



## **Ideologia, mídia e mulher: o feminismo brasileiro, seus slogans, políticas e estratégias junto aos meios de comunicação<sup>1</sup>**

Ana Maria da Conceição Veloso<sup>2</sup> (Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)

Edgard Rebouças<sup>3</sup> (Universidade Federal do Espírito Santo)

### **RESUMO**

O artigo em questão busca identificar as principais contribuições do movimento feminista brasileiro para o debate acerca da democratização dos meios de comunicação no país. Recorre aos estudos sobre ideologia, feminismo e comunicação para problematizar o lugar de fala desse sujeito coletivo nas indústrias culturais. Aponta as estratégias discursivas adotadas pelas suas ativistas para retirar as mulheres da posição de subalternidade no âmbito da esfera pública entre os anos de 1970 e 2000. Revela que a reprodução dos *slogans* feministas pela mídia foi fundamental para dar visibilidade ao enfrentamento ao sexismo e ao patriarcado, fenômenos sociais ainda presentes na sociedade brasileira. E, por fim, resgata a participação das mulheres, de modo organizado, com propostas de políticas públicas voltadas à regulamentação do setor, na I Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), em 2009.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia, Ideologia, Mulher, Movimento Feminista, Democratização da Comunicação.

Não é a intenção, aqui neste texto, tomar a defesa apressada da existência de uma ideologia do feminismo com uma vertente positiva ou neutra. Tampouco, tentaremos classificar o pensamento feminista como parte do que é identificado por THOMPSON (1995) como ideologia negativa. Advogaremos que o feminismo desponta, principalmente a partir do fim do século XIX, como uma força capaz de provocar descentramentos na ordem naturalizada das relações entre homens e mulheres.

Essas oscilações se dão tanto no campo da produção de conhecimento, quanto na ordem simbólica. Eles se materializam, por meio da tomada da palavra pelas suas militantes, apropriação esta compreendida como uma importante estratégia política e, mais ainda, como parte do processo de enunciação de seus princípios e teses na dança do poder no mundo contemporâneo. Poder que é, também, exercido e legitimado pela

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GP Comunicação para a Cidadania do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, mestra em comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), doutoranda em comunicação do PPGCOM da Universidade Federal de Pernambuco/UFPE (com orientação do professor Dr. Edgard Rebouças) e colaboradora da ONG Feminista Centro das Mulheres do Cabo, localizada em Pernambuco, Brasil, e-mail: velosoanam@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor da Universidade Federal do Espírito Santo; coordenador do Observatório da Mídia Regional: direitos humanos, políticas e sistemas e diretor de Relações Internacionais da INTERCOM, e-mail: edreboucas.br@gmail.com.



ação das arquiteturas transnacionais dos grupos de mídia no mundo, uma vez que se torna imprescindível compreender como a ideologia é produzida e reproduzida por meio dos complexos sistemas de organização societária.

(...) ao estudar a ideologia, *podemos* nos interessar pelas maneiras como o sentido mantém relações de dominação de classe, mas, devemos, também, interessar-nos por outros tipos de dominação, tais como as relações sociais estruturadas entre homens e mulheres, entre um grupo étnico e outro, ou entre Estados-Nação hegemônicos e outros Estados-Nação localizados à margem do sistema global. (THOMPSON, 1995, p. 78).

Nesse sentido, o artigo pretende entender a produção teórica feminista e sua intervenção no campo da comunicação, em meio aos contextos históricos em o processo ocorre, acreditando ser esta uma importante estratégia de estudo, uma vez que “a análise da ideologia deve ser uma atividade crítica inseparável de uma reflexão sobre as relações de dominação em que as pessoas estão inseridas” (THOMPSON, 1995, p. 65).

O estudo das obras de EAGLETON (1997) e THOMPSON (1999) nos leva a notar que os dois autores identificam, sobretudo com base no estudo da obra de Karl Marx e Frederic Engels, uma tendência, nas ciências sociais, em considerar, como ideológicos prioritariamente aqueles sistemas de valores dominantes de uma época, de uma elite política detentora dos bens de produção. “Com Marx, o conceito de ideologia adquiriu um novo status como instrumental crítico e como componente essencial de um novo sistema teórico” (THOMPSON, 1995, p. 49).

É como se somente as ideologias dos ocupantes do poder, dos sistemas governantes, que dão a direção política em determinado período de tempo, fossem as responsáveis pela conformação de uma sociedade. Contudo, é possível questionar se as forças contra-hegemônicas também podem desenvolver uma ideologia particular, composta de formas alternativas de pensar o mundo e a realidade em busca de construir espaços de luta política e de compartilhamento do poder para romper com a dominação. Aqui, é importante entender como THOMPSON observa o sentido do termo:

Podemos falar de “dominação” quando relações estabelecidas de poder são “sistematicamente” assimétricas, isto é, quando grupos particulares de agentes possuem poder de uma maneira permanente e em grau significativo, permanecendo inacessível a outros agentes, ou a grupos de agentes, independentemente da base sobre a qual tal exclusão é levada a efeito. (THOMPSON, 1995, p. 80).



Seguindo por essa linha, questionamos se os princípios do feminismo (liberdade, ética, autonomia, autodeterminação e transparência), configuram uma tentativa de pavimentar um percurso que leva à configuração de um pensamento que ataca qualquer forma de opressão contra as mulheres. “Não é verdadeiro que todas as ideologias são opressivas e espuriamente legitimadoras. (...) o termo ideologia, em outras palavras, parece fazer referência não somente a sistemas de crença, mas, a questões de poder” (EAGLETON, 1997, p.19).

De qual feminismo estamos falando? Tratamos de resgatar a produção de Cynthia Andersen Sarti, ao

(...) ressaltar a particularidade do feminismo como uma experiência histórica que enuncia genérica e abstratamente a emancipação feminina e, ao mesmo tempo, se concretiza dentro de limites e possibilidades, dados pela referência a mulheres em contextos políticos, sociais, culturais e históricos específicos. (SARTI, 2004, p. 35).

Apesar de a história revelar muitos exemplos, não ousamos dizer de modo incontestável e imediato, que todas as mulheres serão \_ mesmo tendo compartilhado da afirmação de que a ideologia brota das condições materiais de existência\_ chamadas, ou como produz Luiz Althusser, “interpeladas” pela ideologia de um feminismo que as convoca à luta política pela emancipação. A relação entre “ser mulher” e a aderência aos princípios que esse movimento social proclama não é essencial e automática. Contudo, a condição subalterna da mulher, fruto dessa mesma construção social e histórica, leva uma parcela do segmento a ingressar no feminismo como uma possibilidade de refletir sobre sua posição e se fortalecer individual e coletivamente para superar as amarras do patriarcado, aqui compreendido como:

(...) um conjunto de relações sociais que tem uma base material no qual há relações hierárquicas entre homens, e solidariedade entre eles, que os habilitam a controlar as mulheres. Patriarcado é, pois, o sistema masculino de opressão sobre as mulheres. (HARTMAN apud SAFFIOTI *in* CASTILHO-MARTÍN E OLIVEIRA, 2005, p.41).

### **Em busca dos traços de uma ideologia do feminismo**

O feminismo, como projeto político e pensamento crítico, teve sua explosão no século XIX, no final dos anos 1960<sup>4</sup> e início dos anos de 1970. Trata-se de uma luta

---

<sup>4</sup> Há referências ao movimento desde os séculos XVII e XIX, quando as mulheres estruturaram o movimento sulfragista em todo o mundo. Porém, estudos apontam que o movimento só foi considerando como projeto político de transformação cultural e social nas décadas de 60 e 70.



coletiva por retirar as mulheres da sujeição ao domínio masculino patriarcal em todo o mundo, como enuncia Cynthia Andersen Sarti, ao refletir sobre a obra de Simone de Beauvoir:

Quando Simone de Beauvoir, em 1949, em “O segundo sexo”, disse que “não se nasce mulher, torna-se mulher”, expressou a idéia básica do feminismo: a desnaturalização do ser mulher. O feminismo fundou-se na tensão de uma identidade sexual compartilhada (nós mulheres), evidenciada na anatomia, mas recortada pela diversidade de mundos sociais e culturais nos quais a mulher se torna mulher, diversidade essa que, depois, se formulou como identidade de gênero, inscrita na cultura. (SARTI, 2004, p. 35).

A democratização da vida cotidiana, a luta pela igualdade entre os sexos, a ampliação dos lugares de interlocução na esfera pública e o reconhecimento do lugar das mulheres na história figuraram entre as primeiras reivindicações do projeto feminista de transformação da sociedade. Neste aspecto, consideremos que as disputas vividas pelas mulheres no contexto social, podem ser articuladas com o pensamento de Teun A, Van Dijk:

Necesitamos “ver” cómo las ideologías son expresadas o vividas por sus actores y cómo “funcionan” em situaciones sociales completas, es decir, em praticas sociales cotidianas. Muchas de estas prácticas podrían constituirse em áreas de investigación empírica. Así, se pueden estudiar las formas de discriminación contra mujeres y minorias como manifestaciones de la ideología sexista o racista. (VAN DIJK, 1999, p. 19).

Porém, não tem sido fácil, para as mulheres, o convívio social em meio à dicotomia entre o público e o privado, principalmente porque o confinamento delas ao ambiente doméstico alimenta a subordinação, ocultando suas aspirações sociais, que são interditas e não aparecem na arena pública. Richard Johnson compreende que as relações de poder podem contribuir para que temas de interesse social permaneçam na invisibilidade.

Existem, naturalmente, profundas diferenças em termos de acesso à esfera pública. Muitas das preocupações sociais não ganham absolutamente qualquer publicidade. Não se trata simplesmente de que elas continuem privadas, mas de que elas são ativamente privatizadas, mantidas no nível do privado. (JOHNSON, 1999, p.49).

Entre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres em ascender à cena pública, identificamos a necessidade de perpetuar a dominação masculina, como analisa Pierre Bourdieu:

Se é verdade que o princípio de perpetuação dessa relação de dominação não reside verdadeiramente, ou pelo menos principalmente, em um dos lugares mais visíveis de seu exercício, isto é, dentro da unidade doméstica, sobre a qual um certo discurso feminista concentrou todos os olhares, mas em instâncias como a escola ou o Estado, lugares de elaboração e de imposição de princípios de dominação que se exercem dentro mesmo do universo mais privado, é um campo de ação imensa que se encontra aberto às lutas feministas, chamadas então a assumir um papel original, e bem definido, no seio mesmo das lutas políticas contra todas as formas de dominação. (BOURDIEU, 2002, p. 10-11).

A efervescência revolucionária dos anos de 1970 e 1980 possibilitou que o feminismo colocasse em prática sua proposta de transformação da sociedade, tentando inscrever as mulheres na história (SCOTT, 1995, p. 35), e credenciando-as como sujeito político. O que estava em jogo, entretanto, não era somente conferir legitimidade ao discurso ou uma expressão de uma ideologia do feminismo. O movimento queria apresentar as mulheres como expoentes de uma causa na arena política. Buscava abalar os alicerces dos “aparelhos ideológicos do estado”: igreja, escola, família e meios de comunicação. Instrumentos, que, na análise do teórico, são responsáveis pela reprodução do pensamento de uma classe dominante.

### **As feministas, sua política e *slogans* nos meios de comunicação**

Com base nesse percurso, percebemos que o movimento feminista brasileiro é enfático ao defender como a mídia reproduz o discurso e a ideologia dominante, uma vez que é constituída por uma elite empresarial e política detentora dos meios de produção. As ativistas desse campo apresentam seus opositores na disputa. Denunciam que o poder tem gênero, raça, classe e orientação sexual: é exercido por homens, brancos, ricos e heterossexuais.

Como a “Ideologia é uma ‘representação’ da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência” (ALTHUSSER, 1996, p. 126), coube, às feministas desmascarar as instituições que atuavam em sintonia com as políticas de controle dos corpos e da vida das mulheres através da imposição de projetos de nações cada vez mais rendidas aos interesses econômicos. Dentre eles, os grupos de mídia. Foi assim que as elas queimaram sutiãs, na França dos anos de 1970, saíram às ruas nos Estados Unidos, nos anos de 1980 e massificaram *slogas* pelos muros das principais cidades na América Latina a partir dos anos de 1970 e 1980.



Assim, a necessidade de um exame crítico dos estratagemas da ideologia dominante – em geral desenvolvidos nos produtos aparentemente impenetráveis de geradores de fumaça institucionalmente bem lubrificadas - nunca foi tão grande quanto em nossos dias. (...) A força inexorável do Estado, em nome do interesse na perpetuação do domínio do capital, com a ajuda da conformidade ideológica e política duramente imposta. (MÉSZÁROS, 2004, p. 13).

Ao agir dessa forma, o feminismo pautou o debate sobre o reconhecimento e legitimidade das suas reivindicações e por um lugar na produção de conhecimento na sociedade. A trajetória não tinha mais volta. O conflito estava instalado e as causas expostas à cena pública. As vitórias, embora sutis, eram evidentes, uma vez que estavam sendo processadas na esfera simbólica. Suas propostas, com base nas condições materiais de existência das mulheres, retratavam que o pensamento dominante, amplamente disseminado pelos meios de comunicação, estava ancorado em uma suposta neutralidade ideológica, que pairava no cenário da época e colaboravam com manutenção do *status quo*.

(...) todas as aparências de neutralidade ideológica só podem agravar nossos problemas quando a necessidade da ideologia é inevitável, como acontece hoje e deverá continuar no futuro previsível. Na verdade, inevitável enquanto continuar sendo necessário ‘vencer os conflitos’ que continuam a surgir dos interesses inconciliáveis das forças hegemônicas alternativas que se enfrentam na nossa atual ordem social de dominação e subordinação estrutural. (MÉSZÁROS, 2004, p.13).

Foi neste momento que as mulheres politizaram a esfera privada e incentivaram discussões acerca de questões como planejamento familiar, cuidado com os filhos e, posteriormente, trataram dos direitos sexuais como expressão da liberdade feminina. Mesmo tendo dado largos passos rumo à “politização da esfera privada”, principalmente por meio do acesso do movimento aos meios de comunicação, a conquista da esfera pública se constituía em um desafio para as feministas.

A esfera pública tanto na dimensão do Estado, como em outros planos, onde também se processam os conflitos políticos, ainda se constitui como um espaço social onde as desigualdades de gênero, de classe, de orientação sexual (grifo meu) e de raça estão presentes. (ÁVILA, 2001, p.17).

A máxima “**nosso corpo nos pertence**” foi um dos principais motes feministas do fim dos anos 1960 e começo dos anos 1970, quando as primeiras reivindicações pela inclusão dos direitos reprodutivos e direitos sexuais das mulheres emergiram no cenário



internacional. O período despontava como a era em que as mulheres brasileiras iriam se esforçar, ainda mais, para desfrutar de um espaço na cena pública, tomando a palavra ao elaborar códigos sociais, colaborando com o que Nancy Fraser advoga:

As esferas públicas não são só arenas para a formação da opinião discursiva, além disso, elas são arenas para a formação e o desempenho de identidades sociais [...]. Participar significa ser capaz de falar "em sua própria voz", assim, simultaneamente, construindo e expressando a própria identidade cultural através do idioma e do estilo. (FRASER apud MOREIRAS, 2001, p. 89)

Esse embargo pode ocorrer, ainda, pela imposição de normas, inclusive determinadas pelas instituições que ocupam a centralidade do poder em determinado momento da história. Há, ainda, o que se convencionou como discurso “autorizado” do Estado sobre a política, e o das religiões sobre o campo da sexualidade, dois territórios também transversalizados pela supremacia do poder masculino. O que dizer da construção social que relega, às mulheres, um lugar marginal na história, também sendo responsável pela permanência delas na invisibilidade, muitas vezes marcadas pela vigência da violência do âmbito privado e, por muitos séculos, com pouca possibilidade de expressão na esfera pública?

O mote “o pessoal é político”<sup>5</sup>, difundido entre os anos de 1970 e 1980 sintetizou a reação do movimento feminista a essas interdições e à violência doméstica e sexual praticada contra o gênero feminino. Um tema que, para além de expressar a revolta com uma situação de opressão, estampou uma ação propositiva do movimento feminista ao trazer questões interdidas para o debate social, como reconhece Stuart Hall:

O feminismo questionou a clássica distinção entre o “dentro” e o “fora”, o “privado” e o “público”. O slogan do feminismo era: “o pessoal é político”. Ele abriu, portanto, para a contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc. Ele também enfatizou, como questão política e social, o tema da forma como somos formados e produzidos como sujeitos generificados. Isto é, ele politizou a subjetividade, a identidade e o processo de identificação (como homens/mulheres, mães/pais, filhos/filhas). (HALL, 1999, p.49).

A era foi marcada pela definitiva retirada da violência sexista do terreno privado. Foi quando as feministas desnudaram, publicamente, uma realidade vivida pelas

---

<sup>5</sup> *Slogan* utilizado pelas feministas para dizer que a violência doméstica não pode ser tratada apenas como um fato do campo pessoal ou da vida privada das mulheres, mas que precisa ser evidenciada e politizada como um fenômeno social.



mulheres no silêncio e no anonimato dos lares. A partir de então, a violência foi tratada como um fenômeno social e as feministas passaram a cobrar políticas efetivas ao governo brasileiro<sup>6</sup> e aos órgãos de justiça. As reivindicações originaram os Conselhos Estaduais de Direitos das Mulheres (1982/83), as Delegacias de Polícia de Defesa da Mulher (1985) e a primeira casa de apoio às vítimas de violência doméstica (1986), em São Paulo.

No bojo dessas manifestações, o movimento produziu mais um lema para tornar pública a perda das inúmeras mulheres assassinadas pelos próprios maridos. Para além de expor a indignação, o *slogan* “**quem ama não mata!**”, explicitou o horror das feministas diante da alegação de que os acusados dos homicídios viviam sob forte pressão emocional. O eco dessas marchas, vigílias e passeatas trouxe o problema, novamente à tona no século início dos anos 2000, quando uma pesquisa da Fundação Perseu Abramo apontou que uma mulher sofria violência a cada 15 segundos no país. As mobilizações de rua estamparam “**basta de impunidade**” e “**quem ama não mata, não humilha e não maltrata**” e possibilitaram a criação e a aprovação da Lei Maria da Penha, pelo governo Brasileiro, em 2006.

### **As propostas feministas para políticas públicas para a democratização dos meios de comunicação no Brasil**

O conflito desse movimento social com os interesses dos barões da mídia, em escala mundial, vem sendo anunciado desde os anos de 1990. Importante marco nesse processo, a I Conferência da Mulher, realizada em Pequim, na China, em 1995, traz, no seu capítulo V recomendações para que os governos signatários, incluindo o brasileiro, se esforçassem para abolir as práticas discriminatórias amplamente disseminadas pelos veículos de comunicação. Em âmbito nacional, o reforço a essas teses se deu em 2002, quando mais de mil feministas realizaram a Conferência Nacional de Mulheres, em Brasília, e argumentaram que:

Democratizar os meios de comunicação, combater sua oligopolização e promover a implantação de políticas públicas de comunicação de

---

<sup>6</sup> O governo brasileiro assinou e ratificou as declarações e plataformas de ação para a defesa dos direitos humanos das mulheres em:

- Viena, 1993 – Conferência Mundial dos Direitos Humanos;
- Cairo, 1994 – Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento;
- Pequim, 1995 – Conferência Mundial sobre a Mulher;
- Belém do Pará, 1994 – Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher, da Organização dos Estados Americanos (OEA).



caráter regulador e fiscalizador, que garantam o acesso efetivo de diferentes segmentos da população à informação, contemplando os vários olhares sobre o mesmo fato e garantindo a liberdade de expressão das mulheres, que vêm tendo sua imagem constantemente desrespeitada pela mídia. (PLATAFORMA POLÍTICA FEMINISTA, 2002, art. 236, p.53).

Já em 2007, a II Conferência Nacional de Mulheres Brasileiras incluiu, entre as preocupações explicitadas no capítulo VIII do seu documento final, questões relativas à participação das mulheres como produtoras de conhecimento e de cultura, demonstrando que

(...) a preocupação com o valor simbólico dos conteúdos veiculados nos diversos meios de comunicação é cada vez mais entendida na ação do Estado como uma questão relevante. Há tempos a comunicação tornou-se um tema essencialmente cultural e a força destes veículos da mídia na construção simbólica de marcadores de gênero, etnicidade, geração e classe tem sido atestada continuamente. (II PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES, p.152).

Estudos recentes<sup>7</sup> da Rede Mulher e Mídia<sup>8</sup> e do Instituto Patrícia Galvão<sup>9</sup> indicam que uma das táticas adotadas pelo movimento feminista, no sentido de instituir as mulheres como protagonistas no terreno da mídia<sup>10</sup> tem sido a inserção de suas militantes nos debates sobre as políticas públicas de comunicação no Brasil. Essas táticas também tendem a desconstruir a idéia muito difundida de que todos os direitos foram alcançados pelas mulheres no mundo contemporâneo. Demonstram que as feministas têm muita luta pela frente, como colabora Christine Delphy:

(...) A afirmação de uma “igualdade já conquistada” não representa apenas uma mentira: é um veneno que entra na alma das mulheres, destruindo sua auto-estima e sua crença, freqüentemente frágil, de que são indivíduos inteiros – e não pela metade. Um dos desafios do feminismo atual consiste, portanto, em esclarecer essa situação, em mostrar que em nenhum país e em nenhuma relação social, os dominantes renunciam voluntariamente a seus privilégios. É preciso levar as mulheres à luta e, para isso – que talvez seja o mais difícil-, convencê-las de que elas valem essa luta<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> A partir dos anos 2000.

<sup>8</sup> Trata-se de uma articulação de mulheres feministas de São Paulo, iniciada em 2007, que atuam em defesa da democratização do acesso das mulheres aos meios de comunicação e contra o uso de uma imagem estereotipada das mulheres pela mídia. A partir de 2009, essa mobilização agregou ativistas de boa parte dos estados brasileiros.

<sup>9</sup> O Instituto Patrícia Galvão é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, sediada na cidade de São Paulo e que tem por objetivo desenvolver projetos sobre direitos da mulher e meios de comunicação de massa.

<sup>10</sup> Para além da denúncia das violações diárias que a imprensa promove contra essa população e do acesso dela aos meios comunitários, independentes e radicais.

<sup>11</sup> Ver: <http://diplo.uol.com.br/imprima922>. Acesso em 25/06/2010, às 23h.



A intervenção desse sujeito coletivo nesse campo, ao que tudo indica, subsidiou análises de conjuntura que levaram o movimento, às ruas, em 2007, juntamente com outros ativistas do setor, para exigir o controle social sobre as concessões para rádio e televisão no país. Dessa vez, o *slogan* apropriado para descortinar o que as mulheres classificavam como atentado aos direitos humanos pelos veículos de comunicação foi: **“exigimos respeito, mulher não é só bunda e peito”**.

Outra ação, em julho 2009, no Congresso Nacional, levou centenas de feministas vinculadas à Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB)<sup>12</sup>, ao Congresso Nacional, vestidas de sulfragistas, exigir que a reforma política contemple ações que viabilizem a ampliação do número de mulheres no Legislativo. Nesse momento, notamos a utilização de uma variação do mote utilizado dois anos antes, para denunciar os abusos cometidos pela mídia e lutar por uma comunicação plural no país: “mulher não é só bunda e peito. Exigimos participação política e respeito”.

Notamos que, nos dois casos, a estratégia comunicacional combina a denúncia de uma situação de assimetria, quer em uma esfera não institucionalizada de poder, no caso, a mídia, quer no contexto do Legislativo alcançou visibilidade pública através da cobertura da imprensa. Os dois atos, realizados em períodos diferentes tiveram repercussão, principalmente porque as feministas envolvidas lançaram mão, via assessoria de imprensa, de um plano agressivo de divulgação de seu discurso, constituindo-o, novamente, em um acontecimento jornalístico. No entanto, concordamos que, se não houvesse “uma certa” predisposição da sociedade para “acolher” a fala das mulheres e se as militantes não estivessem preparadas para lançar seus slogans ao público, seu esforço não teria atingido o resultado esperado.

Essas mobilizações ganharam mais força entre março de 2009 e janeiro de 2010, quando a Rede Mulher e Mídia passou a atuar em âmbito nacional. Além disso, registramos a criação de blogs como “eu decido<sup>13</sup>”, portais como Universidade Livre

---

<sup>12</sup> Trata-se de uma organização política não-partidária que articula e potencializa as lutas locais, nacionais e continentais das mulheres brasileiras por uma sociedade mais justa e Estados democráticos. Está presente em todos os estados brasileiros, que se define como feminista, anti-capitalista, anti-racista e não homofóbica e reúne mulheres feministas que atuam em diferentes espaços de participação da AMB, em nome próprio ou através da representação de organizações e movimentos feministas, setoriais de mulheres de movimentos sociais e/ou setoriais de mulheres de partidos políticos.

<sup>13</sup> Ver mais em: <http://eudecido.wordpress.com/>



Feminista<sup>14</sup>, inserção de conteúdos produzidos em redes sociais como a Mídia Livre Feminista<sup>15</sup> e a transformação do Instituto Patrícia Galvão<sup>16</sup> em uma agência de notícias. Mas, um dos passos mais importantes foi dado quando a Rede propôs uma pauta com propostas e mobilizações nacionais por ocasião da I Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM)<sup>17</sup>.

Foi quando as feministas elencaram nove princípios norteadores à construção das políticas públicas para o setor no país: (1) Reconhecimento e respeito aos direitos humanos; (2) Reconhecimento da Comunicação como um direito humano fundamental; (3) Universalidade e acessibilidade ao direito à Comunicação; (4) Igualdade, Equidade e Respeito à Diversidade; (5) Participação popular e controle público e social; (6) Laicidade do Estado; (7) Respeito à autonomia das Mulheres; (8) Promoção da Justiça Social e (9) Transparência dos Atos Públicos.

Observamos que as proposições levadas pelas feministas à I CONFECOM podem ser compreendidas tanto como táticas de conversação com outros movimentos nacionais que atuam no campo da democratização do setor e como ataques diretos aos formatos de outorga de concessões em meio ao cenário da concentração na mídia brasileira. Trata-se de uma questão imprescindível para a democratização da vida cotidiana.

Portanto, a maior atenção aos conteúdos circulantes nos *media*, e a baixa inserção das mulheres como protagonistas nesses lócus<sup>18</sup>, contrasta com a alta exposição dos corpos e criação estereótipos que reforçam a representação das mulheres como objetos voltados ao prazer masculino. Para as feministas, os meios de comunicação se configuram em arquiteturas de poder antidemocráticas, sexistas e

---

<sup>14</sup> Ver mais em: <http://www.feminismo.org.br/moodle/>

<sup>15</sup> Que pode ser acessado pelo <http://midiafeminista.ning.com/>

<sup>16</sup> Mais informações no portal: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/>

<sup>17</sup> O encontro, realizado entre 14 a 17 de dezembro, em Brasília, reuniu mais de 1.600 delegados/as (sendo 60% deles do sexo masculino e 40% do sexo feminino) de 27 estados da federação e, ao final dos trabalhos, teve 672 propostas aprovadas. As recomendações da plenária nacional deveriam ter sido sistematizadas e encaminhadas, pelo Ministério das Comunicações, para apreciação no Congresso Nacional, que deveria analisar a instituição de um novo marco regulatório para o segmento. Contudo, nenhuma iniciativa foi tomada, pelos poderes competentes, até o primeiro semestre de 2010, para retirar as propostas do papel.

<sup>18</sup> Um estudo realizado pela World Association for Christian Communication (WACC), em 76 países, inclusive o Brasil, no ano de 2005, chegou à conclusão de que, mesmo somando quase 52% da população mundial, as mulheres estão sub-representadas na mídia. A pesquisa analisou 13 mil notícias publicadas em jornais e veiculadas no rádio e na televisão e constatou que a população feminina correspondeu a apenas 21% das 25.671 fontes ouvidas ou citadas por 14.273 jornalistas e/ou apresentadores/as. Um novo estudo do projeto, mais atual, envolvendo 130 países, realizado em dezembro/2009, deverá ser lançado no segundo semestre de 2010.



classistas. Espaços onde a palavra é sistematicamente censurada, uma vez que pode representar ameaça à ideologia do mercado defendida dos grupos de mídia. Um dos perigos reside na exposição das contradições presentes na apropriação de bens públicos com fins privados, que ocorre quando as concessões de rádio e televisão permanecem sendo utilizadas como barganha política entre um Estado permissivo e os mercadores da informação. Um negócio altamente lucrativo diante da posição estratégica que a imprensa ocupa no cotidiano da população do país, como adverte Venício Lima:

Não há mais como duvidar da centralidade da mídia na vida brasileira, inclusive como importante setor de atividade econômica. A divulgação pelo IBGE, na quarta-feira (29/11/06), do Sistema de Informações e Indicadores Culturais, revela os primeiros números que dimensionam o peso da chamada "economia da cultura" em nossa sociedade: 10% da riqueza gerada no país, ou cerca de 66,5 bilhões de reais em 2003; quarto lugar entre os gastos familiares e cerca de 3,7 milhões de trabalhadores envolvidos<sup>19</sup>. (LIMA, 2006).

### Conclusões iniciais

O século XXI é marcado, no Brasil, pela entrada das feministas nos debates acerca da democratização dos meios de comunicação. Se, nos anos anteriores, a luta se dava pela exigência de programas para afirmação da igualdade nos terrenos da saúde, dos direitos reprodutivos e direitos sexuais e pelo fim da violência doméstica e sexual, no contexto atual, o movimento está marchando contra o poder político, econômico e simbólico dos empresários que controlam o setor. Uma força que, muitas vezes, aponta suas munições contra a organização das mulheres.

A mídia escolheu o antifeminismo, com campanhas incluindo uma apresentação negativa das feministas “feias e frustradas”, “anti-homens”, “todas lésbicas”... Mas a arma mais eficaz é a lavagem cerebral com a idéia de que “tudo foi ganho, não há mais nada a fazer”...exceto arregaçar as mangas e provar que se é digno dessa igualdade<sup>8</sup>. E se as mulheres não conseguem provar isso, é culpa delas – e não da sociedade. Elas se sentem culpadas<sup>20</sup>. (DELPHY, 2004).

Após observar a trajetória feminista e suas ações estratégicas para ascender ao campo dos *media*, foi possível detectar que esse processo se deu, também, pela produção de por meio de *slogans* e enunciados, de modo a gerar um acontecimento

---

<sup>19</sup> Ver: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=410IPB001>. Acesso em 25/02/2010, às 13h.

<sup>20</sup> Ver: <http://diplo.uol.com.br/imprima922>. Acesso em 25/06/2010, às 23h.



discursivo em nossa sociedade. Contudo, também é sabido que, por diversas vezes, as contestações foram traduzidas, pela imprensa, de modo pejorativo e desrespeitoso. Essa análise revela que os problemas enfrentados pelas feministas do século passado, tais como a deturpação de suas causas pela imprensa e a criação de estereótipos negativos femininos com base em conceitos de raça/etnia, classe e orientação sexual, ainda permanecem atuais.

A batalha diária do feminismo não está restrita, hoje, apenas, ao campo das idéias. Mas, é sobre esse terreno que muitas disputas são articuladas. O desafio do feminismo reside, sobretudo, na arte de reinventar uma prática política e reoxigenar o pensamento crítico em torno da construção das condições objetivas de emancipação das mulheres em meio à perpetuação das opressões de classe, raça e gênero, que Saffioti (2004) classifica como “o tripé estruturador de desigualdades”.

Para além da produção de um pensamento crítico, da contestação pública nos atos de fala e da proposição de políticas e estratégias de intervenção no campo da comunicação, o feminismo parece ter assumido o desafio de estruturar, na sua expressão teórica e operação na esfera pública, táticas reais de transposição, pelas mulheres, na qualidade de sujeito coletivo, das relações sociais, econômicas, políticas e culturais que ainda as mantêm em uma posição de desvantagem no século XXI.

Em termos mais específicos, a maneira mais eficaz de criticar as atuais descrições de determinado exemplo de opressão dos fracos como “um mal necessário” (o equivalente político de uma “anomalia desprezível”) é explicar por que ele não é de fato necessário, esclarecendo de que modo uma mudança institucional específica o eliminaria. Isso significa esboçar um futuro e um cenário alternativos da ação política, capazes de nos transpor do presente para o futuro. (PORTY, 1996, p. 227).

As relações de dominação e subordinação, em cheque no mundo moderno, exigem que o feminismo se comporte como um sujeito histórico que apresenta seu projeto de transformação diante de uma sociedade permeada por contradições. Para tanto, é imprescindível que suas militantes estejam qualificadas para disputar o poder, inclusive por dentro dos meios de comunicação e nos espaços de proposição de políticas públicas, como as conferências, para ampliar o eco das vozes das mulheres, pois,

(...) todas as aparências de neutralidade ideológica só podem agravar nossos problemas quando a necessidade da ideologia é inevitável, como acontece hoje e deverá continuar no futuro previsível. Na verdade, inevitável enquanto continuar sendo necessário ‘vencer os conflitos’ que continuam a surgir dos interesses inconciliáveis das forças



hegemônicas alternativas que se enfrentam na nossa atual ordem social de dominação e subordinação estrutural. (MÉSZÁROS, 2004, p.13).

Cabe ao feminismo a tarefa de rearticular, junto com outros sujeitos coletivos, novas formas de pensar o mundo, para além da dicotomia entre pobres e ricos, homens e mulheres, negros e brancos, heterossexuais e homossexuais. Para tanto, será imperativa a qualificação de suas militantes para a produção de uma escrita, de um discurso e de uma ação política propositiva junto ao Estado que possa colaborar com o desmantelamento dos sistemas de dominação/opressão que alicerçam a sociedade global. Sistemas estes que contam com as lógicas mercantis globais de produção das indústrias culturais para a sua legitimação e reprodução.

### Referências Bibliográficas

ÁVILA, Maria Betânia. **Feminismo e sujeito político**. Rio de Janeiro: revista proposta, n. 84-85, mar.-ago. 2000. p. 7-11.

ÁVILA, Maria Betânia et al. **Textos e imagens do feminismo: mulheres construindo a igualdade**. Recife: SOS Corpo, 2001.

ALTHUSSER, L. in ZIZEK, S. (org). Ideologia e aparelhos ideológicos de estado. **Um mapa da ideologia**. São Paulo: Contraponto, 1996. p.105-142.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

DELPHY, Christine . **Para Redescobrir o feminismo**. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/imprima922>, 2004. Acesso em 22/08/2008, às 18h.

FRASER, Nancy, Políticas Feministas na Era do Reconhecimento: Uma Abordagem Bidimensional da Justiça de Gênero”, in BRUSCHINI, Cristina. **Gênero, Democracia e Sociedade Brasileira**. Editora 34, Fundação Carlos Chagas, Rio de Janeiro, 2002. p.59-78.

FONTANA, Mônica; SANTOS, Simone Ferreira dos. **Violência contra a mulher**. Saúde da Mulher e Direitos Reprodutivos – Dossiês. São Paulo: Rede Nacional Feminista de Saúde e Direitos Reprodutivos, 2001.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **A mulher brasileira nos espaços público e privado**. Como vivem e o que pensam os brasileiros no início do século XXI – Síntese dos resultados. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, outubro de 2001. Disponível em: <<http://www.fpa.org.br/nop>>. Acesso em: 21 nov. 2004.

HALL, Stuart. **Identidades Culturais na Pós Modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A, 1997.

MARX, K. e ENGELS, F. **A ideologia alemã - Teses sobre Feuerbach**. São Paulo: Centauro Editora, 2006.

PLATAFORMA POLÍTICA FEMINISTA. Brasília: CFÊMEA, 2002.



VAN DJIK, T. A. **Ideologia, um enfoque multidisciplinário**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999, p.9-28.

JOHNSON, Richard in SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Autêntica, Belo Horizonte, 1999, pp 9-131.

MANSBRIDGE, Jane in CASTELLS Manoel. **O Poder da Identidade**. Editora Paz e Terra, São Paulo, 1999.

Lima, Venício. **Mídia em debate, sem limite e sem medo**. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=410IPB001>, 2006. Acesso em 25/04/2009, às 11h.

MÈSZAROS, I. **O poder da ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004. P. 11-54.

II PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, cap.8, p.15. Brasília: 2008.

PORTY, Richard. in ZIZEK, S. (org). Feminismo, ideologia e desconstrução: uma visão pragmática. **Um mapa da ideologia**. São Paulo: Contraponto, 1996. P.227-234.

?QUIEN FIGURA EM LAS NOTÍCIAS? **Proyecto global de monitoreo de medios 2005**. WACC, Canadá: 2005.

SAFFIOTI, Heleieth I. **B. Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SAFFIOTI, Heleieth I. B in CASTILO-MARTÍN, Márcia & OLIVEIRA, Suely. Gênero e patriarcado: a necessidade da violência. **Marcadas a ferro – violência contra a mulher: uma visão multidisciplinar**. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2005. p.35-76.

SARTI, Cynthia Andersen. **O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória**. Florianópolis: Estudos Feministas, 12(2): 264, maio-agosto/2004. p. 35-50.

THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.

ZIZEK, S. (org). **Um mapa da ideologia**. São Paulo: Contraponto, 1996.

Sites e blogs feministas:

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

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

<http://www.mulheremidia.org.br/site/quem-somos/>

<http://www.feminismo.org.br/portal/>

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