



08/07/2019 07:23 - Uma das mais poderosas ferramentas de perpetuação do machismo é a propaganda nossa de cada dia



Justamente para debater o machismo e suas consequências nefastas que foi realizado na noite da sexta-feira (05) um auspicioso Seminário com o tema: “Assédio Sexual, feminicídio e outras violências contra a mulher: Por que falar de feminismo hoje?”. O evento foi organizado pela Defensoria Pública de Rondônia, com o apoio do Ministério Público do Trabalho (MPT), na sede deste, e foi destinado aos operadores do direito, acadêmicos e sociedade em geral.

Este artigo visa apenas divulgar a realização deste importante evento, pois não teria como tratar neste espaço a amplitude dos debates ocorridos, e abordar a questão do machismo na publicidade/propaganda. Feito este esclarecimento, não poderia deixar de registrar o brilhantismo das palestrantes, que foram Juliana Souza Pereira, advogada formada pela PUC/SP e assessora da primeira deputada trans de São

Paulo, Anna Candida Serrano Procuradora do Estado de São Paulo e Margarete Gonçalves Pedroso, também, Procuradora do Estado de São Paulo.

Inicialmente, merece registro a magistral apresentação da artista Taine Sales, que interpretou uma mística arrebatadora, com impressionante capacidade de sensibilizar a todos, mulheres e homens, quanto à condição da Mulher em pleno século XXI, onde predomina inúmeras formas de violências, algumas mais visíveis outras praticamente imperceptíveis, subliminares, estas, nem por isso menos deletérias. Um vídeo amador da apresentação, feito com celular no link: <https://www.facebook.com/itamar.sf/videos/1382253198579427/>

O tema da propaganda foi uma das questões abordadas no seminário pela Procuradora Anna Candida. Os comerciais, com viés machista, normalmente fazem a “objetificação” da mulher. Este termo foi cunhado na década 70 e consiste em analisar um indivíduo como objeto, sem considerar seu emocional ou psicológico. Nos comerciais a Mulher aparece numa condição subalterna, de inferioridade, quando não humilhante.

Um dos (mau)exemplo citado no seminário foi um comercial de cerveja negra, tipo Malzbier, da marca Devassa: no material publicitário aparecia a garrafa da tal cerveja ao lado da imagem de uma mulher negra, com pouca roupa e a mensagem: “É pelo corpo que se reconhece a verdadeira negra. Devassa negra, encorpada, estilo dark, ale de alta fermentação, cremosa...”. Foi veiculada em 2010 e 2011, causando grande polêmica.

Uma segunda propaganda citada é a de um produto de limpeza que mostra uma dona de casa sentada, após cumprir com maior rapidez suas obrigações domésticas, graças aos poderes ‘miraculosos’ de limpeza do tal produto, com a seguinte mensagem: “Agora que a casa está limpinha, você pode começar aquele projetinho pessoal que vc sonhou. Músculos à obra!”. Dispensa comentários.

O poder da publicidade da indústria é gigantesco, a propaganda cria necessidades, incute e reproduz valores, estimula comportamentos, dentre outros efeitos sobre o conjunto da sociedade.

No Seminário, o autor deste artigo apresentou uma proposta para se realizar uma ampla campanha, estimulando as/os consumidoras/es a evitarem comprar produtos de marcas que fazem propagandas que desvalorizam o papel da mulher na sociedade e reforçam comportamentos machistas. Poderia se começar criando um cadastro de “Lista Suja das propagandas machistas”. Mas, sempre há esperança de dias melhores, como neste bom exemplo de propaganda da “Veja Gold” no link a seguir: <https://youtu.be/8beQvCwKEjQ>

** Itamar Ferreira é bancário, sindicalista, formada em administração de empresas, pós-graduado em metodologia do ensino superior, advogado, pós-graduando em direito e processo do trabalho.*

Fonte: Itamar Ferreira

Notícias RO