, comunicadoras e comunicadores afro-brasileiros, reunidos num grupo de trabalho sobre políticas de comunicação na I Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial, apresentamos essas propostas para serem incluídas no Plano Nacional de Promoção da Igualdade Racial.

Sobre o direito à comunicação

Pensar em comunicação como direito humano é, antes de tudo, imaginar que os recursos e instrumentos da sociedade da informação precisam ser compartilhados com todos: pobres e ricos, negros e brancos, homens e mulheres, urbanos e rurais etc.

Incluir todos os segmentos excluídos é a nossa premissa básica.

Colocarmos uma premissa prioritária não nos exime de alcançar outros patamares de discussão, como pensar a qualidade da informação: na difusão, na troca, na sinergia. A questão é que o atraso da universalização no Brasil direciona o raciocínio imediato de dirimir a distância de excluídos e incluídos.

A naturalização do racismo e do sexismo na mídia reproduz sistematicamente os estereótipos e estigmas sobre o homem e mulheres, em especial sobre as negras, trazendo prejuízos para a afirmação de sua identidade racial e valorização social.

Sob o comando do poder econômico, os meios de comunicação de massa não dão visibilidade às diversas culturas presentes na sociedade brasileira ou, seguindo a lógica do mercado, as apresentam de maneira folclorizada, reproduzindo os estereótipos e os valores hegemônicos reforçando apartheid midiático brasileiro.

A indústria da mídia no Brasil caracteriza-se pela propriedade familiar e pelo grande número de políticos que entraram para este segmento de mercado, mantendo nele poderes coronelistas, populistas, religiosos (católicos e/ou evangélicos) e assistencialistas.

As rádios comunitárias – que em sua maioria localizam-se nas regiões periféricas e têm como público alvo a população pobre, negra e excluída – vêm, ainda neste governo, sendo reprimidas pela Polícia Federal, a Anatel e até mes-





mo polícias militares dos estados, tendo seus equipamentos apreendidos e suas lideranças presas e ameaçadas.

No momento em que o governo federal nomeia um Grupo de Trabalho Interministerial para discutir a Lei Geral de Comunicação do país, é fundamental que os recortes de gênero e étnico-raciais estejam presentes neste debate.

Se por um lado a difusão das tecnologias da informação e da comunicação provoca revolução nunca antes vista na história da humanidade, por outro, ela nos traz o grande desafio (aparentemente insuperável) de evitar que as mazelas e desigualdades do mundo real se repitam na virtualidade onde este novo mundo se situa.

Desta forma propomos:

- Democratizar os meios de comunicação, combater sua concentração e promover a implantação de políticas públicas de comunicação de caráter regulador e fiscalizador, que garantam o acesso efetivo dos diferentes segmentos da população à informação, contemplando os vários olhares sobre o mesmo fato e garantindo a liberdade de expressão das mulheres, que vêm tendo sua imagem constantemente desrespeitada pela mídia.

- Promover políticas públicas que garantam a diversificação produtiva e patrimonial dos meios de comunicação de massa, no que concerne às telecomunicações e à internet, propiciando a criação e fortalecimento de meios alternativos, democráticos e éticos e contribuindo para a valorização, manutenção e afirmação da diversidade cultural no país.

- Promover a elaboração e garantir a aplicação de um código de ética, com amplo debate entre os diversos setores da sociedade, que estabeleça mecanismos com regras claras para cobrir e punir, em processo célebre, os meios de comunicação pelos excessos cometidos na programação especialmente no que diz respeito ao turismo sexual, ao sexismo, à xenofobia, à homofobia, ao racismo e à banalização da violência.

- Realizar um diagnóstico e monitoramento nacional sobre a situação de exclusão étnica nos meios de comunicação, no que tange aos aspectos profissionais, à produção de conteúdo e à propriedade.

- Promover a capacitação dos grupos raciais e etnicamente discriminados em novas tecnologias de comunicação e informação como meio de empoderamento e acesso ao poder. Para o desenvolvimento dessa capacitação deverão ser criados instrumentais específicos, garantindo a diversidade e pluralidade desses grupos.





- Que a Seppir e as entidades de mídia étnica participem do Grupo Interministerial da Casa Civil que tem o papel de elaborar a Lei Geral de Comunicação de Massa;

- Que as tevês educativas e comunitárias e as tevês Câmara, Assembléia e Judiciário sejam instrumentos de promoção da igualdade racial, possibilitando suporte técnico, espaço na programação e contratação de comunicadoras(es) pertencentes a grupos étnicos historicamente excluídos.

- Que a Seppir promova, em parceria com as entidades de mídia étnica, diagnóstico sobre a violação do direito à comunicação no Brasil, sobretudo no que se refere aos grupos étnicos historicamente excluídos, para ser encaminhado à relatoria para afro-descendentes da Organização dos Estados Americanos (OEA).

- Que a Seppir promova um Seminário Nacional de Comunicação destinado a discussão de políticas de comunicação e informação para discutir políticas de comunicação.

Nós, comunicadora/es negros, entendemos que construir alternativas às políticas de comunicação é o nosso grande desafio. Cada um de nós precisa assumir seu quinhão de responsabilidade e avançar rumo a este desafio. Já demos grandes passos. Iniciamos a caminhada, longa, incerta e cheia de armadilhas. Importante é não desanimar com a síndrome do nosso “terceiro-mundismo” nem parar no meio do caminho, esperando o mercado ou as determinações do mundo desenvolvido direcionarem o caminho.

(...)

18. Moção contra a perseguição de rádios comunitárias

Considerando a falta de políticas de ações afirmativas de promoção da igualdade racial e de valorização da cultura popular na rádio difusão comunitária;

Considerando que uma dezena de famílias detém o oligopólio da comunicação e que não oportuniza o atendimento às comunidades locais, em detrimento de suas manifestações culturais e populares;

Considerando que o Estado é um instrumento dos grandes meios de comunicação comercial para perseguir emissoras populares, à despeito da Constituição Federal, Pacto de São José da Costa Rica (OEA – Organização dos Estados Americanos) e Carta dos Direitos Humanos da ONU – Organização das Nações Unidas);





Considerando que, por estarem nas periferias, vilas e favelas, onde a grande maioria é afro-brasileira, tal proporção ocorre nas emissoras comunitárias também...

A 1ª Conferência Nacional de Políticas da Igualdade Racial (CONAPIR) decide:

1) Aprovar moção de repúdio, condenando a perseguição sistemática e generalizada às rádios comunitárias, utilizando o entulho autoritário da Ditadura Militar de 1964, entre outros expedientes, como uma das inúmeras formas veladas de discriminação racial, impedindo que os afro-brasileiros tenham liberdade de expressão, em seu sentido mais amplo, como agentes e sujeitos na produção e divulgação da informação e cultura;

2) Divulgar a Conferência Regional, Estadual e Nacional de Radiodifusão Comunitária junto às entidades do movimento negro, estimulando-as a participarem deste evento, fundamentada na visão de que estas emissoras populares são o canal de comunicação natural e preferencial para divulgar nossas reivindicações, numa via de mão dupla, interagindo democraticamente com as comunidades onde se inserem.

II.4. Plano Nacional de Políticas de Promoção da Igualdade Racial²³

Lançado pelo Decreto nº 6.872 de 4 de junho de 2009, o PLANAPIR terá suas ações, metas e prioridades aprovadas e publicadas pela Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República (Seppir) após elaboração, por um Comitê de Articulação e Monitoramento, interministerial e com participação de três representantes do Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial/ CNPIR (governo e sociedade civil).

O PLANAPIR deverá observar os objetivos contidos no Anexo ao Decreto. Os objetivos relacionados à Comunicação só foram observados no Eixo 4, que trata de Diversidade Cultural.

Eixo 4: Diversidade Cultural

(...)

²³Plano Nacional de Políticas de Promoção da Igualdade Racial/ PLANAPIR; Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos – Decreto Nº 6.872, de 4 de junho de 2009.
http://www.geledes.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=896:plano-nacional-de-promocao-da-igualdade-racial-planapir&catid=179:afrobrasileiros-e-suas-lutas&Itemid=375





II - estimular a eliminação da veiculação de estereótipos de gênero, raça, cor e etnia nos meios de comunicação;

III - fomentar as manifestações culturais dos diversos grupos etnicorraciais brasileiros e ampliar sua visibilidade na mídia;

(...)

VIII - estimular a inclusão de critérios de concessões de rádio e televisão que garantam políticas afirmativas para negros, indígenas, ciganos e demais representantes de minorias etnicorraciais brasileiras; e

IX - estimular a inclusão de cotas de representantes das populações negras, indígenas, ciganas e demais minorias étnicas, nas mídias, especialmente a televisiva e em peças publicitárias.

II. 5. Resoluções da Segunda Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial – Estado e Sociedade Promovendo a Igualdade Racial²⁴

A II CONAPIR mobilizou centenas de conferências municipais e estaduais em todas as 27 unidades da federação e uma Plenária Nacional de Comunidades Tradicionais, que reuniu lideranças de comunidades quilombolas, de terreiros, povos indígenas e de etnia cigana. Aproximadamente 1.500 pessoas de todo o país se reuniram em Brasília, entre os dias 25 e 28 de junho de 2009, para a etapa nacional da Conferência. Todo o acúmulo desse processo foi reunido nas propostas de políticas públicas referentes aos eixos temáticos Educação, Cultura, Controle Social, Saúde, Terra, Segurança e Justiça, Trabalho, Política Nacional, Política

Internacional.

A Comunicação não foi incluída como tema específico na II Conferência; o tema foi paralelamente debatido por um grupo de comunicadora/es com o objetivo de propor à Seppir um grupo de trabalho sobre o tema, com vistas à elaboração de uma agenda em torno de ações que atendam as demandas específicas da população negra nessa área.

A seguir, trechos selecionados do Relatório Final, que direta ou indiretamente dizem respeito ao campo da democratização das comunicações, presentes nos diversos temas da Conferência

²⁴http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/seppir/arquivos/iiconapir.pdf





Eixo - Controle Social

15. Garantir uma política de participação de 20% de negros, povos indígenas e outras etnias discriminadas nos programas de rádio e televisão, inclusive com papéis de relevância e de protagonistas.

Eixo - Cultura

Art. 5. Desenvolver políticas de proteção ao patrimônio cultural dos povos de etnia cigana, promovendo ações voltadas para a valorização do conhecimento tradicional cigano, em especial a catalogação, o registro de patentes e a divulgação desse patrimônio, com amparo legal no decreto n.º 1.494, de 17/05/1995 (DOU 18/05/1995), regulamentado pela Lei n.º 8.313, de 23/12/1991 (Programa Nacional de Apoio a Cultura).

(...)

Art. 8. Implementar políticas de sensibilização social objetivando o respeito aos costumes, crenças e tradições dos povos de etnia cigana em filmes, novelas, seriados, documentários e outros, que garantam, inclusive, o direito de mulheres ciganas e religiosas de matriz africana de acessar estabelecimentos públicos em trajes típicos.

(...)

Art. 11. Manter diálogo entre os órgãos responsáveis pela cultura negra e segmentos étnico-raciais com objetivo de tornar público os resultados de suas pesquisas, ampliando a divulgação nos meios de comunicação e a fiscalização de verbas, criando programas, projetos e atividades que contemplem esses segmentos.

(...)

Art. 14. Desenvolver políticas públicas junto aos diversos meios de comunicação no intuito de assegurar o mínimo de 20% de uso da programação para fins de divulgação da história e da produção cultural das religiões de matriz africana e afro-brasileira.

Art. 15. Lançar editais de financiamento e divulgação da música quilombola, que garantam que os quilombolas sejam autores na criação e produção de sua própria história, resguardando-se os direitos autorais.

(...)

Art. 17. Garantir a inclusão da população negra, dos povos indígenas e dos povos de etnia cigana em toda e qualquer campanha de saúde, educação, trabalho, lazer, esporte e cultura.

Art. 18. Articular politicamente que se destinem cotas raciais de 30% para os profissionais que aparecem nas campanhas publicitárias do governo e incluir





programas de diversidades culturais direcionadas a negros e comunidades tradicionais em horário adequado, criando mecanismos para implantação de ações de valorização pelas mídias envolvendo o governo e as comunidades.

Art. 19. Desenvolver políticas públicas para criação e instituição de percentualde cotas para promoção da cultura negra em projetos sociais patrocinados pelo governo, que valorizem a imagem dos negros, principalmente da mulher negra, ressaltando a sua importância histórica no desenvolvimento econômico do país.

(...)

Art. 25. Instituir editais de produção audiovisual com a temática negra, indígena, quilombola, cigana e de minorias étnicas, garantindo que todos os editais públicos de cultura possuam em seu corpo de jurados/avaliadores, no mínimo dois integrantes de etnia negra especializados em cultura afrobrasileira para avaliar os projetos de cultura negra.

Art. 26. Implementar políticas públicas que proíbam a exposição, exploração comercial, veiculação, titulação ou procedimento prejudicial aos símbolos, expressões, músicas, danças, instrumentos, adereços, vestuário e culinária, estritamente vinculados às religiões de matriz africana.

(...)

Art.28. Articular politicamente a criação em vias públicas de monumentos em homenagem a personalidades negras, propiciando a visibilidade e ascensão ao reconhecimento destas personalidades e garantindo espaço publicitário nos veículos de comunicação para promoção da igualdade racial.

Eixo 3 - Educação

(...)

i Educação e Inclusão Digital

Art.57. Articular a ampliação do acesso às vias de comunicação – telefone, internet, rádio, TV, e outros – com implantação de postos avançados com capacidade para ofertar cursos à distância para as comunidades tradicionais.

Art.58. Articular ações para a criação de políticas públicas de educação básica, com inclusão digital, nas comunidades quilombolas, dos povos indígenas e ciganos, periferia de centros urbanos, priorizando as comunidades em risco social





ii Educação e mídia

(...)

Art.60. Promover inserções nos meios de comunicação que tenham por tema a educação contra a intolerância de qualquer espécie e buscar liberações de concessões de rádio e TV para as comunidades tradicionais.

Art.61. Estruturar campanhas educativas de combate à discriminação étnico-racial nas escolas e nos meios de comunicação de massa, divulgando a lei de combate à intolerância religiosa, levando em consideração uma mobilização permanente em torno das datas significativas do calendário dos movimentos negros e comunidades tradicionais.

Art.62. Estimular na propaganda oficial dos governos o reconhecimento da diversidade étnico-racial, do respeito à orientação sexual e à identidade de gênero.

Art.63. Promover capacitação de profissionais para atuar em campanhas educativas, afirmando positivamente a imagem do negro e combatendo as diferentes formas de discriminação perpetradas pela mídia.

Art.64. Envidar esforços para que em filmes, novelas, seriados, documentários e outros, sejam respeitados os costumes, crenças e tradições das comunidades tradicionais. Combater de maneira veemente a utilização depreciativa dos seus costumes e tradições em livros e materiais didáticos, peças publicitárias, jornais e revistas.

Eixo 4 - Política Internacional

(...)

Art.17. Incentivar maior divulgação dos aspectos positivos sobre a África na imprensa oficial brasileira em horário nobre.

Art.18. Divulgar a legislação de direitos humanos relativa à discriminação racial, bem como as resoluções do Relatório da Conferência de Durban, por meio de livretos educativos, campanhas de rádio, TV, jornais, etc, para, desta forma, promover a valorização dos povos negros, indígenas, de terreiros, LGBT e demais grupos historicamente discriminados, com ênfase às mulheres negras e quilombolas.

(...)





Art.26. Participar da rede de informação e comunicação do Observatório Internacional da Diáspora, conforme registro na declaração da Carta de Cartagena de las Índias.

Eixo Política Nacional

(...)

Art.15. Garantir às comunidades tradicionais a ampliação e o acesso à infraestrutura de comunicação, por meio da instalação de orelhões e telecentros de inclusão digital.

Eixo Saúde

(...)

Art.35. Articular programas de saúde para populações negras, LGBT, povos e comunidades tradicionais, assegurando a preservação, incentivo e valorização de uso da medicina alternativa das diversas etnias com apoio do SUS e dos governos nas três esferas, dando ampla divulgação, através dos meios de comunicação, incluindo veículos da mídia comunitária, pública e alternativa, respeitando o caráter regional.

(...)

Art.63. Articular a intensificação das campanhas federais, municipais e estaduais sobre saúde da população negra e das comunidades tradicionais, em diferentes faixas etárias, por meio de material escrito, falado e televisivo com profissionais de comunicação integrantes destas etnias.

Eixo - Segurança Pública

Segurança e Religiosidade

(...)

Art.42. Articular ações pela democratização social dos meios de comunicação, bem como fiscalização e punição com vistas a abolir a prática de intolerância religiosa, fomentando parcerias entre órgãos públicos e sociedade civil em prol da fiscalização e combate das práticas discriminatórias, e estimulando a criação de mecanismos legais que garantam a preservação de imagens filmadas em comunidades de terreiro, impedindo que sejam utilizadas de forma leviana e/ou abusiva na internet e canais de TV.





(...)

Art.51. Estimular a fiscalização e punição da discriminação religiosa na mídia, em articulação com o Ministério da Justiça, o Ministério Público Federal e a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) para que sejam banidas as práticas de intolerância religiosa contra religiões de matriz africana e afro-brasileira em programas de televisão e rádio de concessão pública, sob penas legais e a implementação de multas diárias.

Art.52. Implementar mecanismos legais junto ao Ministério das Comunicações acerca das regras de concessão às emissoras que só atuam em função da propaganda religiosa e que disseminam a intolerância religiosa, bem como proibir e punir a veiculação nos diferentes meios de comunicação de propagandas e mensagens racistas, preconceituosas, xenófobas, discriminatórias, difamatórias, que incitem ódio contra os valores espirituais ou que lidem de forma desrespeitosa com os símbolos, valores e doutrinas religiosas, ou reforcem preconceitos de qualquer ordem.

Povos de etnia cigana

(...)

Art.79. Buscar articular mecanismos para garantir, judicialmente, a concessão de direito de resposta aos povos de etnia cigana, no mesmo espaço utilizado pela mídia para veicular mensagens que desrespeitem, difamem e violentem a sua dignidade.

(...)

Art.90. Articular mecanismos e propor legislação específica que penalize os meios de comunicação que utilizarem a imagem ou personagem indígena de forma irônica, pejorativa, discriminatória, racista ou que caracterize ofensa aos povos indígenas, suas culturas, usos, costumes e tradições.

(...)

Art.105. Garantir, através de Lei ou outros mecanismos, o acesso direto das comunidades quilombolas aos diversos meios de comunicação para a divulgação de suas atividades e manifestações.

(...)





Segurança e mídia

(...)

Art.117. Estimular as administrações públicas municipais, estaduais e federal a formalizarem as datas de relevância histórica e temática para a população negra e as comunidades tradicionais, assegurando espaço publicitário nos veículos de comunicação para promoção da igualdade racial, com orientação da SEPPIR, das secretarias estaduais, conselhos estaduais, municipais e da sociedade civil, sobre a produção de seu conteúdo.

Art.118. Exigir nas publicações oficiais e campanhas publicitárias da União, estados e municípios a presença de atores negros e atrizes negras, respeitando a proporção da população negra, com garantia de conteúdos que respeitem as questões raciais e de gênero.

(...)

Art.119. Estimular a inserção de conteúdo relacionado à promoção da igualdade racial, com link específico, nos sites e portais oficiais dos municípios, estados, União e autarquias.

Art.120. Promover e apoiar a criação de meios de comunicação para as comunidades tradicionais e outros segmentos étnicos; e priorizar a concessão de emissoras de rádio e de televisão para entidades de defesa dos direitos das comunidades tradicionais e de promoção da igualdade étnicorracial e de gênero.

Art.121. Buscar os mecanismos para responsabilizar os meios de comunicação pela veiculação de matérias de cunho racista, preconceituoso, discriminatório e contra a religião.

Art.122. Buscar assegurar, através de mecanismos legais, o respeito aos costumes, crenças e tradições das comunidades tradicionais em filmes, novelas, seriados, documentários e outros, bem como a eliminação, em livros e materiais didáticos, peças publicitárias, jornais e revistas, de expressões que apresentem esses povos, seus costumes e tradições de forma pejorativa ou com intolerância religiosa.

Art.123. Fomentar parcerias entre órgãos públicos e entidades da sociedade civil em prol da fiscalização dos meios de comunicação visando o combate às práticas discriminatórias.

Art.124. Criar o Prêmio Valorização Racial destinado aos veículos de comunicação que apresentem programas, reportagens, textos e campanhas voltados para promoção da igualdade étnica, bem como a promoção do protagonismo dos negros e das comunidades tradicionais.

(...)





Art.127. Promover campanhas educativas em todos os meios de comunicação, sobre os direitos e as políticas sociais para os povos negros, de comunidades tradicionais e de outras etnias discriminadas, considerando as questões de gênero. 52. Implementar mecanismos legais junto ao Ministério das Comunicações acerca das regras de concessão às emissoras que só atuam em função da propaganda religiosa e que disseminam a intolerância religiosa, bem como proibir e punir a veiculação nos diferentes meios de comunicação de propagandas e mensagens racistas, preconceituosas, xenófobas, discriminatórias, difamatórias, que incitem ódio contra os valores espirituais ou que lidem de forma desrespeitosa com os símbolos, valores e doutrinas religiosas, ou reforcem preconceitos de qualquer ordem.

Art.181. Promover a utilização de espaços e equipamentos públicos, infraestrutura e veículos de comunicação em geral para divulgação da cultura das comunidades tradicionais e para combater a discriminação e a exclusão.

Eixo Trabalho

Art.13. Realizar campanha nacional pela melhoria nas condições de trabalho e obrigatoriedade do registro na carteira das trabalhadoras domésticas e costureiras.

(...)

Art.48. Desenvolver projetos públicos que visem à garantia de direitos e a valorização dos trabalhadores, através de campanhas e peças publicitárias que valorizem a imagem do negro na mídia e sua ascensão no mercado de trabalho.

Art.67. Promover a inclusão digital de trabalhadores negros, comunidades tradicionais, clubes sociais negros, pessoas com deficiência e maiores de 40 anos, com recursos do FAT.

(...)

Art. 92. Garantir que os meios de comunicação existentes divulguem os trabalhos e projetos que tenham como foco as comunidades tradicionais, clubes sociais negros, juventudes e pessoas com deficiência; e que divulguem os trabalhos e projetos sociais em prol da população, além de disponibilizar palestras informativas e motivacionais. atividades de interesse.

(...)

Art.110. Realizar campanhas públicas, através de todos os meios de comunicação, para assegurar uma ampla divulgação das legislações referentes à igualdade racial e promover a sua difusão em campanhas conjuntas com centrais sindicais e Poder Público, visando o combate à informalidade do trabalho das





mulheres negras, em especial as trabalhadoras domésticas, povos indígenas e povos de etnia cigana.

Art.111. Articular junto ao setor empresarial a realização de campanhas objetivando a promoção da igualdade racial, bem como fomentar cotas nos assentos dos órgãos de controle social.

Art.112. Garantir o cumprimento das diretrizes e princípios das convenções nacionais e internacionais que tratam da desigualdade e discriminação no trabalho, bem como da legislação trabalhista nacional, inclusive no que tange à categoria de trabalhadores domésticos, sobre a diversidade de gênero, raça e etnia, disponibilizando a ampla divulgação através de jornais, TV, rádios, panfletos e outros, garantindo cotas para estas diversidades em concursos públicos e seleção de empresas privadas.

(...)

Art.116. Cobrar das emissoras de TV, produtores de telenovelas, telejornalismo, dentre outros, valorização da imagem da mulher negra e de sua dignidade enquanto profissional.

Art.118. Realizar campanhas institucionais de combate à discriminação aos negros e povos indígenas no mercado de trabalho com ampla divulgação nos meios de comunicação, de modo a valorizar esses trabalhadores.

Art.119. Realizar campanha nacional pela ampliação da contratação de mulheres negras, fomentando a igualdade de oportunidade de concorrência a todos os cargos no mercado de trabalho.

(...)

Art.124. Garantir a contratação de profissionais da comunicação negros nas empresas de comunicação e programas, financiados integral ou parcialmente com dinheiro público.

(...)

Art.127. Criar no Ministério da Ciência e Tecnologia políticas de ação afirmativa nas instituições de ensino para o movimento negro e clubes sociais negros, que contemple os pesquisadores negros com inclusão digital, 142 geração de trabalho e renda, esporte, reforço escolar, curso preparatório para concursos e pré-universitário, em todos os níveis de ensino.

²⁵Texto Base da Conferência LGBT - Direitos Humanos e Políticas Públicas: o caminho para garantir a cidadania de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais - Aprovado pela Comissão Organizadora. <http://www.mj.gov.br/sedh/co/glb/t/texbaglbt.pdf>





II.5. Texto Base da Conferência LGBT- aprovado pela Comissão Organizadora²⁵

A Conferência Nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais foi convocada por Decreto Presidencial de 28 de novembro de 2007, e se realizou em Brasília entre 5 e 8 de junho de 2008.

Seguem as estratégias e ações direta ou indiretamente relacionadas ao campo da democratização das comunicações, presentes neste documento que consolida o resultado das conferências preparatórias estaduais, inclusive diagnóstico e estratégias específicas no capítulo Comunicação:

(...)

2. Introdução

(...)

2.1. Conjuntura Internacional e Nacional

Em novembro de 2006 um encontro em Yogyakarta (Indonésia) elabora os Princípios de Yogyakarta – lançado na IV Sessão do Conselho de Direitos Humanos da ONU, em 2007, em Genebra (Suíça) – trata da Aplicação da Legislação Internacional de Direitos Humanos em relação à Orientação Sexual e Identidade de Gênero. O documento dispõe de 29 princípios fundamentais, cada um deles acompanhado por recomendações detalhadas aos governos sobre como pôr fim à discriminação e aos abusos. Os Princípios de Yogyakarta ratificam normas legais que países devem cumprir e adverte a ONU, as instituições nacionais de direitos humanos, ONGs e meios de comunicação para que acompanhem e cobrem o cumprimento dessas determinações.

(...)

4.4. Justiça e Segurança pública:

Estratégias de Gestão e Ação:

- Monitorar, reclassificar, censurar e multar a veiculação de programas de rádio e TV que ferem os princípios de direitos humanos e propagam a homofobia nos canais de concessão pública;
- Monitorar, advertir, investigar e encaminhar à delegacia especializada todos os tipos de discriminação contra a população GLBT veiculada na Internet;
- Realizar campanhas de combate à homofobia por meio de mídias diversas, voltadas aos operadores de segurança pública e profissionais penitenciários.





4.10 – Comunicação

Diagnóstico

A cultura contemporânea é marcada pelo advento da comunicação interativa. A defesa dos direitos humanos do segmento GLBT deve contar com o planejamento de ações específicas na área de comunicação e das novas tecnologias. Conforme mensagem do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no I Congresso da ABGLT, realizado em 2005, em Curitiba (Paraná), os veículos de comunicação e informação, por meio de suas programações e imagens, devem assumir papel fundamental na educação para os direitos humanos, na medida em que se comprometam com a divulgação de valores éticos e de cidadania.

Há algumas décadas a diversidade sexual praticamente inexistia nos meios de comunicação de massa no Brasil. Com exceção à presença de personagens caricatos ou degenerados, poucas vezes GLBT eram retratados de maneira digna ou podiam contar com conteúdo voltado para suas realidades e necessidades. Esse quadro começou a se reverter com o surgimento do jornal *Lampião*, em 1978, mas foi somente em meados da década de 1990 que surgiram sites e revistas específicas para esse público. Aos poucos, outros veículos passaram a contemplar a diversidade sexual e, hoje, GLBT são vistos até mesmo em novelas de televisão – tradicionais redutos de conservadorismo na mídia brasileira.

Paralelamente, verificam-se duas características próprias de mercados de comunicação bem desenvolvidos para o segmento GLBT: a profissionalização e a segmentação. Há cada vez mais empresas de comunicação especializadas, incluindo não apenas veículos, mas também assessorias de imprensa, escritórios de marketing, estúdios e escritórios de comunicação visual, entre outros. Há jornalistas, mercadólogos, relações públicas e publicitários que se especializaram em temas relacionados ao universo GLBT. Também foi criada, em 2007, uma Rede Nacional de Comunicadores GLBT, que reúne mais de 200 profissionais de todo o país. Ao mesmo tempo em que se consolida um mercado voltado à temática GLBT, surgem também veículos que se ocupam de nichos segmentados, voltados para grupos mais específicos.

No entanto, ainda há um longo caminho a ser percorrido para que o preconceito e a discriminação deixem de existir nos meios de comunicação em massa no Brasil. Há exemplos de homofobia em vários programas de televisão, sites da Internet e outros veículos. No teatro e no cinema, não faltam exemplos de estereótipos que nada contribuem para a imagem dos GLBT. Também são





comuns associações preconceituosas, como a de relacionar homossexualidade com pedofilia ou promiscuidade.

Faz-se necessário um esforço para que os veículos de comunicação se tornem instrumentos de defesa dos direitos humanos para o segmento GLBT, vocalizando suas demandas e contribuindo para a promoção da cidadania dessa população.

Estratégias de Gestão e de Ação

- Estabelecer políticas públicas focadas na utilização dos meios de comunicação de massa como instrumentos de promoção da cidadania GLBT;
- Promover, de maneira sistemática, a divulgação de direitos já conquistados para o segmento;
- Criar mecanismos governamentais de acompanhamento e divulgação de questões relativas ao segmento GLBT em órgãos governamentais, incluindo os três poderes e os diferentes níveis de governo;
- Criar mecanismos de fomento de ações que divulguem informação para o segmento GLBT, incluindo patrocínio de centrais de notícia em quaisquer meios;
- Criar grupo de trabalho Comunicação e Diversidade Sexual, com o objetivo de monitorar e avaliar os meios de comunicação no país em relação ao tratamento dado aos GLBT;
- Fomentar ações de comunicação voltadas para travestis, público que encontra mais dificuldades de acesso à informação.

4.11. Igualdade racial

Estratégias de Gestão e de Ação

- Buscar ampliar e tornar positiva a presença dos afrodescendentes, indígenas e ciganos GLBT nos meios de comunicação.

²⁶“Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT – lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais; Presidência da República”; Secretaria Especial dos Direitos Humanos - Subsecretaria de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos - Programa Brasil sem Homofobia, 2009. <http://www.mj.gov.br/sedh/homofobia/planolgbt.pdf>





II.6. Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT – lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais/ 2009²⁶

Resultado da 1ª Conferência Nacional GLBT, o Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais foi lançado em 2009, trazendo diretrizes e ações para a elaboração de Políticas Públicas voltadas para esse segmento. O Plano foi elaborado por uma Comissão Técnica Interministerial, da qual participaram 17 pastas, entre estas o Ministério da Cultura, das Comunicações e a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.

O Plano não possui um capítulo específico sobre Comunicações, e algumas das diretrizes e recomendações neste âmbito, presentes no Documento Base anteriormente apresentado, estão diluídas no conjunto do Plano.

Seguem objetivos, princípios, diretrizes e ações do Plano que, direta ou indiretamente, dizem respeito ao campo da democratização das comunicações:

(...)

Capítulo 3. Objetivos

3.1 Geral

Orientar a construção de políticas públicas de inclusão social e de combate às desigualdades para a população LGBT, primando pela interssetorialidade e transversalidade na proposição e implementação dessas políticas.

3.2 Específicos

3.2.1. Promover os direitos fundamentais da população LGBT brasileira, de inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, dispostos no art. 5º da Constituição Federal;

3.2.2. Promover os direitos sociais da população LGBT brasileira, especialmente das pessoas em situação de risco social e exposição à violência;

3.2.3. Combater o estigma e a discriminação por orientação sexual e identidade de gênero.





Capítulo 4. Princípios

(...)

O Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos LGBT orienta-se pelos princípios da igualdade e respeito à diversidade, da eqüidade, da laicidade do Estado, da universalidade das políticas, da justiça social, da transparência dos atos públicos e da participação e controle social assim destacados:

4.1. Dignidade da pessoa humana (inciso III do art. 1º da Constituição Federal);

4.2. Igualdade de todos os cidadãos perante a lei, sem distinção de qualquer natureza e garantia da inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. (art. 5º da Constituição Federal);

4.3. "...respeito à diversidade de orientação sexual e promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação" (inciso IV do art. 3º da Constituição Federal);

4.4. Direito à Cidadania (inciso II do art. 1º da Constituição Federal);

4.6. Liberdade de manifestação do pensamento (inciso IV do art. 5º da Constituição Federal);

4.7. Laicidade do Estado: a pluralidade religiosa ou a opção por não ter uma religião é um direito que remete à autonomia e a liberdade de expressão, garantidos constitucionalmente;

4.8. Inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas (inciso X do art. 5º da Constituição Federal).

Diretrizes:

(...)

5.34. Inserção da temática LGBT nos meios e veículos de comunicação pública para promover a visibilidade dos direitos humanos e da cultura da(o)s cidadã(o)s LGBT, com uso de uma linguagem sem cunho discriminatório, que respeite as identidades de gênero, orientação sexual, raça e etnia, religião, ideologia, jovens, adolescentes, idosos e pessoas com deficiência;

(...)

5.36. Fomento a projetos e atividades de entidades privadas e da sociedade civil sobre o tema da diversidade de orientação sexual e identidade de gênero;

(...)

5.38. Criação de incentivos às instituições públicas e privadas para adesão à política LGBT;





(...)

Capítulo 6. Eixos Estratégicos

Eixo Estratégico I - Promoção e socialização do conhecimento; formação de atores; defesa e proteção dos direitos; sensibilização e mobilização.

(...)

Estratégia 2 - Formação de atores no tema LGBT

Ação 1.2.3. Classificar como inadequadas para crianças e adolescentes obras audiovisuais que apresentem conteúdos homofóbicos, racistas ou degradantes à população LGBT, em atenção à Portaria 264/07, que regula a classificação indicativa para a programação de filmes, espetáculos e programas de televisão no Brasil. (competência do Ministério da Justiça – SNJ)

Ação 1.2.4. Criar, em âmbito nacional, uma Comissão Intersetorial, de controle social junto às redes de TV, programas de auditório e humorísticos a fim de coibir as discriminações por gênero, orientação sexual, identidade de gênero, sexo, etnia, geracional e deficiência. (competência do Ministério da Justiça – SNJ)

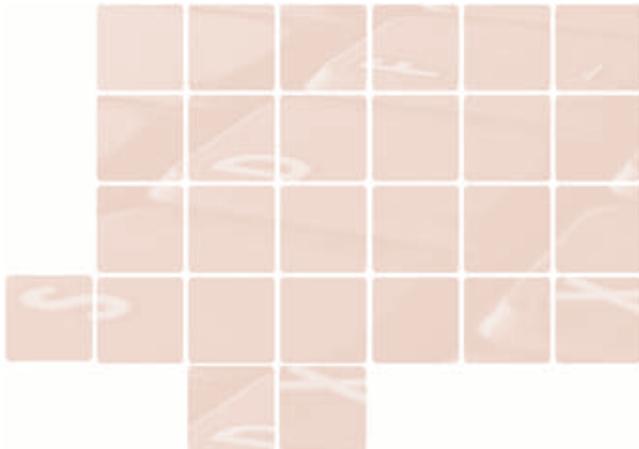
(...)

Estratégia 3 - Defesa e proteção dos direitos da população LGBT (integração de políticas LGBT e políticas setoriais)

(...)

Ação 1.3.10. Promover em diversas mídias, públicas e privadas, campanhas publicitárias de combate à discriminação e de valorização da população LGBT, bem como de suas uniões afetivas garantido acessibilidade em libras, braile, letras amplas – (competência do Ministério da Justiça/ ACS e da Secretaria Especial de Direitos Humanos).

(...)





II.7. Resoluções aprovadas na 11ª Conferência Nacional de Direitos Humanos - Democracia, Desenvolvimento e Direitos Humanos: Superando as Desigualdades²⁷

A 11ª Conferência Nacional dos Direitos Humanos reuniu mais de 2 mil pessoas em Brasília, entre 15 e 18 de dezembro de 2008. O relatório final contém as diretrizes e deliberações aprovadas na Plenária, que são insumos para o II Plano Nacional de Direitos Humanos, em fase de elaboração.

Selecionamos, no documento, propostas que dizem respeito, direta ou indiretamente, ao campo das políticas de comunicação e mídia:

(...)

Diretrizes

Eixo 4: Educação e Cultura em Direitos Humanos

(...)

2. Estabelecer como condição para as concessões e renovação das concessões públicas dos meios de comunicação de massa o fomento da cultura e da educação em direitos humanos em todos os veículos, democratizando-os e garantindo o controle público e social, bem como implementar políticas públicas de comunicação que promovam a democratização da mídia, fortalecendo as mídias públicas comunitárias, e que garantam a inclusão digital, reconhecendo, respeitando e dando visibilidade à pluralidade e à diversidade das populações vulneráveis.

(...)

Propostas Aprovadas e Referendadas pela Plenária Final

(...)

Eixo 1: Universalizar direitos em um contexto de desigualdades

(...)

b) Discriminação de gênero, de orientação sexual e de pessoas que vivem com HIV/AIDS

²⁷ http://www.11conferenciadh.com.br/boletins/11_Conferência_Nacional_de_Direitos_Humanos.pdf





(...)

9. Promover ações de forma a combater a discriminação contra pessoas que vivem com HIV/AIDS, tais como:

(...)

e) Combate à discriminação midiática às pessoas que vivem com DST/HIV/AIDS;

(...)

d) Garantia de direitos, políticas universais, afirmativas e emancipatórias

(...)

I. Afrodescendentes:

(...)

19. Inserir cotas para grupos étnico-raciais na mídia televisiva e em geral, bem como garantir que nas propagandas institucionais, da administração pública direta e indireta e naquelas contratadas pelo governo, sejam cumpridas as cotas para os respectivos grupos.

Eixo 2: Violência, Segurança Pública e Acesso à Justiça

(...)

f) Prevenção e punição da violência de gênero por orientação sexual, racial e etária

(...)

42. Coibir a discriminação e intolerância religiosa e a violência praticada contra os adeptos, seguidores e praticantes das religiões de matriz africana, indígena, ameríndia, afroameríndia, hindu-oriental e européia, por meio de levantamento de casos, punição dos responsáveis e garantia da liberdade de culto, especialmente nos meios de comunicação.

(...)

g) Mídia e violência

46. Criação de rádio e TV comunitária e mapear os programas veiculados pelos diversos meios de comunicação que façam apologia ao crime; tais como a violência, a tortura, o racismo, a intolerância religiosa, a homofobia e a mercantilização do corpo da mulher e outras formas de discriminação, ou apoiem grupos de extermínio, com visitas à identificação dos disponíveis e adoção dos responsáveis e adoção das medidas legais pertinentes, exigindo a retirada desses programas do ar.





47. Realizar campanhas educativas contra a violência ao segmento LGBT, com recorte étnico/racial e geracional, utilizando instrumento de acessibilidade como braile e libras, apoiando a conferência nacional de comunicação e outros segmentos.

(...)

Eixo 3: Pacto Federativo e Responsabilidades dos três Poderes. Do Ministério Público e da Defensoria Pública

(...)

b) A responsabilidade do Poder Executivo

22. O Poder Executivo, nas três esferas de governo, deverá garantir o cumprimento dos seguintes artigos da CF/88:

(...)

i) art. 221, sobre os princípios que regem a produção e programação das emissoras de rádio e TV;

(...)

c) A responsabilidade do Poder Legislativo

(...)

80. O Poder Legislativo deverá legislar sobre o uso do sistema de informação, descriminalizar as rádios comunitárias, priorizando a sua concessão, conforme deliberado em Conferência Nacional de Comunicação.

d) A responsabilidade do Poder Judiciário, do Ministério Público e da Defensoria Pública (âmbito jurisdicional) e Democratização do acesso a Justiça

(...)

99. O Ministério Público deverá garantir a fiscalização da programação das emissoras de rádio e televisão, assegurando o controle social sobre os meios de comunicação. Que o Poder Judiciário responsabilize e puna as empresas de telecomunicações que veiculem programação ou publicidade atentatória aos direitos humanos.

(...)

Eixo 4: Educação e Cultura em Direitos Humanos

(...)

b) Educação em Direitos Humanos na Educação não-formal

(...)





41. Estabelecer práticas de educação não-formal em comunicação, desenvolvendo um programa de formação em educomunicação e direitos humanos para comunicadoras(es) comunitárias(os).

(...)

d) Educação em Direitos Humanos nos meios de comunicação (mídia)

63. Fazer valer os marcos legais vigentes, incluindo a regulamentação do artigo 221 da Constituição, garantindo espaço (cotas) nos meios de comunicação social para campanhas sensibilizadoras de direitos humanos, tais como programas informativos, educativos, artísticos e culturais, de forma a eliminar o preconceito e garantir a aplicação da Constituição Federal, da Declaração Universal dos Direitos Humanos, Estatutos nacionais (Idoso, Criança e Adolescente e outros), a Lei Maria da Penha e demais tratados internacionais referendados pelo Estado brasileiro, de modo a promover os direitos humanos.

64. Promover campanhas educativas, culturais e publicitárias sobre os direitos humanos em uma linguagem adequada e universal, tornando obrigatória a tradução simultânea em LIBRAS, mantendo o closed caption (legenda oculta), em toda a programação de emissoras de televisão estatais e comerciais, incluindo os produtos de propaganda.

65. Implementar políticas nacionais que garantam o acesso da população a todas as informações necessárias para o pleno exercício da cidadania, como a divulgação, nos veículos de comunicação, sobre o papel dos órgãos envolvidos na defesa dos direitos humanos e os serviços disponíveis à(ao) cidadã(o).

66. Promover em todos os meios de comunicação campanhas publicitárias em horário nobre e comercial para divulgar os documentos relativos aos direitos humanos, tais como a Constituição Federal, os tratados internacionais, em especial a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o Programa Nacional de Direitos Humanos, o Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos e os Planos Estaduais de Direitos Humanos.

67. Garantir a criação de políticas públicas que disponibilizem verbas para a formulação, implementação, monitoramento e avaliação de campanhas educativas para a produção de vídeos e publicações, observando-se os requisitos de acessibilidade às comunicações, sobre os direitos humanos das pessoas que vivem com HIV/AIDS com inserção obrigatória e permanente em todos os veículos de comunicação.

68. Incentivar o diálogo com entidades de classe, agentes de publicidade e agentes midiáticos visando ao convencimento desses setores quanto à necessidade de que as peças publicitárias sejam acessíveis às pessoas com deficiência, refletindo adequadamente a situação dos grupos historicamente vulneráveis e





dos grupos em situação de vulnerabilidade social e comunidades tradicionais, evitando o uso de estereótipos depreciativos.

69. Regulamentar o artigo 221 da Constituição para garantir a veiculação da cultura de valorização dos direitos humanos e para enfretamento da violência, exigindo das(os) produtoras(es) e distribuidoras(es) de programação o cumprimento da legislação, sobretudo as leis que versam sobre o respeito e a promoção de direitos humanos e a acessibilidade para pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida.

70. Promover fóruns públicos de discussão entre sociedade civil, meios de comunicação e Estado, com ampla divulgação do papel dos meios de comunicação em situações de violação de direitos humanos, tendo em vista seu caráter de concessão pública, bem como criar mecanismos que coíbam as violações aos direitos humanos cometidas pelos meios de comunicação e responsabilizar civil e criminalmente as (os) violadoras(es).

71. Garantir a cassação das concessões públicas dos meios de comunicação que violem os direitos humanos e as leis da acessibilidade à informação e à comunicação para pessoas com deficiência.

72. Fortalecer o sistema de avaliação permanente sobre os critérios de classificação indicativa e faixa etária nos programas veiculados pelas diversas mídias.

73. Elaborar e implementar políticas públicas baseadas na premissa de democratização da comunicação, visando garantir a realização efetiva do direito humano à comunicação por todos(as) os(as) cidadãos(ãs), segmentos e comunidades da sociedade brasileira, garantindo a participação popular e o controle público e social da comunicação, através de conselhos deliberativos, na proporção de um terço de representantes do Estado e dois terços de representantes da sociedade civil, além de conferências, nas três esferas governamentais, tendo em vista a defesa e a promoção dos direitos humanos, em especial das crianças brasileiras e que não permitam o financiamento público de programas violadores de direitos humanos.

74. Garantir o exercício do direito humano à informação e à comunicação por toda (os) as(os) cidadãs(os) apoiando a convocação da I Conferência Nacional de Comunicação.

75. Garantir o acesso à comunicação para informação, divulgação, promoção e defesa de direitos humanos, em especial, em relação ao controle social da publicidade e propaganda dirigidas as crianças e adolescentes.

76. Garantir a participação de organizações da sociedade civil na produção de programas sobre direitos humanos.





77. Fortalecer a comunicação alternativa e independente, assegurando a participação popular com expressão livre e acesso à informação.

78. Apoiar a legalização e a regulamentação das rádios comunitárias e democratizar a concessão de sinais e canais e o cumprimento da Lei 10.098 e do Decreto n. 5.296 junto ao Ministério das Comunicações.

79. Garantir que haja a implementação, desde a educação básica, do estudo emancipador dos meios de comunicação.

(...)

Eixo 5: Interação Democrática entre Estado e Sociedade Civil

(...)

b) Construção, composição e efetivações dos Conselhos Nacionais, Distritais, Estaduais e Municipais de Direitos Humanos

(...)

53. Reestruturar, imediatamente, no âmbito do Poder Legislativo, o Conselho de Comunicação Social, modificando seu caráter consultivo para deliberativo, ampliando seus assentos para os diversos segmentos e movimentos sociais, com o objetivo de:

- a) garantir o controle democrático das concessões de rádio e televisão;
- b) regulamentar e fiscalizar o uso dos meios de comunicação social;
- c) coibir práticas contrárias aos direitos humanos, penalizando na forma da lei as empresas de comunicação que veicularem programação ou publicidade atentatória aos direitos humanos.

54. Criar o Conselho Nacional de Comunicação Social, apoiando a criação nos âmbitos estaduais, distrital e municipais com os seguintes requisitos:

- a) caráter deliberativo;
- b) composição paritária de representantes do Estado e da sociedade civil;
- c) formular, implementar, fiscalizar e monitorar as políticas e diretrizes de comunicação, com decisões mandatórias para as agências reguladoras e órgãos executores destas políticas;
- d) organizado de forma que sua estrutura e funcionamento garantam a plena participação popular nas decisões do órgão;
- e) atribuição de recebimento de denúncias relacionadas às violações de direitos humanos pelas emissoras de rádio e TV e aos serviços públicos de comunicações, que sejam veículos de comunicação social;





f) penalizar na forma da lei as empresas de comunicação que veicularem programação ou publicidade atentatória aos direitos humanos.

(...)

c) Institucionalização de novos canais de interação democrática entre Estado e Sociedade civil e aprimoramento do diálogo plural e transversal entre os protagonistas sociais

104. Promover regularmente audiências/ sessões públicas no âmbito nacional e apoiar realização nos âmbitos estaduais, distrital e municipais, formando comissões permanentes de mobilização da comunidade para participação, com a finalidade de:

(...)

h) criar leis federal, estadual e municipal de radiodifusão comunitária, bem como criação e destinação de recursos para formação de uma rede de comunicação cidadã, englobando um programa de formação de comunicadores populares;

(...)

d) Conferências temáticas e de Direitos Humanos

(...)

115. Realizar Conferência Nacional de Comunicação, a ser convocada pelo Executivo Federal, e apoiar a realização de conferências estaduais, distrital e municipais, com verbas aprovadas no PPA, garantindo o caráter amplo, deliberativo e democrático para aprovação de diretrizes das políticas de comunicação (inclusive para atuação dos Conselhos Municipais de Comunicação) e participação das representações do governo, da sociedade civil e do empresariado, de forma a sensibilizar as pessoas para a universalização dos direitos em contextos de diversidade e desigualdade.

(...)

Eixo 6: Desenvolvimento e Direitos Humanos

(...)

c) Controle social de grandes corporações e empresas transnacionais

(...)

51. Garantir que as empresas e os empreendimentos de desenvolvimento econômico e os meios de comunicação respeitem a diversidade sociocultural e o meio ambiente, além de consultar a população da região de acordo com a convenção 169 da OIT.





(...)

e) Modelos de desenvolvimento econômico

(...)

62. Intensificar o controle público e social sobre o fluxo de capitais estrangeiros no país e o monitoramento dos recursos do BIR, BIRD, BNDES, implementando o tributo sobre operações financeiras globais (tributo tobin) de modo a conter a especulação global e acabando com a isenção do imposto de renda nos lucros e dividendos dos rentistas e outros privilégios tributários do capital especulativo, bem como proibir a compra de grandes propriedades urbanas e rurais pelo capital estrangeiro, grandes obras de infraestrutura contrárias do interesse social, e a fusão de grandes empresas para se impedir a formação de monopólios e oligopólios, em especial nos processos de convergência dos meios de comunicação.

II.8. Relatório Final da 13ª Conferência Nacional de Saúde - Saúde e Qualidade de Vida: Políticas de Estado e Desenvolvimento²⁸

A 13ª Conferência Nacional de Saúde aconteceu em novembro de 2007 e reuniu em Brasília 4.700 participantes, delegados, usuários, trabalhadores, gestores e observadores. Suas deliberações são resultantes de um processo aprofundado e analítico de propostas consolidadas dos 26 conselhos estaduais e do Conselho Distrital de Saúde, representativas de múltiplas entidades intersetoriais e diversos grupos sociais do Brasil inteiro, entre estes o movimento de mulheres.

Selecionamos desafios e propostas que dizem respeito, direta ou indiretamente, ao campo das políticas de comunicação e mídia:

²⁸Relatório Final da 13ª Conferência Nacional de Saúde: Saúde e Qualidade de Vida: políticas de estado e desenvolvimento. Ministério da Saúde, Conselho Nacional de Saúde. – Brasília : Editora do Ministério da Saúde, 2008. 246 p.: il. – (Série C. Projetos, Programas e Relatórios). http://conselho.saude.gov.br/biblioteca/Relatorios/13cns_M.pdf





Eixo I – Desafios para a Efetivação do Direito Humano à Saúde no Século XXI: Estado, Sociedade e Padrões de Desenvolvimento

(...)

99. Buscar incluir na política de concessão dos meios de comunicação a obrigatoriedade de reserva de espaços para a divulgação de práticas de promoção à saúde e de prevenção de doenças, ampliando a divulgação das diretrizes do SUS, direitos e deveres de prestadores de serviços, gestores e, especialmente, dos usuários, com a criação de prêmio de jornalismo para rádios, TVs, jornais, revistas e outros que divulguem experiências exitosas em saúde.

(...)

102. O Governo Federal, o Ministério da Saúde, os estados e os municípios, em parceria com o Ministério Público e os demais parceiros, devem fazer cumprir a legislação referente à propaganda e à publicidade de bebidas alcoólicas, tabaco, medicamentos e outras áreas da saúde, garantindo a ética nas propagandas, informando a população, pelos meios de comunicação, sobre os riscos da automedicação, incluindo conhecimentos relacionados ao uso racional de medicamentos para os profissionais de saúde, ao uso e ao acondicionamento adequado destes.

(...)

Eixo I – Inéditas

(...)

6. Disseminar as melhores práticas de gestão, processos e aplicativos, desenvolvidos no âmbito da saúde e ampliar a divulgação das ações do SUS nos diversos meios de comunicação.

(...)

Eixo II – Políticas Públicas para a Saúde e Qualidade de Vida: o SUS na Seguridade Social e o Pacto pela Saúde

(...)

99. O Ministério da Saúde e as secretarias estaduais e municipais de saúde devem implantar/implementar as políticas públicas de saúde voltadas para a promoção, a prevenção e assistência à saúde do trabalhador, contemplando as necessidades dos trabalhadores autônomos e informais e sistematizando cam-





panhas de prevenção de acidentes e de doenças ocasionadas pelo trabalho, com ampla divulgação nos meios de comunicação, em parceria com as grandes empresas, e que os custos de medicamentos e outros procedimentos relativos às doenças do trabalho sejam arcados pelas empresas relacionadas.

(...)

Eixo II Inéditas

97. Participação do Conselho Nacional de Saúde no Conselho Gestor da Televisão Estatal (iniciativa governamental já em curso) com vistas a garantir na programação desta emissora pública a veiculação de temas relativos à prevenção e à promoção da saúde e da qualidade de vida, bem como a divulgação do SUS e de seus princípios fundamentais, avanços e desafios.

(...)

Eixo III – A Participação da Sociedade na Efetivação do Direito Humano à Saúde

(...)

22. Que o Conselho Nacional de Saúde convoque conferências temáticas e intersetoriais, em especial as de Saúde Mental, Assistência Farmacêutica, DST/Aids, Saúde Ambiental, Comunicação, Informação e Informática e Saúde da Pessoa com Deficiência, com maior participação de movimentos populares, associações de usuários e organizações não-governamentais (ONGs) que atuam nas áreas específicas.

(...)

49. Assegurar espaços nas rádios comunitárias para a divulgação de informações e de programas e ações de promoção da saúde, utilizando a educação em saúde como ferramenta para apropriação de informações sobre as ações de promoção, prevenção e atenção à saúde, para a melhoria da qualidade de vida da população.

(...)

54. Que o Governo Federal estruture política de informação e comunicação direcionada às comunidades rurais, aos assentamentos, aos ribeirinhos, aos acampamentos, aos quilombolas, aos indígenas, entre outras, e que garanta o acesso às ações e aos serviços de saúde e às demais políticas públicas.

(...)





Eixo III – Inéditas

(...)

56. Exigir que as três esferas de governo, para o real fortalecimento e perpétua implantação do SUS com a efetiva participação social e garantida em todas as emissoras de televisão cinco minutos diários em horário nobre, incluindo o rádio, matérias em jornais, revistas e outros meios de comunicação em todo território nacional no sentido de informar e difundir o SUS e os direitos dos cidadãos brasileiros.

(...)

63. Os Governos Federal, Estaduais e Municipais devem incentivar a regulamentação das rádios comunitárias, para melhor divulgação das ações, dos serviços, dos direitos e deveres do SUS em cada região e nos municípios.

(...)

11.9 – I Conferência Nacional de Juventude

A Conferência Nacional de Políticas Públicas de Juventude foi realizada de 27 a 30 de abril de 2008, e se constituiu num espaço de diálogo entre o poder público e a sociedade sobre os desafios do segmento juvenil e quais alternativas devem ser tomadas pelos governos para respondê-los.

A I Conferência Nacional de Juventude foi antecedida por um intenso processo de diálogo que, mobilizou 400 mil pessoas em municípios e estados brasileiros. Foram realizadas 841 conferências municipais e regionais e outras 27 estaduais e 700 Conferências Livres e reuniu cerca de 2,5 mil participantes na etapa nacional.

A Conferência aprovou 70 resoluções sobre temas diferentes e dentre estas, foram estabelecidas 22 prioridades para a Política Nacional de Juventude nos temas consagrados nas políticas públicas, como educação, esporte, trabalho, cultura e comunicação.

Seguem trechos das propostas aprovadas, que dizem diretamente sobre Comunicação.





Resoluções e Prioridades por Tema

(...)

Cultura

(...)

3 - Estabelecimento de cotas de exibição e programação de 50% para a produção cultural brasileira, sendo 15% produção independente e 20% produção regional em todos os meios de comunicação (TV aberta e paga, rádios e cinemas). Valorização dos artistas locais garantindo a preferência nas apresentações e prioridade no pagamento. Entender os cineclubes como espaços privilegiados de democratização do áudio visual.

Jovens com Deficiência

(...)

2 - Utilizar a comunicação para promover a inclusão, democratizar informações sobre os direitos e as especificidades de jovens com deficiência, desmistificando estigmas, garantindo o direito de expressão e maior participação de jovens com deficiência na mídia visando o combate à discriminação.

Comunicação e Inclusão Digital

1 - Ampliar as concessões para rádios comunitárias garantindo a democratização e a desburocratização da comunicação, com prazo máximo de 02 (dois) anos para legalização e criar de um órgão próprio de fiscalização.

2 - Ampliar oportunidades de capacitação e qualificação de professores e jovens para a produção de projetos de comunicação e de inclusão digital, com inclusão dos jovens da periferia e de suas respectivas comunidades escolares, visando à produção, exibição e distribuição por esses jovens. Esses espaços serão administrados pelos jovens e os produtos audiovisuais e outros (jornal) deverão ser exibidos nos principais canais de tv e na comunidade onde foi produzido.

3 - Pela manutenção do primeiro substitutivo do Dep. Jorge Bittar ao PL 29/2007, garantido no mínimo percentual de 10% para a produção independente em todos os canais.

Visite o site: www.juventude.gov.br





Pesquisa e compilação do capítulo IV:
Angela Freitas, Instituto Patrícia Galvão, 2009.
Nilza Iraci, Geledés – Instituto da Mulher Negra, 2009
www.patriciagalvao.org.br





BIBLIOGRAFIA

Comitê Gestor da Internet no Brasil. Pesquisa sobre o Uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação no Brasil. Brasil: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR/ Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2006.

FESTA, Regina. Notas para um novo milênio: questões de gênero e sistemas de comunicação e informação. In: Perspectivas de gênero – debates e questões para ONG's. Recife. GT Gênero – Plataforma de contrapartes Novib / SOS Corpo. 2001. p.106

IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, 2006

LÉVY, Pierre. O que é o virtual? (tradução de Paulo Neves). Editora 34. SP. 1996 (7ª reimpressão. 2005)

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Curso Novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias, ministrado na USP/ECA, no período de 15 a 19/09/2008.

PLOU, Dafne. VIEIRA, Vera. Mulher e Tecnologias – a virtualidade como espaço transformador das relações de gênero. Rede Mulher de Educação. SP. 2007. p.111

http://conselho.saude.gov.br/biblioteca/Relatorios/13cns_M.pdf

<http://sxpolitics.dreamhosters.com/wp->

http://200.130.7.5/spmu/docs/Livro_II_PNPM_completo08.10.08.pdf

http://www.conapir2009.com.br/documentos/relatorio_final_coapir.pdf

www.itu.int/wsis/

<http://www.mj.gov.br/sedh/co/glb/texbaglbt.pdf>

<http://www.mj.gov.br/sedh/homofobia/planolgbt.pdf>

www.new-humanity.org





http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/seppir/.arquivos/iiconapir.pdf

http://www.11conferenciadh.com.br/boletins/11_Conferência_Nacional_de_Direitos_Humanos.pdf

content/uploads/2009/03/principios_yogyakarta.pdf

<http://vecam.org/article567.html>

http://huwu.org/spanish/CMCR/aconf189_12.pdf

<http://www.proconferenciasp.org/index.php/faq.html>

www.apaemt.org.br/arquivo.phtml?a=12680

www.apc.org

www.geledes.org.br

www.juventude.gov.br

www.mulherespaz.org.br

www.patriciagalvao.org.br

www.redemulher.org.br



