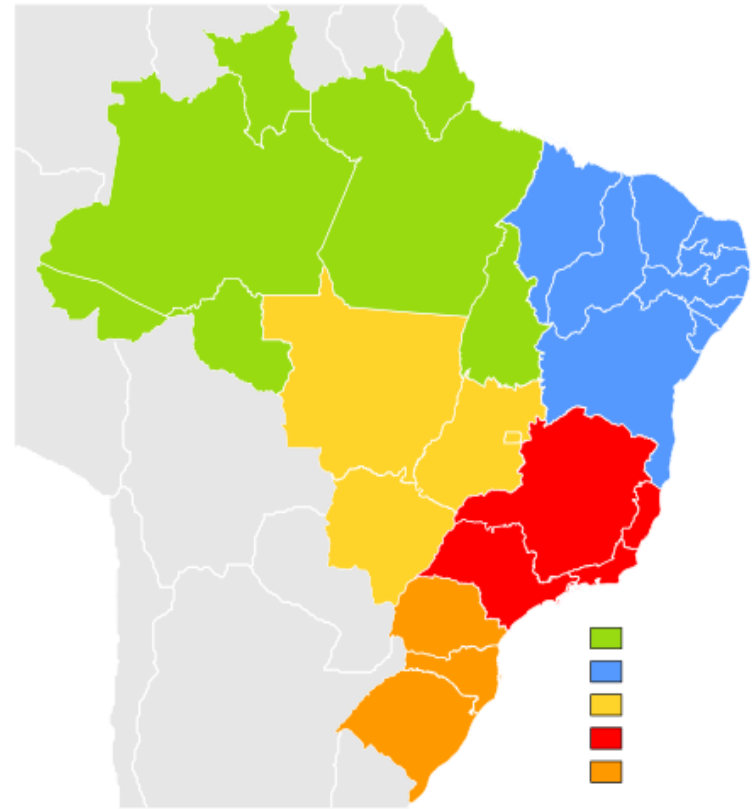


**Brechas Digitais: direito à comunicação  
nas regiões do Cone Sul e Brasil  
por Vera Vieira**

# BRASIL



# BRASIL

**(Dados IBGE, 2010 e Governo Federal, 2011)**

---

- População: mais de 190 milhões de habitantes
- Brancos: 47,3%; Pardos: 43,1%; Pretos: 7,6%; Amarelos: 2,1% e Indígenas: 0,3%.
- Expectativa de vida: 78 anos (mulheres) e 76 anos (homens)
- O Brasil tem a maior população afrodescendente fora do continente africano.
- 16,2 milhões de brasileiros vivem em extrema pobreza (R\$70,00/mês), sendo 70,8% negros e 50,9% têm no máximo 19 anos de idade.
- 6 milhões e meio de mulheres exercem o trabalho doméstico, das quais 61,6 são negras.
- O desemprego atingiu 14,1% entre as mulheres negras, comparado a 6,3% entre homens brancos.

# BRASIL DIGITAL

---

→ 105 milhões de internautas (Ibope, 2013), o 5º país mais conectado; aumento de 27% para 48% entre 2007 e 2011 – sendo: lan-house (31%), casa (27%), casa de parentes e amigos (25%).

→ 57,2 milhões acessam a internet regularmente, sendo: 38%, diariamente; 10%, de quatro a seis vezes por semana; 21%, de duas a três vezes; 18%, uma vez. Assim, 87% entram na internet pelo menos uma vez por semana.

→ Banda larga: 27 milhões de usuários em 2013. O número de conexões móveis cresceu de 233 mil, em 2007, para 7,2 milhões, em 2013. A projeção é de 9,3 milhões em 2014, superando 15 milhões depois dos Jogos Olímpicos.

# BRASIL DIGITAL

---

- 13% têm velocidade de banda larga de 128 a 512 Kbps; 45% têm 512 Kbps a 2 Mbps; 27% têm 2 Mbps a 8 Mbps.
- No 3º trimestre de 2013, a velocidade média da conexão atingiu 2,7 Mbps.
- Computadores: 100 milhões, em 2012.

# BRASIL DIGITAL

---

→ Desigualdade no acesso:

- Entre os 10% mais pobres, apenas 0,6% têm acesso à internet; entre os 10% mais ricos, o número sobe para 56,3%.
- Somente 13,3% dos negros usam a internet, mais de duas vezes menos que os brancos (28,3%).
- Acesso por região: Sul (25,6%), Sudeste (26,6%), Norte (12%) e Nordeste (11,9%).

# NO MUNDO

---

- 2 bilhões de usuários, até 2012.
- A cada dia, 500 mil pessoas entram pela primeira vez na internet.
- São publicados 200 milhões de tuítes
- A cada minuto são disponibilizadas 48 horas de vídeo no YouTube.
- A cada segundo um novo blog é criado.
- 70% das pessoas consideram a internet indispensável.
- Em 1982, havia 315 websites; hoje, existem 174 milhões.

# MARCO CIVIL DA INTERNET

---

→ Princípios defendidos pelo Comitê Gestor da Internet (CGI): defesa da privacidade de todos que utilizam a internet; neutralidade da rede (garantia de tratamento igualitário entre conteúdos e usuários); e inimputabilidade da rede (parâmetros legais para julgamentos de processos).

→ Projeto do Marco Civil da Internet, cujo relator é o deputado Alessandro Molon (PT-RJ), foi enviado ao Congresso em 2011, mas nunca foi votado.

→ Há a preocupação do governo Dilma em assegurar a liberdade de expressão e evitar a censura. Conteúdos devem ser retirados somente com decisão judicial.

→ O projeto não faz menção a como provedores têm de proceder quando um usuário pede a retirada de um conteúdo publicado na rede, como vídeos, áudios e textos.



# MARCO CIVIL DA INTERNET

## Principais acontecimentos

- Consultas públicas para discutir a criação do Marco Civil são abertas

2009  
e 2010

- Votação do PL entra na agenda da Câmara e é adiado diversas vezes; são realizadas audiências públicas e reuniões nesse período

2012  
e 2013

- Recesso parlamentar

janeiro  
2014

2011

- O PL 2.126/2011 é enviado pela Casa Civil à Câmara. Realização de audiências públicas e uma nova consulta pública, por iniciativa do relator do projeto de lei

2013

- **Julho:** denúncias de Snowden chamam a atenção para o assunto "privacidade"
- **Agosto:** Comissão de Ciência e Tecnologia do Senado realiza audiência para discutir o PL, mesmo ele ainda não tendo chegado à casa
- **Setembro:** Dilma se reúne com o Comitê Gestor da Internet (CGI) e pede que o PL tramite em caráter de urgência
- **Outubro:** PL passa a trancar a pauta da Câmara (apenas alguns projetos de lei podem ser votados antes dele)
- **Dezembro:** o relator do projeto, Alessandro Molon, apresenta nova versão do texto

# RETRATO E REFORÇO DAS VULNERABILIDADES

---

→ Desde 1995, quando foi criado o CGI, apenas quatro mulheres foram membros titulares. Atualmente, é Veridiana Alimonti (advogada do Idec). O CGI coordena todas as atividades de serviços de internet no Brasil. É composto por integrantes do governo, acadêmicos e membros da sociedade civil.

→ Pesquisa TIC Domicílios, de 2010, realizada pelo Cetic, ligado ao CGI, mostra praticamente paridade no acesso de mulheres e homens, mas existem diferenças no engajamento e na produção:

- Os homens atualizam mais blogs/sites, participam mais de fóruns e grupos de discussão, participam muito mais da produção de tecnologia (software e hardware)
- Assim sendo, para as mulheres, são necessárias políticas públicas e iniciativas de formação e apropriação das tecnologias.

# **PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES – 2013-2015**

## **SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES**

---

### CAPÍTULO 8: Cultura, Esporte, Comunicação e Mídia.

→ “Reconhecemos a necessidade de garantir, no setor de comunicações, a pluralidade, a liberdade de expressão e a comunicação que possibilite a universalidade e a acessibilidade das mulheres. A comunicação é um direito que pode beneficiar o cotidiano feminino, valorizando sua diversidade. Por isso esses serviços devem primar por qualidade e garantia de acesso.”

#### 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 e o acesso das mulheres aos meios de produção cultural e de conteúdo.

# **PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES – 2013-2015**

---

CAPÍTULO 8: Cultura, Esporte, Comunicação e Mídia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- I- Promover uma imagem não estereotipada das mulheres, valorizando-as em sua diversidade.
- II- Valorizar e promover as iniciativas e a produção cultural das mulheres e sobre as mulheres.
- III- Contribuir para o debate do marco regulatório do sistema de comunicação brasileiro e formular propostas que contribuam para veiculação não discriminatória e não estereotipada da imagem da mulher nos meios de comunicação e em mensagem de utilidade pública, promovendo a participação social.

# **PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES – 2013-2015**

---

## CAPÍTULO 8: Cultura, Esporte, Comunicação e Mídia.

### LINHAS DE AÇÃO:

- 8.1. Estímulo e fomento a produção e difusão de conteúdos não discriminatórios e não estereotipados das mulheres nos meios de comunicação, com o reconhecimento do protagonismo e realizações das mulheres e a valorização da diversidade relacionada a origem, raça, etnia, classe social, idade, orientação sexual, identidade de gênero e deficiência.
- 8.4. Promoção do acesso das mulheres aos bens culturais e tecnologias da informação e apoio às mídias livres e alternativas.
- 8.6. Estímulo à participação ativa das mulheres na construção de instrumentos para acompanhamento da mídia nos conteúdos relativos às questões de gênero, raça, etnia e orientação sexual.

# **PREMISSAS EM ATIVIDADES DA REDE MULHER**

**(com capacitação da APC/PARM e estudos acadêmicos)**

---

→ As barreiras culturais e de gênero impedem que as mulheres participem plenamente do mundo da tecnologia - incorrendo no que se denomina tecnofobia. Os programas de aprendizagem devem estar desenhados para as mulheres como usuárias, técnicas, formuladoras de políticas e agentes de transformação.

→ O ciberespaço pode ser utilizado para preservar a diversidade e proporcionar uma plataforma na qual possa ser escutada uma multidão de vozes, garantindo o pluralismo de ideias e opiniões, o compartilhamento e intercâmbios culturais.

# **PREMISSAS EM ATIVIDADES DA REDE MULHER**

**(com capacitação da APC/PARM e estudos acadêmicos)**

---

→ [...] Para que se manifestem fenômenos de utilização da rede nas mudanças de consciência e informação das pessoas, é preciso haver antes de mais nada rede em condições e que também exista interesse das pessoas num sistema político. (Castells)

→ [...] O poder sempre esteve baseado no controle e, às vezes, na manipulação da informação. O grau de autonomia das pessoas para se comunicar, informar e organizar suas próprias redes de sociabilidade é muito mais potente com a internet. Ela é a construção da autonomia da sociedade civil. (Castells)

# **PREMISSAS EM ATIVIDADES DA REDE MULHER**

**(com capacitação da APC/PARM e estudos acadêmicos)**

---

→ As novas mídias são uma revolução tecnológica, que traz consigo uma revolução do aprendizado e das relações pessoais e interpessoais, reconfigurando a representação dos papéis da mulher no mundo, por meio de novas narrativas.

→ As mídias digitais podem reconfigurar positivamente a representação da mulher, propiciando a potencialização do feminismo, por meio da comunicação a distância.



# CAMPANHAS TRANSFORMADORAS (YouTube)

---

**MULHERES NA PROPAGANDA (CAROLINE FERRAZ)**  
(~5 minutos)  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com) (busca pelo título e autora acima)

LOURA GELADA – A MULHER NA PROPAGANDA DE CERVEJA NO BRASIL (EDUARDO COLGAN)  
(~5 minutos)  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com) (busca pelo título e autor acima)

**CAMPANHA QUEM AMA ABRAÇA (crianças = 3m e 47s)**  
**CAMPANHA QUEM AMA ABRAÇA (pop/funk = 4m e 1s)**  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com) (busca pelo título)

**TV Anhanguera, programa Bom Dia Goiás:**  
<http://g1.globo.com/videos/goias/bom-dia-go/t/goiania/v/reuniao-discute-formas-de-combater-o-trafico-humano-em-goias/3141921/>

# VERA VIEIRA - PERCURSO

---

**É JORNALISTA COM**

**PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU – USP/ECA**

*EDUCOMUNICANDO – intervenção comunicacional das ONGs para a visibilidade de discurso e a conquista de novas parcerias – Estudo de caso: Rede Mulher de Educação.*

**MESTRADO – USP/ECA**

*GÊNERO E EDUCAÇÃO PARA INTERVENÇÃO NA MÍDIA*  
**PESQUISA-AÇÃO JUNTO AO MOVIMENTO DE MULHERES E FEMINISTA**

**DOUTORADO – USP/ECA**

*COMUNICAÇÃO E FEMINISMO: AS POSSIBILIDADES DA ERA DIGITAL*  
**PESQUISA-AÇÃO JUNTO AO MOVIMENTO DE MULHERES E FEMINISTA**

# **OBRIGADA!**

---

**Vera Vieira**

**Diretora-executiva da Associação Mulheres pela Paz  
e coordenadora-executiva da Rede Mulher de Educação.**

**Contatos:**

**[vera7vieira@globo.com](mailto:vera7vieira@globo.com)**

**(11) 99647-9497**

**São Paulo/SP - 2014**