

Ong's, democracia participativa e visibilidade na mídia

Sandra Raquew dos Santos Azevêdo*

Índice

1 Ong's como sujeitos da democracia participativa	1
2 Relações de gênero na mídia: em pauta os direitos das mulheres	3
3 Estratégias de visibilidade na mídia	5
4 Em perspectiva	6
5 Bibliografia	7

Resumo

O presente artigo visa refletir sobre a participação de organizações governamentais feministas na esfera midiática negociando cotidianamente o sentido de suas práticas sociais em defesa dos direitos das mulheres. Neste contexto o acesso à participação na produção dos conteúdos produzido pelas mídias na *Sociedade da Informação* nos convida a pensar que a democratização das mídias passa o debate sobre a democracia participativa e de que maneira os diversos atores sociais, entre eles o movimento feminista, constrói estratégias de visibilidade e participação nos meios de comunicação.

*Jornalista e Doutoranda em Sociologia pela UFPB. E-mail: sandraraquew@yahoo.com.br

1 Ong's como sujeitos da democracia participativa

Ao situarmos as organizações não governamentais como sujeitos da democracia participativa consideramos que o século XX foi um lugar de disputa em torno da questão democrática, cujo debate é reaberto com o fim da guerra fria e o aprofundamento dos processos de globalização. Um disputa conceitual que possibilita a vigência um novo conceito de democracia propondo uma nova gramática social em que movimentos sociais e populares e ongs passam a ter uma centralidade no debate das relações entre Estado e sociedade civil. Tal fato nos faz perceber que o processo de globalização coloca uma nova ênfase na democracia local e nas variações de forma democrática no interior do Estado (SOUSA SANTOS, 2003).

Este contexto nos permite pensar que novos conceitos de democracia emergem contrariando assim a concepção hegemônica de democracia da segunda metade do século XX centrada nas concepções liberal e marxista e provocando rupturas com uma compreensão de democracia baseada apenas no conceito de representatividade. Nesta direção concepções alternativas, a exemplo da *democracia participativa* passam a ocupar um lugar de inovação social e de procura de

uma nova institucionalidade da democracia. Para SOUSA SANTOS trata-se de perceber que a democracia é uma formação sócio-histórica e que tais formas não são determinadas por leis naturais, isto faz com que a democracia implique sempre numa ruptura com tradições estabelecidas.

O aparecimento, portanto, de sujeitos com as organizações não governamentais conforme concebo neste artigo assume o entendimento de TOURAINE (1995) quando teoriza o sujeito como movimento social. Deste modo acrescenta o autor:

O sujeito não é reflexão sobre Si-mesmo e sobre a experiência vivida; ao contrário, ele se opõe ao que tentamos chamar primeiramente de papéis sociais, e que na realidade é a construção da vida pessoal e social pelos centros de poder que criam consumidores, eleitores, um público, pelo menos enquanto oferecem respostas às demandas sociais e culturais. (1995:247)

O sujeito emerge em TOURAINE enquanto movimento social como contestação da lógica da ordem. No campo da democracia participativa a presença dos movimentos sociais reconfigura o cenário de participação da sociedade civil, possibilitando a inclusão de novas temáticas e a redefinição de políticas públicas. No entendimento de SOUSA SANTOS (2003) os movimentos sociais estariam inseridos em movimentos pela ampliação do político, pela transformação de práticas dominantes, pelo aumento da cidadania e pela inserção na política de atores sociais excluídos.

CASTELLS (1999) ao analisar a *sociedade em rede* destaca que vivemos atualmente o avanço de expressões poderosas de

identidades coletivas que “desafiam a globalização e cosmopolitismo em função da singularidade cultural e do controle das pessoas sobre suas vidas e ambientes”. Conforme o autor:

Sujeitos não são indivíduos, mesmo considerando que são constituídos a partir de indivíduos. São o ator social coletivo pelo qual indivíduos atingem o significado holístico em sua experiência. Neste caso, a construção da identidade consiste em um projeto de vida diferente, talvez com base em uma identidade oprimida, porém expandindo-se no sentido da transformação da sociedade como prolongamento desse projeto de identidade. (1999:26)

As expressões de luta que perpassam as identidades são no mundo contemporâneo um espaço de re-significação das práticas democráticas, do campo político. O movimento feminista, neste contexto, vem promovendo uma revolução cultural que segundo HELLER (2002) é um divisor de águas em todas as culturas até então existentes. Conforme HELLER (2002:207):

A revolução feminista não poderia ser provocada só pela nova forma de divisão do trabalho. As instituições democráticas, os valores-idéias de liberdade, igualdade e direitos tiveram de estar presentes na “instituição de significado imaginário” global para que os movimentos feministas, realizadores da revolução, ocorressem.

A defesa dos direitos das mulheres é o ponto crucial do feminismo, segundo CAS-

TELLS (1999). Daí, todas as outras premissas incluem, para o autor, a afirmação básica das mulheres como seres humanos e não como bonecas, objetos, coisas, ou animais, nos termos da crítica feminista clássica. E isto implica no reconhecimento das entidades feministas enquanto sujeito social capaz de problematizar na esfera pública uma condição de desigualdade na esfera privada, inserindo a temática da condição feminina, antes percebida como esfera privada - e, por isto, condicionada ao mundo doméstico - ao deslocamento para o espaço público.

É neste cenário que situamos a presença das ongs feministas *Cunhã-Coletivo Feminista* e *Centro da Mulher 8 de Março*. Tendo surgido no início dos anos 1990, em João Pessoa, o *Centro da Mulher 8 de Março* vem trabalhando com mulheres urbanas dentro das temáticas violência, saúde, organização do movimento, políticas públicas e memória. Já o *Cunhã* atua com o enfoque de gênero e cidadania, nas áreas saúde da mulher, direitos sexuais e reprodutivos e sexualidade.

Ongs que fundamentam suas ações na conquista pelos direitos das mulheres, lutando por igualdade, justiça social, construindo um discurso social e ajudando, conforme GOHN (2000:62), a criar “o discurso da participação popular como uma necessidade e um componente à democracia”.

Desde sua formação estas entidades adotam a comunicação como estratégia de ação objetivando sensibilizar a sociedade paraibana para perceber as desigualdades de gênero, romper com uma cultura patriarcal e fortalecer sua luta pela afirmação de políticas públicas voltadas para as mulheres. Aspecto relevante da trajetória política destas ongs considerando que, de acordo com GOHN (2000:23), “no novo contexto sóciopolítico,

a força e expressividade de um movimento são dadas mais pelas imagens e representações que eles conseguem produzir e transmitir via mídia do que pelas conquistas, vitórias ou derrotas que acumulam”.

2 Relações de gênero na mídia: em pauta os direitos das mulheres

Visões e vozes femininas são marginalizadas no mundo da imprensa. A afirmação integra os resultados da pesquisa mundial sobre mulheres e meios de comunicação¹ realizada pela World Association for Christian Communication (WACC) e divulgada em sua terceira versão em março de 2006.

De acordo com a pesquisa as mulheres aparecem em apenas 21% das notícias, enquanto que os homens representam 83% dos especialistas consultados. Reflexo de uma cobertura que reforça as desigualdades de gênero, uma vez que as mulheres continuam sendo identificadas na imprensa como mães, esposas, filhas, símbolos sexuais. As mulheres são discriminadas tanto ao fazerem quanto ao ser personagem de notícias.

Dificilmente, segundo a pesquisa, as mulheres são foco principal de uma matéria, apenas 10% das notícias mundiais colocam as mulheres como foco central, e a proporção dessas matérias varia muito nas diferentes pautas. Elas aparecem como centrais em 17% das notícias leves, a exemplo de celebridades, esporte e sociedade, enquanto que apenas 3% das mulheres têm visibilidade em matérias sobre economia. E quando se trata

¹ Para saber mais sobre a pesquisa acessar <http://www.whomakesnews.org>

de matérias sobre política e governo só 8% enfocam as mulheres.

De acordo com PLOU (2005) a globalização das comunicações produz novos desafios e impactos que precisam ser considerados em relação à igualdade de gêneros. A ausência das vozes das mulheres e suas perspectivas na Sociedade da Informação também nos mostra que as relações de poder nas novas mídias muitas vezes reproduzem aquelas existentes na mídia convencional. PLOU (2005:154) nos alerta que:

O acesso às mulheres às fontes de informação e aos canais de comunicação é crucial para que elas venham a ter uma participação democrática, respeito aos seus direitos humanos e voz na esfera pública.

Mesmo somando mais de 50% da população brasileira, representando quase a metade da população economicamente ativa e contribuindo significativamente para o desenvolvimento nacional, o perfil das mulheres projetados na mídia ainda não reflete, de acordo com a Secretaria Especial de Políticas para Mulheres, a sua importância no contexto social, cultural e econômico.

Considerando o papel da mulher enquanto produtora da notícia e o tratamento dispensado pela mídia às mulheres, acreditamos que a trajetória do *Centro da Mulher 8 de Março e Cunchã – Coletivo Feminista* no Estado significa um marco na construção de novos enfoques sobre as desigualdades de gênero na esfera midiática e, de modo especial, da capacidade destas ongs de influírem mais diretamente na construção do noticiário sobre a mulher, lançando sobre a agenda jornalística impressa a perspectiva de gênero, e

construindo por meio dela uma agenda que provoca a discussão em torno das relações de gênero e das políticas públicas destinadas à população feminina.

Ao estabelecermos o diálogo entre gênero e comunicação levamos em conta uma problemática ainda vigente que é a desigualdade de poder na relação entre elas e os meios de comunicação, sem deixar de apontar evidentemente a trajetória histórica das mulheres, e dos movimentos feministas na recondução das formas de representação da mulher na esfera midiática, promovendo um deslocamento de uma representação estereotipada e que reflete - e em grande parte reforça - as desigualdades para uma intervenção qualificada junto aos meios de comunicação, capaz de promover uma revisão do discurso jornalístico sobre a mulher e sua condição na sociedade. Especialmente porque de acordo com AZEVEDO (2005:9):

Para assegurar as condições democráticas referidas é imprescindível que os meios de comunicação de massa estejam organizados numa estrutura plural e competitiva, e seja capa de refletir, se não toda, pelo menos as correntes mais importantes da diversidade ideológica, política e cultural da sociedade.

Para AZEVEDO (2005) estas democracias funcionam em sociedades complexas, socialmente diferenciadas e fortemente segmentadas em seus interesses políticos e culturais e por clivagens de classe. Nesse contexto “diversos temas e questões competem entre si para obter a atenção da opinião pública e só se transformam verdadeiramente em questões públicas quando ganham visibilidade nos meios de comunicação”. Assim ressalta o papel estratégico da mídia de

massa na visibilidade das questões públicas nas democracias contemporâneas.

3 Estratégias de visibilidade na mídia

De acordo com COGO (2004) a mídia, as identidades culturais e cidadania são cenários em torno dos quais os movimentos sociais se articulam, em âmbito local, nacional ou mesmo internacional, suas estratégias e políticas de visibilidade identitária. Esta afirmação nos faz compreender quanto o *Centro da Mulher 8 de Março* e o *Cunhã – Coletivo Feminista* articulam-se em torno da identidade das lutas feministas e através dela buscam trazer para a esfera pública o debate das relações de gênero levantando cotidianamente questões que colocam em evidência no âmbito local – nacional e internacional – as condições de vida das mulheres paraibanas.

Enquanto entidades que atuam na defesa dos direitos das mulheres elas vêm demarcando a inclusão de temas feministas na imprensa, a exemplo da contracepção, da prevenção à gravidez na adolescência e as DST's/AIDS, aborto, mortalidade materna, combate à violência contra a mulher, denúncias de casos de impunidade à crimes cometidos contra as mulheres, entre outros. E ainda têm buscado qualificar sua participação na mídia, através de cursos, planejamentos estratégicos, seminários, oficinas, criação de campanhas publicitárias, produção de material informativo (revistas, *folder*, boletins informativos, dossiês, etc), programas radiofônicos, etc.

Observando a participação destas entidades na esfera midiática através da inclusão

das temáticas feministas na mídia local percebemos que esta ação se relaciona com a construção e fortalecimento de competências para intervir politicamente nos meios de comunicação, considerando além das especificidades que cada veículo apresenta, o reconhecimento do caráter particular do discurso jornalístico.

Para garantir o direito das mulheres à comunicar é preciso reafirmar o direito de acesso à informação e o direito das pessoas serem apropriadamente informadas, bem como, conforme relata PLOU(2005) incluir o direito de acesso aos canais de comunicação como fontes de informação, como expressões de auto-identidade e como sujeitos ativos na construção da cidadania democrática.

Percebemos assim que estes sentidos identitários que reúnem mulheres de diferentes gerações, classes sociais e territórios vão perpassar cotidianamente pela construção desta mídia local, permitindo refletir sobre os processos comunicativos enquanto fenômeno cultural complexo através do qual se pode observar a construção de subjetividades e de diferentes formas de identidade social.(PERUZZO, 2004).

O aparecimento destes sujeitos sociais e de como constituem suas representações simbólicas por intermédio da mídia local demonstram a necessidade de melhor compreendermos o significado da mídia nas relações sociais e nos processos políticos-culturais que estes grupos constroem.

A capacidade de atuar na mídia pode ser lida como uma atitude política de suma importância para o *Centro da Mulher 8 de Março* e o *Cunhã* no sentido de influir na construção de suas estratégias de visibilidade tornando-as capazes de interferir na constru-

ção dos conteúdos de mídia na imprensa paraibana.

Na tentativa de apresentar para a sociedade paraibana problemas ainda não superados como a violência contra a mulher, a reafirmação de direitos sexuais e reprodutivos, *Cunhã - Coletivo Feminista e o Centro da Mulher 8 de Março* demonstram uma dinâmica social capaz de expressar através da mídia ora o conflito entre movimento de mulheres e poder público local, ora momentos de diálogo, negociação e redimensionamento das políticas públicas voltadas à população feminina.

As mídias locais são aqui compreendidas “como meios de comunicação que estabelecem um contrato de leitura que transforma a proximidade física dos meios de comunicação com o público na comunidade estilística que se situa em primeiro plano o resgate das experiências cotidianas compartilhadas entre emissores e receptores” (PERUZZO, 2004).

É no reconhecimento de um mundo globalizado que as pessoas buscam reafirmar o espaço local, as relações de proximidade, a valorização de seu patrimônio histórico e cultural, a necessidade em saber dos acontecimentos que ocorrem ao ser redor, e sentirem-se representadas nestes. Isto faz com que o reconhecimento deste território midiático local seja algo emergente. A participação na mídia local das organizações não governamentais *Cunhã – Coletivo Feminista e Centro da Mulher 8 de Março* na disputa pela definição dos conteúdos dos jornais, dos significados de suas lutas podem nos trazer muitas pistas para entendermos melhor os espaços de mediação no âmbito local e de seu caráter transformador por dentro da sociedade.

4 Em perspectiva

A visibilidade e invisibilidade se relacionam com o acesso dos grupos sociais à mídia e a capacidade destes de influenciá-la. Em se tratando da desigualdade comunicativa no caso das relações de gênero tem sido de fundamental importância à participação das mulheres reivindicando seu direito à informação. Essa participação coletiva no campo da comunicação é elemento essencial tanto para o fortalecimento e autonomia das mulheres quanto para garantir a democracia dos meios de comunicação.

O *Centro da Mulher 8 de Março e Cunhã – Coletivo Feminista* lutam historicamente para fortalecer sua ação política tendo como base, entre outras prerrogativas, o cenário em torno de uma relação identitária.

Neste percurso os processos comunicacionais constituídos institucionalmente através destas ongs podem ser compreendidos enquanto práticas sociais geradoras de um discurso midiático que passa a integrar a vida destas entidades. Conforme COGO:

As modalidades de ação e intervenção de atores e movimentos sociais na sociedade contemporânea passam, portanto, a constituir-se cada vez mais tencionadas pelo um tipo de visibilidade pública atribuída pela lógica dos meios de comunicação ao mesmo tempo em que também esses atores e movimentos também se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações e que se encontra, portanto, submetido permanentemente às tensões contraditórias dos interesses que circulam na sociedade(COGO, 2004:43).

Nesta jornada por políticas de visibilidade e afirmação de direitos entender o papel da mídia junto aos movimentos sociais é, para GOHN(2000), perceber que a mídia tomou o lugar de instituições tradicionais na formação da opinião pública e na criação de conjunturas que definem os rumos dos acontecimentos, como os partidos, o governo, os sindicatos e os próprios movimentos sociais. As disputas por participação no cenário midiático repercute na inclusão da agenda pública de demandas simbólicas e materiais em torno dos direitos das mulheres. Num processo permanente de diálogo entre mídia, poder público e sociedade civil organizada.

5 Bibliografia

- APREA, Gustavo. *Dessarollo Humano: necesidades y derechos em torno a los médios y tecnologías de comunicacón*. IN: PERUZZO, Cicília Maria Krohling. *Vozes Cidadãs: aspectos teóricos e análises das experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara Editora, 2004.
- AZEVEDO, Fernando Antonio. *Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político*. Mimeo, São Paulo, 2006.
- BOAVENTURA, Sousa Santos (Org.) *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol.2., São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COGO, Denise. *Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática nos movimentos sociais*. IN: PERUZZO, Cicília Maria Krohling. *Vozes Cidadãs: aspectos teóricos e análises das experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara Editora, 2004.
- GOHN, Maria da Glória. *Mídia, terceiro setor e MST*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- PERUZZO, Cicília Maria Krohling (Org.). *Vozes Cidadãs: aspectos teóricos e análises das experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara Editora, 2004.
- PERUZZO, Cicília Maria Krohling *Mídia Local e suas Interfaces com a Mídia Comunitária*. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a Cidadania, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação/ MG, de 02 a 06 de setembro de 2003.
- PLOU, Sabanes Dafne. *E as questões de gênero na sociedade da informação?* IN: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. *Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação*. São Bernardo do Campo, SP: Editora da Universidade Metodista de São Paulo, 2005.
- TOURAINÉ, Alain. *Crítica da Modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1998.