

A MULHER NEGRA E A MÍDIA

IZADORA CALVETTI SOUZA¹; CARLA SILVA DE AVILA³

¹Universidade Católica de Pelotas 1 – izardora_rs@hotmail.com 1

²Universidade Católica de Pelotas – sociocarla@gmail.com

³Universidade Católica de Pelotas – sociocarla@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende expor algumas dificuldades que as mulheres passam durante muitos anos devido o simples fato do gênero. As mulheres negras acabam por sofrer mais preconceitos e com o machismo da sociedade.

Na mídia, a mulher negra acaba por sofrer com estereótipos impostos, geralmente elas aparecem marginalizadas e nunca como as mulheres que dão certo na vida, que conquistaram algo importante. O sexismo e o racismo que de certa forma estão naturalizados e acabam afetando a vida das mulheres e principalmente as negras.

A mídia invisibiliza a presença das mulheres negras nas produções jornalísticas e impõem alguns estereótipos de gênero, raça e etnia. Essa combinação usada nos estereótipos acaba violando os direitos humanos e quem menos deveria contribuir com os preconceitos, a mídia, contribui para um Brasil com alto teor de desigualdades.

A mídia tenta mostrar para as pessoas que tem um lugar de defensora e com liberdade de expressão, mas possui dificuldades de mudar a linguagem e propor mudanças que acabem com o tratamento preconceituoso contra as mulheres e em especial às negras.

2. METODOLOGIA

A proposta metodológica utilizada neste estudo visa desenvolver uma pesquisa qualitativa sendo ela, documental e bibliográfica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Brasil vem a alguns anos mudando os índices de país desigual, mas ainda carrega alguns fardos de uma infraestrutura inadequada na sociedade. Ao mesmo tempo em que o governo estabelece novas metas de superação da pobreza, ainda persistem desigualdades de gênero, raça e etnia. As mulheres continuam a carregar os fardos da pobreza, da desigualdade e da violência, especialmente as mais pobres, rurais, negras e indígenas, que continuam a experimentar exclusão social.

Todas essas desigualdades nas relações de gênero, raça e etnia não são apenas no Brasil. Em todas as sociedades e as diversas culturas é comum imperar os valores, atitudes, costumes e práticas de autoridade masculina sobre as mulheres, incluindo a percepção de violência naturalizada sobre as mulheres. E é comum se somar a percepção naturalizada do racismo e do etnocentrismo.

Tudo isso contribui para uma posição de desigualdade e sujeição das mulheres aos homens. Há uma grande desigualdade entre mulheres e homem historicamente construído, há um percentual populacional sujeito a agressões, humilhações e outros tipos de violências baseadas em gênero e raça.

Apesar de movimentos sociais e grupos lutarem contra a construção de uma mídia racista e anti-sexista, é comum a imprensa utilizar estereótipos e uma linguagem depreciativa sobre as mulheres, acabando por invisibilizá-las em seus conteúdos.

Por conta da discriminação combinada de gênero, raça e etnia e, ainda da prevalência de uma visão eurocêntrica da mídia, as mulheres negras e indígenas estão entre as mais afetadas na escala das desigualdades que persistem no Brasil. Elas vivem sobre o impacto da negação cultural e enfrentam danos emocionais gerados pela violência doméstica. Ou seja, a luta das mulheres pela inserção de uma representação feminina isenta de estereótipos, pela adoção de uma linguagem de gênero não discriminatória e pelo reconhecimento da participação das mulheres em vários setores da sociedade não alcançará a sua plenitude sem o combate às práticas e mecanismos de exclusão racistas e etnocêntricos presentes na mídia em relação às mulheres negras e indígenas, sobretudo. (BASTHI, 2011, p 18)

A igualdade no tratamento de homens e mulheres no âmbito de oportunidades ainda está longe de ser atingida, sobretudo entre mulheres negras. No caso da mídia, o mercado de trabalho também apresenta este tipo de tratamento contra as mulheres. As mulheres jornalistas sofrem assédios e são expostas cotidianamente às discriminações. (BASTHI, 2011)

As mulheres já são maioria nas redações e desempenham as mesmas funções dos jornalistas homens, mas ainda assim não ocupam cargos de chefia, ganham menos e alguns casos os homens são mais procurados para fazer as pautas com maior impacto na opinião pública.

Do ponto de vista étnico e racial, há pouca presença de jornalistas negras e indígenas nas redações e nos respectivos postos de comando. Essa rara presença das trabalhadoras negras e indígenas indica uma estrutura ocupacional pouco plural, fortalece a invisibilização dos problemas que afetam as mulheres negras e indígenas e favorece a visão deslocada e estereotipada da realidade desses grupos. (BASTHI, 2011, p 20)

Em geral a situação das mulheres e principalmente das negras é mais vulnerável. Enfrentam as piores condições de vida, os maiores obstáculos para chegarem ao mercado de trabalho e os piores salários. As negras estão excluídas até mesmo das profissões de mais prestígio, seja por que foram discriminadas ou não foram estimuladas a seguir essas profissões.

Já nas atividades domésticas é uma ocupação historicamente destinadas as mulheres, até mesmo nos dias atuais. Muitas delas por não conseguirem estudar ou até por que antes as meninas eram levadas para casas de família com a desculpa de serem cuidadas, mas na verdade tinham que cozinhar e cuidar dos filhos dos “seus” padrastos acabaram por possuir como única forma de sustento ser empregada doméstica. E apesar de hoje as empregadas domésticas terem conseguidos muitos direitos, ainda assim é uma profissão com baixos salários e elevada jornada de trabalho.

A cultura autoritária e machista nos serviços de saúde é a principal causa de violação dos direitos humanos dos pacientes, principalmente das mulheres. Muitas mulheres são negadas ao direito de

serem atendidas pelo sistema único de saúde e nos partos, por exemplo, não tem o direito de ter o filho do modo que quiserem.

De acordo com o Relatório Anual das Desigualdades Raciais no Brasil 2009-2010, as mulheres pretas e pardas, que formam a grande massa que busca atendimento na saúde pública, seja para si ou para seus entes familiares, têm dificuldades de acesso ao serviço. Segundo os dados, 40,9% das pretas e pardas nunca haviam feito mamografia contra 22,9% das brancas. (Basthi, 2011, p 24)

No Brasil há uma desigualdade histórica sobre as mulheres em relação a elas alcançarem os cargos mais altos e com poder de decisão. Na política há pouca participação das mulheres também, a pesar haver a lei de cotas, onde é obrigatório um percentual de 30% para as candidaturas femininas nos partidos políticos. Onde também é comum ver todo esse modo como a sociedade trata a mulher é na publicidade, é ela que vende um produto em cima do que a sociedade pensa sobre homens e mulheres. Segundo Silva, 2000 a publicidade masculina insiste na regra de mostrar o homem como rigoroso e inflexível, como sua conduta fosse sempre assim. Mostra também como se eles não tolerassem fracassos e são seletos. E remetem este gênero as virtudes militares e puritanas. Já para as mulheres não é mais o rigor e a seletividade, mas a solicitude. Segundo a autora “No fundo, continua-se a convidar os homens a brincar de soldadinhos e as mulheres a servirem de bonecas consigo próprias”. (SILVA, 2000 p. 18)

É comum notar que o sexo feminino quando mostrado nos comerciais é sempre remetido a servil e sedutor. “O mundo representado pela mídia é um mundo cor-de-rosa, onde pouco se fala de desigualdade nas relações de gênero”. (Silva, 2000 – p 17)

4. CONCLUSÕES

A mídia tem um grande desafio daqui pra frente para superar os padrões impostos pela sociedade e que prevalecem nos seus conteúdos. Os jornalistas devem contribuir para a desconstrução de crenças e costumes que contribuem para a estrutura social racista e sexista.

O jornalismo precisa melhorar nas suas análises que envolvem povos historicamente marginalizados pela sociedade e reconhecer as suas demandas contribuindo para acabar com os problemas que os afetam e os vitimizam.

As redações devem mudar o tratamento oferecido as mulheres e pensar na diversidade de gênero e raça investindo em jornalistas preparados e capacitados para trabalhar bem com esses aspectos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BASTHI, Angélica. **Guia para jornalistas sobre gênero, raça e etnia**/ Angélica Basthi(organização e elaboração) Brasília: ONU Mulheres, Federação Nacional dos Jornalistas, Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia, 2011.

Artigo

SILVA, Merli Leal. **Publicidade e papéis de gênero**. In: Revista FAMECOS, nº 12. Porto Alegre; EDIPUCRS, 2000.