

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA
COMUNICAÇÃO SOCIAL- JORNALISMO

MAYARA JORDANA SOUSA SANTANA

**ASSOCIAÇÃO DAS DONAS DE CASA DO ESTADO DE GOIÁS:
DO LAR ÀS PÁGINAS DE JORNAL**

Goiânia
2008

MAYARA JORDANA SOUSA SANTANA

**ASSOCIAÇÃO DAS DONAS DE CASA DO ESTADO DE GOIÁS:
DO LAR ÀS PÁGINAS DE JORNAL**

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Comunicação e Cidadania.

Orientador: Prof. Dr. Juarez Ferraz de Maia

Goiânia
2008

Santana, Mayara Jordana Sousa.

Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO): do lar às paginas de jornal [manuscrito]/

Mayara Jordana Sousa Santana. – 2008.

108 f.

Referências.

Dissertação (Trabalho de Conclusão de Curso) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, 2008.

1. Movimentos sociais. 2. Donas de Casa. 3. Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás.

MAYARA JORDANA SOUSA SANTANA

**ASSOCIAÇÃO DAS DONAS DE CASA DO ESTADO DE GOIÁS:
DO LAR ÀS PÁGINAS DE JORNAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, para a obtenção do título de Bacharel, apresentado em 17 de novembro de 2008, pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Juarez Ferraz de Maia - UFG
Presidente da Banca

Prof.^a Dra. Maria Luiza Martins de Mendonça - UFG
Professora Convidada

Aos meus pais, grandes incentivadores e senhores da paciência. Ao meu orientador, Prof. Juarez Maia, por acreditar neste estudo quando ainda era só uma idéia.

AGRADECIMENTO

À Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO), cuja dedicação estimulou o desenvolvimento desta pesquisa. Agradeço pelas experiências proporcionadas durante a convivência com as donas de casa pertencentes à entidade.

RESUMO

O objetivo desse estudo é compreender a organização da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO), analisando as ações de mobilização da entidade e identificando os fatores que contribuem na inserção das donas de casa em um movimento social. Para isso, foram realizadas entrevistas com as diretoras da entidade e associadas com a finalidade de se obter informações. O estudo relaciona 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. Verifica-se a tematização realizada pelos veículos impressos ao conceder espaço para a Associação a qual assume clara influência em assuntos sobre consumo nas reportagens. Serão abordadas ao longo do texto as reflexões dos autores, Cicilia Peruzzo, Maria da Glória Gohn e Serge Moscovici, que contribuem no desenvolvimento teórico sobre movimentos sociais e identidades coletivas.

Palavras-chave: Movimentos sociais. Donas de Casa. Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás.

SUMÁRIO

RELATOS SOBRE O ESTUDO.....	9
INTRODUÇÃO.....	11
I. MOVIMENTOS SOCIAIS	14
Movimentos sociais no Brasil	14
A construção histórica da cidadania feminina.....	17
Mulheres: coadjuvantes nos movimentos sociais.....	20
A emancipação das donas de casa	22
II. LÍDERES, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DAS DONAS DE CASA E AÇÕES REALIZADAS	26
Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás.....	26
Fundação.....	26
Missão.....	29
Líderes, mulheres na gestão dos movimentos	29
Representações sociais das donas de casa	32
Redes sociais locais	35
Ações promovidas pela ADC-GO	37
Dia da beleza	38
Pesquisa cesta básica	40
1º Encontro das Donas de Casa.....	42
Patrocínios e políticos.....	44
Parcerias.....	45
Direito à aposentadoria.....	46
Boicote.....	48
III. A CRIAÇÃO DA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO	50
Informação Interpessoal	50
Informativo da ADC-GO.....	51
Radiodifusão.....	54
Internet.....	56
Donas de casa na mídia	57
Diário da Manhã	59
O Popular.....	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXO 1 – Entrevista com a presidente da ADC-GO.....	70
ANEXO 2 – Entrevista com a diretora de comunicação ADC-GO	79
ANEXO 3 – Entrevista com diretora social cultural ADC-GO.....	83
ANEXO 4 – Entrevista com a vice-presidente ADC-GO	84
ANEXO 5- Entrevista com voluntária ADC-GO	89
ANEXO 6- Entrevista com três associadas ADC-GO.....	92
ANEXO 7- Entrevista com associada e líder no bairro Hilda.....	95
ANEXO 8- Entrevista com associada ADC-GO	98
ANEXO 9- Transcrição da entrevista ao jornal clique.....	101
ANEXO 10- Capa do Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás ..	105
ANEXO 11- Reportagem Diário da Manhã	106
ANEXO 12 – Reportagem O Popular	108

RELATOS SOBRE O ESTUDO

Ao estudar a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO), constatou-se o quanto as donas de casa, enquanto cidadãs, têm omitida sua atuação como sujeito ativo na sociedade. É difícil encontrar em livros a colaboração dessas mulheres nas lutas sociais, é ainda mais raro verificar a participação das donas de casa na mídia, como se o grupo não possuísse legitimidade como fonte de informação, ou mesmo, que o conhecimento que elas possuem sobre lar, família e economia, não tem relevância social.

Paralelamente a esse contexto, desponta em Goiás um movimento social que se propõe a modificar a situação de inferioridade das donas de casa em relação a outros grupos sociais. O interesse pela Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) surge após o contato inicial no qual notou-se a capacidade de mobilização da entidade.

As ações da ADC-GO são capazes de englobar mulheres de variadas classes sociais que desempenham, exclusiva ou esporadicamente, os afazeres domésticos, como limpeza do lar, cuidado com os filhos, compra da cesta básica, etc. Inicialmente, o estudo de campo revelou que para se compreender como a Associação é capaz de reunir donas de casas dispersas em um só coletivo, necessitaria compreender os anseios, os tabus, as carências do movimento e de suas associadas.

As entrevistas com as diretoras executivas, com as associadas e a participação em alguns eventos da Associação, como Dia da beleza e o 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs, proporcionaram uma grande aproximação com o universo da entidade. Foi por meio desses contatos que se verificou o quanto as donas de casa carecem de benefícios, como uma aposentadoria que contemple o maior número de donas de casa, uma melhor instrução sobre sexualidade, valorização da auto-estima e outros temas.

A convivência com o grupo ocorreu de maneira tão positiva que a pesquisadora teve a oportunidade de contribuir escrevendo reportagens para o jornal interno, o *Informativo das Donas de Casa do Estado de Goiás*, edição julho/agosto. Porém, essa edição do jornal acabou não sendo impressa, devido a não concretização do contrato com a gráfica que iria imprimir o jornal. A experiência revelou a dificuldade na edição do jornal pelo movimento social, além da relação delicada entre a Associação e patrocinadores.

Após a coleta de dados, iniciou-se a elaboração do trabalho. Para nortear o embasamento teórico sobre movimentos sociais, três autores, Cicilia Peruzzo, Maria da Glória Gohn e Serge Moscovici, fundamentaram as reflexões. As duas autoras, Peruzzo e Gohn, contribuíram no estudo sobre o papel da dona de casa em sociedade e a organização de um movimento social.

O autor Serge Moscovici colaborou com o estudo, pois discorre sobre a formação de identidades no senso comum dos indivíduos, até a reavaliação de conceitos. Nesse sentido, o autor torna-se importante na pesquisa, porque além da necessidade em se compreender a organização de um movimento social, é preciso discutir as construções simbólicas que orientam as condutas em sociedade, sendo que a representatividade simbólica hierarquiza os grupos sociais. Desse modo, é fundamental compreender de que maneira a Associação consegue com que suas associadas valorizem-se enquanto donas de casa e passem a agir ativamente mobilizando-se em benefício da categoria.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre movimentos sociais no Brasil revelam a importância que eles adquiriram desde os anos de 1980, quando elaboraram uma pauta de reivindicação com vista à garantia de direitos de determinados grupos, que lutavam por demandas sociais negligenciadas ou mal atendidas pelo Estado.

Apesar da ampla bibliografia elaborada sobre a temática dos movimentos sociais, há aspectos dentro do contexto histórico brasileiro que merecem serem estudados. Nesse sentido, o presente trabalho seleciona o grupo das donas de casa pertencentes à Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO).

A escolha pela Associação surge em função do caráter diferenciado da entidade, fruto da organização do movimento popular de donas de casa, originado em 1996, a partir de reuniões em residências no bairro Morada do Sol, em Goiânia, Goiás. A entidade tem como objetivo formar donas de casa conhecedoras de seus direitos e multiplicadoras de conhecimentos.

Atualmente, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás possui representantes em 35 bairros de Goiânia e, aproximadamente, 100 líderes nos municípios goianos. Com cerca de 12 mil associadas, a ADC-GO contempla demandas como a profissionalização das donas de casa, a luta pelo direito à aposentadoria, realiza pesquisa de preços de produtos, estimula a auto-estima das mulheres do lar, etc. A Associação possui, também, uma atuação relevante na exigência do cumprimento dos direitos dos consumidores.

Ao analisar uma Associação que se propõe como representante das donas de casa goianas, o estudo relaciona assuntos como representações sociais, organização, mobilização e identidade midiática dessa parcela da sociedade. Desse modo, o interesse da pesquisa está em avaliar a capacidade de organização da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) na construção de uma identidade representativa entre as associadas.

Diferentemente do que é apresentado na imprensa goiana, que divulga a imagem da Associação vinculada apenas à defesa dos direitos dos consumidores nos jornais impressos. Para as associadas, a ADC-GO é um órgão que valoriza a participação das donas de casa e põe em prática projetos de atenção às mulheres.

Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com a presidente, a vice-presidente, a diretora de comunicação e a diretora social cultural da ADC-GO, com a

finalidade de obter informações capazes de acrescentar à pesquisa experiências, vivências e sentidos, além de verificar que compreensão as líderes da Associação possuem sobre a relação movimentos sociais e seus impactos.

Na pesquisa, também, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com seis associadas. Estratificada em relação à idade, nível de escolaridade, filhos e local de moradia, essa amostragem aleatória por subgrupos não pretende quantificar uma representatividade dentro do universo de donas de casa associadas, mas diagnosticar qual é a imagem da Associação entre seu público interno. Para confirmar se o que foi dito nas entrevistas realmente ocorre no dia-a-dia da entidade, utilizou-se também da técnica de observação não-participante, igualmente chamada de simples, assistemática, espontânea, informal ou não planejada, que torna o papel do pesquisador semelhante ao de um expectador.

Com o objetivo de verificar a identidade da Associação na imprensa goiana foi elaborada a análise de conteúdo dos jornais *Diário da Manhã* e *O Popular*, selecionando matérias jornalísticas em que a Associação das Donas de Casa foi citada durante o período de junho de 2007 a junho de 2008. O meio impresso foi utilizado como documentação de estudo devido à facilidade de armazenamento das reportagens dos veículos impressos, e ainda porque os dois jornais possuem juntos, mais de 40 anos de circulação no estado de Goiás.

A análise de conteúdo pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (...). A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e de recepção das mensagens, inferência esta que recorre a indicadores quantitativos, ou não. (BARDIN, 1997, p.38)

A revisão de leitura é apresentada no Capítulo I, que se refere aos estudos já existentes sobre movimentos sociais, com especial atenção à formação da cidadania feminina até a emancipação da dona de casa como agente de transformação social nos movimentos.

No Capítulo II, o estudo apresenta a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, desde sua fundação, a elaboração da missão e seus valores. Realiza uma abordagem sobre as donas de casa enquanto líderes da entidade, discorre sobre a valorização de uma identidade entre as associadas e desenvolve a atuação do movimento social tomando por base as redes sociais locais. É exposto, também, um panorama das principais ações realizadas pela entidade.

O Capítulo III explicita o gerenciamento da comunicação realizada pela entidade, com destaque para o surgimento da diretoria de comunicação da ADC-GO. São analisados o

Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, o programa de rádio e o site da Associação. Além disso, é realizada a análise de conteúdo das reportagens dos jornais *Diário da Manhã* e *O Popular* que citam a entidade. A pesquisa levanta inferências sobre a identidade da Associação reproduzida nesses dois veículos impressos.

Compreender a formação de uma entidade civil organizada e apreender como ela é representada na mídia possibilita que sejam abertos cada vez mais espaços nos meios de comunicação de massa, a fim de que os movimentos sociais consigam utilizar o potencial dos veículos de comunicação para criticarem as mazelas sociais, reivindicarem direitos, aumentarem sua influência na sociedade e, assim, garantirem uma democracia que respeite os interesses coletivos.

CAPÍTULO I

I. MOVIMENTOS SOCIAIS

Movimentos sociais no Brasil

A expansão dos movimentos sociais no Brasil ocorre no período do governo militar (1964-1985). O cenário político do país favoreceu ao desenvolvimento da ação coletiva pela sociedade civil diante da negligência de direitos. Nesse período, na ilegalidade, são formados os primeiros militantes não só no Brasil como na América Latina, pois a partir dos Golpes de Estado realizados pelas Forças Armadas nos países latinos, como Brasil, Chile, Argentina e Uruguai, crescem as manifestações que expressam a insatisfação com a crise política desses países. No Brasil, a aproximação entre as classes eclesiais, com destaque para a atuação da Igreja Católica, junto à sociedade carente e a busca pela transformação social favoreceram ainda mais o sentimento de reivindicação e contrariedade em relação ao Estado vigente.

No Brasil e nos países da América Latina, no final da década de 70 e parte dos anos 80, ficaram famosos os movimentos sociais populares articulados por grupos de oposição ao então regime militar, especialmente pelos movimentos de bases cristãos, sob a inspiração da Teologia da Libertação (GOHN, 2003, p.19).

A transição para a democracia, no início da década de 1980, permite a diversidade de reivindicações sociais, a expressão de sentimentos de oposição ao Estado e orientação para a garantia de direitos. Neste período expandem-se os movimentos sociais no Brasil. Gohn (2003, p.13) define que os movimentos sociais são “*ações coletivas de caráter sócio-político e cultural que viabilizam distintas formas da população de organizar e expressar suas demandas*”. De acordo com Peruzzo (1998, p.30), os movimentos sociais ampliam a gama de reivindicações, indo além das disparidades entre as classes sociais e passam a contemplar demandas sociais diversas.

Aos poucos, fomos descobrindo o mosaico heterogêneo do popular, onde convivem os espaços do subemprego e do biscate, do trabalhador por conta própria, o bóia-fria, o posseiro, o acampado, o meeiro, a doméstica e vários outras formas de assalariados urbanos e rurais. Mas os movimentos sociais não podem ser vistos só sob a ótica da produção e do trabalho. A esfera do sagrado e as expressões culturais também lhes definem contornos. (...) Essa ampliação dos movimentos sociais indica

o esgotamento da busca de um sujeito histórico protagônico (a burguesia no capitalismo, o proletariado no socialismo) que concentraria a capacidade messiânica de transformar a sociedade. (...) [Existe] uma pluralidade das presenças criativas (ou destrutivas) na história, com diversos e inesperados atores e seus respectivos movimentos. (SOUZA apud PERUZZO, 1998, p. 30)

A efervescência desses movimentos significa a capacidade de indivíduos pertencentes às mais diversas classes sociais de criarem uma identidade e se organizarem em prol de interesses coletivos. Em comum, todos eles tinham a necessidade de reivindicar, além de organizarem uma agenda de demandas sociais a serem atendidas. A pluralidade dos movimentos e de seus interesses elabora uma variedade de conceitos, “*as expressões movimentos sociais, movimentos coletivos, movimentos populares, entre outras, são usadas indistintamente, o que talvez reflita sua grande heterogeneidade em nossa sociedade*” (PERUZZO, 1998, p.38). Nesse sentido, cada autor cria categorias para estratificar os tipos de movimentos presentes na sociedade. Em *Comunicação nos Movimentos Populares*, Peruzzo (1998) estabelece a seguinte classificação:

1) Ligados aos bens de consumo coletivo

Trata-se aqui de associações (de moradores, favelados etc.), grupos (de mulheres etc.) e comissões que normalmente se organizam a partir do local de moradia e reivindicam melhorias no transporte coletivo e na coleta de lixo, por exemplo, ou o suprimento de carências nos campos da saúde, da educação e da segurança.

2) Envolvidos na questão da terra

O grande expoente é o Movimento Sem-Terra (MST), que luta pela reforma agrária e pelo acesso à terra enquanto meio de produção de bens para a sobrevivência.

3) Relacionados com as condições gerais de vida

São os movimentos que levantam a bandeira da preservação do meio ambiente, os que militam contra a alta do custo de vida e os que pleiteiam melhores condições de moradia, entre outros.

4) Motivados por desigualdades culturais

Podem-se arrolar, por exemplo, os que tocam à etnia e ao sexo, como o da cultura negra e o feminista, que não são recentes, mas se fortaleceram ultimamente.

5) Dedicados à questão trabalhista

Trata-se dos sindicatos e das oposições sindicais, que lidam mais de perto com os problemas salariais e as condições de produção nas fábricas, nas fazendas e em outros setores.

6) Voltados à defesa dos direitos humanos

Lutam contra a violação dos direitos da pessoa e contra a impunidade. São exemplos as comissões e os centros de defesa dos direitos humanos e o próprio Movimento Nacional de Defesa dos Direitos Humanos.

7) Vinculados a problemas específicos

São os que se voltam para determinados segmentos da população, como o Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, as associações de pais e mestres de escolas particulares, as associações de catadores de lixo (p.44-45).

Os movimentos sociais urbanos, os quais Gohn (1985, p.51) caracteriza como aqueles que “*se relacionam com a reprodução da força de trabalho*” e são orientados para

bens de consumo e “*contradições urbanas*”, como creches, transporte coletivo, água, etc. são os mais atuantes no final da década de 1980. São esses movimentos sociais que tomam as ruas, as praças e mobilizam publicamente as suas reivindicações. Valorizando, a mobilização em massa, a partir deles é retomada a ação e a idéia de que a participação popular deva ocorrer no espaço público, algo proibido na época da ditadura militar.

O início dos anos de 1990 marca a época de retração dos movimentos sociais, a desmobilização, a redução da militância orientada por ideologias e até a extinção de entidades. Gohn (2003) explica que os movimentos sociais diminuíram sua atuação, perderam a visibilidade, cessaram os protestos nas ruas e, desse modo, a mídia passou a conceder maior atenção para movimentos organizados como as Organizações Não-Governamentais (ONGs). Esse período de transformação dos movimentos sociais populares corrobora para a formação de novas identidades coletivas e dá continuidade aos projetos das entidades fundadas.

O enfraquecimento da mobilização dos movimentos sociais não deve ser compreendido como algo que ocorreu porque todas as demandas sociais foram atendidas, já que isso não é fato. Em uma democracia, é importante a participação da sociedade civil organizada para a reivindicação e garantia de direitos da comunidade.

O reconhecimento da multiplicidade e da diversidade de formas e processos organizativos, formalizados ou não, é exigência fundamental para que se possa entender a complexidade da ação política da sociedade civil brasileira. No entanto, há um diferencial claro, mesmo sendo importante a organização do Terceiro Setor e da responsabilidade social empresarial, entre outras iniciativas, o fortalecimento das organizações de base, autônomas e nascidas do esforço dos próprios excluídos é que poderá efetivamente afirmar sujeitos de direitos (individuais e coletivos) com força concreta, na transformação da realidade injusta (MOSER; RECH, 2003, p.39).

A etapa de retração foi primordial para renascer uma nova consciência nos movimentos sociais, que tiveram a compreensão da necessidade de se organizarem, de dialogar com o Estado e de buscar parcerias. Desse modo, desenvolve-se uma nova ordem social na qual a relação com o Estado, primeiro setor, é modificada, sendo que a comunidade torna-se sujeito ativo por meio da cidadania participativa.

Outro fator está na valorização da responsabilidade social por parte das iniciativas privadas, caracterizadas no segundo setor. Elas passam a gerir suas ações direcionadas não só, exclusivamente, pela lógica do mercado, mas tornam-se atuantes na promoção de interesses sociais, pois se atentam que os recursos aplicados em projetos direcionados à comunidade resultam em impactos positivos na imagem institucional. As transformações nas relações entre comunidade, Estado e empresas promovem o surgimento das instituições

sociais, como: “*entidades filantrópicas, entidades de direitos civis, movimentos sociais, ONGs, organizações sociais, agências de desenvolvimento social, órgãos autônomos da administração pública descentralizada, fundações e instituições sociais das empresas.*” (MELO NETO,199, p.4)¹ . Estabelecendo, assim, o terceiro setor que é composto por organizações sem fins lucrativos e não-governamentais que prestam serviços de caráter público.

Peruzzo (1998) sintetiza os momentos pelos quais os movimentos sociais devem passar até se consolidarem.

3.1. Mobilização

A população passou a mobilizar-se e a ocupar espaços públicos como as ruas e praças, para opor-se, denunciar e reivindicar (...)

3.2. Organização

Grandes esforços foram canalizados para o fortalecimento interno dos movimentos, envolvendo sua institucionalização (estatutos, sede, etc.), a conscientização, mobilização e formação política dos participantes, além de ações coletivas (assembléias, audiências) (...)

3.3. Articulação

Os movimentos, que antes negavam tudo que viesse do governo, começaram a aceitar a idéia de discutir com ele. Foram assim, abrindo espaço no interior do Estado, que passou a reconhecê-los como interlocutores e a mostrar-se mais sensível às reivindicações. Com isso, tornou-se mais candente a necessidade de formação, agora especializada, com vistas à competência para negociar melhor, propor e debater questões e programas públicos, numa relação de igualdade entre as partes.

3.4 Parcerias

Num quarto momento, atual, as organizações sociais, com vistas a uma eficácia ainda maior na busca de soluções para problemas concretos, formam parcerias com órgãos públicos municipais, estaduais e federais, empresas, organizações não-governamentais (ONGs) e outras instituições (PERUZZO, 1998, p.40-43).

O momento requer a atuação cidadã como forma de se exercer o controle e participar ativamente das decisões que englobam a sociedade. Como discorre Gohn (2003), “*a sociedade civil organizada é vista como parceira permanente na Participação Cidadã. A chamada ‘comunidade’ é tratada como um sujeito ativo e não como coadjuvante de programas definidos de cima para baixo*” (p.19).

A construção histórica da cidadania feminina

A aceitação da mulher enquanto cidadã revela-se um processo intenso de lutas, de perseguições, de submissão até a consolidação da igualdade entre homens e mulheres no

¹ MELO NETO, Francisco Paulo de. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

contexto histórico mundial. Segundo Leonelli (2002, p.16) ², cidadania “*é a igualdade de indivíduos perante a lei em uma sociedade organizada, o poder de exercer o conjunto de direitos e liberdades políticas, socioeconômicas de seu país, estando sujeito aos deveres que lhe são impostos.*”

Na Antiguidade, a condição feminina consistia na total ausência de direitos, sendo equiparada aos escravos, estrangeiros e menores. Na Roma Antiga, com a formação da propriedade privada, é criada a segmentação social em *pater-familias* (*pater*, pai em Latim), que integrava a aristocracia romana, sempre comandada pelo homem.

Ainda seguindo a linha do tempo, a Idade Média (século V ao XV) foi o período de maior perseguição contra as mulheres, uma vez que o mundo era regido pelos dogmas da Igreja Católica e qualquer manifestação fora da lei religiosa significava um ato de heresia. Nessa época, ocorre o massacre de mulheres consideradas como bruxas, seja porque não haviam se casado ou porque faziam tratamentos com ervas no ofício de curandeiras. Esses eram motivos suficientes para que a Igreja Católica as condenasse à fogueira da inquisição.

A perseguição se baseava na regra de que as mulheres, ao possuírem um conhecimento, como o de cura, pertencente somente aos médicos homens, não estavam seguindo o papel que lhe fora instituído pela lei de Deus: submeter-se ao homem no casamento. Contudo, já nessa época, começa a se desenvolver, embora lentamente, a exigência das mulheres pelos seus direitos.

No final da Idade Média, uma voz se levantou contra a subordinação feminina imposta pela Igreja. Cristine de Pisan abre o debate em seu livro “A Cidade das Mulheres”, afirmando que homens e mulheres são iguais em sua própria natureza e a eles deveria ser dada uma mesma educação. Cristine já entendia que as mulheres jamais construiriam a liberdade se lhes fosse negada a possibilidade de educação. Ela é considerada a primeira autora feminista (MONTEIRO; LEAL, 1998, p. 10-11).

Com a expansão do capitalismo (século XVI), origina-se o Estado laico e os valores em sociedade passam a ser regidos pelas regras do mercado, da força de trabalho, oferta e procura de bens de consumo. Assim, forma-se a divisão em esfera pública e esfera privada, que engloba o universo familiar burguês, o lar e os afazeres domésticos. O papel da mulher em sociedade continua restrito ao ambiente privado, sendo contribuir para a reprodução e o bom andamento do lar sua única importância social.

² LEONELLI, Vera. **ABC dos Direitos Humanos: Dicionário organizado por Vera Leonelli**. Salvador: UNICEF, Projeto Axé, 2002. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/veraleonelli/leonelli_abc_direitos_humanos.pdf> Acesso em: 26 de out. de 2008.

O desenvolvimento do capitalismo criou o contexto que resultou na incorporação das mulheres no mercado de trabalho, principalmente, ocupando cargos de operárias nas indústrias. Esse foi o momento em que as mulheres puderam contribuir como força de trabalho, mas com uma inserção desigual, pois a remuneração salarial delas era inferior à dos homens. Além disso, não havia benefícios assistenciais às mães.

As operárias trabalhavam em péssimas condições laborais, com jornadas exaustivas e nenhuma estabilidade, uma vez que eram demitidas quando engravidavam ou se ausentavam do trabalho para cuidar dos filhos. Assim, é estabelecido o senso comum de que a renda da mulher é apenas um complemento do orçamento familiar, pois os baixos salários destinados à força de trabalho feminina indicavam que a mulher não poderia assumir completamente a provisão das finanças domésticas.

A péssima condição das mulheres trabalhadoras e a insatisfação compartilhada entre elas fazem surgir movimentos pela defesa dos direitos das trabalhadoras. Destacam-se na história francesa o movimento proporcionado pelas líderes Jeanne Deroin e Flora Tristan que mobilizaram as mulheres a se organizarem na defesa dos seus direitos e contra a exploração da classe feminina trabalhadora. É a partir desse movimento que surge a União das Associações de Trabalhadoras, gênese das Federações e Centrais Sindicais.

O estopim dos maus tratos contra as trabalhadoras ocorre em oito de março de 1857, quando 129 mulheres tecelãs, que trabalhavam na Fábrica de Tecido Cotton, em Nova York, realizaram uma greve pedindo o aumento salarial e a diminuição da jornada de trabalho de 18 horas para 12 horas. Covardemente, os patrões decidiram por queimá-las vivas dentro da fábrica. A tragédia foi o marco que estabeleceu, na II Conferência Internacional de Mulheres Socialistas, em 1910, o dia 08 de março como Dia Internacional da Mulher. A partir desse fato, cada vez mais as mulheres se organizam na defesa de seus direitos.

Já no século XX, as décadas de 1930 e 1940, datam a conquista feminina pelo direito ao voto, sendo que, no Brasil, é em 1934 que as mulheres são reconhecidas como eleitoras. Outro marco nos anos 1940 foi o livro de Simone de Beauvoir. Intitulado *Segundo sexo*, o livro estabelece a máxima: “*Não se nasce mulher, torna-se*”, idéia que revela o ser homem e ser mulher como uma questão culturalmente construída. Dessa forma, o livro se tornou um referencial teórico que contribui até hoje para os estudos relacionados ao gênero. “Gênero” torna-se uma categoria analítica de estudos científicos. No Brasil, foi nos anos de 1970 que são iniciados os debates sobre o conceito, “*quando as pesquisadoras feministas romperam com modelos tradicionais de pesquisa e passaram a estudar a mulher enquanto*

sujeito” (FERREIRA, 2003, p.190) ³. As pesquisas reconhecem a problemática na relação entre homem e mulher, compreendendo que as distinções entre masculino e feminino não se limitam à diferenciação biológica, mas são construções simbólicas que organizam as relações entre os sexos.

Nos anos de 1970, o movimento feminista se reorganiza mundialmente, com a formação de organizações, debates e pesquisas pela emancipação da mulher. No Brasil, neste período, somam-se “*as lutas por melhores condições de trabalho e igualdade sexual, a luta pela redemocratização do país. Foram discutidas questões até então abafadas: sexualidade, direitos reprodutivos, políticas públicas de gênero, direitos civis*”. (MONTEIRO; LEAL, 1998, p.26). Os direitos da mulher consolidam-se nos anos de 1990, no Brasil, com a criação das redes temáticas de atenção feminina, como a Rede Nacional de Direitos Reprodutivos e a Rede Nacional Contra a Violência Doméstica e Sexual, o que encadeou a formação de Conselhos e Associações que lidam com assuntos referentes à problemática feminina.

Mulheres: coadjuvantes nos movimentos sociais

A participação de mulheres nos movimentos sociais é apresentada com maior frequência associada apenas aos movimentos relacionados com o feminismo ou os que trabalham com questões de gênero. São raros os apontamentos na história da humanidade que destacam a contribuição das mulheres nas lutas políticas. 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).⁴

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. Fernandes (1994, p.50-51) explica que o desenvolvimento do ideário feminista na América Latina foi posterior ao de países do hemisfério norte, já que nestes últimos “*a cultura política protestante, nórdico e anglo-saxão*” facilitava o “*apelo aos valores fundantes dos espaços*

³ FERREIRA, Maria Mary. O profissional da informação no mundo do trabalho e as relações de gênero. **Transinformação**, Campinas, v.15, n.2, p.190-200, maio/ago. 2003.

⁴ 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.

culturais abertos pela Reforma”, diferentemente da cultura de regiões católicas, mediterrâneas e ibéricas, as quais priorizavam a valorização da honra masculina.

Porém, pelo fato do feminismo inicialmente manter-se restrito ao meio acadêmico e sindicatos, uma quantidade significativa de mulheres, as pertencentes ao lar, 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, à experiência 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).

Apesar da segmentação do feminismo entre as intelectuais, é preciso considerar a importância do movimento na formação dos conselhos de atenção às mulheres nos países da América Latina, assim como é preciso destacar o grande número de ONGs orientadas pela temática mulher, criadas entre os anos de 1980 e 1990 nos países latinos. São também considerados fatores que contribuíram para a valorização do gênero: o direito ao voto, o trabalho assalariado para as mulheres e o alto número de estudantes do sexo feminino cursando nível superior.

No âmbito brasileiro, Amaral (1999, p. 111) enfatiza que “*desde a década de trinta, muitas mulheres demarcaram novas posturas do ser mulher livre e independente, por meio da imprensa, com publicações significativas sobre a participação feminina nas mais diversas atividades do espaço público*”. Contudo, esse processo de garantia da soberania da identidade mulher sofreu retaliações.

Em 1934, as mulheres da União Feminina (ligada à Aliança Nacional Libertadora, versão brasileira das frentes populares dos anos 30) foram criticadas por seu comportamento ‘imoral’ - usavam cabelos curtos e fumavam charutos - e por sua defesa do amor livre (LEVINE apud LOBO).⁵

⁵ibidem .

As temáticas feministas ganham corpo na sociedade porque as discussões sobre liberdade sexual, aborto, contracepção e violência contra a mulher vão além de necessidades específicas do universo feminino, já que trazem consigo outros valores, como o direito de escolha, a igualdade e a cidadania. Desse modo, a luta pelo direito feminino deixa de significar, inclusive para as mulheres distantes do movimento feminista, radicalismos de um grupo, mas a luta pela promoção de direitos universais.

Já os movimentos atuais têm aberto caminho: não querem fazer das mulheres homens, mas propõem uma maneira de ser, de ver, fazer, conviver e decidir até como uma contribuição aos homens, que também poderiam libertar-se de suas viseiras no mundo masculino vigente do poder e do prestígio (PERUZZO, p.71).

A emancipação das donas de casa

Se a atuação de mulheres no contexto histórico dos movimentos sociais é restrita à participação de apenas um grupo formado por mulheres intelectuais, são ainda mais escassas as informações sobre as mulheres do lar, mais conhecidas como donas de casa. É interessante notar que desde o surgimento da instituição familiar sempre tenha existido a figura da dona de casa, 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.

Existem inúmeras simbologias que refletem o pensamento das pessoas acerca do que acreditam definir e constituir o comportamento masculino e feminino. Um deles se refere à crença de o pai lançar água dentro de casa, se nasce uma filha (mulher) e lançar a água fora de casa, se nasce um filho (homem). Isso é feito para reforçar a presença da mulher dentro de casa, mantê-la ligada e dedicada às coisas do lar. Por outro lado, lançando a água na rua quando nasce um filho (homem), o pai acredita que, assim estará limpando o caminho do filho, abrindo suas possibilidades de melhor desenvolver sua função fora de casa (AMARAL, 1999, p. 112).

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).

Gosdal (2006) também faz um panorama da inserção desigual da mulher no mercado de trabalho. Recorda que a valorização das atividades masculinas proporciona importância e poder dentro do sistema cultural, o que reflete em maiores ganhos econômicos para os homens. Já as mulheres são categorizadas, inicialmente, em atividades ditas femininas, como professoras, enfermeiras, secretárias, profissões associadas ao senso comum do cuidado da mulher com os filhos, da fragilidade e da atenção, restringindo-as aos cargos desvalorizados e mal remunerados (GOSDAL, 2006, p. 307).

Mesmo as mulheres que trabalham fora de casa ainda encontram-se vinculadas às obrigações domésticas, tendo que assumir a conhecida “dupla jornada” e, ainda sim, a renda do seu trabalho é tida como extra, pois o homem, como chefe de família, é tomado como provedor da renda principal do lar (GOSDAL, 2006, p.308). Verifica-se a necessidade de que seja valorizada a contribuição do trabalho da dona de casa para a economia do país, a exemplo do que já ocorre na Venezuela.⁶

Os enfoques marxistas consideram que o trabalho doméstico possui valor de uso, pois é ele que mantém a sobrevivência rotineira da força de trabalho dos membros da família, trabalhadores ou futuros empregados. Além disso, a dona de casa realiza a força de reprodução, procriando e cuidando de manter o equilíbrio de indivíduos aptos a gerarem força de trabalho. Porém, Pena (1981) afirma que as feministas criticam o marxismo pela limitação do mesmo ao não vislumbrar a opressão feminina. Para os marxistas ortodoxos, a atitude de desvalorização do sexo feminino seria diluída com a superação da segregação da sociedade em classes.

⁶ O artigo 88 da Constituição da República da Venezuela reconhece o trabalho do lar como uma atividade econômica que cria valor e produz riqueza e bem-estar social. (RICHER; IRANZO. El Trabajo Femenino En La Legislación Venezolana. In: PENIDO, Laís de Oliveira. **A igualdade dos gêneros nas relações de trabalho**. Brasília; ESMPU, 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.

As mulheres vão quebrando o tabu de uma “vocação” que restringe suas atividades aos afazeres domésticos e passam a envolver-se ativamente em movimentos sociais. Sua participação, geralmente superando a dos homens, não se limita só às organizações especificamente femininas, mas estende-se a praticamente todas as outras e às comunidades eclesiais de base, assumindo até posições de liderança (PERUZZO, 1998, p.70).

Contrariamente ao senso comum, a verdadeira dona de casa não é uma criatura omissa, satisfeita com sua situação de ser tomada como sexo frágil. A presidente da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, Maria das Graças dos Santos⁷, 53 anos, declara, em entrevista, a dificuldade de aceitação por parte da sociedade em relação à categoria do lar.

Nós tivemos uma dificuldade muito grande na época de entrar no Conselho da Mulher porque eram mais mulheres feministas e elas achavam que nós somos mulheres acomodadas, que somos donas de casa por opção, porque a gente não quer desenvolver. Hoje, elas viram que não é isso, a maioria, não é por opção, tem muitas que gostariam de ter um trabalho, mas não tiveram oportunidade de se qualificar. Elas sempre viveram para outras pessoas, se doaram. Então, chega uma idade que elas poderiam fazer algo, mas hoje, elas são babás, estão lá cuidando dos netos para a filha ir para a faculdade ou trabalhar, porque hoje nós não temos creches o suficiente. Então, elas entenderam que nosso papel não é esse. Eu não vou incentivar uma dona de casa de 40 e 50 anos, que não foi qualificada, para ela ser doméstica de outra, sem uma carteira assinada, sem nada. (Entrevista)

O desenvolvimento do processo de inserção dessas mulheres nos movimentos sociais se inicia no lar. A casa deve ser compreendida como espaço onde insurge o potencial de participação ativa das donas de casa, já que o lar é o ambiente em que ganham amplitude os temas específicos referentes à realidade doméstica. As donas de casa, gabaritadas em assuntos domésticos, percebem que a sociedade é um reflexo do funcionamento da casa. Inicialmente, a primeira percepção das donas de casa a respeito da realidade externa ocorre nos bairros, pois elas vêem que tanto no lar como no seu bairro há demandas que afetam suas casas e outras famílias.

⁷ Entrevista realizada com a presidente da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás no dia 10 de junho de 2008, na sede da entidade.

Fernandes (1994, p. 52) avalia que o “*bairro é um conjunto de casas e a ‘casa’ é um território de ampla intervenção feminina*”. Assim, temas como água, lixo, etc. são de interesse e competência direta das mulheres moradoras do bairro. A partir da nova compreensão da comunidade como espaço de reivindicação e de ações coletivas é que surge o novo posicionamento da dona de casa enquanto cidadã.

A “dona de casa” sai de suas quatro paredes, começando a ouvir e a falar de problemas do cotidiano, aprendendo técnicas de trabalhos artesanais que ajudam a aumentar a renda familiar, encontrando a possibilidade de se alfabetizar, descobrindo que a falta de uma escola no bairro para seus filhos pode ser superada pela participação em ações coletivas com suas colegas, passando a compreender que a mulher tem direitos iguais aos dos homens (PERUZZO, 1998, p.55).

Atualmente, a profissão dona de casa foi regulamentada para os fins da Previdência Social no Brasil. As donas de casa são uma categoria legitimada, sendo caracterizadas como seguradas facultativas, o que consiste na filiação ao sistema de previdência de pessoas que não têm renda própria, mas por motivos de vontade e desejo querem participar para receber a aposentadoria e outros benefícios.

CAPÍTULO II

II. LÍDERES, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DAS DONAS DE CASA E AÇÕES REALIZADAS

Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás

Os movimentos sociais apresentam diversas formas de organização, como as ONGs, federações e entidades da sociedade civil. Entre elas, o objeto de estudo deste trabalho é a associação. Na formação de uma associação, é necessária a criação de uma identidade, uma atuação relevante e um sentimento de pertencimento comum a todos os associados. Neto (2002) cita sobre os valores que devem estar presentes nas entidades sociais para que essas tenham repercussão em sociedade.

Para Coleman, a capacidade de associação, base do desenvolvimento do capital social, é resultante de diversos fatores: normas e valores compartilhados; conhecimentos e aptidões comuns e complementares; objetivos comuns; disponibilidade de recursos sociais; e subordinação dos interesses individuais aos coletivos (COLEMAN apud NETO, 2002, p.56).

Fundação

A legalização da entidade ocorreu desde o seu primeiro dia de atuação, constando desde o princípio o registro como entidade sem fins lucrativos, como fundamenta o Art. 1º do Estatuto da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás:

Art. 1º - A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, inscrita no CNPJ nº 01.278.312/0001-24, também denominada **ADC-GO**, é formada pelas Donas de Casa do Estado, sendo uma entidade civil de finalidade social, sem fins lucrativos, dotados de personalidade jurídica de direito privado, sem patrimônio inicial, com autonomia administrativa e financeira, reger-se-á pelo seu Estatuto e pela legislação que lhe for aplicável.

A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) originou-se a partir do desejo da dona de casa Rute Madella, que soube da existência de associações de donas de casa em Belo Horizonte (MG) e acreditou que a criação de uma entidade como essas, em Goiânia, beneficiaria mulheres e famílias do setor Morada do Sol, bairro da capital. Em 30 de maio de 1996, foi aprovado o estatuto da, inicialmente chamada, Associação das

Donas de Casa de Goiânia, elaborado por Rute Madella juntamente com Ângela Maria Magalhães.

A elaboração do estatuto contou com influência da religião evangélica, já que as fundadoras pertenciam à Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, sendo que, de acordo com uma das fundadoras, Jacy Ribeiro de Moura, o estatuto criado naquela época era baseado em uma organização de mulheres existente dentro da igreja. Desde o seu primeiro dia de fundação, a entidade foi legalizada no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas e também cadastrada junto à Receita Federal⁸.

No dia da fundação da entidade, estavam presentes 26 mulheres na Assembléia Geral.⁹ Ainda em 1996, a então presidente Rute Madella foi convidada pela deputada federal Maria Valadão a disputar eleições à vereadora em Goiânia. Assim, a presidente teve que se desligar da Associação por incompatibilidade. Assume o cargo de presidência da Associação das Donas de Casa de Goiânia, Jacy Ribeiro de Moura que prosseguiu com as ações da entidade pela defesa dos direitos das donas de casa, incorporando a esses direitos a defesa dos consumidores.

A entidade passa a ampliar sua área de atuação e objetivos, almejando, por exemplo, a inserção das donas de casa no mercado de trabalho. Nesse sentido, passa a oferecer às associadas cursos profissionalizantes como crochê, bordados, cestas de jornal, culinária, etc. Em 1999, a Associação firma um parceria com o Procon-Goiás para combater a alta dos preços. A repercussão na mídia local colaborou para a união entre os interesses dos dois órgãos.

No ano 2000, ocorreu a expansão do público-alvo da entidade, passando de Associação das Donas de Casa de Goiânia para Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás. O estatuto foi alterado e Goiânia passou a ser mais um distrito, juntamente com outros municípios onde a ADC-GO atuaria. Ainda neste ano, a Associação firma um acordo com a Associação Goiana dos Supermercados (Agos) para congelar os aumentos dos preços na cesta

⁸ A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás está inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica CNPJ 01.278.312/0001-24.

⁹ 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 Ribeirto de Moura, Sônia Machado de Moura, Cleonice Leite dos Santos e Cleide S. dos Santos

básica. Em 2001, a presidente Jacy Ribeiro de Moura teve que se afastar da entidade por motivos pessoais, ocasião em que assume interinamente a então vice-presidente, Maria das Graças Santos.

Para se sentir legitimada, a presidente interina realiza, em 2004, eleição para os cargos da diretoria executiva da entidade, o primeiro processo eleitoral realizado na Associação, uma vez que até então os cargos eram ocupados por indicação. Em 05 de janeiro de 2006, a entidade é reconhecida pela Lei Estadual nº 15.526/2006, que classificou a ADC-GO como entidade de utilidade pública. Dessa forma, a ADC- GO passa a integrar o Conselho de Energia Elétrica (Conceg), o de Saúde e Segurança Alimentar (Consea), o Conselho de Defesa do Consumidor (Condecon) e também o Conselho Estadual da Mulher (Conem).

Em 2008, a ADC-GO realizou eleição para a diretoria executiva e o resultado garantiu a reeleição de Maria das Graças dos Santos para mais quatro anos na presidência. Além disso, houve a atualização do estatuto da entidade e foi composta uma nova diretoria executiva, com gestão até 2012.¹⁰

A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás possui, atualmente, 12 anos de existência, contabilizando 12 mil associadas. Sua sede está situada na Rua 02, nº 24, Edifício Rio Vermelho, 5º andar, Centro, Goiânia – GO, junto ao Procon Estadual.¹¹ Em Goiânia, os seguintes setores apresentam lideranças distritais da ADC-GO, sendo as lideranças compostas por uma líder em cada setor: 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

¹⁰ Compõem a diretoria executiva da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás: Presidente, Maria das Graças Santos; Vice-presidente, Jacy Ribeiro de Moura; Secretária, Sebastiana Albuquerque de Lima; Tesoureira, Evany Inês do Carmo Barbosa; Diretora Administrativa e Financeira, Mirian Peres de Oliveira de Aguiar; Diretora de Projetos, Auristela Heiry Bragança; Diretora de Comunicação, Teresa Cortez dos Santos; Diretora Social Cultural, Rosângela Gusmão Crocetti; Diretora de Expansão, Osvete Lucia Lunardi Weber; Conselho fiscal, Euzira José de Almeida, Maria Rosa da Silva Siqueira, Regina Célia Vitor; Suplentes, Alcione Olinda de Oliveira, Aurileny da Silva Moreira Ferreira, Marileide de Miranda Campos. Informações provenientes do site da ADC-GO. Disponível em: <<http://www.donasdecasa.com.br>>. Acesso em: 12 de mar. de 2008.

¹¹ A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás iniciou suas atividades nas casas das associadas no Setor Morada do Sol. Posteriormente, a entidade recebeu a doação de uma casa, também no Setor Morada do Sol, tornando-se sede da Associação. Porém, devido ao assédio de políticos no local, a diretoria executiva abandonou a casa. Somente em 2003, a partir de parceria com o Procon Estadual de Goiás, a entidade ganha um sala no prédio no Procon.

Diamantina, Setor Central, Jardim Esmeralda, Jardim Europa, Setor Bela Vista, Vila Maria, Façalville e Jardim Nova Esperança.

Nos municípios, as lideranças possuem o mesmo corpo diretivo da diretoria executiva em Goiânia. De acordo com as líderes da entidade, atualmente a ADC-GO está representada em quase 100 municípios. Entre eles, Anápolis, Aparecida de Goiânia, Trindade, Inhumas, Senador Canedo, Goianira, Hidrolândia, Caturai, Campos Alegre, São Simão, Quirinópolis, Rio Verde, Porangatu, Santa Rita, Jataí, Paranaiguara, Mineiros, Padre Bernardo, Perolândia, Chapadão do Céu, Posse, São Domingos, Valparaíso, Araguapaz, Estrela do Norte, Paraúna, Itaberaí, Itumbiara, Bonfinópolis, Matrinchã, Goianésia, Cidade de Goiás, Caiapônia, São Luiz dos Montes Belos, Anicuns, Catalão, Bom Jardim, Córrego do Ouro, Joanópolis, Pirinópolis, Vila Propício, Caldas Novas, Dois Irmãos, Palmeiras, Pires do Rio, Cristianópolis, Orizona, Santa Cruz e Freitas.

Missão

Conforme está definido em seu estatuto, a missão da ADC-GO é defender as donas de casa e contribuir para a melhoria da sua qualidade de vida, buscando o seu reconhecimento como trabalhadora. Para isso realiza atividades direcionadas à sua profissionalização, auto-estima e valorização. A ADC-GO busca também defender e orientar a categoria sobre como obter renda extra, como melhorar o convívio familiar etc.

Líderes, mulheres na gestão dos movimentos

A mobilização de mulheres para a liderança de entidades sociais é algo recente. Peruzzo (1998) lembra que, posteriormente à ditadura militar, as pessoas perderam o costume de sair para participar de reuniões de comunidades e que muito menos as mulheres poderiam participar. *“Hoje, no entanto, isto já faz parte de seu dia-a-dia, demonstrando elas, particularmente, uma disposição inegável, assumindo mesmo a direção política de muitos movimentos e sustentando a ação concreta de grande número delas.”* (p. 38). O Estatuto da ADC-GO, Art. 22º, discrimina as competências atribuídas às integrantes da Diretoria Estadual Executiva:

- I. Zelar pelo cumprimento da legislação vigente neste Estatuto e das deliberações da Assembléia Geral;
- II. Cumprir e fazer cumprir o Estatuto, bem como baixar normas gerais sobre a organização e funcionamento dos serviços;
- III. Administrar a Associação, estabelecendo política e estratégia operacionais, de modo a atingir a plena realização de seus objetivos;

- IV. Baixar normas gerais sobre admissão, administração, estímulos e serviços assistenciais às associadas;
- V. Firmar convênios com quaisquer entidades e manter intercambio com outras associações;
- VI. Convocar Assembléia Geral Ordinária ou Extraordinária, o Conselho Fiscal, na forma deste Estatuto;
- VII. Autorizar as despesas necessárias, dentro dos limites estatuídos;
- VIII. Designar comissões ou contar com serviços técnicos profissionais especializados, visando o bom andamento dos serviços da Associação;
- IX. Procurar estender as ações e benefícios proporcionados pela Associação aos Municípios, Distritos, Vilas e Povoados;
- X. Conceder, quando por motivo justificado, licença a qualquer de seus membros, pelo prazo máximo de noventa dias;
- XI. Exigir, da diretoria antecedente, dentro de sessenta dias de sua posse a devida e competente prestação de contas;
- XII. Prestar contas de sua administração, na forma deste Estatuto.

Considerando que atualmente as mulheres organizadas são grandes colaboradoras dos movimentos sociais e circunscrevendo o espectro de estudo às donas de casa, a partir de entrevistas realizadas com quatro diretoras (presidente, vice-presidente, diretora de comunicação e diretora social e cultural), nota-se que a atuação das líderes junto às associadas não é assistencial, mas, concordando com Neto (2002), de empreendedoras sociais. O autor considera que o empreendedorismo social possui uma lógica similar ao empreendedorismo privado, sendo diferenciados pela forma de atuação do primeiro, orientada para a transformação social.

As líderes mobilizam-se em formar donas de casa ativas, conscientes de seus direitos, qualificadas com cursos profissionalizantes e com boa auto-estima. O que se observa nos discursos das líderes é que elas entram para a entidade, inicialmente, para satisfazer necessidades emocionais de cada uma. Porém, o discurso muda a partir do momento em que incorporam o sentimento de contribuição social. É comum entre as líderes que o ingresso na Associação ocorra a partir de amizades com donas de casa que já participavam da entidade. Isso revela a importância do que Gohn (2003) classifica como redes de sociabilidade, que consistem em laços de afinidade construídos a partir de convívio familiar, amizades ou coleguismo. Tal constatação também se evidencia nas falas das entrevistadas.

Eu tinha um relacionamento já com a Jacy que foi presidente. Nós fomos criadas praticamente juntas lá no mesmo bairro. Eu estava, assim, parada, como muitas donas de casa ficam quando passam o tempo só cuidando de casa. Isso foi dando até uma depressão. E foi nisso, foi me convidando, eu fui vendo, comecei a participar. Depois que comecei a participar passei a ser a vice dela. Então, eu achei que poderia doar alguma coisa, que eu tinha muita coisa para dar, que eu podia estar participando. A gente começa se envolver e vai vendo muitas outras mulheres (Entrevista ¹²).

As donas de casa que compõem a diretoria executiva da ADC-GO são mulheres na faixa dos 30 a 60 anos, aproximadamente, em sua maioria, casadas e mães. 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 e às vezes não. A falta de apoio revela a dificuldade dos familiares e mesmo da sociedade em entender o espírito do empreendedorismo social, 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 devem estar restritas ao lar.

Por mais difícil que seja a tarefa de conciliar os afazeres domésticos com o trabalho na entidade, isso desenvolve nas líderes a consciência do valor delas enquanto cidadãs, cada uma exercendo, de acordo com os limites pessoais, uma função, tornando-as, empreendedoras sociais locais. *“Conscientes do seu valor e da sua capacidade transformadora, os indivíduos-cidadãos passam a exercer, alguns em maior escala e outros em menor, a sua cidadania empreendedora”* (NETO, 2002, p.14).

Na minha casa, eu sinto o apoio do meu marido. Meu marido é o maior incentivador, ele me dá um maior ânimo e me elogia nas conquistas. Até tive uma barreira, eu tinha um filho que ele achava que eu não precisava disso. Eu acho que muitos outros, hoje, pensam dessa forma porque as pessoas são muito egoístas. Dizem você não precisa disso, pensam que você não está ganhando nada, você não tem pretensão política. Por que está ali? As pessoas, às vezes, com o egoísmo, pensam isso, mas a gente que está dentro, nós, da Associação, sabe que podemos contribuir (Entrevista Maria das Graças dos Santos).

Eles (*família*) me apóiam e ao mesmo tempo me cobram muito. Por exemplo, sou mãe solteira, não posso esquecer que sou mãe. Muitas vezes me perguntam: o que você está ganhando com isso? Tem coisas que o dinheiro não paga. Hoje, eu estou mais responsável, antes eu era menos responsável. Quando eu comecei a ter esta atividade extra de trabalho, eu vi que com isso minha família passou a cobrar menos, porque a família voltou a ter estabilidade. Por um lado, a responsabilidade me ajudou a ter este trabalho extra e em relação à Associação tem a cobrança. As necessidades internas estão sendo cumpridas. (Entrevista Teresa Cortez dos Santos ¹³)

¹² Entrevista realizada com a presidente da ADC-GO em 10 de junho de 2008 na sede da entidade.

¹³ Entrevista realizada com a diretora de comunicação da entidade, em 11 de junho de 2008.

Representações sociais das donas de casa

O público-alvo da Associação, as donas de casa, atinge, atualmente, a marca de 12 mil associadas no Estado de Goiás. São três tipos de formas de se associar: associadas fundadoras, que consiste nas mulheres que assinaram a ata de fundação; associadas contributivas, que contribuem com uma taxa anual de R\$ 5,00, valores revertidos para a confecção da carteirinha da entidade; e associadas não contribuintes pertencentes ao quadro da entidade. De acordo com o estatuto interno da entidade, são direitos e deveres das associadas:

- I. Participar das Assembléias;
- II. Votar e ser votada;
- III. Gozar de todos os direitos assegurados neste Estatuto;
- IV. Respeitar e fazer respeitar o presente Estatuto;
- V. Exercer com zelo qualquer cargo para qual for eleita ou indicada, salvo recusa por motivo relevante;
- VI. Colaborar para o desenvolvimento e prestígio da Associação;
- VII. Zelar pelo patrimônio físico e moral da Associação. (Art. 9º)

Para a presidente da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, Maria das Graças Santos, o perfil das associadas é composto por mulheres das mais diversas classes sociais, tendo integrantes de classes A até D que, em sua maioria, estão na faixa dos 30 a 60 anos. O público da entidade é majoritariamente composto por donas de casa advindas de classes média-baixa, pois, como explica a presidente, as donas de casa enquadradas nas categorias A e B têm dificuldades ou não participam de processos de mobilização da entidade nas ruas por questões que envolvem resistência à exposição social, inibição por parte dos maridos e status social. Já as donas de casa de classes de menor potencial econômico, segundo a presidente, não têm vergonha de bater panela, de mostrar a cara nas ruas e se exporem em função de conquistas sociais.

As donas de casa jovens, entre 14 a 18 anos, possuem atenção especial por parte da Associação, já que existe carência de programas voltados para as mulheres nesta faixa etária que estão longe da escola, do mercado de trabalho, são casadas, mães e que executam atividades, exclusivamente, no lar. Desse modo, a entidade promove cursos profissionalizantes a fim de contemplar esse grupo de donas de casa para que tenham uma renda.

É interessante observar nos discursos durante as entrevistas com as associadas a maneira como elas vêem a imagem da dona de casa em sociedade. A associada Sandra Morais

Vieira da Silva¹⁴, 40 anos, em sua fala revela o preconceito impregnado na sociedade diante das donas de casa. *“Ninguém valoriza. A maioria das pessoas acha que não tem valor, que não tem importância, que as donas de casa não têm serviço. Não é um trabalho reconhecido porque muitos acham que ser dona de casa é um serviço banal”*. O depoimento de outra associada também apresenta o estereótipo pejorativo.

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 se 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 Oliveira¹⁵).

Nesse sentido, a partir da fala das associadas, é perceptível o quanto as donas de casa ainda carregam sobre si o estigma, tradicionalmente embasado na desvalorização do trabalho do lar. Esse preconceito social não é manifestado isoladamente, mas é sustentado em um sistema de raciocínios, opiniões e linguagens (MOSCOVICI, 1961, p.26-27).

Moscovici contribui ao considerar que o espaço público é o local de formação da compreensão do indivíduo em relação ao mundo, sendo essencial na formação do “eu” a comunicação interpessoal e a alteridade, ou seja, o reconhecimento de um “outro” diferente, nem por isso inferior, ou melhor. As teorias das representações sociais contribuem para entender como o movimento social forma uma nova identidade para as donas de casa, ou seja, como as associadas passam a se valorizar e, posteriormente, a sociedade possa reavaliar o valor atribuído às donas de casa.

É fato que é mais simples para a sociedade compreender a participação das donas de casa a partir do senso comum, inferiorizando-as. O processo de reavaliação, ou seja, a constituição de um novo conceito na sociedade, como pontua Moscovici, pode ser tomado diferentemente do valor inicial que este possui.

Assim, os indivíduos criam novos valores, opiniões e saberes a partir de referenciais presentes na hierarquização daquilo que é socialmente valorizado. Trazendo essa contribuição para a realidade das associadas, é perceptível o novo valor que elas atribuem a si

¹⁴ Entrevista realizada com a associada Sandra Morais Viera da Silva, em 20 de junho de 2008, na residência da entrevistada, bairro Jardim Europa, Goiânia.

¹⁵ Entrevista realizada com a associada Alcione Olinda de Oliveira, em 21 de junho de 2008, na residência da entrevistada, Bairro Hilda, Aparecida de Goiânia.

mesmas e à categoria, o que se torna notório quando se declaram publicamente como donas de casa, assumindo-se como integrantes de um grupo desvalorizado pela sociedade, ou mesmo quando participam de eventos ou vão às ruas protestar contra abusos nos preços dos produtos, denunciando irregularidades. O novo discurso incorporado pelas associadas, a maneira como passam a se ver como cidadãs participantes contribui para formação de uma identidade positiva das donas de casa e respalda as ações da Associação.

Os indivíduos, em sua vida cotidiana, não são apenas essas máquinas passivas para obedecer a aparelhos, registrar mensagens e reagir às estimulações exteriores, em que os quis transformar uma Psicologia Social sumária, reduzida a recolher opiniões e imagens. Pelo contrário, eles possuem o frescor da imaginação e o desejo de dar um sentido à sociedade e ao universo a que pertencem (MOSCOVICI, 1961, p.56).

Abaixo são apresentados trechos do depoimento de quatro donas de casa de Itaberaí (GO) que estavam presentes no 1º Encontro das Donas de Casa e das Mulheres da Agricultura Familiar no Estado de Goiás.

Porque eu acho interessante a gente participar de todas as reuniões, não só das donas de casa, mas todas que são apresentadas para a gente. Para aprender mais as coisas, é isso que a gente está precisando. Quanto mais a gente aprende, ainda precisa aprender mais. Eu gosto de participar de todas as reuniões (Bênonia Denise Lacerda¹⁶, 68 anos).

Sou, tenho orgulho de ser dona de casa, mulher de um lavrador. Eu acho que são respeitadas (*donas de casa*), acho que uma dona de casa assumida ela tem uma boa cabeça (Expedita dos Reis Resende¹⁷, 57 anos, moradora de assentamento rural).

A gente precisa de ajuda para fazer as coisas. Nós precisamos ter mais uma renda, uma aposentadoria, para ter uma renda muito melhor, porque está difícil para tudo (Maria do Carmo da Silva¹⁸, 56 anos, moradora de assentamento rural).

Sou dona de casa pelos meus direitos. Lá, (*Itaberaí*) ninguém quer nada com ninguém, cada um para si e Deus para todos. Assim, a gente tem que caçar os direitos da gente (Entrevista Juliana Gonçalves Pereira¹⁹, 26 anos).

¹⁶ Entrevista realizada com a dona de casa de Itaberaí-GO, Benônia Denise Lacerda, no dia 11 de julho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs, ocorrido na Câmara Municipal de Goiânia.

¹⁷ Entrevista realizada com a dona de casa de Itaberaí-GO, Expedita dos Reis Resende, no dia 11 de julho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs, ocorrido na Câmara Municipal de Goiânia.

¹⁸ Entrevista realizada no dia 11 de julho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs, ocorrida na Câmara Municipal de Goiânia.

¹⁹ Entrevista realizada no dia 11 de julho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs.

Novos valores são possíveis de serem construídos socialmente a partir de ações que valorizem o individual, que promovam a mobilização e construam objetivos comuns. Assim, o desenvolvimento do sentimento de representatividade nas donas de casa associadas ressalta a importância dos movimentos focarem suas ações na construção da identidade institucional. Primeiramente, definindo missão, objetivos e tarefas.

O passo inicial dado pela entidade na valorização das donas de casa, por meio de cursos profissionalizantes, palestras, viagens e mobilização por direitos, é algo que pode ser repetido em toda sociedade, a qual necessita se livrar das amarras do senso comum para conhecer outras realidades, ou então, mergulhar na experiência proporcionada por um movimento social e ir além da “televivência” proporcionada pelos veículos de comunicação.

Redes 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, 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.

Nesse sentido, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás cumpre com seu papel de empreendedora social, pois o seu principal objetivo é fomentar mulheres capacitadas com cursos profissionalizantes, bem informadas quanto aos seus direitos, donas de casa unidas em favor de uma participação cidadã e em defesa da categoria. A Associação promove, também, ações que resultem no bem-estar das associadas. 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 ou à falta de instrução escolar da maioria das donas de casa. Em função desses problemas, a ADC-GO promove palestras, atua junto a suas associadas e realiza intercâmbio com entidades parceiras e empresas privadas.

Outro fator relevante na atuação da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é a organização em redes sociais locais, como expõe Gohn (2003, p. 15). Dessa forma, a força da entidade está na formação de lideranças nos setores da capital e nos municípios goianos. Cada líder fica responsável por incluir mais donas de casa na entidade, organizar reuniões com as associadas nos bairros 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 e as associadas de cada bairro.

Organizar-se em redes é uma característica das sociedades contemporâneas, pois é a partir das relações sociais e da mobilização segundo objetivos estratégicos que se desenvolve a articulação dos movimentos (GOHN, 2003). O nível de organização apresentado pela ADC-GO colabora para a formação de multiplicadoras e contribui para o desenvolvimento de características de líderes nas donas de casa. Ao conceder autonomia para que as mulheres criem uma liderança nos bairros e nos municípios, a entidade revela a capacidade de dialogar horizontalmente, não impondo somente determinações da diretoria executiva. NETO sintetiza as características que tornam importantes a atuação em redes sociais.

- Cria novas interações entre as pessoas, fortalecendo laços de amizade, familiares e novas opções de trabalho e recreação;
- ajuda a moldar as práticas e valores individuais, grupais e coletivos, aguçando a percepção e a visão social das pessoas;
- conecta indivíduos, grupos, regiões e organizações;
- contribui para a superação de problemas sociais através da definição coletiva de objetivos, articulação de pessoas e instituições;
- disponibiliza “saberes distintos” e os coloca a serviço do interesse público;
- constrói vínculos mais fortes e consistentes entre pessoas, grupos e instituições;
- promove acordos de cooperação e alianças;
- cria e amplia alternativas de ação (NETO, 2002, p. 82-83).

Além disso, essa atuação possibilita a expressiva representatividade que a entidade possui, contabilizando 12 mil associadas. Isso só é possível graças à descentralização da liderança, o que não significa que a diretoria executiva se torne omissa em relação às líderes espalhadas pelo estado, pois elas cobram das representantes distritais e municipais ações de mobilização. Na pesquisa de campo, foi possível perceber que quando uma liderança dos bairros de Goiânia, nomeada como distrital, ou municipal está desarticulada, a diretoria

executiva entra em contato com a líder e cobra ações como o dia da beleza, feira da pechincha, palestras motivacionais ou qualquer outro evento.

Sendo preciso, a diretoria realiza uma intervenção pessoal junto à liderança distrital a fim de que seja retomado o espírito de mobilização. A presidente da ADC-GO, Maria das Graças dos Santos²⁰, explica a atuação da entidade, simbolicamente comparada à de uma raiz.

É através das nossas líderes, por isso, fala que a associação é uma raiz. Temos nós que somos a diretoria executiva, tem as municipais, tem as distritais que a gente fala que são as dos bairros. A gente liga, nós temos o contato com a líder, todo o mês a gente reúne com as lideranças, e então são elas que trabalham lá nos bairros, nos municípios e trazem as outras donas de casa. As mulheres lá do bairro da Vila Nova, por exemplo, em Aparecida. É por isso que a gente tem esse alcance, porque nós trabalhamos tipo uma raiz, as líderes estão sempre em contato vendo os problemas delas, trazendo quando tem que trazer mulheres. Nós pedimos, olha você tem que trazer tantas quando a gente for a Brasília e, elas reúnem as caravanas delas. É dessa forma, por isso que a gente tem contato, está sempre perto (Entrevista).

Ao acompanhar a rotina na sede da entidade, é perceptível que tudo o que ocorre, desde ligações e eventos, diariamente na sede é registrado em um caderno ata que fica sobre a mesa. Desse modo, qualquer uma das integrantes da diretoria executiva pode acompanhar os eventos do dia por meio de registros.

Ações promovidas pela ADC-GO

A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás oferece às suas associadas palestras e cursos destinados às mulheres, mães, esposas e profissionais para qualificar as donas de casa e garantir a elas a obtenção de uma renda complementar. Pelo fato da sede da Associação estar estabelecida em uma sala pequena concedida pelo Procon-Goiás, as palestras e cursos são ministrados nas casas das associadas ou mesmo em igrejas, associações de moradores e idosos.

São as próprias associadas que ministram as oficinas, pois durante o cadastro de ingresso na ADC, as integrantes da entidade respondem à uma ficha, identificando, assim, suas habilidades que podem vir a contribuir como multiplicadoras de conhecimentos. Os cursos ministrados são: Orçamento familiar; Reaproveitamento de alimentos; Doces cristalizados; Pizzas comerciais; Manuseio de soja; Salgados; Culinária; Artesanatos em geral; Bordados em pedraria; Recepcionistas; Etiqueta social e doméstica.

²⁰ Entrevista realizada em 10 de junho, na sede da Associação.

Durante a pesquisa de campo sobre a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, ocorreram momentos em que o órgão fora solicitado a ser parceiro de atividades de outras organizações, como Procon Estadual e Secretária de Estado de Saúde. Além disso, também toma a iniciativa e realiza eventos que respaldam a autonomia da entidade.

Dia da beleza

O Dia da beleza surgiu a partir do projeto desenvolvido pela bolsista da Organização das Voluntárias do Estado de Goiás (OVG) e, também, voluntária da Associação, Rosilene Rodrigues de Souza Pereira. Rosilene é estudante de psicologia e exerceu atividades como cabeleira. Por ter experiência como cabeleireira, a voluntária visualizou que poderia contribuir para as ações das donas de casa. Desse modo, ela criou um projeto para realizar cortes de cabelos nas donas de casa associadas de Goiânia de 15 em 15 dias. Sua proposta foi aprovada pela diretoria executiva, pois atende um dos valores da Associação que consiste em melhorar a auto-estima das mulheres do lar.

A ação valoriza as associadas e também o voluntariado, força de trabalho tão importante para a manutenção das atividades dos movimentos sociais, reforçando os recursos humanos disponíveis na entidade. Os benefícios proporcionados por esses colaboradores os tornam agentes de transformação social, pois se dedicam gratuitamente a repassar os seus conhecimentos para o bem-estar da sociedade. O ganho para essas pessoas se constitui de diversas formas, desde o sentimento de altruísmo ou dedicação religiosa até a importância profissional.

De acordo com Rosilene, voluntária da ADC-GO, a iniciativa em colaborar com projetos sociais surgiu a partir do trabalho voluntário na igreja católica, tendo, posteriormente percebido que sua ação poderia ser estendida às entidades sociais. Foi quando tomou conhecimento da Associação por meio da imprensa e se interessou pela causa. Ela foi pessoalmente à Associação para sondar a idoneidade da instituição e, depois de conhecer as ações das donas de casa, a voluntária decidiu por contribuir com ADC-GO.

Fiz meu projetinho e enviei para elas porque meu objetivo é fazer com que as donas de casa não se preocupem somente com a casa ou preços que estão subindo no supermercado, mas sim que voltem para si mesmas e cuidem do corpo, incentivando, motivando, cuidando do cabelo, da unha, até porque ficar bem fisicamente, com certeza faz com que a qualidade de vida venha a ser melhor (Entrevista)²¹.

²¹ Entrevista realizada com a voluntária da Associação, Rosilene Rodrigues de Souza Pereira, 36 anos, no dia 21 de junho de 2008, no Bairro Hilda, em Aparecida de Goiânia.

É possível perceber na fala da voluntária que a experiência colabora pessoalmente, pois contribui para uma reflexão dos valores dela e desenvolve o sentimento de ajuda ao próximo. Ao executar o projeto do Dia da Beleza, Rosilene agrega experiências úteis para sua formação acadêmica em Psicologia, pois, segundo ela, seu objetivo é fazer um curso de Arte de Falar em Público e, ao desenvolver o Dia da Beleza com as donas de casa, ela aprende a interagir com as mulheres.

É interessante notar que mesmo a voluntária se afirma como uma dona de casa que possui uma dupla jornada entre trabalho, estudos, ser mãe e esposa. Ela consegue desenvolver um dos temas que a Associação foca em suas palestras que é a administração do tempo pelas donas de casa. A pró-atividade dessas mulheres, desdobrando-se em várias ações, consolida um dos alicerces que movem as associadas, pois o movimento social constrói em seus participantes a preocupação de dedicar tempo aos afazeres domésticos, à família e ao bem-estar físico. Somente com essa visão é que essas mulheres conseguem conciliar com suas outras atividades as obrigações advindas da entidade e ainda manter a coerência do lar, como explicita a presidente da ADC-GO, Maria das Graças dos Santos.

O que eu falo para as donas de casa, isso é tema de uma das minhas palestras, é a questão de administrarmos o nosso tempo. A partir do momento em que você se organiza você administra o tempo, não tem atropelo. Eu aprendi isso, mesmo quando todos os meus filhos estavam em casa. Eu tenho o cuidado com o meu marido, com a minha casa e não tenho aquele estresse, qualquer pessoa pode chegar na minha casa. Quando eu viajo muito é lógico que preciso de uma pessoa para cuidar da casa. Eu acho que a dona de casa tem que administrar, não só a mulher que trabalha fora e faz dupla jornada, nós também temos que fazer isso. Eu aprendi e passei isso também para as nossas donas de casa. Hoje, quando a gente as convida, nunca mais tem aquela conversa, num tenho tempo, ela sabe que ela tem que ir lá para conquistar alguma coisa.

Na minha vida, eu tenho minha organização, sei o que tenho que fazer no dia, lavar minha roupa, passar, preparar minha alimentação, quitanda e não me canso. No final de semana, é tranquilo vou ao salão, faço minha unha, arrumo meu cabelo, uma rotina de uma mulher trabalhadora. Nós, donas de casa, temos que entender que nós somos mulheres trabalhadoras e nossa maior conquista foi isso a que conseguimos dentro da previdência social. Então, toda a mulher tem o seu tempo, é só administrar (Entrevista)²².

O funcionamento do Dia da Beleza é organizado pela líder distrital dos bairros da capital. Ela solicita à sede a necessidade da ação no seu bairro como forma de integrar e

²² Entrevista concedida pela 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.

mobilizar as associadas da região. Mesmo a diretoria executiva pode determinar a realização do Dia da Beleza em um bairro, caso perceba a falta de ação de algumas das lideranças distritais. Por exemplo, no Dia da Beleza no Bairro Hilda, em Aparecida de Goiânia, a diretora de comunicação da Associação, Teresa Cortez, levou a voluntária até a casa da líder situada no Bairro Hilda. Lá, as donas de casa já estavam à espera da voluntária que realizaria os cortes de cabelos gratuitamente.

A divulgação do evento é realizada pela líder do bairro, que fica responsável por convidar as associadas da região para o Dia da Beleza. O convite é feito informalmente ou no dia em que há reunião entre as associadas do bairro. A líder do Bairro Hilda, Alcione Olinda de Oliveira, contou que costuma convidar as mulheres visitando-as em suas casas, percorrendo o seu setor residencial, ou mesmo, ao manter o costume bairrista de sentar em frente à calçada da casa. Ali, ela encontra uma vizinha, uma associada e, por meio da rede de relacionamentos interpessoais, a líder divulga a ação da entidade.

Esse evento revela que ao lidar com um grupo específico da sociedade e tentar representá-lo é necessário definir missão, valores, objetivos, e, além disso, colocar em prática atividades que valorizem o bem-estar físico das associadas, contribuindo para o reforço da auto-estima das mulheres. Isso é empreendedorismo social, executar ações que sejam significativas tanto para o público que as recebem, as associadas, quanto para quem as realizam, as líderes e voluntárias.

Ser um empreendedor social é direcionar aos projetos sociais a mesma criatividade, força e gerenciamento que são dedicados à gestão lucrativa orientada para a concorrência, ganhos e ao mercado. O voluntariado enquanto força de trabalho agrega benefícios provenientes do relacionamento social, pois aproxima indivíduos com experiências diferentes, nem por isso insignificantes, e, acima de tudo, complementares, que formam redes de amizade, de atenção e de trocas de saberes.

Pesquisa cesta básica

A pesquisa que a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás realiza mensalmente é um dos eventos de maior repercussão na imprensa e de grande impacto social. O levantamento realizado sobre os preços dos produtos da cesta básica teve início no ano de 1999, quando a entidade percebeu que nem o Procon Estadual efetuava esse tipo de pesquisa.

O monitoramento de preços 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 realização 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.

Anteriormente, ainda no ano 1999, a pesquisa era realizada também nos supermercados dos bairros de Goiânia, mas, devido ao acúmulo de tarefas da diretoria executiva, a sondagem nos setores residenciais foi abandonada. Atualmente, os bolsistas da OVG auxiliam 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 índice garante credibilidade à entidade como afirma a presidente da ADC-GO. *“À nossa pesquisa geralmente as pessoas dão uma credibilidade. Quando a gente começou a fazê-las, iniciou um grande processo de promoções”*²³. 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.

Essa representação social é base de discussão entre os profissionais da Economia, principalmente aqueles que estudam Economia Doméstica. Amaral (1999) faz uma ressalva que essa área de estudo ainda carrega muitos valores associados ao senso comum, atrelando a Economia Doméstica a um saber feminino não institucionalizado, mostrando a desigualdade dessa área de estudo entre as profissões.

Ora, se considerarmos que a Economia Doméstica é uma profissão explicitamente relacionada ao feminino - que reúne uma série de conhecimentos do mundo da reprodução, e os transfere, sob a forma de atividade profissional, para o mundo da produção- conseguiremos entender o estigma que parece colocá-la entre as últimas, na hierarquia simbólica das profissões. No entanto, continuamos com a forte impressão de que somos a profissão do futuro. Mas o que este futuro nos reserva? (AMARAL, 1999, p. 112).

Além da necessidade de mudança de perspectivas dos profissionais da Economia diante dos dilemas que envolvem questões de gênero e Economia do lar, é preciso, também, que a sociedade goiana, começando pelas instituições de ensino superior, reconheçam a contribuição das pesquisas realizadas pela Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás

²³ 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.

(ADC-GO), incorporando na grade acadêmica o estudo da Economia Doméstica, bem como reconhecendo o índice das Donas de Casa semelhantemente ao que ocorre com Índice de Preços ao Consumidor (IPC) apurado pela Secretária de Planejamento e Desenvolvimento do Estado de Goiás e com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese).

1º Encontro das Donas de Casa

O 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs foi uma iniciativa pioneira da diretoria executiva empossada neste ano em promover um evento de médio a grande porte que ocorreu nos dias 11 e 12 de junho de 2008, na Câmara Municipal de Goiânia. A vontade de realizar este evento surgiu a partir dos números alarmantes que demonstravam a contração de algum tipo de doença sexualmente transmissível por uma grande quantidade de mulheres casadas, principalmente as idosas.

A diretora social e cultural da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, Rosângela Gusmão Crocetti²⁴ foi uma das que fez o levantamento para elaborar o projeto sobre a situação do contágio de DSTs e AIDS no Brasil e em Goiás. Segundo Rosângela, o estado de Goiás é responsável por 13,9% de crianças que nascem com Sífilis no Brasil. A respeito da AIDS, ela conta que a epidemia no estado modificou o perfil, atingindo principalmente o grupo feminino. Outro fator alarmante é a interiorização da doença, pois na capital o percentual de soro-positivos reduziu em 35%, enquanto nos municípios aumentou para 65%.

O objetivo geral do encontro é contribuir para a redução da incidência de DSTs e AIDS, prioritariamente entre as donas de casa, mulheres jovens, mulheres da agricultura familiar, mulheres de assentamentos do Banco da Terra, camponesas, no Estado de Goiás, através da prevenção em saúde e direitos humanos. A intenção da atividade, também, é formar multiplicadoras para conscientização de outras mulheres sobre os riscos e prevenção das DSTs.

A temática posta em debate proporcionou o respaldo da Superintendência de Políticas de Atenção Integral à Saúde (SPAIS) da Secretária de Saúde do Estado de Goiás, que parabenizou a iniciativa da Associação e ainda contribuiu com o encontro, garantindo que todas as palestras fossem proferidas por técnicos das SPAIS. O evento trouxe a palestra da enfermeira do trabalho, Ana Cecília Coelho Neto, que explicou sobre sexualidade, e mostrou

²⁴ Entrevista com a diretora social e cultural da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás. Rosângela Gusmão Crocetti, realizada no dia 25 de junho de 2008, na sede da Associação.

imagens das conseqüências das Doenças Sexualmente Transmissíveis. Pôde-se perceber que muitas donas de casa se sentiram constrangidas com as cenas e até repudiaram as imagens.

Ainda há muita resistência por parte das donas de casa e das mulheres da agricultura em lidar com o sexo, pois, ao exigirem o uso da camisinha para seus maridos, podem sofrer retaliações. Elas citam que o pedido levanta suspeitas em relação à conduta da esposa perante o marido, e que se a mulher exige o preservativo é porque não confia na fidelidade do parceiro, possibilitando que esse realmente seja infiel atendendo às desconfianças da esposa. Rosângela Crocetti lembrou que na hora em que foram distribuídas as camisinhas femininas, em uma caixa, algumas mulheres sequer tocaram no recipiente, como se ali houvesse um objeto pecaminoso.

Esse preconceito ao discutir a sexualidade entre as donas de casa ainda é um tabu para o grupo. O senso comum estabelece que a determinação biológica, ou seja, a diferenciação entre os órgãos sexuais são fatores que naturalizam o patriarcalismo presente na sociedade, com o ideário de que o homem, enquanto provedor do lar, garante o sustento por meio do labor e como recompensa deve ser satisfeito junto às obrigações sexuais do casamento. Já as mulheres, tomadas como sexo frágil, são servas daqueles que dão “credibilidade” a elas, que as retiram das casas do pai e as tornam esposas, mães de famílias e donas do lar. Essa questão da satisfação do marido pela esposa é algo enraizado, principalmente nos países de tradição religiosa.

Apesar da diretora social, Rosângela Crocetti, acreditar que poucas serão as donas de casa multiplicadoras dos saberes obtidos nesse primeiro encontro sobre Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs), ela espera que a iniciativa seja repetida, com atenção especial às líderes da Associação das Donas de Casa, para que elas sejam instruídas a lutar por políticas públicas de prevenção às DSTs, especialmente, no interior. Mesmo que o impacto nas donas de casa seja pequeno nesse primeiro encontro, é um avanço ver que as donas de casa saem de suas residências e vão a um evento como esse para discutirem sexualidade. Porém, ainda há muito a que se desenvolver até que as donas de casa estejam abertas a romper certos dogmas. Muitas delas alegam que o que aprenderam no encontro será repassado para suas filhas e netas, mas elas não se incorporam no universo das que podem mudar os padrões, sendo coerentes com as representações instituídas socialmente.

Patrocínios e políticos

O 1º Encontro das Donas de Casa e Mulheres da Agricultura Familiar do Estado de Goiás na Prevenção da AIDS e DSTs foi organizado com uma infra-estrutura adequada para que as palestras e ações fossem desenvolvidas em período integral. O encontro foi projetado para receber cerca de 300 donas de casa, que, além das palestras, adquiriram gratuitamente camisinhas femininas e receberam assistência durante a programação. Para organizar uma ação como essa, a diretora social e cultural, Rosângela Crocetti, explicou que todo o recurso veio dos contatos com empresas dos mais variados setores. Era visível o apoio da iniciativa privada durante o evento, pois havia *banners* e outros materiais de divulgação dos patrocinadores.

O relacionamento com os patrocinadores é algo delicado para a Associação. As parcerias com as empresas demonstram a eficiência da diretoria executiva em se organizar para captação de recursos. Outro fator a ser destacado é a abertura de algumas empresas em atuarem como parceiras das entidades civis, incorporando o conceito de responsabilidade social, o que faz com que a imagem pública dessas empresas seja valorizada por apoiarem uma entidade de defesa dos consumidores.

Mas ao se estabelecer esse elo entre a entidade e as empresas, a diretora social da ADC-GO visualiza que a aliança dificulta ações de denúncia e fiscalização dos patrocinadores. Segundo Rosângela, a entidade é frequentemente procurada por uma empresa de telefonia para patrocinar o jornal interno da Associação, mas essa parceria não é efetivada, pois infringe os valores da entidade, já que as donas de casa defendem o consumidor e torna-se inconcebível qualquer aliança com o setor que mais gera reclamações e processos judiciais por parte dos consumidores goianos.

A diretora de comunicação da ADC-GO, Teresa Cortez, afirmou que seria ideal que os patrocinadores do jornal interno não exigissem a divulgação de suas marcas na publicação da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás. Para não se tornar refém das empresas patrocinadoras, a diretora de comunicação, utiliza da seguinte estratégia: antes de elaborar o jornal ela procura possíveis patrocinadores para cada edição, assim não se estabelece vínculos duradouros com uma só empresa, mantendo, segundo a entidade, uma autonomia diante das iniciativas privadas.

Outro relacionamento complicado ocorre entre a entidade e os políticos, já que ADC-GO é muito procurada pelos candidatos que estão em busca do voto das donas de casa, principalmente, neste segundo semestre de 2008, ano de eleições municipais. A grande preocupação está no assédio que as líderes dos municípios recebem no interior de Goiás. A orientação da diretoria executiva é que as lideranças estejam atentas às mulheres que querem ingressar na Associação no período eleitoral para angariar votos, evitando, assim, que a Associação seja usada para fins eleitoreiros.

Mesmo com toda essa restrição aos políticos, durante a observação não-participante, a Associação teve um envolvimento infeliz com um parlamentar já eleito, cujo nome não convém divulgar, que prometeu imprimir o jornal interno da edição de julho/agosto em uma gráfica de sua propriedade. O trato não foi cumprido e o jornal não foi impresso. Isso se tornou uma frustração para a diretoria executiva, e só fez reafirmar que o envolvimento com políticos é prejudicial à Associação.

Parcerias

Os movimentos sociais contemporâneos aprenderam que, para conseguirem implantar suas ações e repercuti-las socialmente, necessitam estabelecer parcerias com o poder público, tão evitado nos anos posteriores ao da ditadura militar. Além disso, precisam estabelecer alianças com as iniciativas privadas que colaboram com projetos sociais. Nesse sentido, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás realiza um intercâmbio com entidades parceiras, como Conselhos de Energia Elétrica (Conceg), Saúde e Segurança Alimentar (Consea), Conselho de Defesa do Consumidor (Condecon), Conselho Estadual da Mulher (Conem), sendo a de maior destaque a união com o Procon Estadual. A parceria entre esses dois órgãos se iniciou em 1999, quando atuaram conjuntamente para evitar os aumentos dos preços nos produtos da cesta básica. Porém, somente no ano de 2003 a Associação e Procon Estadual estabelecem-se no mesmo prédio.

Juntas, as duas entidades são responsáveis por fiscalizarem o abuso do poder econômico das empresas, denunciando produtos e práticas que prejudiquem os consumidores. Outra ação promovida pelos dois órgãos consiste nas pesquisas de preços dos produtos da cesta básica realizada mensalmente pela Associação e já mencionada neste trabalho.

A união proporcionou benefícios aos consumidores, pois as duas entidades atuam conjuntamente na fiscalização de supermercados e produtos, realizam pesquisas dos produtos da cesta básica. O elo entre órgãos propicia uma maior agilidade, pois ao receber denúncia das

donas de casa, a Associação repassa ao Procon, que, prontamente, dedica-se a fiscalização do caso. Outro fator positivo é a presença conjunta entre Procon e ADC-GO na mídia local, pois o trabalho de ambas entidades proporciona uma boa divulgação da parceria a favor dos consumidores.

Direito à aposentadoria

O direito à aposentadoria é uma das grandes reivindicações das donas de casa e a Associação age ativamente na garantia desse benefício. A presidente da Associação lembrou que, quando assumiu interinamente a entidade, se informou sobre a existência de um Projeto de Emenda Constitucional da deputada Luci Choinacki - PT/SC, arquivado na Câmara, que requeria a instituição de benefício assistencial para as donas de casa. A entidade se organizou para pressionar o governo para garantir a aposentadoria para as mulheres do lar.

Em 08 de março de 2006, a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, juntamente com outras entidades de defesa da categoria, participou da “III Marcha das Donas de Casa”. A primeira marcha ocorreu em 2004, quando a entidade levou a Brasília cerca de 100 mulheres, que pediram a aprovação do projeto que regulamentava a aposentadoria. No segundo ano, cerca de duas mil mulheres integraram a campanha de protesto para pedir agilidade na aprovação da proposta.

Na última marcha, realizada em 2006 e coordenada pela ADC-GO, no total de 6 mil mulheres de todo país reivindicaram a regulamentação do direito à assistência previdenciária na Esplanada dos Ministérios, em Brasília. Além da marcha, um abaixo-assinado com 1.800.000 assinaturas foi entregue ao poder público no intuito de evidenciar a adesão das donas de casa pela regulamentação do artigo 203 da Carta Política. O artigo presente, *caput*, na Constituição de 1988 prescreve que “*a assistência social será prestada a quem dela necessitar, independente de contribuição à seguridade social*”.²⁵ Somente a partir do Decreto 3.048/99, a denominação “dona de casa” foi reconhecida para fins da previdência.

Em entrevista ao Jornal Clique, a presidente da ADC-GO ressaltou a contribuição da entidade para a obtenção do direito à aposentadoria.

A aposentadoria, se ela existe hoje, foi uma conquista nossa, de mais de seis anos de caminhada a Brasília, com nossas marchas para fazer com que valesse. Então, em

²⁵ Constituição: República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico, 1988.

2006, foi isso. Saiu a nossa lei, a dona de casa está, hoje, inserida dentro da previdência. Ela pode contribuir para sua aposentadoria (Entrevista)²⁶.

No dia 09 de março de 2006, o Senado aprovou o projeto de lei, cujo relator é o senador Eduardo Azeredo (PSDB-MG), que regulamenta a aposentadoria facultativa para as donas de casa. O projeto institui que o benefício é destinado àquelas que façam parte de família de baixa renda, ou seja, com orçamento de até meio salário mínimo por pessoa, e tenham direito à aposentadoria de um salário mínimo.

A contribuição mínima para as donas de casa é de 11% sobre o salário mínimo e só podem requerer a aposentadoria após os 60 anos, já para outros trabalhadores o recolhimento mínimo é de 20%. Para se aposentar por idade ou especial, a carência prevista para donas de casa é de 144 contribuições mensais. Já para ter direito ao salário-maternidade é necessário que contribuam por no mínimo oito meses.

Porém, o direito à aposentadoria está longe de contemplar todas as categorias de donas de casa porque muitas delas não têm condições de contribuir mensalmente para ter acesso ao benefício, mesmo com o percentual de recolhimento sendo menor que a média entre os outros trabalhadores. Muito ainda precisa ser discutido, como o atual Projeto de Lei 2835/08, do deputado Antônio Carlos Mendes Thame (PSDB-SP), que propõe que a dona de casa contribua para previdência retroativamente à data do casamento ou união estável, pois, atualmente, é contado a partir da opção da dona de casa pelo plano simplificado pela Previdência.

Esse projeto de lei não é unanimidade entre as associadas, pois, como menciona Maria das Graças dos Santos, muitas donas de casa são mães solteiras e, apesar de nunca terem sido casadas, são as provedoras de seus lares e não são contempladas por esse projeto de lei. A entidade apóia uma alternativa, como expõe a presidente da ADC-GO. A proposta facilitaria as donas de casa que estão acima dos 70 anos a conseguirem uma aposentadoria menos onerosa para aquelas que trabalhem exclusivamente no âmbito familiar e pertençam a famílias de baixa renda.

Tem outro tipo de aposentadoria. Nós temos brigado com o governo para que as mulheres acima de 70 anos, pois a gente vê que elas não têm mais tempo para contribuir e é esse projeto que está em Brasília, que é da deputada Rita Camata. Ela está pedindo 5% de contribuição para a dona de casa, e que essa mulher, quando tiver 70 anos possa se aposentar e descontar sua previdência na própria

²⁶ Entrevista que a presidente da Associação das Donas de Casa, Maria das Graças dos Santos, concedeu ao Jornal Clique, no dia 23 de junho de 2008, na sede da Associação.

aposentadoria dela. Porque a gente vê que se ela não conseguiu contribuir até agora, a mulher que está com 60 e 70 anos, como que ela vai ter tempo para contribuir mais de 12 e 15 anos? Isso não existe (Entrevista)²⁷.

Boicote

O principal instrumento de pressão utilizado pela Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é, sem dúvida, o boicote aos produtos caros, às mercadorias que apresentam irregularidades na embalagem ou composição e alimentos de baixa qualidade, principalmente, pelo fato das donas de casa comporem o grupo que acompanha a oscilação dos preços, já que uma das funções do lar é cuidar do orçamento familiar. A entidade é, atualmente, bastante reconhecida por protestar mediante o boicote e painelaços nas ruas, conclamando a população para que participe do protesto.

A estratégia utilizada reflete rapidamente na sociedade, primeiramente porque, 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.

Antes de partirem para o boicote como estratégia de pressão, a entidade prima pela responsabilidade, propondo diálogos com as empresas, supermercados e fornecedores a fim de negociar a melhor solução para o consumidor. Normalmente, neste processo já se consegue melhorias para ambas as partes. A Associação obteve algumas conquistas por meio dos boicotes. De acordo com as informações publicadas no site da ADC-GO²⁸, são exemplos disso a denúncia realizada pela Associação, ao notar que, nos rolos de papel higiênico, a quantidade de papel vendido era menor do que a discriminada na embalagem, de 40 para 30 metros; e o caso das palhas de aço, que comercializava 8 palhas ao invés de 10, como constava na embalagem.

As alterações na quantidade dos produtos, a partir da denúncia da ADC-GO, resultaram na obrigatoriedade de mencionar na embalagem a real medida de cada item. Em outro momento, houve ainda a descoberta da venda de bebida láctea, que, ao invés de leite, levava soro em sua composição; também em 2003, a entidade foi às ruas protestar contra o

²⁷ Entrevista que a presidente da Associação das Donas de Casa, Maria das Graças dos Santos, concedeu ao Jornal Clique, no dia 23 de junho de 2008, na sede da Associação.

²⁸ Informação retiradas do site ADC-GO, disponível em:

<<http://www.donasdecasa.com.br/2008/historico.php>> Acesso em: 11 de out. de 2008.

alto valor do saco de arroz, além do caso de excesso de água no frango congelado, o que fazia com que o preço do quilo fosse maior. A irregularidade no frango culminou em um Termo de Ajuste de Conduta junto ao Ministério Público Federal, Procon Estadual e abatedouros de aves.

Se posteriormente à negociação não ocorre mudanças, a entidade vai às ruas protestar, ganhando visibilidade pública e também midiática, pois, ao promover o boicote, a Associação convida a imprensa a divulgar a alta de preços ou produtos denunciados, temas que possuem audiência garantida. É interessante notar que os movimentos sociais, a partir dos anos de 1990, modificam suas formas de protesto e abandonam as ruas como forma de protesto, enquanto a ADC-GO mantém essa antiga prática e garante sua visibilidade exatamente nas ruas, precisamente, na Praça do Bandeirantes, em Goiânia, local onde costumam realizar os painéis.

Ao promover boicote, a Associação realiza a pressão sobre determinados grupos e ao levar esse conflito para as ruas e para a imprensa, ela ganha visibilidade e agrega aliados em sua atuação, criando, assim, o cenário ideal que garante a dramatização do manifesto, o que resulta em repercussão social. Com a manifestação na praça, a entidade promove uma mobilização que repercute na sociedade. Como expõe Serra (2002, p.39)²⁹, são *“manifestações legítimas, que também visam à mobilização e à conscientização do público e dos próprios participantes.”*

Acompanhar algumas das atividades realizadas pela Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás é compreender que a politização dessas mulheres ocorre a partir da associação a uma entidade civil.

²⁹ SERRA, Sonia. Comunicando a violência contra crianças brasileiras: dos protestos locais às denúncias em redes transnacionais. In: PERRUZO, Círcia; COGO, Denise; KAPLÚN, Gabriel. **Comunicação e movimentos populares: quais redes?** São Leopoldo, RS.: Ed. Unisinos. 2002.

CAPÍTULO III

III. A CRIAÇÃO DA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO

A Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) criou, em 2008, a diretoria de comunicação, sob a gestão de Teresa Cortez, que possui certa vivência do meio jornalístico impresso. De acordo com Teresa³⁰, a nova diretoria surgiu devido à necessidade de desenvolver veículos de comunicação que possam ser utilizados para a divulgação das atividades da Associação. A entidade necessitava, também, de uma diretoria capaz de atender, da melhor forma, as demandas de imprensa.

As principais necessidades da diretoria de comunicação são: 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. Inicialmente, a diretoria desenvolve-se lentamente na Associação, já que faltam voluntários, estagiários e profissionais da comunicação, que contribuam na elaboração dos conteúdos dos veículos de comunicação da entidade.

Informação Interpessoal

A ADC-GO mantém a circulação de informações internas por meio da rede de relacionamentos interpessoais, sendo que os avisos de reuniões, comunicados internos e convites são realizados de maneira informal. A diretoria executiva passa as mensagens para as líderes dos bairros e municípios por meio de ligações telefônicas, encontros ou durante a Assembléia Geral, realizada mensalmente, e estas ficam encarregadas de repassarem os avisos para as associadas.

As lideranças nos bairros da capital ou nos municípios possuem dias específicos durante a semana em que se reúnem com as associadas. Esses encontros são realizados nas casas das mulheres do lar. Durante o momento, os comunicados advindos da diretoria executiva da ADC-GO são repassados para as associadas. Antes das reuniões com as lideranças locais, ocorre a Assembléia Geral, na qual participam somente as diretoras e

³⁰ Entrevista com a diretora de comunicação, Teresa Cortez dos Santos, realizada no dia 11 de junho de 2008, na sede da Associação.

conselheiras. Desse modo, é organizada a programação das atividades da Associação e, também, são discutidas as carências, reclamações e sugestões de novos cursos.

A presidente da ADC-GO, afirmou que a comunicação oral ainda é o meio mais econômico e prático para a entidade realizar o contato com as associadas, já que torna-se complicado e oneroso telefonar para todas as donas de casa vinculadas à Associação ou mesmo enviar um malote de cartas, ações que demandam verbas que a entidade não possui.

Informativo da ADC-GO

O jornal impresso, o *Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás*, também é um recurso que a entidade utiliza para comunicar internamente com suas associadas. A publicação 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. Na última edição do jornal (n ° 12 - setembro/outubro), foi utilizado papel reciclado na impressão do jornal. Algumas editorias são fixas, como o “editorial”, que transmite a opinião da diretoria executiva; “dicas”, com sugestões para o lar e a “café e prosa”, seção com pequenas notas de assuntos variados retiradas de sites. O jornal tem tiragem de cinco mil exemplares, mas já chegou a ter 10 mil, variação que ocorre conforme a quantidade de patrocínios.

Na mais recente edição do Informativo (setembro/outubro), com uma tiragem de cinco mil exemplares, foram apresentados os seguintes conteúdos: Na capa³¹ foi exposto um poema, escrito pela Associação das Donas de Casa, em homenagem ao Dia Nacional da Dona de Casa (31 de outubro); além disso, há três chamadas (Alimentos, saúde bucal e código do consumidor) que anunciam o tema das reportagens nas páginas seguintes. Na página 2, há o Editorial da presidente da Associação, no qual são discutidos os reflexos sobre a crise na alta do dólar e a repercussão do período de instabilidade econômica no dia-a-dia do consumidor. Também, as matérias e entrevistas que compõem o jornal são apresentados no Editorial. Ainda na página 2, na seção “Receitas do mês”, o leitor encontra duas receitas para alimentação, logo abaixo, está a seção “Dicas de Economia” como orientações para aplicação do 13º salário. No canto direito da página, está uma tabela com produtos da estação. Abaixo, encontra-se o expediente e o quadro com email, telefone e endereço da ADC-GO para que o leitor mande sua sugestão, crítica e opinião.

³¹ Vide em Anexos, Anexo 10- Capa do Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás, p. 105.

A página 3 traz uma entrevista com o Superintendente do Procon Estadual de Goiás, Antônio Carlos de Lima, que faz análise dos 18 anos do Código de Defesa do Consumidor. Abaixo, na mesma página, há uma notícia sobre o Comitê Gestor para Monitorar a Qualidade do leite criado pelo governo federal retirada do site do Ministério da Justiça. Na página 4, na seção “Café e prosa” são expostas seis notícias pequenas retiradas de sites sobre: vírus HPV, redução no consumo de água, aumento nos juros do financiamento da casa própria, dicas de artesanatos para serem confeccionados no final do ano, restrições no consumo de mel para menores de um ano e nova regra de atendimento ao consumidor no call center. Ainda na página 4, há uma propaganda de suco da empresa patrocinadora do Informativo, a GSA.

Na página 5, há uma reportagem que enfatiza a importância da higiene bucal e, também, a matéria tem como complemento uma entrevista com Dentista e Especialista em Implantodontia, Adolfo Mendes Areias, que informa sobre cuidados com os dentes. Abaixo da reportagem, há um quadro com dicas para a escolha da escova de dente, uso adequado do fio dental e sugestões na escolha do creme dental. Na página 6, é totalmente contemplada por uma propaganda das Centrais Elétricas de Goiás (CELG), parceira da Associação, já que a entidade participa do Conselho de Energia Elétrica (Conceg), a qual mostra sobre o perigo de empinar pipa perto da rede elétrica.

A página 7 traz uma reportagem explicativa sobre o ciclo biológico e criadouros do mosquito transmissor da Dengue. Na última página, número 8, encontra-se uma reportagem sobre a sessão especial na Assembléia Legislativa do Estado de Goiás, na qual a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás reivindicou a redução da carga tributária nos alimentos. Abaixo, é divulgada uma propaganda da linha de massas da empresa Vilma, patrocinadora do jornal.

Inicialmente, as matérias eram escritas pela própria diretora de comunicação, mas segundo ela, surgiu a necessidade em profissionalizar o trabalho. Assim, uma jornalista *free lancer* faz as pautas, escreve as matérias e participa conjuntamente com a diretora de comunicação da edição do jornal. Há também um diagramador *free lancer*, profissionais que, pelo serviço prestado para a Associação, recebem pagamentos abaixo do valor de mercado. A diretora de comunicação, Teresa Cortez, explica que o objetivo do informativo da ADC-GO é formar donas de casa, leitoras bem informadas sobre assuntos de economia e conhecedoras do trabalho social prestado pela Associação.

O nosso objetivo é levar informações para as nossas donas de casa porque o jornal em Goiás é muito caro. O índice de leitura em Goiás é muito baixo, se nós juntarmos as tiragens dos jornais Hoje, Diário da Manhã e O Popular, talvez não chegue a 50 mil. A grande Goiânia tem quase um milhão e 600 habitantes. Agora, com o jornal Daqui aumentou esse índice de leitores, porque o preço é barato, cinquenta centavos. Pagar R\$1,50 e R\$2,50 todos os dias pesa muito no bolso das pessoas. Nosso informativo saiu na intenção de levar informação, como anda os trabalhos da entidade, como ela está atuando e levar informações pequenas e gostosas de ler (Entrevista)³².

O *Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás* 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 pegar o informativo na sede ou as líderes distribuírem junto às associadas.

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. Em contrapartida, a imprensa externa foca a Associação, exclusivamente quanto à temática consumo, sendo que o trabalho social da entidade não é reconhecido pela imprensa e nem divulgado. A presidente da Associação, Maria das Graças dos Santos, confirma o enfoque da mídia em mostrar a ADC relacionada aos assuntos sobre consumo.

Hoje, o grande tema é a economia. A mídia prioriza isso, é como a sociedade nos vê. Quando você mostra nosso trabalho social as pessoas dizem: “nossa, pensava que vocês só trabalhavam com economia”. Porque a mídia é que mostra a entidade e a mídia nos mostra como defensora do consumidor, trabalhando só a questão de relação de consumo. Então, infelizmente, a gente sente, às vezes, que o nosso outro trabalho, o social, que é muito grande, principalmente esse relacionamento com as donas de casa não é divulgado. A mídia dá mais ênfase só nos trabalhos sobre a questão da economia (Entrevista)³³.

³² Entrevista com a diretora de comunicação, Teresa Cortez dos Santos, realizada no dia 11 de junho de 2008, na sede da Associação.

³³ Entrevista realizada pela 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.

Radiodifusão

O programa de rádio é uma conquista da Associação das Donas de Casa que completou quatro anos, no dia 26 de agosto de 2008. A entidade participa todas as terças-feiras, das 8 às 10 horas da manhã, no programa *Cidade em Movimento* da *Rádio Brasil Central AM (RBC)*, sintonia 1, 270 AM . O espaço surgiu após a primeira participação da ADC-GO, que resultou em uma boa audiência para o programa. De lá para cá, consolidou-se o momento das donas de casa na programação, com entradas ao vivo e, ocasionalmente, com participações por telefone.

O programa *Cidade em Movimento* divulga notícias juntamente com músicas, intercalando informação com entretenimento. O perfil do programa atende à prestação de serviços aos ouvintes, com foco na orientação aos motoristas sobre as rodovias goianas e federais, além de informações meteorológicas. Essa característica condiz com a participação da ADC-GO durante o programa, já que a entidade informa os consumidores sobre seus direitos e deveres.

A Associação, todas as terças-feiras, escolhe uma das diretoras da ADC-GO para representar a entidade no programa. Frequentemente, participam a presidente, a vice-presidente, a diretora de comunicação e a diretora cultural e social. Lá, a representante da ADC-GO é direcionada ao estúdio onde participa juntamente com o locutor Sérgio Rubens. No programa, eles discutem um tema escolhido anteriormente pela Associação das Donas de Casa, na segunda-feira, assim, a produção da rádio liga um dia antes e se informa quanto ao tema a ser debatido pelas donas de casa.

Os assuntos apresentados no programa referem-se ao universo da economia doméstica, com destaque para aumento no preço de produtos, aproveitamento de alimentos, dicas para economizar água e luz, etc. Também, a Associação utiliza o espaço para divulgar as atividades da ADC-GO, além de conclamar os ouvintes a participarem de boicotes aos produtos irregulares. A vice-presidente da ADC-GO, Jacy Ribeiro, ressalta que a autonomia concedida à Associação em escolher que tema divulgar, parte do princípio de que elas, donas de casa, sabem bem que assuntos afetam o cotidiano das mulheres do lar, reforçando assim, que o ambiente doméstico é espaço em que o sexo feminino possui domínio.

O locutor fica responsável por conduzir a entrevista com a representante da ADC-GO, sendo que ele já possui as perguntas elaboradas sobre o tema a ser exposto. Durante o momento das donas de casa, o programa assume um perfil de um bate papo entre o locutor e a representante da Associação. Um fator relevante é que a entidade, por meio de seus

patrocinadores, disponibiliza duas cestas para serem sorteadas durante o programa, sendo uma cesta alimentícia da empresa Vilma e outra de produtos de higiene e limpeza da empresa Geo.

A rádio recebe as ligações dos ouvintes interessados no sorteio, registra o nome do participante, o setor onde reside, telefone e qual cesta ele quer concorrer. Além disso, é por meio do telefone que o ouvinte interage com o momento das donas de casa. A secretária da RBC anota a pergunta ou a opinião, que são repassadas pelo locutor no ar, não sendo permitida entrada ao vivo no programa.

A maioria dos ouvintes pertence aos setores periféricos de Goiânia. Mas, também, há participações de outros municípios goianos, devido à boa audiência da rádio no interior e nas zonas rurais. Esse retorno colabora na formação de lideranças em todos Goiás, já que é por meio do programa de rádio que as donas de casa dos municípios tomam conhecimento das atividades desenvolvidas pela Associação.

A entidade possui entre 30 a 45 minutos de espaço dentro do programa *Cidade em Movimento*. Os diálogos entre a representante da ADC-GO e o locutor são intercalados por músicas o que amplia as discussões sobre o tema, não se tornando cansativo. No final do programa, por volta das 9:45 h da manhã, são escolhidos os dois ouvintes ganhadores das cestas oferecidas pela Associação, que devem ser retiradas na sede da entidade. A vice-presidente da ADC-GO, Jacy Ribeiro, enfatizou o impacto positivo do programa de rádio na promoção da entidade nos municípios goianos.

No rádio é diferente da imprensa porque toda semana nós estamos lá, abordando um assunto novo, toda semana a gente tem participantes diferentes, às vezes, nem é associado que escuta e essas pessoas vêm aqui na sede, senta, conversa e associa. É muito bom participar na mídia. Mesmo aquela pessoa que ouviu o programa, não participou do sorteio, mas vem na Associação pedindo um curso, pedindo para criar uma liderança no interior e a gente vai. É muito bom quando alguém do interior pede para a gente ir aos municípios, ficamos conhecendo uma nova cidade, associadas novas, e lá no interior, as donas de casa são muito receptivas à Associação. O trabalho no interior é perfeito. Elas trabalham mesmo. O rádio é bom porque leva a Associação bem para longe, porque na imprensa a gente fica só aqui em Goiás, ou, às vezes, acontece de sair reportagem a nível nacional. Já o rádio vai para todo o Estado de Goiás. Inclusive esse rádio que a gente faz, o pessoal ouve mais no interior (Entrevista)³⁴.

O rádio é um canal de comunicação que agrada as donas de casa, pelo fato de deixá-las livres para executar os afazeres do lar e ainda as informa e as entretêm, não exigindo que parem suas atividades, a exemplo do que acontece com a televisão ou um jornal. É

³⁴ Entrevista com a vice-presidente da Associação das Donas de Casa, Jacy Ribeiro de Moura, realizada no dia 23 de junho de 2008, na sede da entidade.

preciso ressaltar que a diretoria executiva reconhece que o espaço é fruto do impacto social promovido pela ADC-GO e a diretoria se empenha em manter aberto esse canal de comunicação.

Internet

A internet é outro veículo de comunicação externa que possibilita aos movimentos sociais transpor fronteiras geográficas, além de ser uma rede de sociabilidade virtual que aproxima públicos distantes da realidade das associações e ONGs. Há três anos, a Associação desenvolveu o site institucional das donas de casa que possui o seguinte endereço: www.donasdecasa.com.br. A intenção da diretora de comunicação da ADC-GO é torná-lo um grande veículo de comunicação da Associação.

O site está em processo de reformulação de *layout* e de conteúdo desde março de 2008. A atualização do veículo fica a cargo da diretora de comunicação, Teresa Cortez, e da diretora social, Rosângela Gusmão. Devido às duas diretorias possuírem muitas demandas e reduzido número de pessoas que conheçam o funcionamento do site, o exercício de mantê-lo atualizado é algo que encontra dificuldades, sendo que há períodos que a seção “Últimas notícias” fica mais de uma semana sem novas matérias. Para a manutenção do veículo, a ADC-GO paga mensalmente R\$ 90,00 a uma empresa para hospedar a página virtual.

O veículo 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 buscar dados iniciais sobre a ADC-GO na internet.

Não é possível saber quem é o público que acessa o site, já que a entidade não possui o controle de acessos e nenhuma pesquisa nesse sentido, mas o que se pode notar é que as associadas não têm acesso ao site, uma vez que são poucas as donas de casa que possuem computador nos lares ou mesmo que sabem utilizar a internet.

Assim, até o site da Associação vir a ser o grande veículo de comunicação da entidade, como almeja a diretora de comunicação, será preciso que o governo efetive uma política de inclusão digital no Brasil, com terminais de acesso gratuito a internet nos grandes centros urbanos e nos municípios e promova cursos de informática gratuitos para idosos e

pessoas de baixa renda. Além disso, é necessário que o governo subsidie ainda mais a compra de computadores pela classe média baixa brasileira.

Donas de casa na mídia

Ao conceder espaço na mídia às donas de casa associadas, deixando-as falarem sobre as relações de consumo, é divulgada uma nova concepção do ser dona de casa, ou seja, de mulheres que acompanham a movimentação dos preços, protestam, denunciam, são ativas e podem contribuir para o lar e para a sociedade. Moscovici (1978, p.43) defende que há profissões que participam na constituição das representações sociais, como os “divulgadores científicos”, os “animadores culturais”, os “formadores culturais”. Um adendo, os jornalistas também são profissionais que colaboram na reprodução das representações sociais, principalmente, por meio de reportagens que orientam condutas.

Para saber como é vista a Associação das Donas de casa do Estado de Goiás na mídia impressa de Goiás foi utilizada a análise de conteúdo em dois jornais goianos, *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 foi realizada por meio da coleta 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. 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, 1 reportagem de cidades e há também 1 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 inferir 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.

Para a elaboração da análise de conteúdo foi desenvolvida a pesquisa com base na análise temática. As categorias 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. As categorias criadas para analisar o impacto da ADC-GO nos jornais *Diário da Manhã* e *O Popular* foram:

1. **Pesquisa Cesta básica**, refere-se a todas as frases que divulgam a pesquisa promovida pela entidade, índices e valores presentes na pesquisa;
2. **Orientação para os consumidores** é uma categoria que engloba propostas de alternativas de consumo, dicas e alertas aos consumidores;
3. **Afirmção do tema/ Fala autorizada**, categoria em que a Associação confirma aquilo que é tema da reportagem e ainda fala em nome da coletividade representando os consumidores;
4. **Boicote**, categoria de análise que engloba frases que revelam a promoção de boicotes, movimentos, manifestação pela ADC-GO;
5. **Denúncia**, frases que se referem às denúncias promovidas pela entidade;
6. **Crítica aos órgãos do governo**, categoria que engloba cobrança de medidas por parte dos órgãos e críticas efetuadas pela entidade;
7. **Reconhecimento da atuação da entidade**, frases que englobam a afirmação positiva da atuação da entidade;
8. **Fiscalização** refere-se às frases que consistem em ações de levantamento, fiscalização realizada pela Associação;
9. **Parcerias**, frases que revelam ações da ADC-GO conjuntas com outros órgãos;
10. **Participação em eventos de outras entidades**, frases que revelam a participação pró-ativa, intercâmbio com outras entidades.

A pesquisa ocorreu da seguinte maneira: foram selecionadas as reportagens nas quais a ADC-GO era citada. Esses textos tiveram as frases separadas dentro das categorias de análise elaboradas. Por exemplo, a frase da reportagem do *Diário da Manhã* de 01/05/2008, da Editoria de Economia, “Manifestação contra preços”, página 18, “a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC) realizou ontem um movimento contra a especulação do preço dos alimentos e propôs um boicote ao consumo do arroz”, trata sobre boicote, sendo categorizada na seção correspondente. Outro exemplo na reportagem “Carne 19 % mais cara em Goiás”, de 15/05/2008, página 18, mostra um período compatível com a categoria Pesquisa Cesta Básica.

Diário da Manhã

A partir das reportagens selecionadas entre junho de 2007 até o mesmo mês de 2008, que citam a ADC-GO, principalmente por meio dos enunciados dos títulos, foi possível categorizar os temas de cada uma da seguinte forma:

1. Tema: Alta nos preços dos alimentos. Editoria: Economia; Título: “Alta de preços altera consumo”, p. 13. Data: 21/06/2008;
2. Tema: Preços Cesta Básica. Editoria: Economia; Título: “Setor de Alimentos impulsiona preços”, p. 12. Data: 27/05/2008;
3. Tema: Boicote contra alta no preço do arroz. Editoria: Economia; Título: “Manifestação contra preços”, p. 18. Data: 01/05/2008;
4. Tema: Alta no preço da carne (dados da pesquisa Cesta Básica ADC-GO). Editoria: Economia; Título: “Carne 19% mais cara em Goiás”, p. 18. Data: 15/05/2008;
5. Tema: Alta no preço do arroz (dados da pesquisa Cesta Básica ADC-GO). Editoria: Economia; Título: “Pode faltar arroz no mercado”, p.20. Data: 25/04/2008;
6. Tema: Alta nos preços dos alimentos. Editoria: Economia; Título: “Clima faz preços subirem até 78%”, p. 15. Data: 23/04/2008;
7. Tema: Alta no preço do óleo. Editoria: Economia; Título: “Preço do óleo ultrapassa R\$3”, p. 10. Data: 08/04/2008;
8. Tema: Pesquisa Cesta Básica ADC-GO. Editoria: Economia; Título: “Cesta Básica”, p. 10. Data: 05/04/2008;
9. Tema: Peso adulterado do frango congelado. Editoria: Economia; Título: “Cinco Marcas Reprovadas”, p. 15. Data: 27/03/2008;
10. Tema: Peso adulterado do frango congelado. Editoria: Economia; Título: “Laudos do exame técnico serão divulgados hoje”, p. 12. Data: 26/03/2008;
11. Tema: Preço dos pescados. Editoria: Economia; Título: “Critérios na hora da escolha”, p. 19. Data: 20/03/2008;
12. Tema: Dia do consumidor. Editoria: Opinião, Título: “Consumidor goiano tem muito o que comemorar”, p. 03. Data: 19/03/2008;
13. Tema: Alta no preço do feijão. Editoria: Economia; Título: “feijão subiu 400% ao ano”, p. 11. Data: 12/12/2007;

14. Tema: Boicote contra preço do feijão. Editoria: Economia; Título: “Manifesto quer boicote contra a alta do feijão”, p. 09. Data: 08/12/2007;
15. Tema: Alta nos preços dos alimentos (dados da pesquisa Cesta básica ADC-GO). Editoria: Economia; Título: “Vilões do bolso do consumidor”, p. 11. Data: 21/11/2007;
16. Tema: Alta no preço do leite em pó. Editoria: Economia; Título: “Preço do produto em pó sobre mais de 50%”, p. 10. Data: 15/11/2007;
17. Tema: Adulteração leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Laudo inocenta laticínios”, p. 09. Data: 13/11/2007;
18. Tema: Alta nos preços dos alimentos (dados da pesquisa cesta básica ADC-GO). Editoria: Economia; Título: “Produtos da cesta básica mais caros” p. 10. Data: 13/11/2007;
19. Tema: Adulteração no leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “MP estuda entrar com ação contra laticínios”, p. 10. Data: 07/11/2007;
20. Tema: Boicote contra adulteração no leite. Editoria: Economia; Título: “Derivados sob suspeita”, p. 11. Data: 30/10/2007;
21. Tema: Adulteração no leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Veterinários denunciam falta de fiscalização”, p. 12. Data: 10/10/2007;
22. Tema: Água mineral reprovada. Editoria: Economia; Título: “Procon reprova água”, p. 10. Data: 09/10/2007;
23. Tema: Revitalização do centro de Goiânia. Editoria: Cidades; Título: “Centro será revitalizado”, p. 14. Data: 21/09/2007;
24. Tema: Pesquisa Cesta Básica ADC-GO. Editoria: Cidades; Título: “Diferença no caixa”, p. 08. Data: 12/09/2007;
25. Tema: Marcas de arroz reprovadas. Editoria: Economia; Título: “Doze marcas de arroz rejeitadas”, p. 11. Data: 05/09/2007;
26. Tema: Copos descartáveis reprovados. Editoria: Economia; Título: “Copos descartáveis na mira”, p. 08. Data: 29/08/2007;
27. Tema: Alta no preço do leite (dados da pesquisa ADC-GO). Editoria: Economia; Título: “Leite sobre 85 % em 60 dias”, p. 08. Data: 11/07/2007;
28. Tema: Alterações nas embalagens. Editoria: Economia; Título: “Armadilha na prateleira”, p. 17. Data: 02/07/2007;

29. Tema: Alta no preço do leite (dados da pesquisa cesta básica ADC-GO).
Editoria: Economia; Título: “Preço do litro de leite sobe e produto chega a custar R\$2,00”, p. 18. Data: 12/06/2007;
30. Tema: Consumo consciente. Editoria: Economia; Título: “Poder de compra de R\$ 1”, p. 17. Data: 15/06/2007.

Nas reportagens que falam sobre pesquisas de preços da cesta básica, as que aparecem dados da pesquisa ADC-GO são reportagens que divulgam os índices de preços de produtos conferidos pela Associação. A editoria de Economia é a área que mais concentra notícias sobre a Associação, sendo que 28 reportagens selecionadas pertencem a essa seção do jornal. Também há uma reportagem que se enquadra na Editoria de Cidades e um artigo de Opinião. Este último, apesar de não ser uma reportagem, foi selecionado para a amostra, pois explicita a atuação positiva da entidade nas frases proferidas pelo articulista.

No *Diário da Manhã*, a partir da análise temática, cujo valor percentual foi calculado com base no número total de frases, pode-se verificar a frequência com que são citados o nome da Associação, as falas da diretoria e de associadas e também as frases que se referem aos índices da pesquisa sobre cesta básica elaborada pela ADC-GO:

- 57 frases, ou seja, 36,53% divulgam a pesquisa de cesta básica promovida pela Associação das Donas de Casa;
- 25 frases, equivalente a 16,02%, referem-se à fala autorizada da Associação das Donas de Casa em nome dos consumidores e, também, a entidade aparece confirmando o tema das reportagens;
- 24 frases, correspondentes a 15,38%, referem-se à orientação aos consumidores;
- 15 frases, ou seja, 9,61%, referem-se à cobranças de medidas aos órgãos de governo e a reivindicação de ações;
- 12 frases, equivalente a 7,69 %, referem-se à divulgação dos boicotes realizados pela entidade;
- 10 frases, correspondentes a 6,54%, são sobre as denúncias promovidas pela Associação contra produtos e empresas;
- 7 frases, equivalente a 4,48%, reconhecem as ações da entidade como de impacto social positivo;
- 3 frases, ou seja, 1,92%, referem-se às parcerias da Associação com outras entidades;

- 2 frases, ou seja, 1,28%, divulgam a participação da entidade em eventos de outros órgãos;
- 1 frase, equivalente a 0,64%, divulga as fiscalizações realizadas pela Associação.

Foram analisadas 156 frases pertencentes a 29 reportagens e 1 artigo de opinião do *Diário da Manhã* em que ADC-GO é citada. Os temas das reportagens são: vinte (20) reportagens tratam sobre preços da cesta básica, uma (1) reportagem sobre a adulteração no frango congelado, um (1) artigo de opinião sobre o dia do consumidor, quatro (4) reportagens sobre irregularidade no leite de saquinho, uma (1) reportagem sobre denúncia na água mineral, uma (1) reportagem sobre aumento nos preços dos produtos eletrodomésticos, uma (1) reportagem sobre revitalização do centro de Goiânia e, uma (1) reportagem sobre irregularidades nos copos descartáveis.

Analisando as três melhores classificações, os resultados demonstram que a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás possui o maior espaço de divulgação no jornal *Diário da Manhã* quando o assunto é sobre o aumento nos preços dos produtos (Pesquisa Cesta Básica), com destaque para a aferição realizada pela Associação o que revela que o índice de preços e produtos da ADC-GO é algo que possui garantia de cobertura pelo jornal *Diário da Manhã*. Em segundo lugar, (Orientação aos consumidores), a Associação afirma-se nas reportagens como uma entidade com autoridade sobre assunto de consumo, sendo consultada quanto seu posicionamento sobre os temas das reportagens.

Além disso, a entidade aparece como fonte de informação gabaritada a dar opinião e falar em nome dos consumidores (Afirmção do tema / fala autorizada). Na terceira classificação, a Associação é apresentada como orientadora dos consumidores, isso confirma que a entidade tem conhecimento a ser passado para a sociedade.

O Popular

Entre junho de 2007 e junho de 2008, o Jornal *O Popular* apresentou nove reportagens que citam a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás. Essas reportagens são:

1. Tema: Aumento no preço dos alimentos. Editoria: Economia; Título: “Feijão e carne fazem Goiânia liderar inflação”, p. 17. Data: 07/12/2007;
2. Tema: Alta nos preços dos alimentos. Editoria: Economia; Título: “Susto nas horas das compras”, p. 13. Data: 11/07/2007;

3. Tema: Adulteração do leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Laudos reprovam 14 marcas de leite”, p.12 Data: 13/07/2007;
4. Tema: Adulteração do leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Saúde e Procon divergem sobre leite”, p. 14. Data: 13/11/2007;
5. Tema: Adulteração do leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Promotor vai acionar laticínios”, p.14. Data: 07/11/2007;
6. Tema: Adulteração do leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “Suspensa venda de leite reprovado”, p. 13-14. Data: 30/10/2007;
7. Tema: Adulteração do leite de saquinho. Editoria: Economia; Título: “PF e Ministério Público serão acionados hoje”, p. 09. Data: 29/10/2007;
8. Tema: Alta nos preços dos alimentos. Editoria: Economia; Título: “Ralando para encher a panela”, p. 14. Data: 26/08/2007;
9. Tema: Consumo de leite. Editoria: Economia; Título: “Laticínios querem aumentar o consumo de leite em Goiás”, p. 14. Data: 27/05/2008.

No Jornal *O Popular*, a análise temática das frases que citam a ADC-GO ou correspondem a falas das diretoras ou associadas e os índices da pesquisa promovida pela entidade tiveram o seguinte resultado:

- 7 frases, equivalente a 21,87%, referem-se ao boicotes promovidos pela Associação;
- 6 frases, equivalente a 18,75%, tratam sobre a orientação aos consumidores feita pela ADC-GO;
- 5 frases, equivalentes a 15,65%, são categorizadas em Denúncia;
- 4 frases, equivalente a 12,50%, referem-se à afirmação do tema da reportagem/ Fala autorizada;
- 4 frases, ou seja, 12,50% , são sobre crítica aos órgãos do governo;
- 4 frases, que correspondem a 12,50%, referem à Pesquisa ADC-GO;
- 2 frases, ou seja, 6,25%, são categorizadas em fiscalização;
- As outras categorias como: reconhecimento da atuação da entidade, parcerias, participação em eventos de outras entidades não tiveram frases correspondentes, ficando com 0%.

No total, foram analisadas 32 frases, pertencentes a nove reportagens, sendo que o tema (Boicote) foi o assunto com maior espaço nas frases que compõem as reportagens. A

partir disso, infere-se que a criação de eventos dramáticos nos quais possam se obter maior impacto, como painéis, faixas e aglomerações ganham o respaldo do veículo impresso. Em segunda ordem de importância, o tema (Orientação aos consumidores) corresponde a 18,75% do total de frases que citam a ADC-GO no jornal *O Popular*. É interessante notar que nas reportagens nas quais aparece a Associação, a entidade orienta os consumidores como lidar nos períodos de alta dos preços e dá dicas alternativas de consumo.

Outro fator que gera notícia são as denúncias realizadas pela ADC-GO, pois essas surgem a partir da fiscalização (Denúncia), o que ressalta a contribuição social da entidade enquanto órgão que cumpre uma função de fiscalizar as relações de consumo, revelando a pró-atividade da Associação.

A partir da análise temática, pode-se inferir 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 trinta 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, o jornal *O Popular* apresenta a entidade mais associada aos boicotes. Isso mostra o impacto da tematização midiática na formação da identidade de um movimento social, e até mesmo, junto aos jornalistas e a empresa de comunicação. Dessa forma, o *Diário da Manhã* consolida a imagem da Associação das Donas de Casa como uma entidade que privilegia as pesquisas de preços.

Por outro lado, o jornal *O Popular* orienta sua cobertura jornalística sobre a AD-GO com base em assuntos de maior impacto, como os boicotes. O que aproxima os dois jornais é o interesse exclusivo em consultar as donas de casa sobre assuntos de consumo tornando-as uma fonte que colabora com o caderno de Economia.

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, reforçando, no ideário coletivo, à simples 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 relações de consumo. Noutra via, cabe aos movimentos sociais viabilizar melhores condições de divulgação das ações sócio-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. “Os grupos sociais que carecem de acesso rotineiro à rede de notícias têm que surpreender os jornalistas mediante ações particularmente inusitadas, organizando pseudo-eventos como manifestações, violência etc para serem considerados de interesse jornalístico” (KUNCZIK, 2002, p.260).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo consolida uma pesquisa na qual o interesse é revelar que há muito mais a ser dito sobre a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás (ADC-GO) do que é divulgado na imprensa. Conhecer a realidade das donas de casa da Associação revelou 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 a 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, dessa forma, 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. A imprensa goiana estabelece que a ADC-GO possui representatividade de um grupo que fiscaliza, orienta e cobra ações em benefício dos consumidores, das donas de casa e outros cidadãos.

Porém, os dois veículos de comunicação analisados necessitam divulgar outras ações da entidade, por meio da ampliação do foco das reportagens, indo além de temas sobre consumo e informando sobre as atividades sócio-culturais da Associação. Desse modo, os dois jornais prestam serviço à sociedade ao contribuir para a expansão da intervenção da ADC-GO em Goiás.

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, nº6. Brasília: **União Pioneira de Integração Social-UPIS**, 1999.

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

FARR, Robert M. Representações sociais: A teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHHELOVITCH, Sandra. (Organizadores). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

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

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

_____. **A força da periferia - a luta das mulheres por creches em São Paulo**. Petrópolis, RJ, 1985.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul: manual de comunicação**. 2 ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

JOVCHHELOVITCH, Sandra. Vivendo a vida com outros: Intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHHELOVITCH, Sandra. (Organizadores). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

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.2008.

MONTEIRO, Angélica; LEAL, Guarciara. **Mulher: da luta e dos direitos**. Brasília: Instituto Teotônio Vilela, 1998.

MOSER, Cláudio; RECH, Daniel (Org.). **Direitos Humanos no Brasil: Diagnóstico e Perspectivas: Olhar dos parceiros de Misereor**. 2. ed. Rio de Janeiro: CERIS/Mauad,2003.

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

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: Aspectus,2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 7. ed.Lisboa: Editorial Presença, 2002.

ANEXOS

ANEXO 1 – Entrevista com a presidente da ADC-GO

Nome: Maria das Graças Santos (Presidente da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás)

Profissão: Dona de casa

Idade: 53

Estado civil: Casada

Filhos: 3

Escolaridade: Ensino Médio

Setor Residencial: Parque das Nações

Data da entrevista: 10 de junho de 2008

Maria das Graças, como foi fundada a Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás?

R: Eu não participei da fundação. A fundação dela foi com 26 mulheres, na casa de uma dona de casa moradora do bairro Morada do Sol. Foi fundada pela Rute Madela, que foi a nossa primeira presidente.

Em quais bairros a ADC possui representantes?

R: Hoje, na grande Goiânia, nós temos líderes em quase todos os bairros, nós temos uma representante, uma líder, que a gente chama de distrital.

Como que funciona, a líder, o grupo tem essa mesma estrutura que tem a sede, tem diretora de comunicação, vice-presidente?

R: As municipais sim, as distritais não. As distritais cada uma tem uma líder no seu bairro, no interior, todas tem a mesma estrutura da diretoria executiva.

Quantos municípios, hoje, a ADC possui líder?

R: Nós temos quase em 100 municípios, 95 e 98 me parece.

Quando começou essa parceria com o Procon?

R: A Associação, desde 1999, quando houve a queda do real, teve uma aproximação muito grande junto ao Procon. A partir daí, a gente foi estreitando os laços, e assim, nós estamos juntos aqui no Procon, na mesma sede, desde 2003.

E foi nesse mesmo ano, quando passaram para o sede do Procon em 2003, que foi agregada à missão da ADC a defesa do código do consumidor ou já tinha antes?

R: Não, já tínhamos antes, desde 1999, nós já trabalhávamos a defesa do consumidor. Antes, como estava naquela época do domínio, não tinha inflação. Com a queda do real é que as pessoas passam a nos ver muito, é por isso que a gente fala, eles nós vê muito com a relação de consumo, na defesa do consumidor.

O que te motivou a se tornar presidente da Associação, foi interesse pessoal, foi indicação?

R: Eu tinha um relacionamento com a Jacy que foi presidente. Nós fomos criadas praticamente juntas no mesmo bairro. Eu estava assim, como muitas donas de casa, ficando muito sozinha, só cuidando de casa e foi me dando até uma depressão. Assim, me convidaram para participar, comecei a participar, depois passei a ser a vice dela. Então, eu achei que poderia doar alguma coisa, que eu tinha muita coisa, que eu podia estar participando, a gente começa a se envolver, vai vendo que muitas outras mulheres estão na mesma situação. Criou àquela vontade de defender a questão de uma aposentadoria, vi a questão da mulher. Tinha um projeto que desde 2001 estava lá nas gavetas, quando cheguei, me interessei por esse projeto e comecei a trabalhar nesta campanha. Fiquei praticamente na campanha da aposentadoria, indo para Brasília, entrando em contato, pois eu achava que o principal objetivo era isso.

Como eu passei, até um período de depressão porque eu ficava muito quieta em casa, eu também quis trabalhar a auto-estima dessas mulheres, porque eu achava que era uma falta de respeito quando as pessoas falam que elas não faziam nada. As mulheres comentavam isso nas reuniões, elas se sentiam até humilhadas, pois eram do lar.

Peguei essa parte, eu queria trabalhar a auto-estima delas, mostrar que é um privilégio em ser uma dona de casa. Fiz por meu interesse.

Quando você passou a ser presidente da Associação, como ficou sua rotina de dona de casa e a rotina de líder?

R:Eu ,quando ainda era vice, a Jacy teve que afastar por motivo de saúde. Como nós, donas de casa, temos que cuidar dos idosos, do neto, então, ela teve que dedicar à mãe dela e eu assumi interinamente. Como não tinha tido nenhuma eleição, senti que eu tinha que fazer uma eleição, para me sentir mais legitimada, isso em 2003. Foi a nossa primeira eleição, porque as outras eram somente por indicação.

Fui para o processo de eleição, fui eleita e comecei a trabalhar. Depois, pensei, a Associação é do Estado, porque só ficar com dona da casa em Goiânia. Comecei a trabalhar, a primeira coisa foi expandir essa Associação no interior. Na minha casa, eu senti o apoio do meu marido, ele é o maior incentivador, me dá um maior ânimo e me elogia nas conquistas. Até tive uma barreira, eu tinha um filho que ele achava que eu não precisava disso, eu acho que muitos outros pensam dessa forma, porque as pessoas são muito egoístas. Dizem, você não precisa disso, pensam que você não está ganhando nada, você não tem pretensão política para que você está ali? As pessoas, às vezes, com o egoísmo, pensam isso, mas a gente está dentro, nós da Associação sabemos que podemos contribuir.

O que eu falo para as donas de casa, isso é tema de uma das minhas palestras, é a questão de administrarmos o nosso tempo. A partir do momento em que você se organiza você administra o tempo sem atropelo. Eu aprendi isso, mesmo quando todos os meus filhos estavam em casa. Eu tenho o cuidado com o meu marido, com a minha casa e não tenho aquele estresse , qualquer pessoa pode chegar na minha casa. Quando eu viajo muito, é lógico que preciso de uma pessoa para cuidar da casa. Eu acho que a dona de casa tem que administrar, não só a mulher que trabalha fora e faz dupla jornada, nós também temos que fazer isso. Eu aprendi e passei isso também para as nossas donas de casa. Hoje, quando a gente as convida, nunca mais tem aquela conversa, num tenho tempo, ela sabe que ela tem que ir lá para conquistar alguma coisa.

Na minha vida, eu tenho minha organização, sei o que tenho que fazer no dia, lavar minha roupa, passar, preparar minha alimentação, quitanda e não me canso. No final de semana, é tranquilo, vou ao salão, faço minha unha, arrumo meu cabelo, uma rotina de uma mulher trabalhadora. Nós, donas de casa, temos que entender que nós somos mulheres trabalhadoras e nossa maior conquista foi isso, a que conseguimos dentro da previdência social. Então, toda a mulher tem o seu tempo, é só administrar.

Em sua opinião, como a sociedade tem visto as donas de casa?

R: Hoje, depois de 12 anos, a gente tem um perfil de credibilidade, de respeito. Outros sindicatos e outros profissionais nos procuram, porque eles acham que quando mostra a marca da ADC, a sociedade dá credibilidade. Isso, a gente tem falado para as nossas associadas, o nosso estatuto engrandece a nossa categoria. Hoje, eu vejo um novo perfil de mulher, elas têm entendido que nós temos voz. Em todos os conselhos nós temos um assento. Nós tivemos uma dificuldade muito grande na época de entrar no Conselho da Mulher, porque eram mais mulheres feministas e elas achavam que nós somos mulheres acomodadas, que somos donas de casa por opção, porque a gente não quer desenvolver. Hoje, elas viram que não é isso, a maioria, não é por opção, tem muitas que gostariam de ter um trabalho, mas não tiveram oportunidade de se qualificar, elas sempre viveram para outras pessoas, se doaram. Então, chega uma idade que elas poderiam trabalhar fora, mas elas são babás, estão lá cuidando dos netos para a filha ir para a faculdade, trabalhar, porque nós não temos creches o suficiente. Então, elas entenderam que nosso papel não é esse, eu não vou incentivar uma dona de casa de 40 e 50 anos, que não foi qualificada, para ele ser doméstica de outra, sem uma carteira assinada, sem nada. Por isso, nós damos cursos para elas se qualificarem, para terem uma auto-suficiência, pois aquela dona de casa que faz o curso ganha mais um salário. Hoje, a sociedade entendeu isso, nós somos convidadas para irmos aos fóruns empresariais, porque sabem que a gente tem participação. O sindicato da FAEG nos convida, porque ele sabe que nós também temos uma cadeia, essa cadeia começa com a dona de casa que é um suporte na economia. Então, a sociedade nos vê com outro perfil e com voz em todos os lugares que a gente tem ido.

O que você acredita que leva as donas de casa que não são associadas a se associarem a ADC-GO, o que elas buscam?

R: São várias as situações. Nós temos umas que querem passear, já que a gente faz muitas excursões. Outras querem sair, vivem em uma prisão dentro de casa, pois elas não têm com quem falar, ficam muito sós, os filhos já não tem mais tempo de conversar e ela está cansada de ver televisão. Outra coisa que a gente percebe nas donas de casa é que hoje existe um programa muito especial para a terceira idade, mas nós temos donas de casa de 14 e 15 anos que não se inserem dentro do programa de idosos. Essas donas de casa deslocadas vêm para cá, simplesmente, para conversar, então, elas começam a se desenvolverem. Às vezes, a família vê e manda para cá para conversar, não só aqui, mas também no interior e depois a gente vê que elas se tornam grandes líderes. Nós temos exemplos de mulheres que tinham depressão, que se sentiam gordas, a família não queria nem sair com ela, pois pesava muito no carro. Chegou aqui, começou a participar, hoje, a auto-estima melhorou e ela até fez redução de estômago. É uma das maiores líderes que a gente tem.

São mulheres que, às vezes, ela tem perfil de líder que nunca foi descoberto. Aqui, elas descobrem isso o que melhora muito a vida delas. A gente trabalha a questão de mulheres com problemas no casamento, no relacionamento, conversamos, realizamos palestras e até isso mudou. Então, são umas séries de situações. Outras vêm questão política. Nesta época, a gente preocupa principalmente no interior. Há mulheres que querem participar devido à gente ter uma mobilização e facilidade de reunião com elas. Muitas se aproximam pela questão política.

Hoje, muitas mulheres se consideram donas de casa, por causa da dificuldade da pessoa ter uma ajudante, ter uma secretária, a questão social influenciou muito nisso. De primeiro, você podia contratar qualquer pessoa e por dentro da sua casa, não tinha obrigação de ter carteira assinada. Mas, hoje, aquela mulher que trabalha fora tem essa dificuldade, então, ela se torna uma dona da casa, tem uma dupla jornada. As mulheres entenderam isso, tem vindo mulheres profissionais, mulheres advogadas se inscrevem porque elas querem participar.

Pensavam que donas de casa só são mulheres de baixa renda, mulher pobre, de periferia que participava da Associação. Hoje, sei que não é isso, lógico temos dificuldade em buscar aquelas mulheres da classe A e B para ir à mobilização. Porém, aquela outra, de classes mais baixa, tem coragem de enfrentar, de mostrar a cara, de brigar. Já as da alta sociedade têm até vontade, mas os maridos, por causa do social, não as deixam participar quando a gente precisa ir para as ruas, bater panela, um manifesto. Então, temos várias situações de donas de casa.

Como vocês mantêm esse contato, porque são muitas donas de casa participando, como que são feitas as reuniões?

R: É através das nossas líderes, por isso, fala que a associação é uma raiz. Temos nós que somos a diretoria executiva, tem as municipais, tem as distritais, que a gente fala que são as dos bairros. A gente liga, nós temos o contato com a líder, todo o mês a gente reúne com as lideranças. Então, são elas que trabalham lá nos bairros, nos municípios e trazem as outras donas de casa. É por isso que a gente tem esse alcance, porque nós trabalhamos tipo uma raiz, as líderes estão sempre em contato vendo os problemas delas, trazendo quando tem que trazer mulheres. Nós pedimos, olha você tem que trazer tantas donas de casa quando a gente for à Brasília e elas reúnem as caravanas delas. É dessa forma, por isso que a gente tem contato, está sempre perto.

E a respeito das pesquisas de cesta básica e carnes que a Associação faz todo mês, como é feita essa pesquisa? Como vocês se organizam?

R: Em 1999, quando a gente veio para cá, a gente sentiu que nem o Procon tinha essas pesquisas. Quando nós começamos a fiscalizar, de 1999 para cá, foi que o Procon começou a fazer essas pesquisas. As pessoas acreditam muito no nosso índice porque a gente está ali na real. Tem o Dieese, você vê lá o resultado, mas não acredita. Mas, a nossa pesquisa geralmente as pessoas dão uma credibilidade e quando a gente começou a fazê-las iniciou um grande processo de promoções. Na época, a gente tinha mais tempo, fazíamos pesquisas, principalmente, nos bairros. Isso influenciou muito nesta questão de disputa de promoções. É um grupo de mulheres, nós mesmas da liderança, no novo estatuto nós criamos um setor uma diretora de pesquisa que é a Teresa, que é a diretora e a gente trabalha isso. Nós, mesmas, grupo de diretoras.

Quantas mulheres participam?

R: Na nossa pesquisa oficial que nós divulgamos faz parte : eu, a Teresa e a Jacy que vamos de perto. Nós temos outro tipo de pesquisa que são os bolsistas da OVG que fazem as contrapartidas. Mas a nossa oficial, esta que nós vamos todo mês, de 15 em 15 dias, nós fazemos. As outras, nós fazemos tipo um monitoramento de preços, principalmente, aqueles produtos que estão em alta, nós colocamos os bolsistas para fazer o monitoramento toda à semana.

Sobre panelaços, mobilizações, quando vocês resolvem fazem manifestações, vocês percebem que é necessário isso a partir de uma realidade externa, comum a todos os consumidores. Ou são vocês donas de casa que percebem que os alimentos estão aumentando e está na hora de fazer panelaço. Como funciona? Quando vocês decidem fazer uma mobilização?

R: Primeiro, nós sempre tivemos uma maturidade de estar conversando com toda cadeia, quando começamos a mobilizar, conversamos com a cadeia e percebemos que pode ser uma questão sazonal. Se for uma questão de especulação, é o momento para a gente chamar as donas de casa, e mesmo as próprias donas de casa começam a pressionar a gente.

Nós temos que fazer isso, porque quando vamos para as ruas, quando a gente faz esses manifestos, a gente sente que os empresários e o setor recuam. É a única forma, quando a mídia mostra, porque, às vezes, a gente reúne, conversa com o segmento e a gente não vê resultado. Acontece muito na questão do aumento dos alimentos, quando a gente vai para as ruas, a gente chama as donas de casa e fazemos aquele ato, que nós chamamos de repúdio. Não só na questão de aumento, quando nós temos produtos que estão nos lesando. Por exemplo, o caso do frango, a classificação errada de produtos. Tem muitas situações que a gente tem que ir, mostrar na mídia para a sociedade entender e nos ajudar. O ato de irmos para as ruas, principalmente, quando nós chamamos a mídia, é para que os empresários e as pessoas que estão sendo desonestas com os consumidores vejam que a mídia está mostrando a gente e temos o respaldo da população.

Como você atribui a força da comunicação para as ações da ADC-GO?

R: Eu acho fundamental. Não me adianta ir ali fazer um ato e ninguém mostrar, não vai surgir efeito. As nossas personagens, que são as donas de casa, elas sabem que tem que estar ali, buscamos a sociedade para nos ajudar. Se não tivermos a mídia, o nosso trabalho é em vão. Por isso, todos esses atos. Tem gente que pensa: “Ah, mais as donas de casa todo dia está na televisão, querem aparecer”. Não. É só assim, quando a gente vai para as ruas que a mídia mostra que a gente tem resultado positivo na queda dos alimentos, ou mesmo, quando a gente tem um produto que manda fazer pesquisa que resulta em fraude. Se a gente não mostrar, se a mídia não mostrar, torna sem efeito o nosso trabalho.

O que você pensa sobre o que sai na mídia sobre a ADC-GO nos jornais goianos?

R: Hoje, o grande tema é a Economia. A mídia prioriza isso, é como a sociedade nos vê, quando você mostra nosso trabalho social as pessoas dizem, “nossa, pensava que vocês só trabalhavam com Economia”. Porque a mídia é que mostra a entidade e a mídia nos mostra como defensora do consumidor, trabalhando só a questão de relação de consumo. Então, infelizmente, a gente sente, às vezes, que o nosso outro trabalho, o social, que é muito grande, principalmente esse relacionamento com as donas de casa não é divulgado. A mídia dá mais ênfase só nos trabalhos sobre a questão da Economia.

Vocês já agregaram no seu vocabulário até alguns discursos da mídia como personagens o que eles (jornalistas) mais te solicitam quando procuram a Associação?

R: São várias os personagens, principalmente, na área de Economia. Eles querem mostrar uma dona de casa quando tem aumento, ou quando o produto não está dentro da legalidade. Nas datas comemorativas, são muitos os personagens que a mídia nos procura. Pelo universo de donas de casa que a gente tem, porque muitas entidades falam que tem aquele tanto de associadas, tem aquele público, mas na realidade elas não têm o controle desse público, não sabem quem é esse público. A Associação das Donas de Casa, pelo contrário, a gente sabe, nós temos o perfil das donas de casa. A nossa ficha de inscrição fala tudo, quantos filhos ela tem, salário, qual seu curso. É um cadastro bem completo. Então, nós sabemos onde está e quando os jornalistas ligam para nós, já sabemos onde buscar esses personagens para eles.

Como se mantém financeiramente a associação?

R: Como nós donas de casa temos que fazer milagre em casa, aqui a gente precisa também fazer milagre. Às vezes, as pessoas não entendem. Nós somos sem fins lucrativos, hoje, a única renda que nós temos são aquelas voluntárias que querem fazer a carteirinha que custa R\$ 5,00 por ano. Às vezes, nós somos chamadas para dar algumas palestras em empresas, essas poderiam até buscar profissional um economista, mas querem a gente devido a uma coisa mais prática e aí a gente vai.

Mas vocês recebem alguma ajuda?

R: Só para a empresa, às vezes, algumas empresas nós chamam para dar palestras, cobramos entre R\$ 300,00 ou \$200,00 reais.

Quem estipula o valor?

R: É a gente que estipula. Mas, para as donas de casa da Associação não tem custo. Mas quando são palestras para as empresas fazemos questão de cobrir as nossas despesas e também das instrutoras. Fazemos, também, a Feira de Pechincha onde as donas de casa trazem os produtos e a gente faz essa feira para angariar fundos, fazemos comida por quilo.

Essa feira acontece quando?

R: Nesse projeto da pechincha, nós vamos às feiras livres aonde nos chegamos, colocamos a nossa barraca lá. Falamos sobre economia, orientação para o consumidor e aproveitamos para vender os nossos produtos, para a gente ter fundos.

O Procon também contribui para a manutenção de vocês?

R: Hoje, nos temos o Procon que nos mantém no espaço físico com mobiliário, paga a energia e oferece a estrutura. O Procon nos dá esse respaldo, inclusive, quando fomos para o interior, lá também tem equipe de mulheres trabalhando em parceria com o Procon. A gente tem essa parceria. Sempre que a gente os procura, eles estão sempre prontos, porque a gente faz um trabalho praticamente de graça para eles, então, a gente tem essa parceria muito próxima.

A Associação conta com ajuda de parlamentares?

R: Não. A Associação nunca entrou no mundo político, nós gostamos de trabalhar independente. Não podemos pegar muitos patrocinadores, tem muitas pessoas que nos procuram devido nosso bom relacionamento com o público. Nós mantemos nossa credibilidade com o consumidor. Porque como que eu vou pegar parceria de um produto, se amanhã eu to lá na praça criticando esse produto. Nós, da diretoria, não nos declaramos a um partido ou a uma pessoa, pois assim ficamos vinculadas.

Nós deixamos as nossas donas de casa bem livres, ensinamos o que é cidadania, temos que dar valor ao nosso voto, mas não se agregar, se apegar a um partido de uma pessoa para a gente ficar vinculado a isso. Acho que a gente tem que ser muito independente com trabalho que a gente faz. Eu oriento as nossas donas de casa para que elas sempre tenham participação política, entendam a política, mas não façam politicagem.

Em anos de eleição a Associação é muito procurada?

R: Nós somos muito assediadas, as nossas lideres são muito assediadas, principalmente, no interior. É um período complicado para a gente. São muitos oportunistas, pessoas que não dá aquele respaldo na época e fica usando. Por isso, que a gente fica mais afastada da política, mas não significa ser omissa, nos temos que analisar a pessoa, ver qual o projeto dela. Por isso, orientamos as nossas donas de casa, e elas se sentem livres para votarem no projeto que a pessoa tem e aprender também a acompanhar esse projeto, não só aqui, como também no interior. Temos muitas donas de casa, hoje, que através desse movimento, são mulheres donas de casa que foram para a política, foram bem votadas, mas não deixaram de fazer o papel delas, de dona de casa, de desenvolver os projetos dela junto com as lideranças.

Vocês recebem convites para participar de muitos eventos?

R: Nós temos vários convites para participar de eventos. Nós percebemos que quando a gente começa a participar dos programas tem uma audiência. Para você ver, para a gente manter um programa de rádio, já vai fazer quatro anos, agora no dia 26 de agosto, é graças a nossa audiência. Tem muitas outras rádios que nos convidam, mas para nós é muito difícil, principalmente, os horários. Às vezes, são entrevistas na hora do almoço, no final de semana, é muito complicado, pois é a hora que devemos estar com a família, e dificulta mais ainda, pois temos que pagar gasolina ou ônibus. Tiramos do próprio bolso, quando vamos para o rádio, gastamos, às vezes, 4 a 5 passagens de ônibus para chegar lá e voltar. Temos que atravessar a cidade. Temos dois patrocinadores que nos dão os produtos para sortear no programa, mas mesmo assim fica muito caro.

Em sua maioria, quais são as classes que pertencem as donas de casa, classes baixa, média, alta?

R: Nós temos um público mesclado, nós temos um público de mulheres da classe A, B, C. Hoje, a gente sente mais as outras classes se aproximando também, mulheres liberais, inclusive, participando da nossa diretoria. Nossa diretoria, antes, a gente tinha aquelas exclusivamente donas de casa, mas temos mulheres da Comunicação, mulheres dos Recursos Humanos. Nós temos mulheres que também se tornaram uma dona de casa, ela é uma profissional, ela tem sua formação. Hoje, o perfil, até da liderança, é outro. Mulheres que já tiveram uma profissão fora, e hoje, estão ali cuidando de filhos e estão vindo para a Associação. Não só daqui de Goiânia como no interior, são mulheres da política, mulheres donas de casa. Ela é dona de casa, tem outra profissão, mas ela está agregando, chegando. A diferença é que quando você tem que chamá-las para a rua, existe aquela barreira. A dona de casa D, E, não tem essa barreira de ir, então o que a gente vê separação é nisso.

Sobre os projetos sociais, ontem, no evento, algumas donas de casa que estavam lá falaram “eu gosto de viajar”, “ eu gosto de viajar para Brasília com elas”. Como fica essa parte cultural?

R: O que eu vejo na questão das donas de casa, muitas não conheciam Brasília, nunca tinham viajado, nunca tinha entrado no Congresso, nunca tinha tentado falar com o ministro, é um mundo diferente que elas só vêem na televisão. Então, elas ficam empolgadas de irem à Brasília. Quando a gente faz excursão para Caldas Novas, Lagoa Santa, vamos ao interior, elas amam isso, elas se organizam. Então, umas entram para Associação para isso, para terem essa participação. Quando a gente começou a ir para Brasília, em 2003, eu levei 100 mulheres. Na última caminhada nossa, em 2006, nós levamos seis mil mulheres. Só daqui de Goiás, foram 1.820 mulheres. Elas aprenderam que têm que buscar o direito delas, pois se elas ficarem lá no fogão, não participam de nada. Então, hoje, elas sentiram a necessidade de irem buscar seus direitos.

A gente está sempre em Brasília, nós temos um público lá. No mês das mulheres, este ano, nós estivemos em Brasília, o governo queria fazer dentro dessa reforma da previdência, queria colocar a mulher para aposentar junto com homem. Então, as donas de casa estavam lá, acampadas e conseguimos juntas, no Fórum Paralelo das Donas de Casa, a conquista deste direito para as mulheres que estão trabalhando. Por isso, que devido a nossa mobilização, nós temos uma união com todos os segmentos, como a União Brasileira de Mulheres, Ser Fêmea, que é muito conhecida no Brasil, e outros movimentos de mulheres. Nós criamos o Movimento Nacional das Mulheres no qual estamos todas agregadas.

A questão dos aposentados, quando estava naquela luta para a questão do direito dos aposentados. Chegamos lá, os ministros nos receberam. Então, as donas de casa se sentem muito valorizadas. É assim que elas pensam, em coisas que não viveram e vivem hoje na Associação. Os companheiros as deixam ir, porque sabem que a entidade é séria. Graças a

Deus, nessas caminhadas nós não tivemos nenhum problema, inclusive, fomos até homenageadas em Brasília, nesta caminhada que nós fizemos em nome das mulheres donas de casa do Brasil. Fomos homenageadas pela nossa postura, a Polícia Militar nós deu uma corbelha de flores, na época, para representar a nossa organização. Nós nunca fomos lá falar mal do governo, nós donas de casa temos que ir lá e mostrar que queremos nossos direitos, e não sermos baderneiras com as autoridades, com agressão às autoridades. Temos que mostrar como nós somos do lar, nós estamos lutando exclusivamente pelos nossos direitos. Então, isso fez a diferença, e nós fomos homenageadas em Brasília, por ser um segmento que nunca deu trabalho para comando da polícia em Brasília.

A Associação das Donas de Casa tem representação nacional?

R: É, nós temos muitos movimentos de mulheres, o movimento de donas de casa e consumidor, com essa campanha (*Campanha Nacional pelo Direito à Aposentadoria*) Nós temos entidades que movimenta a dona de casa há mais de 20 anos, o que nós vemos é que elas trabalham muito a relação de consumo, a dona de casa só fica entre aspas. Por isso, essas entidades usam o chavão dona de casa, mas, a maioria nunca foi nesses movimentos que lutam pela aposentadoria para as donas de casa. Por isso, eu assumi o comando da Campanha Nacional. Atualmente, criaram-se muitas associações em vários outros estados que criaram associações de donas de casa com objetivo de trabalhar o direito dessas mulheres. Não, para ficar só entre aspas, porque na realidade os direitos delas estão esquecidos.

Você está querendo dizer que nessas outras associações o que vem em primeiro lugar é o direito do consumidor?

R: Direito do consumidor e outras coisas. Donas de casa é só um chavão para chamar a mídia. Nós vimos isso nesses seis anos, a gente acha que ainda não contemplam a dona de casa, a questão da aposentadoria. A gente nunca viu esses movimentos se unir a nós ou ir lá representar junto com a gente. Hoje, a gente faz questão de criar a Associação das Donas de Casa em outros estados.

O dia da Dona de casa é no dia 31 de outubro. Por que vocês estão lutando para mudar essa data?

R: A gente enxerga que no dia 31 de outubro é o dia da bruxa e a nível nacional o dia da dona de casa. Então, já fizemos um documento para todos os parlamentares e estamos entregando, queremos que o dia da dona de casa seja no dia 13 de setembro, tanto municipal quanto estadual. Então, fizemos uma carta que partiu da associação, pedindo essa mudança a nível nacional.

Porque se vincula à dona de casa a imagem de uma bruxa dentro de casa, que não se cuida, não produz, só fica cheirando a alho. Nossa realidade não é isso, começamos uma campanha no ano passado para a gente fazer essa mudança, não vamos mais aceitar esse dia, porque tem muita essa vinculação.

Como é elaborada a pauta para o programa de rádio?

R: Cada dia, uma que vai e escolhe o tema. Tem dia que a gente fala de um assunto até esgotar, como questão do orçamento doméstico, dicas para passar para elas, tem os ping-pongs. Às vezes, vai com tema, ou chegando lá, tem alguma coisa no jornal que saiu e nós discutimos, levamos convidados, falamos de energia, auto-estima, questão de saúde e Dengue.

Podemos levar convidados, mandamos recados para as nossas donas de casa, passamos dicas e conversamos com elas. O programa atinge o âmbito estadual, já que a rádio é AM. Muita gente tem dificuldade de sintonizar em Goiânia, mas no interior ou fora do estado, escuta muito bem. Às vezes, tem participação de ouvintes da Bahia, do Maranhão.

Hoje, devido à rádio, a gente tem alcance muito grande e a maioria dessas líderes que a gente faz no interior são frutos do rádio. Elas entram em contato, ouvem nossa programação e interessam. Depois, nós vamos ao interior, principalmente, nos assentamentos, no banco da terra. Elas ouvem muito rádio e a frequência é muito boa.

Para nós irmos para rádio é uma dificuldade, pois vamos por conta própria. Um espaço na rádio é muito caro, nós vamos fazer quatro anos de rádio agora de 26 de agosto, a entidade tem um espaço gratuito. Damos Ibope, por isso que eles nos mantém.

ANEXO 2 – Entrevista com a diretora de comunicação ADC-GO

Teresa Cortez dos Santos- Diretora de Comunicação da ADC-GO

Profissão: Administradora

Idade: 36

Tempo de associação: 2 anos e 4 meses

Escolaridade: Superior completo

Estado Civil: Solteira

Filhos: 1

Residencial: Água Branca

Data da entrevista: 11/06/08

A diretoria de comunicação é uma diretoria que sempre existiu ou foi criada recentemente?

R: Na verdade, foi criada na nossa eleição, no dia 29 de março de 2008, é um marco. Pois, é a primeira vez que resolvemos ter uma diretoria de comunicação.

Porque vocês resolveram criar essa diretoria?

R: Nós percebemos que era uma necessidade de nos comunicarmos. Hoje, tudo que você faz é preciso mostrar, não só para a sociedade, como também para as associadas. Nós temos muitas deficiências, é algo novo, novíssimo, o tempo que pudesse usar para newsletter, para o informativo e o site. Se tivesse tempo disponível, pelo menos três horas diárias para ficar por conta, até nossa comunicação seria melhor, apesar do pouco tempo que temos de diretoria.

Quais são as principais atividades que você desempenha?

R: Hoje, eu trabalho a parte de edição do informativo, nós temos uma jornalista que faz as matérias, faz as pautas, verificamos se ficou legal a matéria, se não ficou, a parte também de projetos, correndo atrás de mantenedores.

Sobre a jornalista que participa, ela é uma associada, como funciona?

R: Não, ela é uma *free lancer*. Porque antes, nós mesmas fazíamos, eu mesma editava e escrevia. Modéstia parte não ficava tão ruim assim. Eu sempre trabalhei no ramo de jornal, então, eu tenho experiência do ver e é apaixonante quando você vê a edição, a diagramação. Nós temos também um diagramador, também *free lacer*.

Quem paga os *free lancer* também é associação?

R: Na busca de patrocinadores para o informativo a gente tira a parte deles, eles colaboram a preço de colaboração. Mesmo porque são profissionais que estão no mercado, têm suas profissões, suas vidas, suas famílias, então, a gente procura de alguma maneira remunerar.

Foi escolha pessoal ser diretora de comunicação ou foi uma indicação?

R: Eu gostei muito dessa parte, porque já fazia, mesmo não sendo diretora, ainda como associada. Eu acho que quando você define isso tem uma tendência a se profissionalizar, sair do amadorismo e agir como tal. Eu gostei da indicação deles, eu estava cotada para ser diretora administrativa financeira, já trabalhei muito nisso, dá muita dor de cabeça, muita dedicação, organização, tem que administrar as pessoas e os recursos, é muito rica essa parte. Como não tenho muito tempo disponível para ficar aqui direto, então, optei pela comunicação, pois posso fazer da minha casa.

Quanto tempo na sua semana você disponibiliza para ADC-GO?

R: Eu diria que seis horas por semana. Às vezes, eu dedico mais, porque tenho que fazer pesquisas, porque dentro da minha diretoria tem que fazer pesquisa. Eu gosto desse lado da economia, eu vislumbro, apesar de não gostar do que a gente está vivendo hoje.

Você vê que a Associação tem espaço na mídia?

R: Tem, a Associação tem muito espaço na mídia, o que eu acho mais lamentável, em certo ponto é que nós somos vistas apenas como defesa do consumidor, nós temos um trabalho social muito maior, mais intenso, nós levamos palestras, algum benefício para essas associadas, para as mulheres, não precisa ser associada. Por exemplo, no seu bairro, reunimos um grupo de mulheres para ouvir uma palestra, ou fazer um curso de reaproveitamento. Então, temos espaço, mas diria que 99 % voltado para Economia.

Você acha porque a mídia sempre escolhe esse foco?

R: Eu diria que social não dá dinheiro, no primeiro momento. Na economia, em 2006, nós tivemos espaço nenhum na mídia, pouquíssimo, só quando nós fizemos a pesquisa de acompanhamento do Natal de 2006 com 2005. No geral, a mídia gosta alguma coisa mais quente, agora, estamos vivendo o grande caos da alimentação, então, as pessoas estão muito inseguras. De certa maneira, a imprensa alimenta isso, isso da Ibope. Se você põe uma chamada, A associação das Donas de Casa vai fazer corte de cabelo no bairro Hilda tal dia, isso não vai trazer impacto. A Associação das Donas de Casa constatou que teve alta de tanto por cento na cesta básica na carne, ou no leite. Isso chama atenção.

Como você tem controle do que sai da mídia, tem um registro?

R: Infelizmente, não temos isso. É uma coisa que é o meu desejo de sentar, então, seria um bom se tivéssemos um estagiário para visualizar isso, porque é muito rico esse material que está na imprensa. No geral, tem uma importância tremenda, na semana passada, nós saímos em três jornais, isso é muito espaço. Mas, infelizmente, não consegui me organizar para fazer isso.

Quando a ADC-GO propõe uma mobilização, como a entidade sente a recepção por parte da sociedade, quando faz panelaços, boicotes?

R: Muito bem, apesar da sociedade não participar, ela aplaude, ela gosta que alguém faça isso por você. Quando nós fizemos uma matéria do copo descartável, eu lembro que o jornal O Popular escreveu, em uma matéria que saiu em 2006, se você não sabe reclamar, ou se você quer que alguém reclame por você, ligue na Associação das Donas de Casa que elas fazem isso por você. Então, o que eu vejo, a sociedade não age, ela fala, fala, fala, você convida ela a participar, ela acha sempre um pretexto. Eu vejo que nós somos muito usadas nisso, nós fazemos porque achamos que é isso que a sociedade precisa saber que tem alguém que está de olho.

Como no caso do leite no ano passado, eu acho que o governo foi muito omissos, tanto o governo federal quanto o estadual, nosso leite chegou a três reais e não fez nada. Ele (*o governo*) fez agora alguma coisa por causa da crise mundial dos alimentos e falou que não vai faltar arroz, a Conab vai soltar arroz no mercado, vai fazer pregão eletrônico. Quando foi com o leite, o governo não fez nada, e poderia ter feito porque o leite saiu de 2.500 reais a tonelada, para cinco mil dólares. O que você acha, o produtor ia deixar o leite no mercado interno ou ia exportar? Exportar, então, nós somos a única entidade que está por conta de monitorar os preços, alimentar a imprensa, cobrar dos sindicatos, foi quando surgiu aquela denúncia (*sobre a adulteração do leite*) enorme, que graças a deus, estourou aquela situação em Minas Gerais, porque senão, o sindicato daqui e o Ministério Público Federal, naquele momento, foram omissos. Porque estavam acompanhando o preço do leite, o Ministério

Público, Associação e Procon, parecia que não importava. No geral, a sociedade gosta, aplaude, mas precisa participar mais, ela precisa se juntar, fortalecer isso.

Sua família, como ela enxerga o fato de você ser uma das líderes da associação?

R: Eles (*família*) me apóiam e ao mesmo tempo me cobram muito, por exemplo, sou mãe solteira, não posso esquecer que sou mãe. Muitas vezes me perguntam o que você está ganhando com isso, têm coisas que o dinheiro não paga. Hoje, eu estou mais responsável, antes eu era menos responsável. Eu comecei a ter atividade extra de trabalho, eu vi com que isso minha família passou a cobrar menos, porque a família volta a ter estabilidade. Por um lado me ajudou a ter este trabalho extra, e em relação à Associação tem a cobrança. As necessidades internas estão sendo cumpridas.

Sobre a logomarca da Associação quando foi criada e que a desenvolveu?

R: Quem desenvolveu foi o Demóstenes, um voluntário nosso, durante muito tempo, ele prestou um grande serviço a associação e ela foi criada desde o início, em 1998. Voluntário, ele começou como bolsista OVG e continuou, hoje, menos também, enquanto ele tinha o tempo da OVG, era mais integral ele teve que se adaptar ao mercado.

Em relação, ao informativo da ADC-GO, ele continua? Como está a tiragem?

R: Continua, a periodicidade é mais complexa, pois os nossos patrocinadores são clientes, é a sociedade, é muito complexo pegar patrocínio para impressão do jornal. A Associação das Donas de Casa, tudo que envolve o consumidor, então aquele fornecedor pode ser daqui uns dias fiscalizado por uma denúncia que partiu de nós. Então, é muito complexa essa parte da periodicidade. Agora, eu consegui dois patrocinadores para fazer uma tiragem de cinco mil jornais, mas eu vou pagar o informativo, mas a Associação não vai ficar com um centavo. Isso é ruim, se nós tivéssemos mais apoio, mesmo que a pessoa pudesse contribuir sem colocar a marca, a logomarca no jornal, mas depois, eu vou fiscalizar a empresa, ela vai sentir no direito de me dizer que eu não deveria ter feito isso porque põe anúncio no jornal.

Mas essa resistência em relação a anúncios é dos clientes ou de vocês em ter este anúncio no jornal?

R: É mais nossa. As empresas de telefonia, por exemplo, não podem entrar e elas nos procuram, porque são as maiores vilãs. Nós temos que encontrar qual é o produto que de fato possa entrar no nosso jornal, sem ter esse estresse.

Então, de acordo com a periodicidade que vocês procuram patrocinador, não é fixo?

R: Não, o ideal é que seria bimestral, a proposta é ser bimestral, mas não conseguimos esse apoio. Porque para fazer a tiragem de cinco mil são quase dois mil reais, você coloca a jornalista e o designer, então fica muito caro.

Quando vocês criaram o jornal qual era o objetivo com o informativo?

R: O nosso objetivo é levar informações para as nossas donas de casa, porque o jornal em Goiás é muito caro, o índice de leitura em Goiás é muito baixo, se nós juntarmos as três tiragens do Hoje, Diário da Manhã e O Popular, talvez não chegue a 50 mil. A grande Goiânia tem quase um milhão e 600 habitantes, agora, com o jornal Daqui, aumentou esse índice de leitores, porque o preço é barato, cinquenta centavos. Agora, pagar R\$1,50, R\$2,50 todos os dias, pesa muito no bolso das pessoas. Nosso informativo saiu na intenção de levar informação, como anda os trabalhos da entidade, como ela está atuando, de levar informações pequenas, e gostosas de ler.

Você acredita que o informativo consegue fazer aquilo que você falou a respeito da mídia, de não espaço para outras atividades da associação?

R: Sim, nós tentamos fazer esse trabalho do social no nosso jornal, mostrar que além da parte de economia, nós também temos o social.

Como que as associadas têm acesso a esse informativo?

R: Nós temos lideranças nos bairros, levamos os jornais até elas, e elas têm reuniões semanais com as donas de casa. Seria maravilhoso se tivesse jornal a cada mês, o nível cultural dessas mulheres melhora bastante.

Sobre os assuntos, quem elabora as pautas?

R: Quem faz é a diretoria, buscamos na internet assuntos que nós vivemos, mas que a gente não lembra. Estava pensando em um editorial para falar no nosso jornal, infelizmente, vai ser sobre economia, porque é um momento que a gente precisa divulgar, porque fala da especulação do preço. Nós estamos levando informação para as donas de casa para comprarem produtos caros, para não estocar arroz achando que vai acabar. Tem uma coluna que eu acho muito gostosa que é a Café com Prosa, são notícias curtas, mas que a gente não sabe. Pegamos informações no site da ANVISA, no Ministério da Justiça, que nunca iremos saber se formos ler nos jornais tradicionais.

Mas se as donas de casa quiserem, elas podem participar no conteúdo do informativo?

R: Podem, qualquer uma, você quer dar uma pauta, pode ligar e se tiver dentro do contexto pode ir tranquilamente.

A respeito do site, quando ele foi criado?

R: Eu creio que tem três anos que nós temos com ele, ele passou por uma reformulação agora, então tem muitas coisas para melhorarmos nele, está na fase tira isso, põe isso. Tem menos de um mês que ele ficou pronto. Eu gostaria de transformar o site em um grande veículo de comunicação da associação.

Quem redige os textos para o site?

R: Nós, eu a Rosângela, novata na associação, nós mantemos.

Como é mantido esse site, porque tem um custo?

R: Tem, a cada três meses nos pagamos R\$90,00

A respeito de participação parlamentar, tem esse tipo de participação na ajuda da comunicação?

R: Não, até o momento, nós somos assim, por um lado é muito bom nós não temos apadrinhamento de nenhum político, gostamos de todos, defendemos as causas, e não o político, defendemos a ética e não a pessoa. Acho que essa é uma linha mais natural para não ficar preso a isso.

ANEXO 3 – Entrevista com diretora social cultural ADC-GO

Nome: Rosângela Gusmão Crocetti (Diretora Social Cultural ADC-GO)

Profissão: Consultora administrativa

Idade: 56 anos

Estado Civil: Casada

Filhos: dois

Escolaridade: Superior completo

Data da entrevista: 14 de julho de 2008

Como você tomou conhecimento sobre a ADC-GO?

R: Foi quando eu ainda prestava assessoria para Associação Goiana dos Supermercados (Agos), foi quando tomei conhecimento do trabalho das Donas de Casa.

O que te motivou a se tornar Diretora Social?

R: Na verdade, foi indicação.

Quais são suas funções neste cargo?

R: Organizar eventos, entrar em contato com as empresas e muitas outras coisas.

Sobre o I Encontro das Donas de Casa, como surgiu a idéia de realizar este evento?

R: Pesquisando na internet, percebi que é alto o nível de contaminação de mulheres com AIDS e DST. Só o nosso estado é responsável por 13,9 % de crianças que nasceram com Sífilis no Brasil. Outro dado que nos alarmou foi o nível de contaminação de mulheres idosas, na terceira idade, fase em que pertence a maioria das nossas donas de casa. Tudo isso, motivou a realização do I Encontro. Além do mais, a Secretária Municipal de Saúde nos deu o maior apoio por meio da SPAIS (Superintendência de Políticas de Atenção à Saúde). Eles ficaram encantados com a iniciativa e ficaram encarregados de darem as palestras.

Houve o contato com as empresas: Ótica Paris, Compleite, GSA, que contribuíram com alimentos para os eventos. A Ótica Diniz doou um DVD para o sorteio. Entramos em contato com a Johnson & Johnson, mas responderam que não era do interesse deles. Mais a maioria visa o lucro. Todos os contatos com as empresas são por meio de pesquisas, entramos no site e pedimos patrocínio.

Você acredita que o Encontro atingiu os objetivos da Associação?

R: Eu acho que atendeu poucos aos anseios das donas de casa. Pelo que eu conversei com as mulheres, muitas ficaram pensando assim, “Não acredito que me chamaram aqui para falar sobre isso”. São muito mente fechada. Elas colocam que aquilo ali não acontece com elas. Muitas, na hora que entregaram a camisinha feminina, falaram que ia levar para suas filhas e outras nem tocaram, como se fosse algum pecado.

Acredito que serão poucas as multiplicadoras, porque essas mulheres ainda têm tabu em discutir o sexo, muitas, nunca se quer se tocaram. Muitas vezes, abrem às pernas a força, como se fosse um estupro, tudo por causa dessa relação machista.

Mesmo assim, isso não nos desestimulou, pretendemos realizar o II Encontro, em novembro, mas bem menor, somente com as lideranças para articular ações que garantam acesso às políticas de prevenção as DST junto às Secretarias Estaduais e Municipais.

ANEXO 4 – Entrevista com a vice-presidente ADC-GO

Nome :Jacy Ribeiro de Moura (vice-presidente da ADC-GO e associada fundadora)

Profissão: Dona de casa

Idade: 55 anos

Estado Civil: casada

Filhos: 4

Escolaridade: Ensino Fundamental

Setor residencial: Recanto do Bosque

Data da Entrevista: 23 de junho de 2008, na sede da entidade.

Querida que você me explicasse como foi a fundação da Associação? O que vocês observaram naquela época que incentivou a formação da Associação?

R: Nós tínhamos todos os tipos de associação, para idosos, para crianças, mas em relação a dona de casa nós não tínhamos nada. Então, a gente queria fazer um trabalho com as donas de casa. Porque a sociedade trabalhava com todas as classes de pessoas, menos as donas de casa. Então, ela precisava alguém para acompanhar, alguém para incentivar, a questão dela só ficar dentro de casa, só dedicar à família. A gente tinha o desejo de ensinar a elas, a dedicarem a si próprias. Nós ainda lutamos com isso até hoje, porque tem muitas donas de casa ainda que não dedicam só para si, uma, duas ou três horas. Todo tempo é só para família. Aquelas que trabalham fora se dedicam para o trabalho, e se esquecem delas. Até mesmo da aparência a dona de casa esquece, mas naquela época era maior o índice de dona de casa que só dedicava para família. Então, foi pensando nisso que veio o incentivo de criar a Associação das Donas de Casa.

Como foi formada a entidade, a senhora e mais quantas pessoas?

R: A associação foi criada por Rute Madella, na época, com uma diretoria grande, de 12 pessoas. Fundamos com 26 mulheres, numa tarde, no setor Morada do Sol. Tivemos 26 mulheres no dia da fundação da associação das donas de casa, no dia 30 de maio de 1996.

Vocês reuniam na casa de alguma associada?

R: Nós nos reunimos na casa da irmã Ivani, que até então era um grupo que freqüentava a igreja. A Rute Madella também freqüentava a igreja, a Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias. Inclusive, o estatuto que se criou naquela época, ela criou baseado em uma organização de mulheres que tem dentro da igreja para poder estar trabalhando com as donas de casa.

Quando foi o período que a Associação se tornou uma entidade sem fins lucrativos?

R: A associação desde o primeiro dia, ela já era uma entidade legalizada. Desde quando foi fundada ela era uma entidade civil e legalizada. Parece que foi em 2004, ela se tornou uma entidade de utilidade pública.

O que te motivou a participar da entidade?

R: Quando eu fui para a Associação das Donas de Casa eu fui como associada no dia da fundação, fui convidada para essa reunião que deu início na Morada do Sol. Eu vi que a entidade tinha que prosperar e a gente tinha o mesmo sistema que tem hoje, porque a Associação tem a estadual e depois tem os núcleos, e naquela época do mesmo jeito. Haviam líderes nos bairros, porque até então era só Associação das Donas de Casa de Goiânia. Depois, em 1999, ela passou a ser do Estado de Goiás, e começou a incluir os municípios. Por motivo particular da Rute Madella, que foi ser candidata a vereadora e depois foi para os Estados Unidos, a entidade ficou um pouco parada. Eu fiquei pensando que essa entidade não podia ficar parada, porque achei que era uma proposta boa para as donas de casa, e eu como

associada, corri atrás, peguei a documentação e comecei a trabalhar, mesmo sem ser presidente. Fiquei presidindo a entidade sem legalidade, só com a documentação, isso foi no finalzinho de 1996 para 1997. Fiquei comandando a Associação, sem ser presidente, só como associada fundadora, depois é que nós fizemos uma assembléia geral, passei a presidir com legalidade, em 1998. Fui presidente até 2002, depois tive que fazer uma retirada por motivos pessoais, assim, a Maria das Graças passou a ser presidente interina. Em 2004, tivemos eleição e a Maria das Graças foi eleita como presidente da Associação das Donas de Casa.

Como fica sua rotina, de líder, de donas de casa, de mãe de família?

R: Nossa rotina é bem puxada, nós temos que ficar aqui o dia todo, trabalhando, são muitas reuniões, são muitos afazeres, e os afazeres de casa nós vamos fazer de noite, ou então nós levantamos bem cedinho e fazemos na parte da manhã. E não sou só eu não, é a Maria das Graças e outras que vem para cá. Então, a gente tem que conciliar ficar aqui de dia e fazer o trabalho a noite. Sem contar que inventei de estudar.

Você acredita, Jacy, que tem diferença entre aquela dona de casa que não tem conhecimento da associação e daquela que participa?

R: Tem diferença, as nossas associadas e até mesmo nós que estamos aqui, nós conciliamos para estar por dentro das notícias, dos preços, saber o que está acontecendo com as donas de casa. Então, cada uma de nós aqui, das donas de casa, até a associada que não está aqui direto estamos preocupadas com as donas de casa que estão lá, estão precisando de alguma coisa, estão faltando um agasalho de frio, ou que estão deprimidas. Aqui, tem curso de pedraria, tem artesanato. As associadas vêm trazendo as amigas delas porque acham que elas precisam participar. Porque as nossas donas de casa envolvem muito com os afazeres da casa, com a família e se esquecem delas. Às vezes, elas nem vêm as notícias, sendo que a notícia está dentro de casa. Porque, às vezes, o marido e a criança estão assistindo televisão, mas ela está na cozinha, mexe numa coisa, mexe em outra, às vezes, põe a roupa na máquina de lavar, desse modo, elas não vêm as notícias do que está acontecendo.

Aqui, as nossas donas de casa estão bem informadas, nós passamos para elas os assuntos, assim, elas vão começando a ter o interesse em procurar, ver a notícia. Muitas vezes, por estarmos aqui não acompanhamos tudo que sai, mas se alguém viu uma notícia aqui, viu uma reportagem na televisão, liga aqui e conta para nós. A gente vê que elas estão tendo diferença, que elas estão interessadas em saber o que está acontecendo. O que acontece na nossa casa enquanto consumidora, antigamente, ela não tinha interesse de consumidor, não tinha coragem de denunciar, agora elas têm um órgão onde podem estar denunciando, não só o Procon, mas tem a Associação das Donas de Casa, entidade que tem a coragem de falar lá para o dono da mercearia perto de casa, elas tem coragem de ligar para nós e falar, em tal lugar, está acontecendo isso, estão vendendo produto vencido. Se elas nos chamam, nós vamos dar atenção para elas. As donas de casa, de lá para cá mudaram, no começo, os maridos pensavam que era uma entidade feminista, mas aqui não é uma entidade feminista. É uma entidade que quer mostrar para a dona de casa é uma trabalhadora, que ela precisa de um tempo para ela, precisa ser bem informada. Precisa, além de ser dona de casa, cuidar da aparência dela. Então, a Associação preocupa com a dona de casa em tudo.

Como você avalia a cobertura da imprensa faz do espaço que a imprensa sede para vocês?

R:: A imprensa tem dado uma sustentação muito grande para a Associação, divulgando nossas pesquisas, quando temos que ir para rua brigar pelo consumidor. Porque através da mídia é que nós vamos até as nossas donas de casa, que além daquelas associadas que temos aqui, nós temos as nossas associadas em perspectiva que são aquelas que ainda não vieram até a

Associação, e que até então, elas são consideradas da Associação, mesmo elas não tendo cadastro aqui. Elas são consideradas participantes da ADC-GO.

É muito importante a mídia para nós, pois é através dela que nós chegamos tanto no entorno de Goiânia, no Estado de Goiás e nos municípios. Nós temos donas de casa bem longe que ouvem nosso programa, pois temos um programa de rádio, e elas pedem para gente mandar abraço. Nós estivemos em um assentamento, que pediu para a gente mandar um abraço e mandou dizer que estava fazendo o armazenamento que nós ensinamos no programa do rádio. Isso é muito importante para nós, a gente ter esse apoio da mídia que nós temos.

Jacy, como funciona, são vocês que mais entram em contato com a imprensa ou ela que mais busca vocês?

R: É de ambas as partes, a gente procura e eles também nos procuram, se bem que eles nos procuram bem mais, porque sempre quer personagem para o jornal, personagem para a televisão, para O Popular, o Diário da Manhã sempre estão querendo uma personagem. Aqui, não fica só na diretoria, só a presidente fala, ela sempre está convidando donas de casa, outras pessoas para poderem falar do dia da avó, do dia da mãe, falar de qualquer coisa. Aquela que nunca participou e que tem vontade de participar, sempre a buscamos. Tem dona de casa que não quer participar, é tímida, mas a gente procura buscar as donas de casa que estão lá fora, até mesmo aquelas que não são cadastradas já participaram muitas vezes com a gente.

Se você pudesse pedir para imprensa o que você queria que ela divulgasse mais sobre a Associação?

R: A Associação, as prioridades dela são todas importantes para mim, fica difícil escolher uma. O que eu vejo o que a gente precisa mesmo estar divulgando a Associação, levando para as donas de casa que tem uma entidade que cuida, que pelo menos tenta, cuidar das donas de casa, para elas estar nos visitando e conhecendo a Associação. Nós temos donas de casa que ainda não conhecem, às vezes, a gente esbarra com alguém que não conhece a Associação, mas é aquilo que te disse, é a dona de casa que não pára para ver televisão. Então, divulgar mais a associação, quanto mais, melhor.

A respeito dos cursos, você até oferece o curso de bordado, gostaria que você falasse sobre ele?

R: O curso de bordado, nós já alcançamos muitas donas de casa com ele, já deu resultado para muitas donas de casa, e para nós também enquanto Associação, pois vemos que a dona de casa que aprendeu o curso aqui, hoje, está tendo resultado financeiro dentro da própria casa. Talvez, em termos de remuneração não seja tão alto para ela quanto ela queria no orçamento, mas ajuda no orçamento dela, no orçamento familiar. Isso é muito gratificante para nós saber que uma dona de casa nos procurou e a gente pode colaborar pelo menos um pouquinho, com o curso de bordado.

Esse curso é cobrado?

R: Ele não é cobrado, porque nós temos esses cursos de bordados em pedraria, fora da entidade sairia pelo menos por R\$100,00, a gente faz uma taxa de R\$20,00 e retornamos para elas o material para poderem usar. A gente cobra a inscrição, mas retorna para elas, porque ela não vai precisar trazer o material dela para estar trabalhando.

Hoje, como a Associação é uma entidade sem fins lucrativos, ela conta com pessoas que oferecem cursos, voluntariamente, gostaria que você explicasse um pouquinho essa maneira que a entidade trabalha, pois no cadastro vocês vêm quais são as habilidades das pessoas para que elas possam ajudar a associação?

R: A gente tem muita contribuição de pessoas que nos ajudam. Essa Associação é mais com fé, é muito difícil a gente achar pessoas que queiram contribuir, porque está difícil para todo mundo. Mas a gente vai trabalhando com a contribuição que as pessoas nos dão. A contribuição das donas de casa em ensinar cursos para outras é muito bem vinda para nós. Inclusive, nossa vontade é ampliar o nosso quadro de instrutor para a dona de casa.

Quais são os benefícios de ser uma dona de casa?

R: Para mim, na Associação nós vamos crescendo, adquirimos desenvoltura em relação ao conhecimento, porque participamos de muitas coisas e, automaticamente, vamos ter conhecimento geral de todas as coisas. Aqui, a gente não pode falar que não está ganhando, está ganhando conhecimento, amigos, conhecendo lugares, empresas, conhecendo um pouco de negócios. A gente passa pela faculdade da vida, faculdade de conhecimentos gerais. Então, eu acredito que seja assim, porque eu já cresci muito, enquanto estou aqui na Associação já conheci de tudo.

A respeito do programa de rádio, como é a recepção das associadas no rádio?

R: A recepção das nossas associadas é muito boa, a gente tem um retorno bom mesmo. Semana passada, nós tivemos a participação de um homem no programa de rádio, tive o privilégio de recebê-lo na Associação, porque a gente faz o sorteio da cesta Geo e dos produtos Wilma, nós conversamos e ele ficou bem interessado, já levou o cadastro para fazer da mulher e da mãe dele. É muito boa essa receptividade. A gente não tem receptividade só das donas de casa, dos homens também que ficam interessados em ver como é essa Associação, e eles vêm que a Associação oferece algo bom. Então, eles querem levar para mãe, para a filha, para esposa. A gente sente bem feliz, lisonjeada mesmo, de ver que as pessoas estão de braços abertos.

No caso, o programa foi um espaço que vocês conseguiram por mérito próprio, você acha que neste espaço que vocês tem na rádio, ele mostra muito mais que a imprensa quando a imprensa vêm procurar vocês?

R: No rádio é diferente da imprensa porque toda semana nós estamos lá, abordando assunto novo, toda semana a gente tem participantes diferentes, na maioria, às vezes, nem é associado que está participando e essas pessoas vêm aqui, senta, conversa e associa. É muito bom participar na mídia. Mesmo aquela pessoa, que ouviu o programa, não participou do sorteio, mas vem na Associação, pedindo um curso, pedindo para criar uma liderança no interior, e a gente vai. É muito bom quando alguém do interior pede para a gente para ir, ficamos conhecendo a uma nova cidade, associadas novas, e lá no interior elas são muito receptivas à associação, e o trabalho no interior é perfeito. Elas trabalham mesmo.

O rádio é bom porque leva a Associação bem para longe, porque na imprensa a gente ficar só aqui em Goiás, ou, às vezes, acontece de sair reportagem a nível nacional, já o rádio vai para todo o Estado de Goiás. Inclusive esse rádio que a gente faz, o pessoal ouve mais no interior.

Por exemplo, o programa é amanhã como você se organiza, vocês levam uma pauta?

R: A menina liga aqui toda a semana para saber a pauta

A produtora da rádio?

R: É, da produção, hoje, ela vai ligar aqui para saber, até quando você chegou estava tentando falar com ela sobre nossa pauta de amanhã, vai ser sobre a inflação, desperdício e economia, vamos falar sobre os preços altos.

Quando você chega lá de manhã, conversa com o jornalista?

R: Não, já chega direto para o programa para poder fazer o programa junto com o radialista. Quando chegamos lá, já estão fazendo a chamada do bloco, alguém tem que ir ou correr no telefone para fazer a participação, porque já foi feita a chamada. Já anunciam os sorteios e os ouvintes estão participando e esperando aquele momento da Associação das Donas de Casa. Quando o assunto é bem polêmico, como foi o do arroz e o do feijão, a Maria das Graças vai e as pessoas querem saber a respeito do consumidor, a preocupação é bem grande.

No momento que a produtora liga aqui a tarde,as vezes, já aconteceu de vocês passarem a pauta, e ela tentar negociar outro assunto?

R: Não

Então, vocês têm autonomia?

R: A gente tem autonomia, vai ser mesmo aquele assunto que a gente quer falar porque na verdade o assunto da Associação somos nós mesmas que sabemos. Às vezes, eles passam uma pauta, eles querem falar com a gente sobre a inflação, sobre o preço da carne, porque está acontecendo isso, mas a questão de pauta é de autonomia nossa.

Quando a mídia, no caso de aumento de alimentos, recorre muito à Associação, como vocês enxergam isso, positivo, negativo, quando a mídia começa a focar um só assunto?

R: Sobre a questão da inflação é positiva porque a gente passa a nossa opinião para as donas de casa pedindo para elas para que economizem, pesquisem. A imprensa gosta mesmo muito de repetir assuntos sobre questão do consumidor.

A mídia gosta de ver mais aumentos, quedas de preços, que assunto ela gosta mais?

R: A mídia gosta mais de ver o aumento porque para ela é importante a notícia, a novidade, mas para nós é bom quando aparece a queda de preço. O que está difícil nesta época de inflação.

Em relação ao social que a Associação realiza, você está satisfeita com o que a associação divulga?

R: Então, o nosso social é menos divulgado, eles gostam mais de divulgar a questão do supermercado, trabalham mais o consumidor, já nossa parte social não é muito focada pela mídia. Se fosse mais focado nós teríamos mais donas de casa participando dos cursos.

Se tivesse condição de eles buscarem divulgar mais isso, para nós seria melhor, porque as donas de casa estariam mais próximas de nós, serão mais associadas do que já temos, mais donas de casa informadas em questão de profissão, sobre trabalho dentro de casa, mais informadas sobre de auto-estima, orçamento doméstico. Seria ótimo se divulgasse essa parte para nós.

Porque você acha que a mídia prioriza tanto um assunto e não prioriza o social?

R: A mídia ela quer passar a notícia, ela foca mais as coisas ruins, acho que dá mais audiência, quando acontece um acidente, todo mundo comenta. Agora, se for uma coisa amena, tudo calmo, se não tiver sangue, está tudo bem. Porém, se tiver problema, a audiência ferve. Isso para a imprensa é bom, quanto mais audiência é bom, se está calmo não tem audiência. Até nós mesmos, se está tudo bem, desligamos a televisão.

ANEXO 5- Entrevista com voluntária ADC-GO

Nome: Rosilene Rodrigues de Souza Pereira (associada e voluntária ADC-GO)

Profissão: Secretária e estudante de Psicologia

Idade: 36 anos

Estado Civil: casada

Filhos: dois

Escolaridade: Ensino Superior incompleto

Setor residencial: Parque das Nações

Data da entrevista: 21 de junho de 2008, no Bairro Hilda, em Aparecida de Goiânia.

Como você tomou conhecimento da ADC?

R: Essa Associação, eu acredito que, em Goiânia, ela é conhecida devido ao trabalho com as donas de casa.

Quando você fala que elas são muito conhecidas, você fala na sociedade ou na mídia?

R: Tanto na sociedade quanto na mídia. Com os trabalhos que elas estão desenvolvendo, cada dia, a gente vê que a Associação está crescendo.

Por que a causa das donas de casa te interessou?

R: Já tem mais ou menos 15 anos que eu faço o trabalho de Jesse, como cabeleireira, tive um salão durante 15 anos. Assim, eu vou às instituições de vários setores, creches. Fiz meu projetinho e enviei para elas, porque meu objetivo é fazer com que as donas de casa não se preocupem somente com a casa, ou com os preços que estão subindo no supermercado, mas sim, voltem para si mesmas e cuidem do corpo, incentivando, motivando, cuidando do cabelo, da unha, até porque ficar bem fisicamente, com certeza, faz com que a qualidade de vida venha a ser melhor.

Quando você montou esse projeto foi iniciativa sua ou por ser atividade acadêmica?

R: Não, por eu trabalhar na igreja católica, vi que também era válido levar isso para Associação.

Com que frequência você presta este serviço?

R: De 15 em 15 dias.

O que traz de benefício para você ser uma voluntária?

R: Eu vejo que na vida temos que estar buscando um significado, o que eu tenho de fazer para estar beneficiando o outro. Na verdade, me faz bem estar ajudando.

Como você analisa a participação dos voluntários nas entidades sociais, é importante?

R: Com certeza, porque todos nós nascemos com um dom. As pessoas têm que estar voltando para si mesma, fazendo reflexão, enxergar o que eu posso estar fazendo para ajudar, estar levando o melhor para outro.

Isso ajuda você na sua formação acadêmica já que você cursa Psicologia?

R: Com certeza, demais, é o meu estágio. Assim, meu objetivo é a fazer um curso de Arte de falar em Público. Mas, aqui não deixo de estar interagindo com o meio, ainda mais nas donas de casa porque como eu sempre digo, é a base, a família é a base de tudo.

Quais são as atividades que você sabe que a Associação realiza?

R: Pelo que eu vejo, inclusive acabei de conversar com a Alcione, ela contou que vai acontecer dia 5, o Arraiá das donas de casa. Eu vou participar, vou montar minha barraquinha para cortar cabelo. São esses tipos de trabalho.

Dentre as atividades da ADC-GO, qual você mais gosta?

R: É a integração em si, elas trabalham com o objetivo de alcançar o melhor para todas. Um dos aspectos que me chamou a atenção foi que o foco não é pedir ajuda para políticos, inclusive elas são contra apoio de políticos. O objetivo é apoiar todos para pedir colaboração. Foi isso que realmente me chamou a atenção, principalmente, agora, que tem eleições, a Associação é uma organização grande e eles estão de olho e elas recebem propostas de candidatos que querem tirar proveito. Eu vejo que elas são coerentes, elas sabem o que é melhor para elas.

A Associação também defende o direito dos consumidores como você se sente melhor representada como uma consumidora em geral ou como uma dona de casa?

R: Ambas, como uma consumidora e dona de casa. Inclusive, eu tive a oportunidade de fazer pesquisa sobre as diferenças nos preços da cesta básica nos supermercados, fiz quatro ou cinco vezes, levei lá para associação.

Você fez essa pesquisa como bolsista da OVG?

R: Também

Você já leu nos jornais, viu na televisão ou ouviu no rádio, alguma matéria sobre a Associação?

R: Sim. Já ouvi no rádio a Maria das Graças falando, também na época da crise do leite acompanhei, achei que elas foram super guerreiras. Até para a rua elas foram, para falar e distribuir folhetinhos.

Nessas reportagens que você viu, mostravam a Associação de que maneira?

R: Elas realmente estão à frente, vejo que isso é muito interessante. Estão sempre por dentro dos preços, atualizadas mesmo, tentando comparar preços de um supermercado com outro.

Você se considera uma dona de casa?

R: Claro, com certeza, todas nós. Eu trabalho estudo e faço minhas obrigações de casa, sou mãe, esposa.

Você acha que tem diferença na dona de casa que não conhece a Associação e a que conhece?

R: Eu vejo que tem diferença, eu acredito que o objetivo das donas de casa que são associadas e levar e falar sobre o que venha a ser a Associação. Justamente, trazendo as outras para estar ajudando, quanto mais donas de casa, melhor.

Se você pudesse opinar à imprensa o que ela deveria divulgar sobre a Associação?

R: Deveria divulgar mais, estar procurando Associação, ver realmente o tipo de trabalho que é feito, o que a Associação está precisando. Se a ADC-GO fizer uma pesquisa tentar divulgar mais, apoiar esta parte. Para que isso possa ser passado para as donas de casa que ainda não sabem o que venha a ser a Associação, assim, elas possam ter o conhecimento e estar buscando mais.

Você tem conhecimento sobre o programa de rádio que a ADC participa?

R: Como te falei, eu ouvi, mas foi por acaso, na maioria das vezes é pela televisão.

Já recebeu o informativo?

R: Sim, já uma ou duas vezes. Eu busquei. Antes de eu começar este trabalho eu quis saber um pouco mais sobre da Associação.

Como você tomou conhecimento?

R: Pelo informativo e procurando pessoas mais próximas.

Tem alguém que você conhecia que era da Associação e que te trouxe para a entidade?

R: Sim, tem a Maria das Graças, que faz um trabalho muito sério e a Tereza

O que você acha do conteúdo do informativo da ADC-GO?

R: Muito bom

O que mais te interessa nele?

R: Li uma vez, é a revisão de todo o trabalho que é feito, você faz um trabalho e muitas vezes as donas de casa não ficam sabendo e muitas vezes no jornalzinho dá para ver o que elas fazem o que está para vir, qual o objetivo das donas de casa.

Você acessa o site da Associação?

R: Ainda não, mas eu pretendo. Falta a oportunidade de estar buscando.

ANEXO 6- Entrevista com três associadas ADC-GO

Nome: Benônia Denise Lacerda (Associada ADC-GO)

Profissão: Dona de casa

Idade: 68 anos

Data das entrevistas: 11 de junho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de casa, na Câmara Municipal de Goiânia.

Por que você resolveu ser uma associada das donas de casa?

R: Porque eu acho interessante a gente participar de todas as reuniões, não só das donas de casa, mas todas que são apresentadas para gente. Para aprender mais as coisas, é isso que a gente está precisando. Quanto mais a gente aprende, ainda precisa aprender mais ainda. Eu gosto de participar de todas as reuniões.

Quanto tempo a senhora participar da associação?

R: Já faz muito tempo, nem sei a data, mas em Itaberaí tem muito tempo.

O que a senhora mais gosta na associação?

R: Eu acho que é o interesse que elas têm de ensinar mais, de aprender alguma coisa. Os cursos, tem cursos bons para as pessoas. Hoje, sem curso as pessoas não fazem nada. É isso que eu tenho desejo, continuar um curso, ter um bom emprego, ser tudo na vida.

O que a senhora, como dona de casa, fazia antes da Associação?

R: Eu entrei na Associação, depois de morar em fazenda e passei a morar em Itaberaí. Então, lá na fazenda eu cuidava só da casa tirava leite, fazia queijo, vendia as coisas na cidade. Lá, eu vivia assim. Quando entrei na Associação, ainda estava na roça, depois que mudei na cidade, ficou melhor. Porque na roça não tem como a gente participar de todas, agora eu não perco as reuniões, todas as coisas maravilhosas.

.....

Nome: Expedita dos Reis Resende (moradora em assentamento rural de Itaberaí)

Profissão: Dona de casa

Idade: 57 anos

Data da entrevista: 11 de junho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de casa, na Câmara Municipal de Goiânia.

Porque a senhora resolveu participar do Encontro?

R: Ela (Benônia) me convidou e fiquei interessada para ter melhor conhecimento das coisas, resolvi vir com ela. É o mesmo caso dela, a gente vem participar e passa a saber de mais coisas, aprende mais coisas, porque a minha vida mesmo foi sempre na roça, quer dizer, sou uma dona de casa assinada.

A senhora tem orgulho de ser dona de casa?

R: Sou, tenho orgulho de ser dona de casa, mulher de um lavrador.

As pessoas respeitam a dona de casa?

R: Eu acho que são respeitadas, acho que uma dona de casa assumida ela tem uma boa cabeça.

O assunto, aqui, é sobre AIDS, a senhora tem interesse sobre esse assunto?

R: Tenho, porque a gente tem filhos, tem netos, tem neto adolescente para a gente saber disso e passar para eles. Por exemplo, eu tenho filhas que não sabe sentar com as filhas e conversar, já eu sou mais aberta. Chego e falo, meu português é mais claro.

.....
Nome: Maria do Carmo da Silva Expedita dos Reis Resend(moradora em assentamento rural de Itaberaí)

Profissão: Dona de casa

Idade: 54 anos

Data da entrevista: 11 de junho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de casa, na Câmara Municipal de Goiânia.

Porque a senhora resolveu vir pela primeira vez?

R: A gente interessa para saber o tema, o que vai acontecer, a palestra como vai ser. Hoje, em dia a gente tem que ter curiosidade para tudo. Inclusive, eu vim através dela, nós somos vizinhas, a gente veio para participar das coisas.

Para a senhora é fácil vir para o Encontro, sua família apóia?

R: Fácil não é, mas a gente faz o possível e o impossível para a gente poder participar de alguma coisa, porque só não pode ficar com braços cruzados. A gente veio para ver no que vai dar, porque eu nunca participei, é a primeira vez.

O que a senhora gostaria que Associação fizesse para as donas de casa?

R: Assim, não tenho uma resposta agora porque nunca participei, mas creio que vão oferecer coisas boas, principalmente, para quem mora na lavoura.

O que a senhora destaca que a mulher que trabalha na lavoura precisa?

R: A gente precisa de ajuda para fazer as coisas, precisamos ter mais uma renda, uma aposentadoria, para ter uma renda muito melhor, porque está difícil para tudo.

.....
Nome: Juliana Gonçalves Pereira (líder ADC-GO em Itaberaí (GO))

Profissão: Dona de casa

Idade: 26 anos

Data da entrevista: 11 de junho de 2008, durante o 1º Encontro das Donas de casa, na Câmara Municipal de Goiânia.

Porque você resolveu se tornar a líder das associadas em Itaberaí?

R: Elas me escolheram, eu estava como uma jornalista, bem comunicativa, assim, a Graça estava tentando reanimar a liderança em Itaberaí e ela disse para eu pegar a presidência e lá estou.

Porque você se interessa pela Associação, você é uma dona de casa?

R: Sou dona de casa pelos meus direitos, lá (Itaberaí), ninguém quer nada com ninguém, é cada um para si e Deus para todos, ai a gente tem que buscar os direitos da gente.

O que mais você gosta que a Associação oferece?

R: Oferece muita coisa, os cursos são muito bons, as parcerias também.

Lá no interior você se sente respaldada pela diretoria executiva?

R: Sim, nossa, tenho o maior apoio, sem elas nós não somos ninguém.

Quando você vê na imprensa falando sobre a Associação, o que você costuma ver?

R: Eu vejo muita coisa boa,

Quais são os assuntos que mais você vê?

R: Sobre o leite que estava com preço alto, a visita delas em Morrinhos.

ANEXO 7- Entrevista com associada e líder no bairro Hilda

Nome: Alcione Olinda de Oliveira (associada ADC-GO e líder distrital)

Profissão: Bordadeira

Idade: 63 anos

Estado Civil: Divorciada

Filhos: quatro

Escolaridade: Ensino Médio

Setor residencial: Bairro Hilda

Data da entrevista: 21 de junho de 2008, no Bairro Hilda, em Aparecida de Goiânia.

Como você tomou conhecimento da ADC-GO?

R: Eu conheci através de uma amiga, vizinha, ela me convidou, foi quando conheci, engajei e estou até hoje.

Por que a senhora resolveu tornar-se uma líder?

R: Através do trabalho que a Associação realiza a gente interessou pelo trabalho que elas fazem, e como gosto muito de mexer com gente, não sei ficar isolada. Eu gostei muito do trabalho delas, e comecei liderando aqui na minha região e através disso a gente vai ganhando mais confiança e hoje estou até em uma posição boa na Associação, graças às meninas. A Maria das Graças que é maravilhosa, é muito importante para mim.

Quantas pessoas aqui no bairro já conhecem a senhora e faz parte dos eventos que você promove?

R: Só aqui nessa casa que moro tem 14 pessoas. Desde que mudei para cá, entrei na Associação e até os cachorros me conhecem.

Quais são as atividades que a ADC-GO realiza que a senhora tem conhecimento?

R: Realiza muitos cursos, participações, inclusive, até lá na Câmara dos Vereadores, em Brasília, a gente já foi diversas vezes assistir votação dos deputados. Nós almoçamos nos restaurantes com os deputados federais, em Brasília. Eles foram muito legais com a gente, nós almoçamos com eles na mesa. Foi muito gratificante. Eu vivi isso, para mim foi uma surpresa na minha vida, com essas oportunidades a gente tem mais é que agradecer a Deus.

Dentre esses cursos, congressos, qual dentre essas atividades você mais gosta?

R: Dos cursos e das reuniões. A gente forma um grupo de mulheres que colaboram com os empresários. Teve uma atividade que achei importante, uma empresa de amaciante que a gente formou um grupo, levou os produtos para casa para avaliarmos.

Eu participei de uma reunião com a polícia de Goiânia. O capitão propôs dar um curso para gente e vai ser muito válido para nós. É um curso que a gente vai aprender a ser como um agente secreto, então, não serve para qualquer pessoa, esse curso eu quero fazer.

Tem diferença entre a dona de casa que não conhece a Associação e a que é associada?

R: Nossa, que diferença! Como tem diferença! Tenho muitas amigas que não sabem de nada sobre o está acontecendo. Inclusive, quando a gente faz parte da Associação até para a gente ver televisão a visão é diferente, quando a gente vê a televisão e ouve falar de algo em Brasília, São Paulo, Rio e até fora do Brasil, a gente sabe definir. Tem donas de casa que não prestam atenção no que passou no jornal, não sabe contar. Quando a gente está engajada, ativa, a gente só de ouvir na televisão ou no rádio, a gente já tem uma noção do que é valioso.

Infelizmente, tem muitas donas de casa que não valoriza isso, a gente convida, não tem o interesse, parece que fica só em torno da casa mesmo.

Como a senhora vê que a sociedade enxerga a profissão da dona de casa?

R: 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 se 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.

A Associação também defende o direito dos consumidores como você se sente melhor representada como uma consumidora em geral ou como uma dona de casa?

R: Ambos, porque eu como dona de casa me valorizo e também como consumidora tenho que me valorizar também, porque estou desembolsando um dinheiro meu, suor meu, tenho que valorizar. O que é bom para mim, eu procuro passar para o meu próximo.

A Senhora já viu na televisão, viu no rádio, leu nos jornais, alguma matéria sobre as donas de casa?

R: A gente tem o jornal das donas de casa. Inclusive, ajudo a distribuir esses jornais quando tem reuniões. Para te falar verdade, O Popular e outros jornais quase não leio, porque leio a Bíblia e não tenho tempo de ler esses jornais.

Na televisão a senhora já viu alguma matéria?

R: Muitas, em todas as reuniões com o diretor do Procon, com os vereadores, com pessoal da alta sociedade, eles elogiam muito a gente, dizem que é para continuarmos com o trabalho da gente. Os que vocês querem vocês conseguem, porque as donas de casa são a maioria, quando eles falam isso, nós tomamos mais força e vemos que a gente não está trabalhando em vão.

A senhora falou do informativo que ajuda a distribuir o que a senhora acha do conteúdo?

R: Eu acho ótimo, porque tem receitas, explicações, porque a Associação é uma entidade aberta, ela é transparente. Eu procuro, agora, no conselho, quando vejo alguma pessoa, que tem alguma reclamação.

Esses dias houve uma reclamação, passei para Graça para ser sanada. Não quero ver a Associação suja, se as associadas tiverem alguma coisa que não está agradando, fala comigo.

Em um evento como esse, como o dia da beleza, como senhora articulou para chamar as moradoras do bairro Hilda?

R: Durante os momentos em que eu saí. Eu tenho um costume a tarde sentar de fora do portão da casa, vendo produtos. Quando eu quero ver uma pessoa, tenho dificuldade de ficar andando por causa da perna, nos momentos em que eu saí para qualquer coisa, pego coletivo e ando Goiânia inteira, porque tenho passe livre meu e do acompanhante. Eu ando nesses ônibus e as pessoas que encontro já vou falando, já vou convidando é assim que eu divulgo.

A senhora já escutou o programa de rádio das donas de casa na RBC?

R: A gente faz parte, inclusive, final de ano, gente realizou um programa de final de ano, como a Associação é muito conhecida e ganha muitos brindes para sortear. No sorteio ganhei

um pernil. Conheço o programa, inclusive, quero participar lá das reuniões e poder ir, porque sei que tem dias que é difícil, já que é só uma pessoa que vai. De repente, posso estar lá fazendo o programa. Eu participo, fui lá e conheci, mas tenho vontade de participar. Acho que o programa é curto.

A senhora já tinha experiência com liderança?

R: Eu já trabalhava com lideranças, eu era da igreja Luz para os Povos, e tinha reuniões de células e nelas tem cursos para liderar. Antes disso, eu liderava grupos de jovens, já fui diretora de mocidade, tenho essa facilidade de fazer amizades com jovens e crianças.

A senhora já viu o site da Associação que tem na internet?

R: Eu ainda estou com essa esperança de entrar no curso para internet, mas sendo franca sou leiga. Não sei mexer com site.

ANEXO 8- Entrevista com associada ADC-GO

Nome: Sandra Morais Vieira da Silva (associada ADC-GO)

Profissão: Técnica em contabilidade

Idade: 40 anos

Estado Civil: casada

Filhos: não

Escolaridade: Ensino Médio

Setor residencial: Jardim Europa

Data da entrevista: 20 de junho de 2008, na residência da entrevistada.

Sandra, como você tomou conhecimento da associação?

R: Na realidade, eu sou amiga da Graça há muito anos. Ela me convidou para participar, só que eu pensava que era só pessoas de idade e não tinha vontade de ir na Associação. Tive um pouco de resistência, depois fui lá e vi que não era só dona de casa, o pessoal não era tão de idade quanto eu pensava. Fui me relacionando com eles, gostei muito e estou lá.

Porque você decidiu associar, o que isso fez de diferença?

R: Porque lá é o seguinte, todo mundo participa, dá opinião, tem muitos eventos, a gente está sempre em contato com outras pessoas, fui para lá e gostei e estou satisfeita.

Aqui no seu bairro tem alguma líder das donas de casa?

R: Tem, mas eu não tenho contato com ela, porque eu tenho uma equipe lá na minha igreja, eu sou evangélica. Como já faço parte desse grupo, eu preferi ficar nas donas de casa, mas lá na sede.

Quando você participa dos eventos, como você é chamada para participar?

R: Geralmente, elas me ligam ou através do noticiário, no programa de rádio. Geralmente, elas me comunicam e eu, também, estou sempre entrando em contato com elas.

Você visita muito a sede?

R: Não tanto, às vezes, quando tem algum evento ou estou no centro. Mas, só com a finalidade de ir lá, eu não visito não.

Você possui carteirinha da Associação há quanto tempo?

R: Sim, mais de dois anos.

Quais são as atividades que você conhece que Associação realiza?

R: A Associação faz cursos, são vários cursos, já fui para Brasília e teve outros eventos, concursos, participar para dar informação sobre pesquisas. Algumas pessoas procuram para fazer pesquisas, principalmente, as empresas convidam a gente para participar sobre qual produto a gente gostou qual que não.

E os cursos que são oferecidos, quais você tem conhecimento?

R: Tem o de pedraria, orçamento familiar, crochê, artesanato de modo em geral.

Dessas atividades da Associação, qual você mais gosta?

R: O de pedraria e o de participar das mulheres de opinião.

Em sua opinião, Sandra, de que forma a sociedade vê a profissão das donas de casa?

R: Ninguém valoriza, a maioria das pessoas acha que não tem valor, que não tem importância. Pensam que a dona de casa não tem serviço, não é um trabalho reconhecido. Porque muitos acham que donas de casa é um serviço banal.

Existe diferença da dona de casa que não é associada para a que é associada?

R: Eu creio que sim, elas têm a mente mais aberta, elas reconhecem os direitos delas, correm mais atrás das coisas. Igual, às vezes, em relação aos custos dos alimentos elas estão sempre procurando, buscando, enquanto essas que ficam em casa, não se preocupam muito com isso, elas não são abertas, não tem interesse em estar buscando, pesquisando e estar correndo atrás.

A Associação das donas de casa também defende o direito dos consumidores e defende também as donas de casa. Em sua opinião, você se sente melhor representada como consumidora em geral, ou como dona de casa?

R: Como dona de casa.

Você já ouviu, ou viu na imprensa goiana alguma matéria sobre a Associação?

R: Sempre sai alguma matéria, inclusive, tem o jornalzinho da Associação das Donas de Casa. Nos jornais, de modo geral, tem alguma coisa, principalmente, com relação à pesquisa de preços, orçamento de preços e os cursos ministrados.

Sobre o informativo da ADC-GO, como você recebe?

R: Geralmente, vou lá e busco. Em casa nunca veio.

O que você acha do conteúdo?

R: Muito bom.

O que você mais gosta de ler nele?

R: Os informativos sobre preços, que estão fora do preço de mercado, que estão em cima da cobrança, dicas de donas de casa. Isso é o que mais gosto.

Quando você lê nos jornais, ouvi no rádio ou vê na televisão, o que a imprensa goiana fala sobre a associação das donas de casa?

R: Dá mais enfoque a preço, custo do orçamento familiar.

Nessas notícias que você já viu tem donas de casa participando, principalmente na televisão, como ela é mostrada?

R: Ela é valorizada, de um modo geral, bem valorizada. Porque às vezes, as pessoas que estão em casa no dia-a-dia não valorizam as donas de casa. Através da mídia valorizam, porque as pessoas vêem que tem uma opinião forte.

Se você pudesse escolher sobre o que a imprensa mostra sobre Associação das Donas de casa o que você opinaria, quais são os assuntos?

R: Acho que tem que aparecer tudo, sobre preços, os aumentos, valorizar o dia-a-dia das donas de casa, mostrar como é a jornada de trabalho da dona de casa. Porque as associadas não são somente donas de casa, envolve muitas outras atividades.

Você já escutou o programa de rádio?

R: Sim, mas não acompanho sempre.

O que você sabe que elas fazem lá no programa de rádio?

R: É um debate, mas sobre as pesquisas de preços, informando sobre os tipos de cursos que são ministrados e informação de modo geral.

Em relação aos veículos que a dona de casa tem para se informar, você acha que é a televisão, rádio ou jornal. Qual é o mais acessível?

R: O rádio, embora eu não tenho muito contato com rádio por sair muito de casa. Porque a dona de casa ouve mais rádio, até porque ela está desenvolvendo muitas atividades em casa, não tem como ficar sentada na frente da televisão.

Você já acessou o site da Associação?

R: Ainda não. Porque não tenho computador e internet em casa.

ANEXO 9- Transcrição da entrevista ao jornal clique

Transcrição da entrevista concedida pela presidente da ADC-GO, Maria das Graças, para a repórter Márcia Sabb, do Jornal Clique.

Local: Sede ADC-GO

Data da entrevista: 23/06/08

Observação: Segundo a repórter, ela ouviu falar sobre a Associação das Donas de Casa, por meio do marido de uma das associadas, e assim se pautou com a proposta de mostrar as ações da Associação, revelando além daquilo que aparece na imprensa. Seu foco principal, durante a entrevista, foi a questão da aposentadoria para as donas de casa.

Márcia: Por exemplo, o trabalho de vocês é muito mais profundo do que consumo, isso é apenas um detalhe?

Maria das Graças: É um dos objetivos, não é o principal.

Márcia: Qual o objetivo principal da Associação que você gostaria de destacar? Por que é óbvio, isso é o principal fato.

Maria das Graças: É o que sempre falo, o espaço que às vezes a gente tem na mídia é para falar sobre o consumo, um dos objetivos que mais afeta a dona de casa. Nós vivemos ali na naquela angústia.

Márcia: Mas a senhora fala do relacionamento das donas de casa com a mídia?

Maria das Graças: É nesse sentido. A mídia nos mostra em relação a esse fator da questão da defesa do consumidor. Sobre a dona de casa, porque elas têm aquela responsabilidade de estar ali se virando na cozinha. Então, quando aumenta o arroz, ela fica angustiada, mesmo que o dinheiro venha do marido. Ela sabe que com o salário não vai poder fazer aquela mesa farta. Porque o nosso prazer é servir bem a nossa família. Por isso, a gente defende, a gente trabalha a questão da defesa contra os aumentos abusivos. Quando nos brigamos pelo um produto vencido, é porque nós sabemos que se nossa família consumir aquilo vai ter danos à nossa saúde.

Mas, o nosso principal interesse, aqui, na Associação, é o relacionamento com as donas de casa. É mostrar para essas mulheres que hoje elas têm uma voz, tem muito a oferecer à sociedade e ao seu município. Isso, a gente tem dito em todas as reuniões Hoje, o número de associadas aumentou muito. Quando a gente começou a mostrar para elas outra visão, a de que a dona de casa pode estar participando junto aos seus municípios. Porque quando ela reivindica um asfalto é para ter qualidade de vida. Por que quem mais sofre quando não tem um asfalto é a dona de casa, ela vai ter um trabalho sobrecarregado, de lavar a casa, gastar mais com produtos, gastos com saúde, é ela que enfrenta as filas nos CAIS. Então, ela sabe das dificuldades, sabe o que é melhor. Muitas pessoas falam que somos donas de casa por opção. Não, a dona de casa não é por opção, às vezes, é por imposição, porque ela nunca conseguiu uma creche por filho, e hoje, elas vão atrás de creche, tem donas de casa jovens que querem trabalhar, querem sair dessa posição de dona de casa, enfrentar o trabalho, mas muitas vezes, isso é imposto porque ela não tem uma creche para deixar o filho.

Márcia: No caso, Graça, a Associação não está hoje só limitada às donas de casa. Porque hoje, a dona de casa possui um conceito mais amplo, você tem a dona de casa que só trabalha em casa, mas você tem a dona de casa que trabalha fora e ela também está inserida nessa associação?

Maria das Graças: Lógico, a Associação não é só aquela exclusivamente dona de casa ou só aquela dona de casa pobre. Porque as pessoas achavam, também, que a

Associação das Donas de Casa era só para mulher da classe C, classe E. Não, hoje, nos temos todas as classes, todos os níveis de mulheres donas de casa, até mesmo formadas, que depois não optaram pela profissão que cursaram. Nós temos mulheres matemáticas, advogadas, mas que não exerceram a sua profissão, porque optaram. Mas nós também temos donas de casa que trabalham fora, mas a jornada dela é dupla, ela é a dona da casa dela, é ela que administra, é ela que faz as compras, arruma a casa. Hoje, a opção pela secretária é mínima, porque não tem condições, a maioria, está optando é pela diarista, mas é ela que cuida e administra a sua casa. Hoje, tem duas ou três vertentes de donas de casa, tem tantas mulheres solteiras.

Hoje, estava vendo uma entrevista e até achei um absurdo, estava vendo que uma deputada mandou para o Congresso. Porque nós brigamos, você estava falando sobre aposentadoria, brigamos pela aposentadoria. Mas, a deputada propôs que a dona de casa passe a contribuir para a previdência a partir do momento em que ela for casada. Inclusive, no dia 5, vou estar lá no congresso e perguntar, o porquê esse projeto, só tem dona de casa casada? Não tem. Nós temos muitas mulheres donas de casa solteiras, mas ela é uma dona de casa que adquiriu seus filhos e tudo mais, mas não tem papel passado. Então, ela não vai ser beneficiada com essa lei?

Márcia: Então, essa concessão para a dona de casa já existe, ela já tem esse direito?

Maria das Graças: A aposentadoria, se ela existe hoje, foi uma conquista nossa, de mais de seis anos de caminhada à Brasília, com nossas marchas para fazer com que valesse. Então, em 2006, foi isso, saiu a nossa lei, a dona de casa está, hoje, inserida dentro da previdência, ela pode contribuir para sua aposentadoria.

Márcia: Ela, como dona de casa, tem que contribuir com o INSS normal?

Maria das Graças: Não, ela só paga 11%, nós estamos com um projeto para que possamos discutir, dia cinco agora, para ela pagar só 5%. Hoje, a contribuição normal é até de 20%, e da dona de casa é de 11% no INSS, com todos os direitos. A dona de casa que é mãe, ela tem seu descanso remunerado, se ela chegar a falecer, ela pode passar a aposentadoria para o filho. Ela é uma trabalhadora como qualquer outra mulher.

E foi através dessa aposentadoria que a gente viu mudar o perfil dessa mulher dona de casa, porque ela viu se ela ficar só lá no tanque, sem administrar o tempo dela. Porque é isso que a gente mostra para ela, sobre o relacionamento que nos temos que ter, quando a gente fala para elas que as mulheres donas de casa, temos que ter alguma coisa para agarrar. Quando assumi a coordenação da Campanha Nacional da Aposentadoria para a dona de casa, o projeto estava guardado lá desde 2001, e ninguém tinha se levantado.

Márcia: Então essa conquista é daqui do Estado de Goiás, da conquista da aposentadoria?

Maria Graça: É, hoje, eu coordeno, a nível nacional, a campanha das donas de casa. Surgiu pela deputada Luci, de Santa Catarina, uma mulher japonesa, foi a mesma que criou a aposentadoria da mulher camponesa. Ela foi e entrou com um projeto de aposentadoria para a dona de casa em 2001. Mas, ficou quietinho lá, quando eu descobri isso, em 2006, eu levei 100 mulheres lá, para estar discutindo isso. No outro ano, já levei duas mil. Nesta terceira marcha, reunimos com ministro e organizamos grupos de mulheres, mesmo sem ser a marcha, nós decretamos que em março nós faríamos as marchas. Quando foi nessa última marcha, fizemos abaixo-assinado, entregamos para o presidente da câmara, entregamos para o presidente da república. Nessa terceira marcha, a gente levou quase seis mil mulheres, eu coordenei a marcha de todo Brasil, foi quando nós conseguimos nos inserir dentro da previdência.

Márcia: Então, você está querendo dizer que essa colega que está em Belo Horizonte não tem a mesma missão que vocês têm?

Maria das Graças: Nenhum movimento nunca foi junto com a gente para Brasília, nós conseguimos a adesão de outros movimentos de mulheres, mas os movimentos de donas de casa, infelizmente, no país inteiro, nenhum engajou com nós nessa luta. Sempre falei isso na mídia, por isso trabalhamos o relacionamento com essas mulheres, prestando atenção aos anseios dessas mulheres e o respeito delas enquanto mulheres trabalhadoras. Queremos mostrar que o movimento, infelizmente, não tem cuidado das nossas donas de casa. Usam chavão, e a mídia olha, é bom. Eu falo assim, que a gente trabalha em parceria com a defesa do consumidor, então, defesa do consumidor a gente está bem suprida, porque nós temos o IDEC, temos o Procon, que hoje, tem respeito, credibilidade. Então, o que a gente tem que trabalhar é a dona de casa.

Márcia : Então, vocês são parceiros do Procon?

Maria das Graças: É, do Procon Estadual, somos parceiros de todos os órgãos de defesa dos direitos dos consumidores, mais temos uma parceria muito estreita com o Procon Estadual. Porque eles trabalham com a gente não só aqui, mas no interior. Mas, o que a gente tem lutado para que a mídia veja que nós temos hoje uma classe de mulheres que mudou a história. Hoje, nós temos pesquisas científica em que mostra a dona de casa contribuindo com o PIB do Brasil em 12%. Nós temos lutado para que o governo veja que essas mulheres têm participação.

Tem outro tipo de aposentadoria que nós temos brigado com o governo. Queremos que as mulheres acima de 70 anos possam se aposentar e descontar sua previdência na própria aposentadoria dela. Porque a gente vê que se ela não conseguiu contribuir até agora, a mulher que está com 60 e 70 anos, como que ela vai ter tempo para contribuir mais de 12 e 15 anos. Isso, não existe.

Márcia: Você num acha que essa idade para aposentar não é muito avançada principalmente para uma mulher?

Maria da Graça: Não, se nós tivéssemos lutado com essa questão da dona de casa de 70 anos, para ela estar aposentando e descontando, nós já tínhamos avançado. Mas na última reunião que tive com o ministro da Previdência, em março, no dia da mulher, e vi que esse novo substitutivo mudou um pouco com a cabeça deles, porque a questão é que nós brigávamos para que a mulher de 70 anos fosse isenta da contribuição. Uma mulher que nunca ganhou nada, poder aposentar e depois descontar, para ela é ganho. Então, a gente agora está lutando por isso. A nossa tendência é viver mais, hoje, a mulher com 60 anos está jovem, o homem está jovem, então, eles querem aumentar a idade. Inclusive, a própria mulher, nós tivemos uma tenda em Brasília, ficamos brigando por outras mulheres, passamos três dias brigando com o governo porque o governo queria igualar a idade da mulher com o do homem para a aposentadoria, em 75 anos. Queria igualar, também, a idade da mulher camponesa que, hoje, é 55 para 60 anos. Então, foi uma luta para falar com ministro, para ele descer, falar com nós, para pressionar e manter essa idade. São muitas as lutas e as pessoas não vêem nosso trabalho nesse sentido de profissionalizar a mulher, a dona de casa, de trabalhar a auto-estima dessa mulher. A Associação tem trabalhado com as donas de casa, conscientizado que ela é uma mulher trabalhadora, que ela tem quer administrar o tempo dela. Uns anos atrás, quando se chamava as donas de casa para eventos, nunca elas tinha tempo para nada. Não tenho tempo, não posso, hoje não, você convida ela, às vezes, tem que até selecionar, porque elas querem sair de casa, elas aprenderam buscar seus direitos.

Márcia: Como é que vocês conseguem arrecadar dinheiro para fazer essas passeatas, caminhadas, porque tem que ter patrocínio?

Graça: Nós pedimos os ônibus, as donas de casa mesmo se viram, fazem biscoitos, fazemos comidas comunitárias, cada uma faz paneladas de arroz. Cada uma coloca sua água para gelar e leva suas garrafas d'água.

Márcia: Mas tem patrocínio?

Graça: É assim, os ônibus nós pedimos, fomos nas empresas, ligávamos, pedíamos para todo mundo. No interior, elas também pedem, vão sensibilizando, chorando daqui, chorando dali, conseguimos mais de 35 ônibus para a gente ir.

Márcia: Então, você considera que essa imagem que as pessoas têm que é passada pela mídia também, é porque essas mulheres de outras associações, de outros estados, não têm essa conscientização que vocês já têm aqui. Por exemplo, você está falando a Associação de Belo Horizonte não tem esse objetivo, essa missão, essa mesma conscientização?

Graça: Aonde vou tenho falado de me sentir honrada em ser dona de casa para que essas mulheres se sintam valorizadas, que elas têm contribuído para o nosso município e para o nosso estado. A gente tem visto isso. Hoje, as mulheres feministas estão nos aceitando, porque nós temos um poder de mobilização muito grande que elas não têm, então, elas estão nos recebendo. A idéia delas é que a gente era dona de casa, porque a gente é muito acomodada. A dona de casa, primeiro, ela não teve tempo de estudar, porque ele teve que se dedicar aos filhos. Vejo que a dona de casa que ainda está estudando, quase todo dia ela tem que matar aula, porque é babá, tem que se sacrificar depois de idosa, porque a filha tem que ir para a faculdade à noite ou a nora, e ela tem que cuidar de neto. A maioria é dona de casa não por vontade, foi por falta de imposição, ela não se capacitou, não se profissionalizou, como que ela vai para o mercado hoje. Se o mercado de trabalho é exigente, nossos filhos acabam de sair da faculdade, nós estamos vendo as dificuldades deles de ir para o campo de trabalho.

Nós temos trabalhado para que dona de casa se capacite através de cursos, que possa trabalhar na sua casa aumentando a sua renda. Até para auto-estima dela, para não ficar aquela mulher a vida inteira dependente do marido ou do filho. A Associação tem outro público que são mulheres que aposentaram que estão nas suas casas, estão cuidando do seu lar, e chega um ponto que entram em depressão. Porque passou a vida inteira fora, trabalhando. Ela vem para cá, nós temos muitas mulheres assim, vêm para fazer cursos, para participar da Associação, dos movimentos.

Márcia: Quais cursos?

Graça: Focalizamos cursos que as donas de casa possam trabalhar dentro da sua casa, não precisando investir muito capital, porque tem coisas, às vezes, ela se entusiasma investe capital, depois fica parada. Hoje, a gente trabalha muito bordado e pedraria, porque só precisa da mão de obra, então ela não precisa investir. A gente trabalha com outros cursos também como doces cristalizados. Também tem cursos de organizar festas, casamentos, é uma opção, também.

Márcia: Vocês dão esses cursos aonde?

Graça: A gente vai até onde elas estão, porque trazer elas para cá é muito mais difícil. São as nossas multiplicadoras, instrutoras e as próprias donas de casa que dão os cursos. Nós as preparamos no local, e já deixamos uma preparada para ser uma multiplicadora. A gente vai aos bairros, municípios, ficamos lá dois a três dias, dando cursos para 50 e 60 mulheres, a gente deixa elas preparadas para e começarem a multiplicar também.

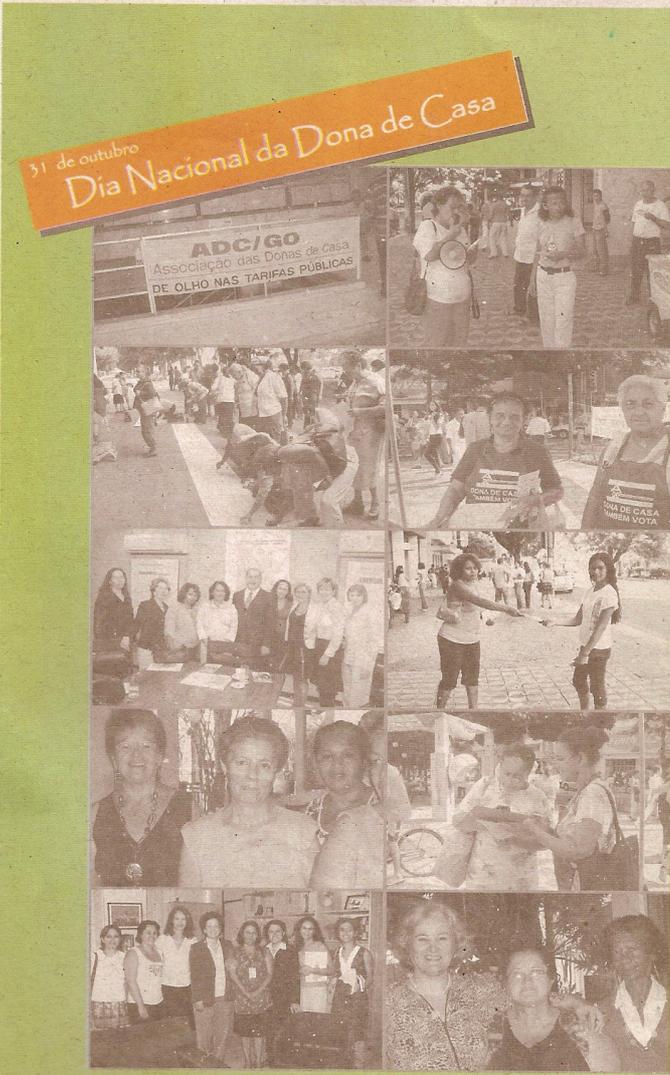
ANEXO 10- Capa do Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás

edição
setembro/outubro
2008
Ano IV
Edição nº012

DONAS DE CASA



Informativo da Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás



31 de outubro
Dia Nacional da Dona de Casa

Homenagem às mulheres especiais

Todos os dias são da dona-de-casa
Não existe casa sem dona
Quem dirá sem dona-de-casa

É o estêio da família
Na tristeza e na alegria
Lá está ela sempre todo o dia

Lutando contra o preconceito
De que afazeres domésticos não são trabalho
Mas esse é o jeito

Um trabalho sem fim
Arruma a cama, a mesa, o banho
Lava, passa e cozinha

De avental e sandália de tirinha
Trabalha, trabalha, trabalha e murmura
Por hoje chega, ó vida dura!

Faz tudo sem qualquer ganho
Pensam que alguém nota?
Mas defeito todo mundo bota.

Donas-de-casa estão em toda parte
Somos todas nós
Trabalhadoras do lar.
E também as profissionais que conciliam com arte
Os malabarismos de desatar os nós
Das jornadas duplas e triplas do cotidiano

No supermercado a dona-de-casa exerce seus direitos
Chega de maquiar as embalagens
Como consumidora exige cada vez mais respeito

Faz panelaços contra a alta dos alimentos
Boicotes e reclamações como movimentos
São instrumentos de exercer a cidadania

É tempo de dizer que seus ombros não suportam o mundo
Chegou o momento em que não adianta morrer no tanque
Pouco importam as discussões porque divisão de tarefas é
imperativo na modernidade
Onde todos buscam a felicidade!

Associação das Donas de Casa do Estado de Goiás

Alimentos

Em homenagem ao Dia Mundial da Alimentação, Associação das Donas de Casa reivindicam redução de carga tributária para os alimentos da cesta básica onde contou com presença de mais de 300

Saúde bucal

Cuidar da saúde do corpo é um hábito antigo na nossa sociedade. Como é bom sentar perto de pessoas com aquele cheirinho confidenciando o banho recém-tomado! Muito melhor ainda, é conversar com alguém de hábito

Código do consumidor

Em entrevista exclusiva ao Jornal da ADC, o superintendente do Procon-GO, Dr. Antônio Carlos de Lima, faz uma análise dos 18 anos do Código de Defesa do Consumidor. Ele afirma que o Código de

ANEXO 11- Reportagem Diário da Manhã

[Economia](#) (15/05/2008)

Carne 19% mais cara em Goiás

Eva Tauci

O preço da arroba do boi gordo no campo é o maior dos últimos cinco anos em pleno pico da safra. Depois do pão francês, do arroz e do óleo de soja, a carne bovina começa a despontar como o mais novo vilão da inflação ao consumidor neste mês. Em Goiás, o produto é comercializado 19% mais caro, segundo pesquisa da Associação das Donas de Casa do Estado (ADC-GO). Presidente do Sindicato Varejista da Carne Fresca do Estado de Goiás (Sindiaçougue), Francisco Álvares diz que a alta é de 7% só em maio, e que para o período da entressafra, no segundo semestre, o preço da carne de primeira deve chegar aos R\$ 20 o quilo.

Na segunda-feira (12), a arroba do produto estava cotada no mercado físico do interior paulista em R\$ 77,61, com alta de 1,73% no mês, de 10,49% no ano e de 42,82% nos últimos 12 meses, segundo dados do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) da Universidade de São Paulo (USP). A cotação do bezerro, que é o boi antes da engorda para o abate, subiu quase 25% neste ano e mais de 45% em 12 meses, segundo o Cepea.

“No supermercado, todo dia a carne sobe um pouquinho”, disse o presidente da Associação Brasileira de Supermercados, Sussumu Honda. “Neste mês, a carne bovina já subiu entre 7% e 10% no varejo, sem queda nos volumes”, conta. O presidente do Sindiaçougue de Goiás afirma que a alta da carne nos estabelecimentos goianos só no mês de maio chega a 7%, com tendência a não parar de subir. “A cada dois dias temos que reajustar em R\$ 0,30 o preço da carne. A cada vez que compramos carne dos frigoríficos, somos informados de que o preço da próxima compra será maior.”

Aumento

Ele afirma que a alta do preço é devido à falta de produto no mercado interno. “O Brasil não pára de exportar porque tem interesse nas divisas que são geradas.” A previsão de Francisco é que no meio do período da entressafra, que começa dia 15 de julho, o preço do quilo da carne de primeira varie entre R\$ 18 e R\$ 20. Para a carne de segunda, o preço estimado é de R\$ 12 a R\$ 14.

A dona de casa Tatiane Silva de Castro, 28, já sentiu no bolso a alta da carne, e para contornar o problema sem desequilibrar o orçamento, ela adotou algumas medidas, como diminuir o consumo e fazer substituições. “Numa semana como carne, na outra como frango, na terceira compro uma carne mais barata e entre isso vou preparando alimentos que rendam mais, a exemplo do macarrão. Também estou consumindo mais ovos.”

Ela afirma que o aumento do salário mínimo, reajustado este ano de R\$ 380 para R\$ 415, já foi repassado para o custo de vida, quando subiram, dentre outros itens, energia elétrica, arroz, óleo de soja e feijão. “Está tudo muito caro, tudo está subindo. Daqui uns dias vamos ter que apelar pro boicote pra cair o preço.”

Boicote

Boicote aos produtos com preços elevados é uma das opções que a Associação das Donas de Casa de Goiás prega aos consumidores para forçar a queda dos preços. A presidente Maria das Graças Santos afirma que a medida deu certo no caso do feijão, e que vai começar esta semana a campanha do boicote ao arroz e à carne. “Mas existem outras medidas, como trocar o corte da carne por um mais barato, ou adquirir mais frango e carne de porco, ou aproveitar o dia de promoções que os grandes supermercados oferecem”, diz.

Maria das Graças informa que, de 23 de abril a 1º de maio, a carne registrou alta de 19%, segundo pesquisa da associação. Hoje (dia 15), a entidade realizará novo levantamento. “Tem muita gente especulando o preço da carne, e por isso temos que procurar as promoções e até diminuir o consumo para forçar a queda de preços”, diz a presidente

[Reajuste reflete em inflação](#)

A alta de preço já começa a aparecer na inflação. No IPC da Fipe, a carne bovina subiu 1,42% na primeira quadrissemana deste mês, após fechar abril com alta de 0,42%. “A aceleração da carne bovina é bem forte na ponta e o produto pesa 2,54% no IPC”, diz o coordenador do índice, Márcio Nakane.

Para José Manoel Caixeta Haum, da Comissão de Pecuária de Corte da Faeg, a elevação de valores é motivada pelo aumento dos preços dos insumos e da demanda. “Há necessidade de mais bezerros e mais bois para abastecer o mercado”, diz.

ANEXO 12 – Reportagem O Popular

IDENTIFICAÇÃO : S2007L12.032	Catalogador(a) : SEBASTIANA A. DE MELO
DATA : 11/07/2007	Editoria : ECONOMIA
OBJETO/PESSOA : CUSTO DE VIDA; INFLAÇÃO GOIÂNIA; PREÇO	Fonte : O POPULAR
EVENTO : ECONOMIA	Local : GOIÂNIA

CHAMADA DE CAPA:

INFLAÇÃO

Consumidor se assusta com preços

Feijão, carne, ovos, leite e derivados: tudo isso subiu de preço. Com a cesta básica em alta, consumidores pesquisam mais em busca do menor valor. Movimento das donas de casa promete boicotar 22 marcas de feijão vendidas fora do padrão.

Susto na hora das compras

Preços do Feijão, carne bovina, ovos, leite e derivados dispararam e assustam consumidores. Donas de casa sugerem usar a criatividade para fazer economia

Mariza Santana

A dona de casa Odete Naves Ávila esteve ontem no supermercado com o propósito de comprar os ingredientes para fazer um bolo para as netas. Ela ficou assustada com os preços de alguns alimentos. O leite estava bem mais caro, assim como os ovos. Para economizar, o jeito foi comprar o leite de saquinho, cujo preço é menor que o leite longa-vida.

Já a dona de casa Raimunda Ribeiro Borges reclamou da alta do feijão e ficou em dúvida se comprava o cariquinho ou o preto. "Vou levar o mais barato", decidiu. Ela também constatou que o preço da carne bovina já apresenta ligeiro aumento e teve de trocar um corte de primeira pelo de segunda. O vendedor Paulo Roberto questionou que cálculos o governo e os institutos de pesquisa fazem para chegar a índices de inflação tão baixos. "A minha inflação é bem maior. Meu salário, embora tenha aumentado, nem sempre compra o que preciso", reclamou.

Feijão, carne bovina, ovos, leite e derivados. Esses são alguns alimentos básicos cujos preços subiram em junho, conforme levantamento da Secretaria do Planejamento e Desenvolvimento (Seplan), órgão que apura mensalmente o comportamento da inflação em Goiânia. Segundo o gerente de Índice de Preços da Seplan, Marcelo Eurico de Sousa, o período de seca e, portanto, de entressafra, explica a tendência de elevação do feijão, do leite e da carne bovina, pois nessa época há menor oferta desses produtos no mercado.

Feijão

No caso do feijão carioca, existe a possibilidade do preço recuar este mês, em função da colheita da segunda safra, também chamada de safrinha, o que garantirá maior oferta. Já o leite, além da entressafra, passa por um período de escassez no mundo, fato que tem elevado as exportações brasileiras do produto, com reflexos no mercado interno. No período da seca, o abate do gado é menor, o que contribui para aumentar o preço da carne bovina, mas também as exportações do produto estão em alta.

Um dado curioso envolve a elevação do preço dos ovos, que tem sido chamado de efeito etanol. A produção de etanol nos Estados Unidos, a partir do milho, propiciou o aumento das vendas externas do produto. Porém, o mesmo milho é utilizado como matéria-prima na ração das aves das granjas. Ração mais cara pesa no custo de produção dos ovos.

→ Na avaliação da presidente da Associação das Donas de Casa de Goiás (ADC), Maria das Graças Santos, o governo federal deveria adotar medidas para garantir o abastecimento do mercado interno e a estabilidade dos preços de alimentos básicos como o leite, considerado o vilão dos aumentos nos últimos três meses. "O preço do queijo mussarela também extrapolou", reclama.

Mas ela considera mais sério a escalada do aumento do leite, principalmente para aquelas famílias que têm crianças e não podem ficar sem o produto. Nesse caso, uma das opções é o leite em pó, embora ele também tenha sido majorado. Para os adultos, a recomendação é reduzir o consumo de leite e aumentar o de chás e sucos de frutas.

INFLAÇÃO GOIÂNIA. CUSTO DE VIDA.

BOX/GRÁFICO: ÍNDICE DE AUMENTO DE ALGUNS PRODUTOS