



Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás: Do lar às páginas de jornal ¹

Mayara Jordana Sousa Santana ²

Universidade Federal de Goiás

Resumo

O objetivo deste estudo é investigar a organização da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO), entidade civil situada na cidade de Goiânia (GO), analisando as ações de mobilização da entidade e identificando os fatores que contribuem na inserção das donas de casa em um movimento social. O estudo relaciona, também, a repercussão da ADC-GO em dois jornais impressos goianos, *Diário da Manhã* e *O Popular*, por meio da análise de conteúdo das reportagens durante o período de junho de 2007 a junho de 2008. Desse modo, a partir dos pressupostos teóricos adotados e de estudo de campo pretende-se aprofundar as relações de mobilização presentes neste movimento social e a repercussão deste na sociedade e imprensa.

Palavras-chave: Associação de Donas de Casa; Donas de Casa; Movimentos sociais.

A participação de mulheres nos movimentos sociais é apresentada com maior frequência associada às temáticas relacionadas ao feminismo ou questões de gênero. Mesmo durante todo o processo de efervescência dos movimentos sociais no Brasil, no início dos anos de 1980, as mulheres tiveram uma participação restrita.

Teria sido na condição de mães, esposas, irmãs de prisioneiros políticos ou de desaparecidos que as mulheres participaram do movimento pela anistia ou das lutas pela democratização (*LOBO*, 1991, p.2).³

A formação do movimento feminista na América Latina ocorreu ainda no período de repressão da ditadura militar, quando mulheres intelectuais pertencentes às classes médias, recorreram ao exílio na Europa e na América do Norte. Lá, essas mulheres entraram em contato com grupos feministas que questionavam o patriarcalismo nas relações sociais. Pelo fato do feminismo, inicialmente, ter angariado maior repercussão no meio acadêmico e sindicatos, uma quantidade significativa de

¹ Trabalho apresentado às Divisões Temáticas, na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. E-mail: mayarajordana@gmail.com .

³ LOBO, Elizabeth. **O Gênero da Representação: Movimento de mulheres e representação política no Brasil (1980-1990)**. Disponível em: < http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_17/rbcs17_01.htm > Acesso em: 16 set. de 2008.



mulheres, as donas de casa, não participaram ativamente na luta pelos seus direitos de cidadãs. *Fernandes* (1994) corrobora a idéia de que as intelectuais feministas formavam o grupo capaz de efetuar a quebra de paradigmas sociais, uma vez que tinham acesso aos circuitos internacionais de comunicação, passaram por experiências de rupturas ocasionadas pelo exílio e por conhecerem o funcionamento dos poderes e os instrumentos legais de obtenção de direitos. Foram essas as mulheres aptas a sustentar as cobranças e opressões da quebra de padrões culturais.

Com a interferência e a atuação de muitas mulheres, inúmeros valores sociais passaram a ser revistos; as relações entre os sexos, dentro e fora de casa, tornaram novas configurações; as relações familiares e as formas de estrutura da família foram questionadas e alterada sua concepção (*AMARAL*, 1999, p. 111).

O grupo das intelectuais brasileiras consolidava uma participação restritiva nos movimentos sociais, na qual mulheres de níveis socioculturais inferiores ficaram à margem desse processo, como as donas de casa. É interessante notar que desde o surgimento da instituição familiar sempre tenha existido a figura da mulher responsável pelo lar, sobre ela as informações são mínimas. “Dona de casa é um papel feminino, associado a uma mulher e desempenhado pela maior parte das mulheres adultas” (*PENA*, 1981, p. 29).

A inferiorização do papel da dona de casa na sociedade surge, a princípio, na organização social que concede maior valor ao espaço público (político) do que ao espaço privado (doméstico). Este último engloba o âmbito da casa, da reprodução e dos sentimentos. Além das atividades concebidas como femininas serem desvalorizadas, tem-se, também, a desigualdade entre o valor da casa em relação à rua, do trabalho doméstico versus trabalho mercantil, da força de trabalho masculina contra a força de trabalho feminina, a subsistência financeira do ambiente familiar versus reprodução etc.

O patriarcalismo, fundado em concepções que valorizam a moral masculina nos âmbitos religioso, jurídico e político, forja na sociedade o ideal de que as características biológicas são determinantes para a diferenciação dos sexos masculino e feminino. A diferença dos órgãos sexuais, a inferiorização da força física da mulher, o seu papel destinado ao cuidado da prole e à procriação são compreendidos pela sociedade como algo natural, não ocorrendo o questionamento de que todas essas concepções foram criadas culturalmente para garantir a estabilidade das relações sociais engessadas no universo simbólico (*GOSDAL*, 2006).



Outro fator que também pesa nas considerações sobre as donas de casa é o pensamento feminista que define o trabalho doméstico como base da opressão feminina. Pois, a mulher casada possui a responsabilidade legal de educar os filhos, cuidar do lar e manter a boa convivência do casamento. Essas obrigações são compreendidas, pelo movimento feminista, como limites na emancipação da mulher enquanto sujeito participativo.

Movimento social de donas de casa

De encontro ao processo de exclusão social das donas de casa, é fundada a Associação das Donas de Casa de Goiânia⁴, em 30 de maio de 1996, a partir do desejo da dona de casa goianiense Rute Madella. A Associação inicia sua atuação como uma entidade civil de finalidade social e sem fins lucrativos legalizada, tendo, inicialmente, uma atuação circunscrita em Goiânia. Posteriormente, fatores como a ampliação do público-alvo, uma maior oferta de cursos profissionalizantes destinados às associadas e a necessidade de aprimorar seus objetivos culminaram na alteração do estatuto da entidade que passa a ter uma maior abrangência, sendo denominada, no ano 2000, como Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO)⁵.

Em seus 12 anos de existência, a Associação contabiliza 12 mil associadas, tendo a representação de líderes distritais nos setores residenciais de Goiânia e associadas em cerca de 100 municípios goianos.⁶ A entidade prima pela missão de defender a categoria e contribuir para melhoria de vida dessas mulheres por meio de

⁴ A Associação iniciou suas atividades com 26 donas de casa: Presidente, Rute Madella; vice-presidente, Regina de Medeiros Figueiredo; secretária e tesoureira, Rita de Cássia de Oliveira, diretora administrativo-financeira; Maria Helena Magalhães Rodrigues; diretora social e cultural, Leopoldina Maria Coelho. Membros do Conselho Fiscal: Arminda Júlia Maia, Ivanilde Pereira carvalho e Adriani de Cássia Batista. Membros Suplentes: Sônia Ferreira Medeiros Maia, Geracina Rosa de Sousa e Silva e Carmita América de Paula Sousa. Inicialmente, as reuniões ocorriam na casa de uma das integrantes da igreja, Ivani. Estavam presentes na Assembléia de aprovação do estatuto: Vilma Cândida dos Santos, Maria Sônia Bento Silva, Ana Marta de Souza, Júlia Mendanha da Silva Souza, Vânia Soares dos Santos, Nair Melarva de Oliveira, Ana Maria Rodrigues, Juscelina Batista dos Santos, Maria Setsuyo Damiani, Maria Aparecida de Souza, Jacy Ribeiro de Moura, Sônia Machado de Moura, Cleonice Leite dos Santos e Cleide S. dos Santos

⁵ A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás está inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica CNPJ 01.278.312/0001-24. Sua sede situa-se na Rua 02, nº24, Edifício Rio Vermelho, 8º andar, Centro, Goiânia-GO.

⁶ Setores residenciais que possuem líderes da ADC-GO em Goiânia: Setor Maísa II, Setor Universitário, Recreio dos Bandeirantes, Chácara do Governador, Cruzeiro do Sul, Criméia Leste, Água Branca, Recanto do Bosque, Itatiaia, Jardim Liberdade, Vila Nova, Jardim das Oliveiras, Jardim Itaipu, Santa Fé, Vila São José, Guanabara, Garavelo II, Jardim Novo Mundo, Jardim Curitiba, Vila Romana, Parque das Flores, Balneário, Parque das Nações, Jardim Marilise, Parque Ateneu, Setor Pedro Ludovico (com duas lideranças), Urias Magalhães, Jardim Diamantina, Setor Central, Jardim Esmeralda, Jardim Europa, Setor Bela Vista, Vila Maria, Façalville e Jardim Nova Esperança.



atividades destinadas à profissionalização e reforço da auto-estima, lutando pelo reconhecimento das donas de casa enquanto trabalhadoras.

Para este estudo foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, de acordo com metodologia proposta por *Gil* (1991), com as integrantes da diretoria executiva da Associação (presidente, vice-presidente, diretora de comunicação e diretora social), executadas em junho de 2008, para obter informações sobre a história da Associação e registrar as experiências vivenciadas pelas líderes da entidade. Para complementar, foram entrevistadas, também, seis associadas, em uma amostragem aleatória por subgrupos estratificados por idade, estado civil, escolaridade e período de ingresso na Associação. A seleção aleatória teve como objetivo analisar qualitativamente a imagem da Associação junto ao seu público interno e apreensão das donas de casa sobre a categoria.

A partir das entrevistas e da observação não-participante realizada na sede da ADC-GO e nas atividades promovidas, verifica-se a importância dos laços de amizade e de convivência como motivações iniciais que levam as donas de casa a ingressarem na Associação tornando-se associadas ou mesmo líderes. O desdobramento dessas mulheres em duas vidas, a do lar e da entidade, é um estágio que, às vezes, conta com o apoio da família ou não. A falta de respaldo revela a dificuldade dos familiares e, conseqüentemente, da sociedade em entender o espírito do empreendedorismo social e do voluntariado. Ainda mais quando se trata da figura da mulher, essa atuação é carregada de preconceitos, pois rege o estereótipo de que as donas de casa limitem sua atuação exclusivamente ao lar.

Isso varia muito, para falar verdade, poucas pessoas valorizam. Eu conheço, tenho uma amiga, ela tem supermercado aqui perto. Um dia eu falei das donas de casa para ela e ela disse assim: - As donas de casa são umas desocupadas. Falei para ela, - Cláudia, fala isso não, eu sou uma delas. Ela tornou a repetir as mesmas palavras. Fiquei pensando... Mas, é porque ela é uma pessoa que tem um comércio, sabe que as donas de casa vêm com o Procon, e ele só anda na lei e para quem anda certo. Acho que é medo o que ela tem. Sou amiga dela, mas não falo sobre donas de casa com ela. Tem pessoas que não valorizam, dizem que não significa nada, mas para mim acho importante (Alcione Olinda de Oliveira⁷).

⁷ Entrevista realizada com a associada e líder distrital no Bairro Hilda, Alcione Olinda de Oliveira, em 21 de junho de 2008, na residência da entrevistada, Bairro Hilda, Aparecida de Goiânia.



Por mais difícil que seja a tarefa de conciliar os afazeres domésticos com o trabalho na entidade, isso desenvolve nas líderes e associadas a consciência do valor delas enquanto cidadãs, cada uma exercendo, de acordo com os limites pessoais, uma função, tornando-as, empreendedoras sociais locais. O compromisso social que a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás promove é um fazer que, como bem nomeou *Neto* (2002), deve ser compreendido como “empreendedorismo social”. O autor inova com esse conceito ao discuti-lo em comparação com a denominação de empreendedorismo, associada às ações dirigidas para acumulação de riquezas, gerenciamento de funções e questões de lucro.

Neto (2002, p. 129) considera que o empreendedorismo social difere do empreendedorismo empresarial quanto ao escopo de atuação, dinâmica e propósito geral. As organizações privadas são orientadas pela lógica do mercado e os benefícios são financeiros. Já o empreendedorismo social não visa somente à solução de problemas específicos, mas o empoderamento da comunidade local para que esta, conjuntamente, procure soluções para seus problemas no seu bairro ou na sua comunidade, participe e opine efetivamente. Além disso, a atuação do empreendedorismo social é mais abrangente do que de um projeto social que fica circunscrito a um único foco, sendo possível agir em setores da economia, cultura, habitação, saneamento etc. A dinâmica não é regida por regras de gestão de negócios, mas é direcionada por ações participativas e sustentáveis, formuladas pela própria comunidade ou parceiros.

A Associação promove, também, ações que resultem no bem-estar das associadas⁸. A orientação da entidade é pensar soluções para as deficiências presentes no cotidiano das donas de casa, seja no que se refere à carência de uma renda, à desvalorização da classe, à luta pelo direito à aposentadoria ou à falta de instrução escolar da maioria das donas de casa. Em função desses problemas, a ADC-GO promove palestras, estimula a valorização da auto-estima, realiza marchas a Brasília reivindicando a regulamentação da assistência previdenciária para as donas de casa, atua junto a suas associadas em prol dos seus direitos e realiza intercâmbio com entidades parceiras e empresas privadas.

⁸ Durante o período da pesquisa de campo, foram observados os seguintes eventos realizados pela Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO): Dia da Beleza- ação em que uma voluntária e também associada da entidade realiza cortes de cabelos nas donas de casa associadas residentes em determinados bairros de Goiânia; 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DST realizado nos dias 11 e 12 de junho de 2008, na Câmara Municipal de Goiânia.



Outro fator relevante na atuação da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é a organização em redes sociais locais, como discorre *Gohn* (2003, p. 15). Dessa forma, a força da entidade está na formação de lideranças nos setores da capital, denominadas líderes distritais, e nos municípios goianos. Cada líder fica responsável por incluir mais donas de casa na entidade, organizar reuniões com as associadas nos bairros da capital ou municípios e manter contato com a diretoria executiva. Assim, cumprem as ações que são determinadas pela sede e, também, colaboram aproximando a diretoria executiva às associadas.

Organizar-se em redes é uma característica das sociedades contemporâneas, pois a partir das relações sociais e da mobilização segundo objetivos estratégicos é que se desenvolve a articulação dos movimentos (*GOHN*, 2003). Além disso, as redes colaboram na formação de multiplicadores de conhecimentos, ou seja, mais indivíduos tornam-se responsáveis em repassar o conhecimento aprendido para os demais integrantes da comunidade.

As donas de casa da ADC-GO atuam de maneira a reafirmar o respaldo que elas possuem em assuntos domésticos. Desse modo, realizam mensalmente a pesquisa cesta básica, um dos eventos de maior repercussão da entidade na imprensa local e com reflexos na sociedade goiana. O monitoramento de preços, que teve início em 1999, é realizado de 15 em 15 dias e somente as três diretoras: a presidente da Associação, Maria das Graças dos Santos; a vice-presidente, Jacy Ribeiro de Moura e a diretora de comunicação, Teresa Cortez são as responsáveis pela execução da pesquisa oficial da ADC-GO.

Elas consultam os preços nas principais redes de supermercados de Goiânia, verificando os alimentos que compõem a cesta básica e também produtos de higiene e limpeza. Bolsistas da Organização das Voluntárias de Goiás (OVG) auxiliam, também, realizando as contrapartidas semanais com os produtos que estão em alta. Além da pesquisa mensal, a Associação realiza um comparativo do mesmo período do ano anterior, observando o comportamento sazonal da economia. O resultado da pesquisa é disponibilizado no site da Associação⁹. Posteriormente, a diretoria, por meio de fax e email, transmite os dados da pesquisa à imprensa local como sugestão de pauta.

O índice garante credibilidade à entidade como afirma a presidente da ADC-GO. “À nossa pesquisa, geralmente, as pessoas dão uma credibilidade. Quando a gente

⁹ O site da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás está disponível no seguinte endereço eletrônico: <<http://www.donasdecasa.com.br>>.



começou a fazê-las, iniciou um grande processo de promoções”¹⁰. A pesquisa sobre produtos da cesta básica contribui para reforçar no imaginário social o papel da dona de casa como a responsável por fazer o “milagre” de render o orçamento, de multiplicar a alimentação diária, de economizar, pechinchar para fazer com que o salário do marido seja o suficiente para colocar a comida na mesa.

A fiscalização da economia doméstica realizada pela Associação vai além do monitoramento de preços, utilizando, também, o boicote como instrumento de mobilização pública e de pressão contra os aumentos no valor dos produtos e mercadorias. A estratégia de promover painéis nas ruas, precisamente, na Praça dos Bandeirantes, em Goiânia, reflete rapidamente na sociedade. Já que como boas entendedoras de fazer render o orçamento e preparar a alimentação, a conclamação ao boicote é aceita pela sociedade como instrumento credível, principalmente, porque as mulheres donas de casa são mães, esposas, avós e, na hierarquia familiar, as mulheres são respaldadas em assuntos domésticos. Isso já faz parte de uma construção social. Também é preciso considerar que a Associação prima pelo valor da defesa do consumidor, tendo suas ações respaldadas pelo o órgão parceiro, o Procon Estadual.

Gestão da Comunicação na entidade

Os movimentos sociais incorporaram nos seus objetivos a necessidade de desenvolverem veículos de comunicação próprios como forma de divulgarem suas ações, atingirem um maior público e prestarem contas à sociedade. Em consonância a essa prática, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás criou recentemente, em 2008, uma diretoria de Comunicação, sob a gestão de Teresa Cortez, que inicia as atividades com principais demandas a serem cumpridas, como: a criação de um newsletter que levará informações selecionadas sobre a Associação para públicos específicos, como jornalistas e entidades parceiras; consolidar uma periodicidade ao jornal interno da entidade, o *Informativo da Associação das Donas de Casa* e atualizar as notícias divulgadas no site da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás.

O *Informativo da Associação das Donas de Casa* é publicação que possui quatro anos e foi planejada para ser bimestral. O jornal possui formato de 21,5 cm por 31,5 cm, com oito páginas e impressão colorida, possui uma tiragem de cinco mil exemplares, mas já chegou a circular com 10 mil exemplares, variação que ocorre

¹⁰ Entrevista com a presidente da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, Maria das Graças dos Santos, no dia 10 de junho de 2008, na sede da entidade.



conforme quantidade de patrocínios. As matérias são escritas por uma jornalista *freelance*. Ao contar com um meio impresso, a Associação das Donas de Casa de Goiás efetiva uma política de visibilidade que permite que as atividades sociais, culturais e de atenção às donas de casa sejam divulgadas. Nele, o objetivo inicial de representar favoravelmente as donas de casa encontra espaço garantido.

O Informativo sofre limitações comuns aos veículos de comunicação pertencentes aos movimentos sociais, como a dificuldade em manter a periodicidade devido à necessidade de buscar patrocinadores novos a cada edição, bem como o alto custo da impressão da tiragem dos jornais e também a ausência de um sistema de distribuição dos exemplares, cabendo a cada associada buscar o informativo na sede ou as líderes distribuírem junto às associadas.

Outro veículo de comunicação importante para a entidade é o site institucional - www.donasdecasa.com.br- que atende, principalmente, a um público especializado como jornalistas, pois, mensalmente, é divulgada a pesquisa de preços realizada pela entidade o que gera pautas de reportagem. Também, encontram-se a história de fundação da ADC-GO, os nomes que compõem a diretoria executiva e notícias retiradas de outros sites sobre alimentação, consumo e fotos de eventos promovidos pela entidade. Essas informações contribuem na promoção da entidade junto às empresas parceiras que podem pesquisar sobre a ADC-GO na internet.

Donas de casa na mídia

Este estudo procura analisar de que forma é vista a Associação das Donas de casa do Estado de Goiás na mídia impressa goiana. Para isso, foi realizada a análise de conteúdo em dois jornais, *Diário da Manhã* e *O Popular*. A escolha por utilizar na pesquisa os veículos impressos fundamentou-se no longo período de circulação dos jornais no estado de Goiás, sendo que o *Diário da Manhã* possui 29 anos de atuação no estado, e *O Popular* possui 70 anos de existência. A análise de conteúdo ocorreu por meio da seleção, coleta e análise de reportagens e notícias divulgadas entre junho de 2007 a junho de 2008 em que a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é citada nos dois jornais impressos.

A amostra de um ano é uma periodicidade considerável para verificar o impacto da Associação e traçar diretrizes que orientassem a pesquisa. Durante o período de junho de 2007 a junho de 2008, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) foi divulgada em 30 reportagens no jornal *Diário da Manhã*, sendo



que 28 delas são da editoria Economia, uma reportagem da editoria de Cidades e há também um Artigo de opinião. No jornal *O Popular*, a ADC-GO é citada em nove reportagens, sendo que todas pertencem à editoria de Economia. A partir desses números, pode-se afirmar que a Associação das Donas de Casa tem maior espaço de divulgação na editoria Economia, consolidando a entidade como órgão cujos valores são vinculados ao consumo ou à defesa do consumidor.

Metodologia

Para a elaboração da análise de conteúdo foi desenvolvida a pesquisa com base na análise temática de acordo com as propostas teóricas de *Bardin* (1997). As dez categorias (Pesquisa cesta básica; Orientação aos consumidores; Fala autorizada; Boicote; Denúncia; Crítica aos órgãos governamentais; Reconhecimento da atuação da entidade; Fiscalização; Parcerias; Participação em eventos de outras entidades) foram desenvolvidas a partir dos assuntos que mais se repetiam entre as matérias jornalísticas nas quais a Associação era citada. A unidade de análise escolhida foi a frase, ou seja, um ou mais períodos separados por ponto final, sendo que somente foram consideradas as frases pertencentes ao corpo do texto da reportagem as quais traziam especificamente as falas da Associação, não inclusos o título, subtítulo e olho.

Resultados

A partir da análise temática, nota-se que a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é apresentada no Jornal *O Popular*, associada à idéia de consumo, principalmente porque sua exposição concentra-se totalmente na editoria de Economia. E os grandes temas que geraram essas reportagens foram: cinco (5) reportagens tiveram como pauta a adulteração no leite de saquinho; três (3) foram sobre aumentos nos preços dos produtos da cesta básica; e uma (1) foi sobre a produção de leite. Desse modo, observa-se que os focos das reportagens concentraram-se em alimentação e preços de alimentos.

A análise de conteúdo revela diferenças nos valores-notícias dos dois jornais. Primeiramente, o *Diário da Manhã* se coloca muito mais aberto a conceder espaço para a Associação das Donas de Casa do que *O Popular*, já que a seleção revelou uma amostra de 30 reportagens para o *Diário da Manhã*, durante um ano, contra nove reportagens do Jornal *O Popular*. Os temas no *Diário da Manhã* são mais diversos, incluindo aumento nos preços, divulgação da pesquisa da cesta básica



realizada pela entidade, foco nos boicotes, adulteração do leite, irregularidades com bens de consumo. Já *O Popular* revelou-se concentrado no caso da adulteração do leite de saquinho.

Os focos das matérias em que a ADC-GO é citada revelam discrepâncias entre os dois jornais. Enquanto o *Diário da Manhã* destacou-se na divulgação das pesquisas da cesta básica (57 frases, ou seja, 36,53% divulgam a pesquisa de cesta básica promovida pela Associação das Donas de Casa, de um total de 156 frases sobre a ADC-GO pertencentes às 30 reportagens). O jornal *O Popular* apresenta a entidade mais associada aos boicotes (sete frases, equivalente a 21,87%, referem-se aos boicotes promovidos pela Associação, de um total de 32 frases pertencentes a nove reportagens analisadas no jornal).

Considerações finais

Conhecer a realidade das donas de casa da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) revela que a atuação das mulheres do lar sofreu transformações por meio do agir coletivo, da mobilização em prol de direitos e da valorização delas enquanto multiplicadoras. A Associação das Donas de Casa desenvolve no estado à força de um movimento social, no qual as dificuldades financeiras, materiais e de recursos humanos são superadas pela criatividade de pensar soluções coletivamente. Proporcionando o empoderamento das donas de casa junto às suas comunidades.

O sucesso na mobilização realizada pela ADC-GO está no fato de desenvolver suas ações próximas às suas associadas, mantendo redes sociais locais de atuação da entidade em grande parte do estado de Goiás. A descentralização do movimento, com a formação de líderes nos bairros e municípios goianos, reforça o valor de uma entidade que dialoga horizontalmente com seu público interno, ou seja, concede espaço para que, conjuntamente, as donas de casa opinem, participem e contribuam com o movimento.

É dessa forma que a intervenção da Associação se expande em Goiás. Além do mais, a característica de tornar suas ações públicas, realizando boicotes nas praças, conclamando, por meio da imprensa, a população a boicotar produtos. Desse modo, a Associação das Donas de Casa consolida, ainda mais, seu impacto social.

A análise dos dois jornais impressos, *Diário da Manhã* e *O Popular*, possibilitou verificar que a Associação tem garantido espaço e identidade junto à mídia



com maior atenção à defesa dos consumidores. Nesse sentido, ao conceder o espaço para a Associação falar sobre relações de consumo, forma-se na sociedade a identificação das donas de casa como aquelas que estão atentas aos preços nos supermercados, que fazem milagres no orçamento, que sabem escolher o melhor dos alimentos e aproveitá-los. Reforçam a representação das donas de casa na sociedade consolidando, no ideário coletivo, a assimilação de que dona de casa e consumo são costumes naturais.

Na análise, conclui-se também que o lado social da entidade não é divulgado em nenhum dos dois jornais, já que grande parte das reportagens tratava sobre temas de Economia. Noutra via, cabe aos movimentos sociais viabilizar melhores condições de divulgação de suas ações culturais, preocupando em agregar um número grande de pessoas aos seus atos, selecionar os temas para cada seção do jornal e adequar os eventos à linguagem dos meios de comunicação.

O grupo social composto pelas donas de casa de Goiás é o maior beneficiado com a existência de um movimento mobilizador como é a Associação das Donas de Casa. Isso, porque a atuação significativa da entidade resulta na obtenção de direitos e benefícios para a categoria. Assim, a cidadania participativa torna-se a melhor forma para que o governo atenda às necessidades dos cidadãos, já que o coletivo tem força e é capaz de mobilizar os instrumentos legais para obtenção de direitos.

Referências bibliográficas

AMARAL, Célia Chaves Gurgel do Amaral. Economia doméstica e as discussões sobre gênero. In: **Revista Múltipla**, vol. 4, n°6. Brasília: União Pioneira de Integração Social-UPIS, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

FERNANDES, Rubem César. **Privado porém público: o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume- Dumara, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOHN, Maria da Glória Marcondes (Org.). **Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.



GOSDAL, T.C. Diferenças de gênero e discriminação no trabalho. In: PENIDO, Laís de Oliveira. (Org.). **A igualdade dos gêneros nas relações de trabalho**. Brasília; ESMPU, 2006.

LOBO, Elizabeth. **O Gênero da Representação: Movimento de mulheres e representação política no Brasil (1980-1990)**. Disponível em:

<http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_17/rbcs17_01.htm> Acesso em: 16 set. de 2008.

NETO, Francisco de P. de Melo; FROES, César. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: QualityMark, 2002.

PENA, Maria Valéria Junho. **Mulher e trabalhadoras**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos Movimentos Populares: A participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.