



Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

# Anais

## III Seminário Internacional Sociedade Inclusiva *Ações Inclusivas de Sucesso*

Belo Horizonte  
24 a 28 de maio de 2004

---

Realização:



# **Conferência: “Mídia brasileira: entre a realidade do preconceito e a esperança da inclusão”**

## **SESSÃO DE DISCUSSÃO COM A PLATÉIA PRESENTE**

### ***Pergunta:***

Rosália, professora da Rede Municipal de Educação de Belo Horizonte.

- Boa tarde a todas e a todos. Rogério, meu nome é Rosália e sou professora da rede municipal de Belo Horizonte; sou do Conselho Municipal de Educação, faço mestrado na UFMG discutindo a representação do negro na mídia, especificamente na televisão. Aí fiquei em dúvida quando você coloca uma frase que é: A televisão seleciona sua representação da realidade. Aí fiquei pensando que estou discutindo, na UFMG, conceito de representação social. E fico pensando no que é que você chama de representação. É uma maquiagem da representação? Porque não acho que ela representa a realidade. E digo num exemplo muito prático: ano passado encontrei-me com uma delegação africana em São Paulo, e somos um Brasil vendedor de novelas. Aliás há um livro do Joelzito Araújo que você deve conhecer : “A negação do Brasil a presença do negro na telenovela brasileira,” que são três décadas de estudo em que ele fala dos estereótipos e da invisibilidade do negro. Voltando então à pergunta para a minha colega africana, ela dizia: “Olha, estou impressionada como as telenovelas chegam para nós na África e eu não vejo negros. E quando chego aqui no Brasil pela primeira vez, eu vejo um monte de vocês na rua.” E eu fui falar para ela do processo do racismo e da invisibilidade. Realidade é 46% de negros numa pesquisa do IBGE. Eu queria entender melhor.

### ***Rogério Faria Tavares***

Perfeito. Quando uso o termo representação, posso entender esse termo como ponto de vista. Como lugar de onde se olha o mundo. Como recorte. Como escolha, como edição. Eu entendo muito bem e concordo com tudo que você disse, mas queria que você entendesse o sentido que dei à palavra representação. A representação, no sentido que mencionei, é esse: de recorte, de escolha, de edição, de seleção da realidade. Representação de certa realidade, negação de outra realidade ou de outras realidades.

Foi nesse sentido que eu quis dizer, e queria só assinar embaixo dos seus comentários. Quero só dizer, rapidamente, quando o Manoel coloca o benefício que a Internet tem proporcionado ao avanço da comunicação no Brasil, que esse é motivo de esperança. É preciso atuar nas brechas. É um processo... De apropriação desses meios. Atuar nas brechas, nas possibilidades que são abertas.

\* \* \*

**Pergunta:**

Rodrigo Mitre, jornal Cidadania em Foco.

- Meu nome é Rodrigo Mitre e sou do jornal “Cidadania em Foco”. Quero cumprimentar o Manoel Marcos Guimarães, cumprimentar meu amigo Rogério Tavares, tive a honra de trabalhar com ele na PUC-TV. Só para reforçar um pouco o que a menina falou, estou de posse de uma pesquisa PNAD realizada pela USP, pela Prof<sup>a</sup>. Lilian Schwartz, antropóloga. Ela fez uma pesquisa de gênero e localizou 136 cores de brasileiros. Aí está incluída a cultura do branqueamento, e não tenho dúvidas de que a televisão é responsável por isso. Bem, quero fazer a pergunta em que ele respondeu parcialmente, sobre a democratização das tevês a cabo; queria que você desse sua opinião sobre isso.

**Rogério Faria Tavares**

É uma pena, que no Brasil, a televisão seja consumida por 4 ou 5% de nossa população porque isso reduz o leque de possibilidades de acesso à informação com educação e entretenimento. É uma pena. A principal luta, Rodrigo, deve ser a de pelo menos tentar transportar para a rede aberta os canais de acesso público. Essa é a prioridade. É levar para a televisão aberta, isso parece chocante, mas é importante levar para a TV aberta a TV Senado, a TV Câmara, as TVs Justiça e comunitárias, e TVs Universitárias. Imaginem vocês que impacto poderia haver no trabalho parlamentar no Brasil se nossos deputados e senadores soubessem que estão sendo observados pela população ali em nosso dia-a-dia. Esta é uma forma interessante de pensar um acesso ampliado da teve a cabo, começando pelas tevês de acesso público.

\* \* \*

**Pergunta:**

- Você não acha que a hipótese do agenda *setting*, ou seja, a visão do receptor como totalmente passivo, está ultrapassada? Onde entra o senso crítico do telespectador comum?

**Rogério Faria Tavares**

Acho que a hipótese do agenda *setting*, ou seja, da mídia, como a grande responsável pela formação da opinião pública brasileira, ela deve, pode e deve ser contestada, problematizada, esmiuçada mas não pode ser considerada ultrapassada. Acho que o que acontece na relação do público com a televisão, especialmente é que acontece um certo embate; o telespectador, muitas vezes assiste a uma programação na televisão, assiste a um produto na televisão, desconfia, discute com os amigos, transforma em seu imaginário, em sua cabeça, a hipótese formulada por seus meios de comunicação, sem dúvida nenhuma. Mas deve ser observado é que esse processo é disparado, na maior parte das vezes, pelo produto que foi ofertado pela televisão.

O telespectador modifica, reage, contesta, se opõe, sem dúvida nenhuma. Mas modifica, contesta e se adapta a partir do que viu. Acredito que seja interessante observar que, num país com a dimensão territorial como o nosso, o que nos unifica, muitas vezes, hoje, não é o fato de termos o mesmo hino, mas é o fato de compartilharmos certos produtos em escala nacional. Acredito que essa relação do público com os meios de comunicação pode ser pesquisada, pode ser esmiuçada, mas no momento como o nosso, acho que é muito importante confirmarmos, até por uma questão estratégica, o grande poder que a televisão tem. Eu escolho este caminho. É claro que a recepção do telespectador, do público, ao que ele vê, não é possível ser antecipada ou prevista de forma geral. Mas escolho este caminho para que possamos fazer uma mobilização social eficaz. É esse caminho que eu escolho.

É uma escolha, uma estratégia minha de considerar o papel da mídia preponderante. Para que possamos pelo menos estabelecer um marco regulatório da atividade da mídia, que não existe no Brasil. Nós temos um código de telecomunicações que é de 1967, não há marco regulatório no Brasil para a atividade das comunicações. É uma forma que tenho de denunciar este estado absurdo de imunidade legal que existe no Brasil em relação às comunicações. Embora eu respeite e concorde com seu argumento, perfeitamente. E é esse poder que a gente precisa de ampliar cada vez mais. Mais que ampliado, esse poder precisa começar a ser exercido para valer.

\* \* \*

**Pergunta:**

- Eu vi há algum tempo, salvo engano, no Discovery, um programa em que eles encontraram duas gêmeas com um padrão de comportamento muito próximo um do outro e submeteram essas duas gêmeas a situações diferentes no dia. Uma foi submetida ao prazer e à felicidade e a músicas que a levavam para cima. A outra foi submetida a músicas tristes, filmes tristes e situações muito ruins. No final do dia levaram as duas para fazer compras. Uma não conseguiu comprar nada porque estava arrasada, a outra comprou e estava superfeliz. Fiquei pensando comigo, a situação que este país tem vivido com as cenas de sexo explícito e violência que estão na televisão, a cada hora que ligamos esse aparelho em casa.

**Rogério Faria Tavares**

Nossa ONG TVER trouxe há poucos meses a Belo Horizonte uma das fundadoras da ONG TVER em São Paulo, que é Maria Rita Kehl. E Maria Rita, numa entrevista que me concedeu para o jornal Estado de Minas, dizia que o modelo comercial de televisão enfatiza a sociedade do gozo. E do gozo imediato. Nós somos convidados a experimentar a vida como aquela possibilidade de realização, de preferência rápida, de nossos desejos. O mundo do consumo promete essa saciedade dos desejos, paradoxalmente a saciedade nunca acontece. Ela é sempre a promessa da nova compra. A saciedade virá para nós em nossa próxima compra. Agora, Maria Rita dizia que esse convite ao gozo, ao experimentar o prazer sempre, remete a duas possibilidades: aumento do consumismo para aquelas classes que podem consumir e aumento da violência, fatalmente, para as classes que não têm a saída do consumo. Certa vez, num seminário sobre criminalidade, professores que estudam esta matéria diziam: O crescimento da criminalidade entre os jovens de Belo Horizonte, isso é resultado de pesquisa, foi estudado, e os pesquisadores perguntavam a esses jovens, aqueles que ingressavam na carreira do crime organizado como aviõezinhos, os *trainees* do crime organizado, o que você faz com esse dinheiro? Ah, eu compro tênis X e a camiseta Y. Porque, os jovens têm sua existência validada, são incluídos na sociedade, quando passam a vestir uniforme proposto pela sociedade de consumo. Aqueles que não podem fazê-lo por uma condição social desfavorável, vão dar o seu jeito. É uma reflexão que eu queria fazer.

\* \* \*

**Pergunta:**

- Rogério, meu nome é Robson, trabalho aqui na PUC; até por coincidência, trabalhamos lá um pouco essa questão da violência na mídia e, dessa pesquisa aí, nós temos vários dados que valem a pena, inclusive o da violência simbólica. Mas eu queria, dado que o senhor participa desse Conselho Nacional, sua opinião sobre um fato que me preocupa, a respeito da possibilidade de capital estrangeiro entrar hoje nas empresas de comunicação, principalmente nas empresas televisivas. Nós sabemos que nossa pauta é bastante agendada por interesses internacionais. Acho que o episódio do New York Times sinaliza. Mas o que o Senhor acha dessa possibilidade, isso é esperança ou preocupação?

**Rogério Faria Tavares**

A Constituição foi alterada no capítulo da comunicação social para permitir que o capital das empresas de comunicação do Brasil pudesse ser formado no limite de 30% por dinheiro de fora. Eu pergunto: qual empresa de comunicação estrangeira vai querer investir para comprar 30% do capital de uma empresa de comunicação no Brasil? Isso não é um bom negócio. As empresas não querem 30%, e isto é o início, a porta de entrada. Eu entrevistava também para o jornal Estado de Minas, o professor Venício Lima, da UNB, que é um grande estudioso da comunicação das organizações internacionais. Ele contava que no âmbito das negociações da ALCA, Área de Livre Comércio para as Américas, já existe escrita uma minuta de acordo que considera material nacional, no âmbito da ALCA, todo produto áudio-visual produzido no âmbito da ALCA. Países da ALCA, produtores de áudio visual, esse material teria, de acordo com essa minuta, liberdade para circular entre Países do Bloco. Vocês imaginam o que vai ser o material peruano, boliviano, venezuelano, que vai circular em abundância pelos países da ALCA, se a ALCA vier a se concretizar? Minha resposta é um pouco por aí: é um risco porque televisão, geração de imagem, geração de som, é criação de identidade cultural, é o óbvio isso também. Por que se investe tanto no cinema nos Estados Unidos? Ah, é porque eles gostam de interpretar? Não! É porque o cinema é a grande ferramenta para propagação da cultura norte-americana. Dos valores, dos comportamentos, etc. É mais um risco do que um motivo de esperança.