



Entrevistas

A academia é um espaço para promover a mudança

Entrevista com Tatau Godinho

Carlos Costa

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes/USP

Coordenador do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero

E-mail: ccosta@casperlibero.edu.br

No texto *Feminismo, prática política e teoria social*, a secretária de Políticas do Trabalho e Autonomia Econômica das Mulheres da Secretaria de Política para as Mulheres da Presidência da República, Tatau Godinho, pontua a definição do feminismo como “a teoria e a prática da luta pela libertação das mulheres”. Nesta entrevista, também o descreve como uma expressão política: afinal o movimento é fundamentado na igualdade efetiva entre as relações sociais de gênero, tanto no âmbito privado quanto no público.

Tatau Godinho é doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), com especialização na área de participação política e políticas públicas de gênero. Militante do movimento feminista desde os anos 1980, ocupa cargos públicos desde 2001, quando assumiu a Coordenadoria Especial da Mulher da Prefeitura de São Paulo, até 2004; em 2005, como subsecretária de Programas e Ações Temáticas da Secretaria de Políticas para as Mulheres; e a partir de 2011, quando foi convidada para ser assessora especial da Ministra Eleonora Menicucci, na Secretaria de Políticas para Mulheres. Nesta entrevista, Tatau Godinho discorre sobre as atuais políticas para as mulheres, sobretudo no ramo do trabalho, e as reverberações do feminismo nas relações sociais.

Communicare - O que é ser feminista?

Tatau Godinho - Ser feminista é comprometer-se em garantir a igualdade entre homens e mulheres. Na minha perspectiva, a feminista não pode ser passiva, nem individualista e pensar somente em seu umbigo, ela deve ver o conjunto das mulheres e atuar a partir disso. O feminismo, ao mesmo tempo em que é uma ideologia, é também uma prática. O que me torna feminista é o desejo e o comprometimento de construir a igualdade entre homens e mulheres. É também indignação em não aceitar a desigualdade, o lugar fixo, submisso e desvalorizado impostos às mulheres. Creio que não houve um momento em que me tornei feminista e sim um contexto: foi na saída do Ensino Médio para a Universidade, nos anos 1970, quando o tema feminismo estava em voga e se mesclava com a luta contra a ditadura militar. Foram duas questões que combinavam: ser militante, de esquerda e feminista. Foi uma época importante para que eu percebesse o papel subordinado a que a mulher era submetida e a partir daí me comprometer em mudar esse quadro.

Communicare - Atualmente, há um boom de projetos, parcerias, palestras sobre o feminismo. Esses projetos dão maior visibilidade para a causa? Que atitudes mais deveriam ser abordadas a fim de sensibilizar um público maior?

TG - São projetos positivos que envolvem muita gente importante, algo que ajuda a mobilizar a causa das mulheres. A Marcha Mundial das Mulheres é um exemplo, e nela é feita uma batucada feminista. É necessário combinar diferentes

tipos de ações, tanto a ação direta que visa alterações nas práticas de homens e mulheres, quanto as mais simples. É preciso buscar novas formas de se relacionar e repensar o cotidiano.

Communicare - Que atitudes países como a Suécia, com alto percentual de igualdade entre homens e mulheres, tomaram para chegar a essa condição?

TG - Antes de as mulheres terem um espaço igualitário nesses países, foi necessária muito luta. Cada país tem sua história de conquistas e diferentes processos de organização e mobilização. Por exemplo, na Suécia, a licença paternidade foi feita com muita luta. A princípio o projeto de lei garantiria licença parental de até 12 meses, sendo 3 meses cumpridos pelos homens. Hoje, o homem e a mulher têm direito a um ano e quatro meses de licença. Assim, nós percebemos que esses direitos foram incorporados com muitos anos de luta.

Communicare - Quais são as medidas governamentais para melhorar as condições trabalhistas das mulheres?

TG - Fazemos o acompanhamento das leis que tramitam no Congresso. Um dos nossos trabalhos é a Legislação de Igualdade no mundo do trabalho, que com o decorrer dos anos, infelizmente, tem sido muito modificada e simplificada. Também acompanhamos a questão da lei das domésticas, pois é importante ampliar os direitos de uma categoria de trabalho majoritariamente feminina. Depois, temos agora a licença maternidade para as mulheres militares, que não existia e passou para 180 dias. Outra questão é a ampliação do salário mínimo que reflete no maior rendimento feminino, considerando que as mulheres ocupam as faixas salariais mais baixas. Atuamos na capacitação de profissional feminina em áreas não tradicionais, como mecânica, engenharia – existe uma divisão sexual do trabalho que é naturalizada e impede o pleno desenvolvimento feminino em certos postos.

Communicare - Como analisa o recente interesse de partidos políticos pela participação das mulheres e a implantação de cotas para candidatas?

TG - Os partidos perceberam desde os anos 90 que não conseguem ter influência sem a participação feminina. A mulher ocupa, historicamente, menos de 10% das cadeiras políticas, por isso é importante criar as cotas. Todavia, essas cotas têm pouca eficácia numa sistema de voto individualizado. É como um vaso de planta com um buraco embaixo, você rega, mas a planta não absorve os nutrientes necessários. Quando houver uma reforma política e voto por meio de uma lista partidária, as cotas serão um fator importante para a maior participação feminina na política.

Communicare - Onde mora o machismo?

TG - A desigualdade e a discriminação se expressam em pequenas e grandes coisas. Desde olhares de superioridade de um homem perante uma mulher, comentários e elogios desclassificatórios. Uma vez, quando estive numa convenção com diversos empresários, era a única mulher na mesa de debate e um deles disse “É muito bom quando encontramos uma mulher inteligente”. O tipo de elogio desnecessário, que é mais um rebaixamento. Os meios de comunicação disseminam esses valores quando produzem propagandas sexualizadas do corpo feminino, ampliando a percepção das pessoas e reforçando padrões. Sempre surge a questão de regulamentar ou não propagandas desse gênero, e costuma não haver regulamentação pois teme-se que a censura seja reintroduzida. O Conar revela-se tímido com relação a essa visão das mulheres na publicidade. No entanto, é correto sim, um debate sobre o tema e que muitos desses conteúdos sejam criticados, afinal estão reforçando a sexualização, a subordinação feminina e o machismo.

Há o Projeto de Lei de Igualdade, que propõe criar um comitê interno de igualdade dentro das empresas, algo semelhante ao CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes). Seria interessante para que cada local de trabalho enxergue suas práticas e promova maior igualdade. Além disso, há o programa Proequidade de Gênero e Raças, criado em 2005, no qual Médias e Grandes Empresas fazem adesão e criam políticas de igualdade, obtendo um selo de empresa que promove a igualdade. É interessante propor tais medidas, porque no âmbito do trabalho é bastante difícil detectar quando uma mulher e um homem possuem cargos iguais e salários diferentes, às vezes a diferença entre “Gerente” e “Gerente-assistente” não existe, mas a denominação garante que disparates na remuneração passem despercebidos.

Communicare - A reeleição da presidente Dilma facilita a ampliação dos direitos femininos e maior espaço no mercado de trabalho?

TG - Ter uma presidenta mulher influencia muito a imagem e os valores nacionais, além de mostrar que, sim, o espaço político também é feminino. Contudo, vale ressaltar que os meios de comunicação não demonstram o respeito ideal como faziam com um presidente homem, reforçando a imagem da mulher na Presidência, desde a roupa, o corte de cabelo, o peso. Nunca ficaram comentando a gravata que “o” presidente usava em tal reunião. Mas, o lado positivo é inegável. Incentiva as mulheres a se verem em altos cargos e a repararem que a política também está aberta a elas.

Communicare - Ao pensar o feminimos, é comum associá-lo à questões de

gênero e a agenda LGBT. Esses temas conversam entre si?

TG - A luta LGBT e a luta feminista são movimentos que se combinam o tempo todo. Não é ilegítimo que tenham projetos próprios. Ambas atuam contra a opressão das liberdades sexuais. Tanto a luta LGBT precisa de reivindicações feministas e vice-versa. Dessa maneira, o debate se torna possível e potencializado.

Communicare - Qual influência as universidades, centros de pesquisa e academias têm sobre a questão feminista? O fato de o tema ser debatido no meio acadêmico legitima o movimento?

TG - As universidades devem discutir e elaborar teorias sobre como o conceito de gênero interfere nas práticas sociais e a vida cotidiana. Fortalece o debate e a disseminação da causa. A academia deve ser ativa e colaborar para que as mudanças concretas aconteçam, fazendo projetos e trabalhando com núcleos. Refletir políticas públicas e se vincular a um movimento são também opções para que assim se construa um espaço de mobilização. A academia cria um espaço de efetividade e ajuda a promover visões de mudança na sociedade.

O texto recebeu contribuições de Alana Claro, estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero.

