

editorial

Ao não renovar a concessão da RCTV, o governo venezuelano deu o que falar entre os lutadores e lutadoras sociais, e também entre aqueles a quem a ordem estabelecida interessa e favorece. A emissora de televisão - a mais popular da Venezuela - faz oposição a Chávez, e foi uma das dirigentes na tentativa de golpe de 2002.

Os oligopólios da comunicação são um elemento central da dominação capitalista. As TVs e as rádios são concessões públicas, mas atuam apenas condicionadas por interesses privados, e é por esse viés que expressam opiniões, constroem e reafirmam padrões de consumo e de comportamento. As mulheres são bastante atingidas por todo esse processo, uma vez que os meios de comunicação são atores fundamentais na mercantilização do corpo e da vida das mulheres e fortalecem um imaginário machista e opressor.

Em São Paulo, uma iniciativa de diversas organizações feministas busca contestar essa realidade, via uma ação no Ministério Público que visa a reivindicar um “direito de resposta” para as mulheres. Esse instrumento possibilitaria o uso do espaço da TV para denunciar as práticas discriminatórias da própria TV.

A elite brasileira manifestou-se horrorizada diante do ocorrido na Venezuela, ocultando o fato de que, no Brasil, não há nenhuma democracia nem transparência nos meios de comunicação. Um dos motivos é a profunda concentração dos meios de comunicação, inclusive, nas mãos de alguns conhecidos setores da política brasileira.

As concessões públicas têm que estar sob controle público. Não são propriedades privadas das emissoras, que não podem fazer o que bem entendem de suas concessões. Todo apoio ao governo venezuelano, pela democratização das comunicações no Brasil e no mundo!

As Semprevivas

As três graças, 1987 - Leda Catunda



A mulher na TV

Rachel Moreno

A TV infiltrou-se nas casas e hoje é a babá eletrônica a quem confiamos nossos filhos; é concorrente ou auxiliar dos professores e da escola; é, ou poderia ser uma janela para o mundo e ainda, serve de objeto intermediário para o diálogo inter-geracional.

Sabemos da importância que representamos para essa mídia: somos 52% da população do Brasil, representando a maior fatia da audiência televisiva e somos responsáveis por nada menos que 80% das decisões de consumo. E mesmo assim, não nos vemos representadas na televisão em toda a nossa diversidade.

A TV capta comportamentos, tendências e valores e decide a quais dar visibilidade, legitimidade e importância. A partir daí, produz apelos eficientes para valorizar estilos de vida. De acordo com esses valores, vende produtos, modelos

de beleza, promessas de felicidade.

Através de pesquisas de adequação e refinamento dos conceitos, mede o impacto, a compreensão, a credibilidade, busca subsídios, faz pré e pós-testes. Acompanha as idéias e produtos através de um cuidadoso monitoramento, com o auxílio de todas as ferramentas de marketing e das tecnologias de que possa lançar mão.

Com esse conteúdo, divulga seus valores – através das personagens de novela, de entrevistadas, de matérias jornalísticas, da propaganda.

Como formamos opinião a partir do que vemos e a televisão aparece como “a opinião pública”, que legitima o que exhibe, ela exerce uma influência fundamental na formação da subjetividade. Ela exhibe modelos e valores, que introjetamos como nossos, e que passam a

continuação da capa

constituir o nosso padrão aspiracional - posso não ser igual à Gisele Bunchen, mas quero ser um pouco parecida com ela. Fico tremendamente infeliz pela distância que nos separa - e faço tudo quanto me prescrevem para encurtá-la.

Como outro exemplo, a imagem das mulheres negras na programação televisiva. Nossa TV tem mais loiras que na TV francesa, onde a maioria da população é loira. Na sociedade de consumo, onde se ver como consumidor é tido como um critério de existência, a ausência de modelos leva as excluídas a ter um rebaixamento da auto-estima. E isso é reforçado pelos papéis limitados e subalternos a que atrizes negras têm sido restritas.

Quanto à imagem das mulheres na TV, em geral, temos uma mistura marcante de invisibilidade e de estereótipos na programação. Pede-se que as mulheres mostrem quem elas são, pelo que consomem. Os estereótipos permanentes são da “bela e burra” e da “boa”. A mulher é mercantilizada e vende qualquer coisa, é oferecida como brinde ou troféu associado ao produto anunciado.

Em consequência disso, as mulheres brasileiras são as que mais se submetem a sacrifícios para “serem belas”, segundo as pesquisas internacionais da GMMP (Projeto Global de Monitoramento da Mídia). Somos motivos de alegria da indústria farmacêutica, dos médicos, dos cirurgiões, dos hospitais, do bisturi, do botox e do silicone. Uma pesquisa internacional da Unilever mostra o quanto é baixa a auto-estima das mulheres brasileiras, onde o Brasil aparece como o país onde as mulheres estão mais desconfortáveis consigo mesmas.

A vida mudou mais que seu retrato na TV

E nós, mulheres, mudamos mais na vida real do que na TV.

As estatísticas mostram o quanto avançamos no acesso à educação, ao mercado de trabalho, e quantas mudanças ocorreram na composição da família



Linda McCartney

Superar estereótipos, veicular novas possibilidades

e na vivência da sexualidade. O casamento e a maternidade não são mais a única fonte de realização: hoje é legítimo optar por ter ou não filhos, e temos fontes adicionais de realização.

E, no entanto, pesquisas internacionais, replicadas no Brasil, acusam a nossa invisibilidade nos espaços ditos “sérios” da programação. Mesmo constituindo 52% da população mundial, o estudo da GMMP mostrou que as mulheres aparecem em apenas 21% das notícias. Ou seja, para cada mulher que aparece no noticiário, cinco homens são retratados.

A análise qualitativa da presença das mulheres como fonte de reportagens mostra que a opinião feminina é retratada em somente 14% dos artigos sobre política e em 20% sobre economia, os dois temas que dominam a agenda dos países. A voz feminina também é preterida quando se trata de ouvir a opinião de especialistas: 83% deles são homens.

Nossas crianças

As crianças brasileiras, em comparação ao resto do mundo, estão entre as que mais vêem TV. Sabe-se também que as crianças assistem à programação adulta, pela falta de controle e acompanhamento dos pais.

As crianças vêem, desejam e consomem o chamado “fun-food”, que não nutre mas engorda. Em consequência do sedentarismo, do hábito da audiência à TV, somada ao consumo dos produtos ali anunciados temos problemas de obesidade e de doenças correlatas precoces. Enquanto isso, as crianças vivenciam a

perversidade da exclusão social, desejando e muitas vezes não podendo comprar o tênis de grife, ou conhecer o sabor do *Toddynho* que a TV anuncia de forma sedutora.

Porque e o que queremos, afinal

Para fundamentar mais o nosso pleito, tomamos, como pressupostos finais:

- A TV é uma concessão pública
- Isto tem, ou deveria ter consequências em termos de sua responsabilidade social
- O jornalismo tem missão e regras, e seria recomendável que voltasse a beber da fonte destes pressupostos.
- A comunicação se inscreve como um dos direitos humanos.
- Comunicação implica numa via de duas mãos, em que a gente vê e é visto; ouve e fala – para que haja uma efetiva comunicação
- A veiculação de imagens e realidades alternativas amplia o espectro para a formação da subjetividade – e isso torna a escolha e as composições mais ricas e mais flexíveis.
- Há uma diversidade na realidade, maior do que o padrão único que nos mostra a TV (na tipologia, nas realidades, na problemática, nos conflitos e nas nossas reivindicações).

Por isso, desenvolvemos uma ação, que passou pelo manifesto/abaixo-assinado entregue ao Ministério Público Federal, pela audiência pública com as emissoras de TV aberta, pelo nosso “tour” pelas diversas emissoras, e pela tentativa de construção de um sistema de controle social do conteúdo da TV.

Pelo fim do machismo na universidade!

Por Marisa Mello

A partir de 2003, a diretoria de mulheres da UNE cumpre um papel importante no fortalecimento do feminismo nas universidades brasileiras, e o Encontro de Mulheres Estudantes da UNE (EME-UNE) é um momento chave para essa organização. O primeiro foi em 2005, antes do 8 de março que lançou a Carta das Mulheres para a Humanidade, o que possibilitou a participação das estudantes nesta manifestação histórica. Desde então, surgiram e cresceram os coletivos e núcleos feministas em várias universidades do país, que atraem mulheres para atuar no combate ao machismo no movimento estudantil e na vida universitária.

A presença de 400 mulheres estudantes no II EME – UNE, realizado nos dias 5, 6 e 7 de abril na UFRJ, no Rio de Janeiro, expressou a consolidação deste trabalho. Com o tema Mulheres em movimento mudam o mundo, reafirmaram a necessidade da auto-organização e do protagonismo das mulheres nas transformações sociais e na construção de um mundo com igualdade.

Agenda feminista nas universidades

Nos painéis e atividades autogestionadas se expressou que o machismo na universidade não está desconectado da opressão das mulheres que é estruturante do capitalismo. O neoliberalismo combina a opressão das mulheres com a exploração da classe trabalhadora e, em torno desta compreensão comum, as estudantes organizaram a agenda de luta.

Trechos da carta do encontro expressam esse posicionamento: “Queremos derrotar definitivamente o neoliberalismo, construindo uma alternativa para a América Latina e para o mundo, onde prosperem a solidariedade e o respeito entre as nações. (...) Questionamos o padrão de beleza, imposto diariamente pela grande mídia, que torna as jovens escravas do consumo da indústria da



Participação e pluralidade marcaram o Encontro

beleza, que cultua a magreza e contribui para desenvolvimento de distúrbios alimentares. Também não admitimos que as mulheres lésbicas e bissexuais não vivam sua sexualidade plenamente sem ser alvo de discriminação. (...) Dizemos não à mercantilização das nossas vidas, a pobreza e as guerras imperialistas. Somos intolerantes à violência contra as mulheres.”

As mulheres querem acabar com a desqualificação das estudantes nas calouradas e durante toda a vida universitária, o assédio e a violência, a invisibilidade feminina na produção de saber e a pequena participação das mulheres nos espaços políticos, pois estão concentradas nos papéis secundários de decisão. O combate ao machismo na Universidade é um eixo central da intervenção das mulheres da UNE, que considera as especificidades de cada realidade, mas se articulam para o avanço da prática feminista, através da criação de diretorias de mulheres nas entidades estudantis e de coletivos e núcleos feministas nas universidades.

A partir do II EME, a UNE está convocada a transformar em luta concreta a defesa da legalização do aborto,

resolução do 49º Congresso da UNE, através de uma campanha nacional. Os argumentos passam pela denúncia da naturalização da maternidade como destino de todas as mulheres e a negação de autonomia sobre suas vidas. O objetivo é realizar debates e oficinas nas Universidades e ações diretas para dar muita visibilidade ao tema, articulando com os processos do movimento de mulheres.

Nova metodologia no movimento estudantil

O II EME mais uma vez rompeu com a verticalização dos encontros estudantis. As participantes puderam inscrever oficinas e atividades autogestionadas, e todas foram protagonistas desta construção. A presença de jovens da Marcha Mundial das Mulheres se destacou em atividades, como a oficina de batucada, muito cheia e com representação de vários estados engajados na construção da Marcha e na ofensiva contra a mercantilização do corpo e vida das mulheres.

Outro destaque foi a participação das lésbicas que realizaram um ato de visibilidade, que contou com a animação da batucada feminista.

Tali Pires

Nossa história

Minha história das mulheres, livro de Michelle Perrot, lançado recentemente pela Editora Contexto, faz uma apresentação didática da presença das mulheres na sociedade ocidental ao longo da história. A autora constrói uma narrativa cativante resultante da transcrição de parte de uma série de programas de rádio transmitidos na França em 2005.

O título contendo a palavra *minha* história, deve-se à sua presença atuante como historiadora que tem sido personagem central da emergência há mais de 30 anos da história das mulheres, cujas pesquisas resultaram na obra coletiva por ela organizada com George Duby, *História das Mulheres no Ocidente*.

Além do mais, seu compromisso com o feminismo desde os anos 1970, reconhecido por ela como fortalecedor do desvendar da presença coletiva das mulheres, de sua ação e desejos tão desconsiderados por filósofos e demais pensadores, transparece no livro. O coti-



diano, a representação do corpo das mulheres e seus controles, a presença das trabalhadoras, a presença delas nas cidades são expostos com fluência e capacidade de síntese, estimulantes de novas leituras. Desfilam em suas páginas bruxas, operárias, costureiras, atrizes, mães, professoras, enfermeiras, viajantes, militantes e feministas compartilhando com um público leigo seu saber.

o que rola

A luta pela legalização do aborto está nas ruas

No último dia 28, foi lançado em São Paulo o comitê de luta pela legalização do aborto. O lançamento teve a participação de mulheres de diferentes organizações e movimentos, como a Marcha Mundial das Mulheres, as mulheres da CUT-SP e de partidos políticos.

Além das falas das representantes dos movimentos que compõem o comitê, a manifestação contou com encenações sobre a realidade do aborto, que expressaram que a criminalização tem tudo a ver com a opressão das mulheres e as mais prejudicadas com a clandestinidade são as pobres.

O comitê seguirá realizando atividades nos dias 28 de cada mês, até setembro, dia de luta pela legalização do aborto na América Latina e Caribe. Essa é uma forma de fortalecer as mulheres e massificar essa luta para mudar a correlação de forças e colocar a sociedade ao lado das mulheres, na luta por autonomia.

nº 64 Junho de 2007

ISSN 1516-8042

CONSELHO EDITORIAL

Andréa Butto, Francisca Rocicleide da Silva (Roci), Helena Bonumá, Ivete Garcia, Maria Amélia de Almeida Teles (Amelinha), Maria Ednalva Bezerra de Lima, Maria Emília Lisboa Pacheco, Maria de Fátima da Costa, Maria Otilia Bocchini, Martha de la Fuente, Mary Garcia Castro, Matilde Ribeiro, Raimunda Celestino Macena e Tatau Godinho.

A Folha Feminista, ISSN 1516-8042, é um boletim da SOF na luta feminista. Este número tem apoio financeiro da Fundação Heinrich Böll.

EQUIPE EDITORIAL

Diretora Responsável: Nalu Faria
Colaboradoras: Alessandra Terribili e Maria Lucia da Silveira
Projeto Gráfico: Alexandre Bessa
Diagramação: Márcia Helena Ramos
Fotolito: SB Editora
Impressão: RWC Artes Gráficas
Tiragem: 1.500 exemplares
Número avulso: R\$1,50

sof
 SEMPREVIVA ORGANIZAÇÃO FEMINISTA

Assinatura anual (10 números): R\$15,00

Rua Ministro Costa e Silva, 36, Pinheiros
 05417-080 - São Paulo / SP

Tel/fax: 3819-3876

Correio Eletrônico: sof@sof.org.br

Página na internet:

<http://www.sof.org.br>

próximos números

- REFORMA POLÍTICA
- LEGALIZAÇÃO DO ABORTO