

APRESENTAÇÃO: DE COMO TANTO MUDOU E COMO TANTO FICOU NA MESMA

MARIA JOÃO SILVEIRINHA

FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Quando, em 1995, a ONU, na Quarta Conferência Mundial de Mulheres realizada em Pequim, identificou doze áreas críticas da preocupação com as mulheres e com a melhoria dos seus direitos no mundo (ONU, 1995), incluiu nestas a área da comunicação mediática. Na “Secção J” do documento então produzido, identificavam-se, mais especificamente, dois objectivos estratégicos a exigir acção política para alcançar a igualdade de género nos meios de comunicação: aumentar a participação e o acesso de mulheres à expressão e tomada de decisão nos e pelos velhos e novos media; promover um retrato equilibrado e não-estereotipado das mulheres nos media (ONU, 1995).

Os dois objectivos estratégicos identificados pela ONU estão, obviamente, interligados. Apenas quando as mulheres forem visíveis nos meios de comunicação como desempenhando papéis activos na política, no trabalho e nos temas da vida comum, poderão elas constituir-se também mais activamente como públicos e ser estimuladas a participar em todas as áreas da vida social de um modo reconhecidamente paritário. A responsabilidade social dos meios de comunicação, neste processo, estende-se à representação de uma ampla variedade não só de relações de género, como das exigências políticas que as mulheres fazem, no sentido de verem satisfeitos os seus direitos como mulheres e não apenas como membros de uma comunidade política construída à imagem de um universal masculino. Essa presença equitativa e regular, materializada nos media, permitirá a mulheres e homens fazer escolhas informadas do leque de opções sobre como viver vidas autónomas, mas interligadas. Para melhor realizar esta meta, não deverão apenas existir mais mulheres a todos os níveis da produção dos meios de comunicação, mas também existir mais mulheres envolvidas activamente na comunicação como públicos, isto é, como parte de um processo comunicacional que diga respeito não apenas às suas necessidades de consumo e entretenimento, mas à constituição política das suas identidades.

Este processo é, porém, muito mais complexo do que, à primeira vista, possa parecer. Por detrás das imagens “lisas” dos textos mediáticos que nos dão retratos que consumimos de modo acrítico ou que, pelo contrário, reconhecemos como “distorci-

das”, residem complexas lutas em torno dos significados, da sua produção, da sua compreensão e das suas implicações normativas. Por isso, as questões para os estudos de comunicação de massas são muito vastas: Como e porquê se produzem certas imagens? Que lógicas têm os media e a quem servem essas lógicas? Que efeitos têm os seus silenciamentos, as suas trivializações, a sua abertura a um acesso discursivo desigual e “genderizado”? Quem tem voz e quem não tem, no espaço mediático? Como são moldadas essas vozes em títulos, em imagens, em tematizações possíveis? Que canais se abrem ou se fecham entre as organizações de mulheres e os decisores políticos? Como se distribui o poder de acesso aos media e o poder de moldar as mensagens? Como afectam as questões da economia política a formação da opinião pública? Como enquadrar no espaço público, por exemplo, as novas representações da mulher autónoma, activa, aparentemente sujeito e já não objecto de desejo? Como se ligam essas hetero-representações às auto-apresentações hipersexualizadas, que se tornaram as figuras dominantes do pós-feminismo e numa nova subjectificação sexual?

Para quem, como nós, se preocupa com a equidade de género e com o modo como a comunicação mediatizada (ou, numa acepção mais ampla, que inclui a sua dimensão normativa e ética) aborda estas questões, as investigações que lhes procuram dar resposta são fulcrais, mas devem ser sempre situadas num contínuo de compreensão dos contextos que dão forma aos discursos.

Sabemos, por exemplo, que, historicamente, para os movimentos de mulheres, as redes de comunicação de massas fizeram tanto para frustrar como para promover os objectivos feministas. Em termos gerais, como refere Deborah Rodes (1995), a imprensa dominante pareceu basicamente desinteressada durante os primeiros anos do movimento feminista. Isto modificou-se dramaticamente nos últimos anos, sobretudo graças às modificações culturais mais vastas dos papéis sexuais, mas também em parte devido ao envolvimento crescente das mulheres nos e com os meios de comunicação, isto é, como profissionais e também como consumidoras dos produtos mediáticos. Contudo, apesar de melhorias substanciais, quando analisamos os media, verificamos que as mulheres ainda permanecem presas em lugares familiares. Tal é visível, como refere Rodes (1995), em questões como: a sub-representação das mulheres em posições de influência; a negligência das questões das mulheres; a prematura autópsia do movimento das mulheres; a própria contribuição dos meios de comunicação para “o fim” que eles afirmam apenas descrever; ou a forma como a cobertura mediática pode, directa ou indirectamente, demonizar, trivializar e perso-

nalizar as lutas feministas. Estas são, portanto, pistas de análise empíricas que foram, e continuam a ser alvo, de preocupação das lutas feministas.

A sub-representação e negligência das questões das mulheres é, naturalmente, um tema que vimos Gaye Tuchman tratar de forma pioneira e muito influente há cerca de trinta anos atrás (Tuchman, 1978/2004). E é sobre esse tema e sobre questões mais actuais que se colocam hoje às mulheres que a vemos reflectir no texto original que aqui apresentamos, numa actualização do seu pensamento que tem em conta a complexidade das transformações nos media ao longo destas últimas três décadas.

Por outro lado, também a própria cultura se tem transformado e um sinal dessa transformação é a crescente sexualização e mesmo “pornificação” da cultura, como o texto de Karen Boyle detalhadamente analisa. Como sublinha a autora, quando as mulheres são transformadas em públicos consumidores de produtos pensados e construídos para a sua própria exploração comercial por um público masculino, quando a pornografia é branqueada para um público feminino, as consequências são profundamente danificadoras para as mulheres, ao mesmo tempo que a visão pornográfica do mundo é largamente reforçada.

Por outro lado ainda, também o movimento feminista tem sofrido grandes transformações que se prendem com a comunicação, como nos mostra o texto de Cláudia Álvares. O conflito que tem polarizado o debate académico feminista, entre o feminismo liberal e o feminismo de inspiração comunitarista, revelam entendimentos diferenciados do que é o “espaço público”, sendo que essa diferenciação está enraizada no modo distinto como a ética é encarada por essas duas correntes.

Como articular estas preocupações com um entendimento do jornalismo enquanto actividade que, como diz Juana Gallego, aborda, trata e dissecar os desafios mais importantes da sociedade para que esses temas passem a fazer parte da agenda pública e sejam debatidos e conhecidos pela cidadania? Não existe uma resposta única a esta questão. A autora refere, por exemplo, que, neste tema, existem dois aspectos que se deverão diferenciar: o primeiro está relacionado com o direito das mulheres a aspirar aos lugares, dentro de um órgão de comunicação, a que possam, desejem ou queiram ocupar, e o segundo faz parte do modo como o colectivo de profissionais da informação aborda ou representa as mulheres protagonistas da informação ou os temas colectivos que as afectam. O seu texto mostra, com exemplos concretos, como o cuidado com a linguagem constitui uma base de trabalho essencial para um jornalismo melhor, devendo conferir uma maior atenção aos desenvolvimentos do lugar das mulheres no mundo, que os/as profissionais de jornalismo deverão incorporar discursivamente.

Ana Cristina Santos, ao considerar a cobertura noticiosa dos movimentos LGTB, propõe a possibilidade de um “jornalismo rosa” que seja simultaneamente glocalizado. O seu texto explora as transformações que têm ocorrido no discurso mediático, transformações essas a que não será alheio o investimento destes movimentos na criação de relações de proximidade pedagógica com os media.

Também as construções mediáticas que dão forma a estas preocupações são centrais para compreender as lógicas e os processos em jogo na construção de uma comunicação mais justa. Assim, na sua análise da representação visual do VIH/SIDA na imprensa, Zara Pinto-Coelho destaca o modo como se articulam os discursos usados na construção visual deste vírus e os utilizados na sua construção linguística, prestando especial atenção às diferenças e semelhanças entre representações de mulheres e de homens e aos discursos de género.

Pelo seu lado, Rita Basílio de Simões e Marta Peça centram-se nos processos de criação e desestabilização de consensos acerca da moral e ordem públicas, bem como na legitimação dos processos de reacção social desempenhados pelos media. Analisando o caso particular da cobertura do tráfico de mulheres e dos juízos legais que lhes estão associados, revelam que o predomínio da discursividade penal, no qual crime organizado e mulheres imigrantes na indústria do sexo figuram, nos media, como realidades indissociáveis, constrói assim um espaço público limitado em termos de acesso e de abertura a questões, perspectivas e vozes.

A abordagem de Ana Jorge, por fim, encontra-se numa concepção mais ampla de espaço público que engloba uma tendência forte da cultura contemporânea, que é o culto das celebridades. O seu texto procura, explorar as potencialidades e limitações da cultura das celebridades, tanto para o discurso de género e dos direitos humanos das mulheres, como para a inclusão das mulheres como audiências do discurso público.

No seu conjunto, os textos que aqui se apresentam mostram como a natureza das questões de género, em particular na sua ligação aos media, é melhor vista quando as projectamos para a esfera pública. É nessa esfera que os meios de comunicação desempenham um papel-chave para os movimentos sociais em geral e para as mulheres em particular – não só porque nos dão certas imagens de nós ou porque oferecem muitas dessas imagens para consumo patriarcal, mas porque, actualmente, é através dos media que se agendam as questões da discussão pública e, também, porque são eles que têm o poder de conceder visibilidade e opacidades aos actores públicos e às suas posições. Na verdade, mais que pedir uma nova sala de espelhos

nos media, podemos reformular os apelos ao realismo como tentativas de criar maior diversidade nas representações.

No caso dos movimentos de mulheres, os estudos dos media têm o potencial para ajudar imensamente a crítica feminista, problematizando o “carácter público” do movimento. Haverá que explorar este seu potencial para avançar causas oposicionais e explorar o eventual desenvolvimento, sem perder o papel dos media e as suas práticas hegemónicas. É no cruzamento das preocupações acerca dos significados culturais dos textos mediáticos com a questão dos recursos discursivos e materiais (incluindo as questões da economia política dos media e da cultura neo-liberal que os media reflectem e põem em jogo) que o trabalho feminista sobre os media deve ser situado.

A chave para situar esse trabalho no contexto da luta histórica dos movimentos de mulheres e das profundas transformações ocorridas nos media nas últimas décadas é compreendermos, como diz Gaye Tuchman, no seu texto aqui publicado, como tanto mudou ... e como tanto ficou na mesma.

BIBLIOGRAFIA

- ONU (1995), Beijing Declaration and Platform for Action, adoptada pela Quarta Conferência Mundial sobre Mulheres (Action for Equality, Development and Peace), Pequim, A/CONF.177/20.
- Rhodes, D. (1995), Media Images, Feminist Issues, Signs 20 (3): 685-710.
- Tuchman, G. (2004), O aniquilamento simbólico das mulheres pelos meios de comunicação de massas. In As Mulheres e os Media, ed. M. J. Silveirinha, Lisboa: Livros Horizonte.