Núcleo Teresas: um grupo de mulheres desenvolvendo mulheres no cinema

Cristiane Maria Schnack
Lisiane Fagundes Cohen
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Palavras-chave: Comunicação; Cinema; Identidades de Gênero; Roteiro.

RESUMO EXPANDIDO

O presente trabalho apresenta, analisa e discute a criação do Núcleo Teresas como um espaço imprescindível para (re)dimensionar a responsabilidade que a linguagem audiovisual tem, como dispositivo midiático, nos processos sociais de construção das identidades de gênero. O Núcleo Teresas é formado por um grupo interdisciplinar de nove mulheres que tem por objetivo pesquisar, discutir e desenvolver o protagonismo feminino no audiovisual. O núcleo surgiu da necessidade de aprofundar e buscar a mudança na forma de representar a mulher no cinema, bem como proporcionar mais espaço de protagonismo, tanto como personagens, como na atuação em funções de poder e criação nas equipes técnicas.

É, portanto, sobre o núcleo em si e seu processo de construção que este trabalho se debruça, para compreender suas potenciais contribuições para o cenário audiovisual e mais amplamente para o cenário midiático. Essas contribuições estão pautadas, como se pode vislumbrar, em um primeiro plano, na oferta de produtos audiovisuais que impactam a representatividade feminina projetada nas telas, capaz de desencadear um projeto conhecido como *washback effect.* Ou seja, ao reconhecer, nas telas, diversas formas de *ser mulher* abre-se a possibilidade de que essas identidades de gênero sejam repensadas na sociedade como um todo. Em um segundo plano, essas contribuições dizem respeito ao próprio processo criativo do núcleo, pautado pela escuta sensível e interdisciplinar sobre os processos sociais de significar e construir identidades de gênero. Neste âmbito, a interdisciplinaridade amplifica os entendimentos sobre os processos sociais, especialmente de gênero, constituindo este dispositivo como um produto mais sensível de representação da sociedade e, portanto, dos processos sociais no qual se insere.

No atual contexto, em que a mídia brasileira traz a expressão “bela, recatada e do lar” para descrever a esposa do Presidente Michel Temer como algo muito positivo, bem como a cobertura das Olimpíadas, em que veículos de várias partes do mundo utilizaram de machismo para seus títulos e conteúdos de matérias, o trabalho do Núcleo torna-se

indispensável. A questão de gênero no cinema é antiga, mas atualmente conquista um espaço e uma ação no sentido de transformação desta realidade que se alastra pelo mundo. O uso e a divulgação cada vez maior do “Bechdel Test” tem gerado debate, criando um contexto favorável para propostas e fortes campanhas para que roteiristas atentem à construção de personagens femininas diferentes da que tem sido apresentadas em filmes ou séries sejam levadas a cabo.

O “Bechdel Test” é uma criação da cartunista americana Alison Bechdel que, em 1985, lançou-o na série de tirinhas Dykes to Watch Out For. O teste objetiva avaliar a presença de mulheres nos filmes e utiliza três perguntas: existem no filme duas ou mais mulheres com nomes? Elas conversam entre si? Elas conversam entre si sobre algo que não seja um homem? Este teste não avalia a qualidade dos filmes, nem mesmo se são feministas, apenas demonstra como se dá a presença feminina neles. Os resultados mostram que são raros os filmes aprovados no “Bechdel Test”.

Em 2011, a diretora Jennifer Siebel Newsom lançou seu primeiro filme intitulado “Miss Representation” em que expõe a maneira como a grande mídia contribui para a sub-representação das mulheres em posições de poder e influência. O filme estreou no festival de Sundance e gerou enorme repercussão. A diretora criou, então, uma organização que se chama Projeto Representação, com o objetivo de "inspirar indivíduos e comunidades para desafiar e superar os estereótipos limitantes para que todos, independentemente do sexo, raça, classe, idade, orientação sexual ou circunstância possa realizar o seu potencial humano.” (http://therepresentationproject.org/about/mission/)

Neste movimento, surgiu, em 2014, a campanha “Ask Her More” que sugere que jornalistas devem mudar a abordagem das atrizes nos tapetes vermelhos de eventos cinematográficos. Normalmente, as perguntas giram em torno do que as atrizes estão vestindo, o tempo que levaram para ficarem prontas, sobre cabelo, casamento, filhos e nenhuma pergunta sobre o filme, a personagem, o processo de construção, enfim, sobre o trabalho.

Recentemente foi realizada uma pesquisa nos Estados Unidos intitulada "Nobody’s Damsel Study Looks at Modern Female TV Characters and the People Who Love Them”, na qual foram apontadas diversas informações sobre que tipo de personagem feminino que o público deseja ver na televisão. A pesquisa traz dados muito interessantes e alguns surpreendentes. A pesquisa foi realizada com 1200 pessoas espalhadas pelo país, sendo metade do sexo feminino e a outra metade, dos sexo masculino. A pesquisa foi online e os participantes precisavam ter acima de 13 anos,

assistir, no mínimo, 7 horas de televisão por semana e ser, ou ter sido, espectador de, pelo menos, um programa protagonizado por um personagem feminino.

> O estudo centrou-se na televisão, uma vez que os fãs geralmente têm mais tempo para desenvolver um relacionamento com um personagem ao longo de várias temporadas de TV do que com outras formas de mídia, e descobriu que sexo, idade, e valores políticos dos espectadores impactou o tipo de representação da mulher que eles querem ver.

Um dos resultados surpreendentes refere-se à chamada Geração Z, dos 13 aos 17 anos, que, em contraste com espectadores de 25 anos ou mais, quer ver os homens em funções que são tradicionalmente reservados às mulheres, enquanto preferem ver as mulheres em posições de liderança geralmente ocupados por homens. Os adolescentes também demonstraram forte identificação com as questões feministas.

A pesquisa traz, também, a diferença de preferência entre o público masculino e o feminino no que se refere às características mais desejadas nas personagens femininas. Os 5 traços (inteligência, beleza, força de vontade, firmeza, auto-confiança) preferidos do púbico masculino estão alinhados com os do público em geral, com diferenças percentuais, que trazem alterações de ordem de preferência. Para o público em geral, a ordem fica em inteligência, firmeza, beleza, força de vontade, auto-confiança. Já para o público feminino, existem dois outros traços que gostaria de ver representados a compaixão e a independência.

A iniquidade de gênero não é um tema restrito ao mercado de trabalho de profissões conhecidas nitidamente como masculinas, mas também uma realidade do cinema nacional. De acordo com pesquisa apresentada pela diretora da Ancine, Débora Ivanov, no Rio Content Market desse ano, dos 2606 produtos audiovisuais que emitiram Certificado de Produto Brasileiro (CPB) em 2015, apenas 19% foram dirigidos por mulheres e 23% tiveram uma mulher como roteirista.

Diante desses dados, e do desejo de desenvolver um projeto coerente a longo prazo, que contribua para a transformação dessa realidade de desigualdade, a proposta de Teresas consiste em desenvolver projetos audiovisuais, com protagonistas femininas, escritos por mulheres e tendo mulheres como líderes; fomentar a formação de roteiristas e diretoras para o mercado brasileiro audiovisual; trabalhar no aumento do protagonismo de mulheres no cinema brasileiro e trazer visões multi-facetadas sobre o universo feminino, contribuindo com a construção e validação de identidades sociais, a partir de projetos que trazem outros valores ligados ao universo feminino.

O Núcleo foi criado em 2015 e possui 8 projetos, em etapa de desenvolvimento, entre séries e longas-metragens que estão participando de editais de fomento, bem como estão sendo apresentados para possíveis patrocinadores. A constituição interdisciplinar confere às produções um caráter múltiplo no tratamento de questões de gênero ao longo de todo o processo criativo e executivo. Faz-se necessário para enfrentar um entendimento que, por mais das vezes, ainda é concebido como essencialista nos processos sociais de midiatização, especialmente no que tange as identidades de gênero, reduzindo gênero a sexo biológico, por exemplo, mas não apenas. Ou seja, não é somente no par relacional homem-mulher que se encontra um tensionamento das identidades de gênero. É preciso, também, questionar a (não) visibilidade de identidades de gênero que transcendam as características de classe, idade, cor, nacionalidade, entre outras. Neste âmbito, entendemos que a interdisciplinaridade amplifica os entendimentos sobre os processos sociais, especialmente de gênero, constituindo este dispositivo, o audiovisual, como um produto mais sensível de representação da sociedade e, portanto, dos processos sociais no qual se insere.

A análise do Núcleo Teresas, desde sua configuração até as criações que dele se originam, é fundamental para compreendermos que ele próprio, o Núcleo, é uma reação a processos sociais vigentes em vários cenários. Por fim, entendemos que essa análise, no âmbito da academia, tem o potencial de contribuir para compreendermos o cenário da midiatização das questões de gênero e apontar caminhos de atuação.

Referências:

Sites

www.themarysue.com

https://nobodys-damsel-interview/2015, tradução nossa.