

2

# Estereótipos de mulheres políticas na mídia: quadros de análise com base em entrevista de Dilma Rousseff a Patrícia Poeta

Rayza Sarmiento

Doutoranda e mestra em Ciência Política (DCP/UFMG). Jornalista graduada pela Universidade da Amazônia (Unama/PA). Bolsista (Fapemig).

**Resumo:** Este trabalho mapeou os principais resultados de parte da literatura sobre mídia, política e gênero preocupada com as representações midiáticas de mulheres na vida pública. Foram sistematizados quatro grandes quadros que serviram para a conclusão deste estudo, quais sejam: a) o enquadramento da aparência física; b) os cuidados domésticos e as relações afetivas; c) a tensão entre vida privada e pública; e d) a atuação política peculiar. A partir desse levantamento, advoga-se pela possibilidade de essas conclusões configurarem-se como categorias de análise para a leitura de distintas narrativas jornalísticas. A fim de demonstrar a aplicabilidade das categorias, analisamos uma entrevista da presidenta Dilma Rousseff a Patrícia Poeta<sup>1</sup>, no programa *Fantástico*, exibida em setembro de 2011. Foi observada a validade dessas janelas analíticas ao olhar para o caso escolhido; contudo, também sinaliza-se para a possibilidade de subversão dos quadros, ao se focar na interação comunicativa disposta na entrevista.

**Palavras-chave:** Mulheres. Jornalismo. Representação.

**Abstract:** *This paper mapped the main results of part of the literature about media, politics and gender, concerned with the media's representation of women in public life. From this data collection, we defend the possibility of these conclusions coming out as categories of analysis or framing for the reading of different journalistic narratives. For the purpose of demonstrating the applicability of these*

categories, we analyzed an interview with Brazilian president Dilma Rouseff, given to the TV show “Fantástico”, aired in September 2011. We could notice the validity of these analytic windows by looking at the case in question, even though we could also signal the possibility of subversion of these frames of meaning by focusing on the communicational interactivity showed in the interview.

**Keywords:** Journalism. Women. Politics. Representation.

## Introdução

Desde a década de 1970, a relação entre mídia e gênero tem motivado estudos no campo comunicacional. A partir dessa interseção, a representação midiática de mulheres e homens candidatos ou eleitos ao sistema político formal tem sido objeto de um crescente número de trabalhos, seja na Comunicação, seja na Ciência Política. A maior parte desses estudos, às vezes dialogando com as teorias feministas, busca diagnosticar e discutir a escassa presença de mulheres nos meios de comunicação e a forma como são retratadas, especialmente no conteúdo jornalístico. Os trabalhos acerca do que chamaremos aqui de “representação discursiva da representação política” têm chegado a resultados qualitativos similares, seja no contexto nacional, seja no internacional. A proposta deste texto é adotar tais resultados como possíveis enquadramentos de análise das narrativas jornalísticas sobre mulheres candidatas ou eleitas, enfatizando o quanto essa construção noticiosa ainda está entrelaçada por estereótipos sobre o papel feminino na vida social. Para empreender tal análise, estabelecemos como quadros de sentido ou pacotes interpretativos (GAMSON, 2011) as principais conclusões dos trabalhos sobre mídia, gênero e política, para, então, tentarmos aplicá-las em uma narrativa jornalística específica, a entrevista concedida pela presidenta Dilma Rousseff ao programa *Fantástico*, em setembro de 2011.

## Mulheres, Política e Jornalismo

A discussão sobre representação de grupos minoritários é muito cara à Ciência Política. As mulheres, historicamente inscritas

em uma relação social de exclusão política e opressão estrutural (YOUNG, 1990), foram um dos grupos que mereceram atenção especial. Passou-se a discutir, então, a necessidade de que mulheres pudessem falar para mulheres, dizer sobre aquilo que as atinge e então as representar.

Anne Phillips (1995; 2001) talvez faça a defesa mais ampla do que chama de “política da presença”, com a ressalva de que a presença deva estar sempre concatenada à política de ideias. Para essa autora, quando os representantes compartilham das demandas dos grupos, tendem a ser mais comprometidos com elas. Ao defender a necessidade da presença, Phillips (1995,2001) argumenta em favor da justiça, admitindo que grupos historicamente excluídos precisem entrar na agenda política, a fim de que sejam reparadas as negligências históricas sobre suas demandas. Além disso, a autora também acredita na revitalização da democracia com a diversificação da representação, em especial aquela comprometida com a igualdade entre mulheres e homens.

É partindo da necessidade de representação política igualitária que os estudos sobre representação discursiva de mulheres irão conceber os meios de comunicação como instâncias importantes para construção do capital político feminino. Os enunciados sobre mulheres políticas inscritos no jornalismo se tornam, então, preocupação de autoras e autores que entendem a mídia não como mero reflexo da realidade, mas como agente engendrador da vida social. Nesse sentido, Miguel e Biroli (2011, p. 15) argumentam que “os meios de comunicação tanto refletem a desigualdade quanto a promovem”, reforçando as assimetrias de gênero. Os autores defendem que os *media* são espaços de representação tão fundamentais quanto as esferas constitucionais e suas representações merecem ser observadas por serem dimensão fundamental do processo democrático contemporâneo. Segundo Miguel e Biroli (2011, p. 18), “nós somos representados por aqueles que, em nosso nome, tomam decisões nos três poderes constitucionais, mas vemos também nossos interesses, opiniões e perspectivas serem representados nos discursos presentes nos espaços de debate público”.

No Brasil, de acordo com o levantamento de Escosteguy e Messa (2008), o primeiro estudo mais complexo sobre a tríade mídia-política-gênero foi feito por Bonstrup, em 2000, com sua tese *Gênero, política e eleições*. Recentemente, Miguel e Biroli (2011), na obra *Caleidoscópio convexo*, apresentam os resultados de uma longa pesquisa sobre a representação de mulheres e homens no jornalismo político brasileiro, com especial atenção à forma como os *media* atuam como esferas que perpetuam as desigualdades políticas. No cenário nacional, esta talvez seja a obra mais completa sobre a interseção entre os três âmbitos.

A pesquisa realizada pelos autores brasileiros teve como corpus empírico jornais televisivos e revistas semanais<sup>2</sup>, entre 2006 e 2007, em períodos pré e pós-eleitoral. Constatou-se que, nas matérias referentes à política, apenas 12,6% são mulheres nos telejornais, número que cai para 9,6% nas revistas. De acordo com o estudo, como a presença feminina se dá de forma mais acentuada em outros espaços de ação política não ligados diretamente ao sistema, tais como movimentos sociais e conselhos, e a cobertura midiática, por sua vez, concentra-se no campo mais institucionalista, há um reforço na “compreensão de que mulheres não fazem política” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 157).

A mídia não se limita a refletir uma realidade que a cerca, ela desempenha uma função ativa na reprodução de práticas sociais. Dessa forma, os telejornais e revistas semanais brasileiros não só descrevem uma situação de fato, que é o monopólio da atividade política pelos profissionais, com a exclusão das mulheres e o insulamento das poucas que rompem as barreiras em nichos temáticos de menor prestígio. Eles a naturalizam diante de seu público e contribuem para sua perpetuação (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 165).

Uma reflexão interessante feita pelos pesquisadores é sobre o fato de que, se antes a inferioridade feminina como explicação para a exclusão política foi sustentada publicamente, inclusive na teoria política, tal justificativa não poderia mais pertencer ao “espaço do politicamente dizível” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 168). Entretanto, ainda que os discursos explícitos não sejam

manifestados, os quadros com os quais as poucas mulheres representadas são representadas na mídia permanecem.

Ainda que no Brasil tais pesquisas sejam mais recentes, o estudo dessa relação mobiliza a atenção, especialmente de autoras americanas, desde a década de 1970, com foco também na cobertura jornalística ordinária ou em época de campanha<sup>3</sup>. O primeiro grande retrato da (sub) representação de mulheres na mídia foi possível a partir do monitoramento do *Global Media Monitoring Project*, em 1995, e posteriormente em seus sucessivos acompanhamentos dessa questão. A pesquisa realizada em mais de setenta países, com análises de veículos impressos, rádio e televisão, verificou em sua primeira versão que apenas 17% dos sujeitos das notícias eram mulheres; em 2000 o número passa para 18% e, em 2005, para 21%. A Ásia e a América do Norte teriam, respectivamente, o menor e o maior percentual de falas de mulheres, com 14% e 27%, respectivamente. Quando as mulheres são ouvidas, os assuntos estão predominantemente ligados às questões de saúde feminina ou questões sociais (GILL, 2007).

O estudo de algumas obras nacionais e internacionais sobre a representação discursiva de mulheres políticas permite identificar similaridades em suas conclusões. Essas semelhanças apontam para possíveis padrões de cobertura midiática acerca desses sujeitos específicos e ajudam a perceber a recorrência de estereótipos nas coberturas jornalísticas. De forma análoga, reiteradamente, os resultados das pesquisas mobilizadas neste trabalho sobre mulheres políticas na mídia convergem, ao apontar que, quando não são invisíveis, as representações femininas são conformadas por quatro grandes quadros, que podem aparecer juntos ou separadamente. São eles: cuidados domésticos e afetivos, aparência física, tensão entre família e vida pública e um modo peculiar de atuação política<sup>4</sup>.

Para apresentar os resultados de parte dessa literatura, valemos-nos da noção de enquadramento goffmaniano, apropriada por diferentes autores para entender a estruturação de significados em variados contextos discursivos. Para Gamson

(2011) e Gamson e Mondigliani (1989), enquadramentos funcionam por meio de “pacotes interpretativos”, que teriam uma estrutura organizadora que guiaria a compreensão sobre um determinado assunto. Nessa perspectiva analítica, o quadro é entendido “como uma espécie de ângulo que permite compreender uma interpretação proposta em detrimento de outras” (MENDONÇA e SIMÕES, 2012, p. 194). Entendemos os quadros como “estruturas que desenham limites, estabelecem categorias, definem ideias” (REESE, 2007, p.150, tradução nossa), organizando assim a vastidão da experiência, que, para Mouillaud (2002, p. 61), não é capturável em sua completude – “a experiência não é reprodutível”.

Recorre-se a uma narrativa jornalística específica com o objetivo de demonstrar a utilidade dessas conclusões como categorias analíticas. Assim, esses padrões permitem ler diferentes matérias nas quais aparecem representantes ou candidatas e perceber de que forma essas categorias são reiteradas, negociadas e/ou subvertidas.

### O caso em tela

Na edição do dia 11 de setembro de 2011, o Fantástico, da Rede Globo, exibiu uma entrevista da presidenta Dilma Rousseff à então apresentadora do programa dominical, Patrícia Poeta. A entrevista ocorreu após sete meses de governo, em um contexto de intensa troca do *staff* ministerial, em meio a denúncias de corrupção – movimentação chamada pela imprensa nacional de “faxina”.

Dividida em dois blocos, a entrevista se concentra primeiro na rotina da presidenta no Palácio da Alvorada, residência oficial, e depois se desloca para o Palácio do Planalto, “onde se falará de política”, avisa Patrícia Poeta. As duas partes, contudo, são imbricadas pela constante marcação de Dilma, primeiro como mulher, e, logo, portadora de características diferenciadas; e só depois como representante política, confirmando o que dizem Ross e Sreberny (2000, p. 88, tradução nossa) sobre a representação midiática de mulheres eleitas: “o sexo sempre está em exibição e é o descritivo primário”.

A análise a seguir concentrou-se especificamente no âmbito discursivo da entrevista, ainda que as imagens muito revelem também sobre essa construção. Conseguem-se perceber que esse caso se coaduna com os resultados encontrados pelos estudiosos de mídia, gênero e política. Maquiagem, vestuário, família, atividades domésticas permeiam toda a narrativa, ainda quando há marcação de um deslocamento, mesmo espacial, de um espaço “privado” para outro, político.

### Diferentes contextos, conclusões similares

No parlamento britânico, atesta o estudo de Ross e Sreberny (1996), as poucas mulheres mostravam-se desconfortáveis com a cobertura midiática sobre a presença delas. Segundo as entrevistas realizadas na pesquisa, as representantes relatam que o foco das notícias recai sobre seu vestuário e são feitas “ligações espúrias entre a aparência e a capacidade” de executar o trabalho a elas designado (ROSS; SREBERNY, 1996, p. 111, tradução nossa). Esse desconforto também é relatado por parlamentares irlandesas, para as quais as preocupações midiáticas ao expor a presença de mulheres na política voltam-se mais para aparência do que para o seu fazer político (Ross, 2006). Danova (2006), ao pesquisar as construções midiáticas sobre representantes femininas na imprensa da Bulgária, também descreve a ênfase na aparência das mulheres e como isso serve de parâmetro para julgá-las. “Beleza nem sempre significa estupidez”, sentencia uma manchete encontrada pela pesquisadora sobre duas parlamentares.

No Brasil, o cenário não parece sofrer alterações. Miguel e Biroli (2011, p. 170) afirmam, ao analisarem as revistas semanais do País, que boa parte das matérias traz referência à vestimenta e ao corpo das mulheres políticas.

Ainda hoje, deputadas jovens e consideradas bonitas recebem invariavelmente o título de “musa do Congresso”, e são raras as reportagens sobre elas em que isto não seja mencionado – basta pensar em Rita Camata, nos anos de 1980 a 1990,

ou em Manuela d'Ávila, nos anos 2000. Mulheres como Benedita da Silva, Marina Silva e Marta Suplicy (...) têm sua visibilidade na mídia muito marcada pelas roupas que usam, pela maquiagem ou ausência dela e por eventuais cirurgias plásticas (MIGUEL, BIROLI, 2011, p. 171).

A aparência física, as roupas, o corpo e os modos de apresentação marcam, conforme mostra a literatura, a forma como são endereçadas na mídia as atuações de representantes, candidatas e demais mulheres da vida pública. Em contextos geográficos muito distintos, o foco excessivo na exibição física é um traço da cobertura jornalística. As mulheres precisam mostrar-se bem vestidas, preocupadas com a aparência, o que não se percebe quando o objeto das notícias é masculino. Nas notícias, a vaidade excessiva ou a falta dela aparecem como tão (ou mais) importantes quanto o trabalho desenvolvido por essas mulheres.

Essa primeira conclusão nos leva ao **enquadramento da aparência física**, presente também no caso analisado neste trabalho. “Como é que é acordar todo dia presidente da República?”, questiona a jornalista Patrícia Poeta, usando o substantivo no masculino ao longo de toda entrevista. Dilma responde que “é como todo mundo acorda”, sem dar mais detalhes. A jornalista prossegue, perguntando a quem cabe a decisão da vestimenta presidencial, e Dilma, de forma assertiva, responde-lhe que continua sendo responsável pelas escolhas de seu guarda-roupa.

**Patrícia:** E ter que escolher, por exemplo, uma roupa, ter que estar sempre muito bem alinhada, ter que se preocupar com isso também.

**Dilma:** Geralmente, Patrícia, eu acordo cedo porque eu caminho. Aí eu volto e aí você tem de, de fato, procurar uma roupa rápido.

**Patrícia:** Tem alguém que escolhe as suas roupas, tem alguém que a ajuda nessa tarefa?

**Dilma:** Não. Não. É inviável, é pouco eficiente, você tem de dar conta das suas necessidades. Pelo fato de você ter virado presidente, você não deixa de ser uma pessoa e é bom que você seja responsável por tudo que diz respeito a você mesma.

A preocupação com a vestimenta persiste, a ponto de Dilma precisar subverter a narrativa, afirmando que apesar de saber se maquiar, optava por não fazê-lo.

**Patrícia:** Tem tempo pra cuidar do visual, se preocupar com isso?

**Dilma:** Isso faz parte da minha condição de presidenta, não posso sair sem ter um cuidado com a minha aparência.

**Patrícia:** Quem é que faz, por exemplo, a sua maquiagem?

**Dilma:** Eu mesma.

**Patrícia:** A senhora aprendeu a se maquiar?

**Dilma:** Eu sabia desde, há muitos anos, eu não me maquiava porque eu não queria.

A ênfase no aspecto “cuidador” das mulheres, como algo intrínseco a todas elas, é outra conclusão a que chegam os estudos sobre a forma como os diferentes meios de comunicação, em diversos contextos nacionais, reportam as mulheres políticas. Como representantes ou candidatas, elas precisam demonstrar a capacidade de se cuidar, tanto na vida pública quanto na privada. As pesquisas de Ross (2002, *apud* GILL, 2007) atestam que as mulheres são pautas em rotinas domésticas e maritais, bem como sempre vinculadas ao espaço da casa. Na imprensa búlgara, Danova (2006) também assinala a presença de mulheres representantes como mães e esposas dedicadas. Essas habilidades, tidas como tipicamente femininas, são recorrentes ainda na imprensa brasileira, como mostram Miguel e Biroli (2011):

Em texto representativo desse discurso, “os eleitores estão atrás de quem cuide das finanças municipais com a mesma dedicação de donas de casa” (Sérgio Pardellas, IstoÉ, 6 ago. 2008, p. 32). Mas esse discurso não circula, apenas, a partir da cobertura jornalística. Faz parte também dos discursos das mulheres na política e da posição de especialistas que constroem suas estratégias e análises a partir de pressupostos que atualizam estereótipos (...) (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 175).

Esse **enquadramento dos cuidados domésticos e das relações afetivas** pode ser visto na entrevista de Dilma ao Fantástico. O cuidar aparece na relação com a família, em especial com o neto da presidenta, que se tornou avó durante a campanha eleitoral de 2010.

**Patrícia:** A senhora não traz nem o netinho aqui para brincar? O que a senhora costuma fazer com ele?

**Dilma:** Fico o dia inteiro com ele.

**Patrícia:** Brinca com ele?

**Dilma:** Brinco, levo ele pra nadar.

**Patrícia:** É verdade que a senhora canta pro seu netinho de vez em quando?

**Dilma:** Ué, faço tudo que toda avó faz, tudo.

**Patrícia:** Está curtindo esse papel de avó?

**Dilma:** Olha, eu vou te falar, é um papel fantástico. É mãe com açúcar.

Se os cuidados domésticos são enquadrados como características naturais das mulheres, a escolha da vida pública precisa ser justificada e são comuns os questionamentos sobre suas relações com a casa, mesmo quando estão nos espaços políticos. Destarte, as mulheres aparecem a partir da tensão entre a sua carreiras pública e a vida familiar.

Uma ênfase recorrente está no “malabarismo” feito para que possam conciliar o cuidado com os filhos e a carreira. “Quem está cuidando das crianças?” é uma questão sempre presente na representação midiática das mulheres eleitas ou candidatas, o que, por vezes, esvazia a discussão sobre temas mais importantes (GILL, 2007). Nos homens, o papel da família é de apoio e, portanto, “não experimentam sentimentos de divisão entre o público e uma vida privada” (SREBERNY; van ZONEN, 2000, p.14, tradução nossa).

Um forte exemplo da cobertura diferenciada realizada pela mídia sobre a eleição de mulheres, relatam Ross e Sreberny (2000), foi um estudo de caso sobre a campanha para a liderança do partido britânico, em 1994, na qual concorriam Tony Blair e Mar-

gareth Beckett. Entre as representações mais comuns, estava a de Blair, como um “jovem de 40 e poucos anos”, e a de Beckett, como “uma mulher na menopausa”. Ele seria um homem casado e feliz, ela culpada por ter “roubado” o marido de outra mulher (ROSS e SREBERNY, 2000, p. 83, tradução nossa). Para argumentar que essa não é uma especificidade britânica, as autoras apresentam o estudo de Liran-Alper (1994) feito no parlamento israelense, na década de 1990, cujos resultados também são de marginalização das mulheres políticas na cobertura midiática.

Em uma análise mais minuciosa do conteúdo das matérias sobre mulheres, ou com mulheres, as pesquisas de Miguel e Biroli (2011) relatam que os meios de comunicação ratificam a dicotomia histórica contra a qual luta o feminismo, a subjugação das mulheres ao mundo do privado. Os autores citam, ainda, a forma como a imprensa atribui valores, quando comparadas as coberturas sobre duas mulheres, com base nos exemplos de Marina Silva e Luiza Erundina. A primeira, também tendo seus aspectos físicos evidenciados, era a dona de uma “sólida família”, enquanto a segunda era conhecida por sua “solteirice”.

Esses resultados das pesquisas conformam o que chamamos aqui de **enquadramento da tensão entre vida privada e pública**. Na entrevista realizada por Patrícia Poeta, essa característica é simbolicamente marcada quando, mesmo mudando de espaço, da Alvorada para o Palácio do Planalto, Dilma é arguida sobre os assuntos que permeiam as conversas com as ministras.

**Patrícia:** Em uma reunião dessas, por exemplo, tem um momento mais mulher? Bolsa, sapato, filho, neto?

**Dilma:** Tem não.

**Patrícia:** Tem não. Nem no cafezinho?

**Dilma:** Na verdade, não tem, viu? Não. Tem neto, viu? Agora que tem uma quantidade de gente com neto e todo mundo quer mostrar o seu.

Se a tensão na cobertura midiática entre as relações pública e privada se faz presente, a crença em uma moral e uma prática

diferente das mulheres na vida política também é um quadro disposto nos meios de comunicação e identificado na literatura. Segundo os estudos de Ross (2006), as coberturas midiáticas operam com um padrão duplo: esperam das mulheres comportamentos mais adequados, como honestidade, moralidade e integridade, e, quando elas não atendem a essas expectativas, são tidas como “desmascaradas”. Dessa forma, tendem a ser mais investigadas e os *media* são mais críticos com seus erros do que seriam com dos homens. Chamamos essas conclusões de **enquadramento da atuação política peculiar**.

Na Alemanha, a tensão relatada por Luenenborg *et al* (2011) é a de que as mulheres políticas são tidas como pouco femininas e mais assertivas, pois feminilidade e boa atuação política seriam incompatíveis. O argumento das autoras é baseado em um estudo de caso sobre a chanceler Angela Merkel, que, ao apresentar certas características femininas, teve sua habilidade política questionada. Exige-se um estilo da representante política de uma democracia ocidental, diz a pesquisadora, em que é necessário pôr um véu na feminilidade e não colocá-la em exposição.

No Brasil, isso se deu de forma oposta, com a necessidade de reafirmação de certa feminilidade por parte da atual presidenta. As expectativas sobre uma atuação política diferenciada atravessam a construção da imagem de Dilma Rousseff desde o período eleitoral. Um jeito mais assertivo, e “durão”, comumente não associado às mulheres, sempre foi a marca da presidenta, que, por vezes, precisou apaziguá-lo para tornar-se mais feminina aos olhos públicos. Esses estereótipos sobre o feminino foram apropriados inclusive, constata Mendonça e Ogando (2011), nos programas do horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE) à época de sua campanha política.

(...) Frequentemente estereotipada como mulher fria (ou até truculenta), Dilma busca se inserir em um quadro de sentido que opera com a lógica do afeto, da sensibilidade e do carinho. Com isso, busca desvincular-se do estereótipo masculino, que, supostamente, prioriza a racionalidade em detrimento a emoção, o que não implica abrir mão da objetividade. Dilma representaria um modo de

governar respeitoso, que busca erradicar a miséria, cuidar das famílias e garantir a dignidade dos lares (MENDONÇA; OGANDO, 2011, p. 21-22).

Na narrativa analisada, Dilma Rousseff se inscreve de forma ambivalente nesse enquadramento. Ora corrobora a ideia de que há singularidades no fazer político feminino, ora subverte essa compreensão. Quando Patrícia Poeta pergunta à presidenta sobre o funcionamento do “clube” – referindo-se ao grupo de ministras do atual governo, com a maior parcela de mulheres no comando de alto escalão na história – a resposta da entrevistada perfila as características peculiares de homens e mulheres, e compara a capacidade feminina na política com a educação de filhos, coadunando assim com a percepção de habilidades intrínsecas às mulheres.

**Patrícia:** O comando político tem três mulheres. Como é que tem funcionado esse clube?

**Dilma:** Eu acho que é sempre bom combinar homens e mulheres, porque nós todos somos complementares. A mulher, eu acho, ela é mais analítica, ela tem uma capacidade maior de olhar o detalhe, de procurar aquela perfeição, uma certa... Nós somos, assim, mais obcecadas.

**Patrícia:** E os homens?

**Dilma:** Os homens têm uma capacidade de síntese, dão uma contribuição no sentido de ser mais, eu diria assim, objetivos no detalhe, eles sintetizam uma questão, a mulher analisa. Então, essa complementaridade é muito importante.

**Dilma:** Mulher é carinhosa, cobra e tem uma coisa que eu acho fundamental, a generosidade. Você tem que cobrar, tem que ficar ali em cima, mas tem horas que você tem que ser generosa também. Mulher é capaz, porque senão não educava filho.

Dilma Rousseff subverte a lógica discursiva quando uma característica de sua personalidade torna-se tema da conversa – “o jeito durão”. Nesse momento, a presidenta se contrapõe aos entendimentos de que a figura feminina precisa ser necessariamente mais frágil. Também tenciona essa compreensão ao

questionar a jornalista se fariam a mesma coisa acerca da assertividade se o cargo estivesse sendo ocupado por um homem.

**Patrícia:** Agora, presidente, vamos esclarecer algo que virou meio lenda aqui, que é o jeitão da presidente, que é o estilo. A senhora é durona mesmo?

**Dilma:** (...) Só porque eu sou mulher e estou em um cargo que, obviamente, é de autoridade, eu tenho que ser dura. Se fosse um homem, você já viu alguém chamar... Aqui no Brasil alguém falar: Não, fulano está num cargo e ele é...

**Patrícia:** Durão.

**Dilma:** ...uma pessoa durona, não. Homem pode ser durão, mulher não.

**Patrícia:** A senhora acha, então, que é pelo fato de a senhora ser mulher?

**Dilma:** É, e eu sou uma pessoa assertiva. Que, neste cargo que eu ocupo, eu tenho que exercer a autoridade que o povo me deu. Eu tenho que achar que podemos sempre ser um pouquinho mais, que vamos conseguir um pouquinho mais, e que vai sair um pouco mais perfeito e que a gente vai conseguir (...).

Durante a entrevista, a presidenta mostra sua assertividade. Não titubeia em mostrar-se firme na defesa de sua compreensão sobre o jogo político brasileiro e desconcerta a jornalista quando esta tematiza a relação da chefe do Executivo nacional com os parlamentares do Congresso. É preciso enfatizar que esse é o único momento comunicativo em que, de fato, as atribuições políticas e públicas são trazidas à baila.

**Patrícia:** É possível ter um governo equilibrado, um governo estável, tendo a base aliada que tem no Congresso? (...) A senhora acha que pode ficar refém dos aliados?

**Dilma:** Mas eu não acho, Patrícia, que eu sou refém.

**Patrícia:** Nem que pode ficar?

**Dilma:** Nem acho. Tem de ter muito cuidado no Brasil para a gente não demonizar a política. Nós temos uma discussão de alto nível com a base, com a nossa base, e nós vamos...

**Patrícia:** E como que a senhora controla esse toma lá da cá, digamos assim, cada vez mais sem cerimônia das bancadas? (...)

**Dilma:** Você me dá um exemplo do “dá cá”, que eu te explico o “toma lá”. Estou brincando contigo. Vou te explicar. Eu não dei nada a ninguém que eu não quisesse. Nós montamos um governo de composição. Caso ele não seja um governo de composição, nós não conseguimos governar. A minha base aliada é composta de pessoas de bem. Ela não é composta, não é possível que a gente chegue e diga o seguinte: “Olha, todos os políticos são pessoas ruins”. Não é possível isso no Brasil.

Seguindo na trilha da discussão sobre a atuação política, Dilma explica por que o processo de troca de ministros, decorrido à época da entrevista, não poderia ser considerado como “faxina”. Contudo, não tenciona o sentido do termo como depreciativo ao seu trabalho político, atribuído pelo fato de ser mulher. Em charges publicadas naquele período, a presidenta foi comumente retratada com vassouras e produtos de limpeza e suas decisões, por vezes, foram descritas pela expressão “varrer a corrupção”.

**Patrícia:** A senhora não imaginava, por exemplo, que fosse ter que trocar quatro ministros em tão pouco tempo, três deles, pelo menos, ligados a denúncias de corrupção, esperava isso?

**Dilma:** Olha, Patrícia, eu espero nunca trocar nenhum ministro e muitos deles eu não troquei exatamente por isso. Vamos e venhamos. O ministro Jobim, Nelson Jobim, saiu por outros motivos.

**Patrícia:** Mas isso foi faxina ou não foi, presidente?

**Dilma:** Eu não acho, eu acho a palavra faxina errada, porque faxina você faz às 6h, e às 8h, ela acabou. Atividade de controle do gasto público, na atividade presidencial, jamais se encerra.

**Patrícia:** Por que a senhora acha que nestes oito anos e oito meses do governo de PT, eles não foram capazes, não foram suficientes para acabar com a corrupção, já que esta é uma das bandeiras do partido?

**Dilma:** Minha querida, a corrupção, ela não... Por isso que não é faxina, viu, Patrícia? Você não acaba com a corrupção de uma vez por todas. Você torna ela cada vez mais difícil.

## Conclusão

De forma ainda embrionária, este texto busca expor os principais resultados das pesquisas sobre mídia, política e gênero, em especial com estudos sobre a representação discursiva nos textos midiáticos de representantes políticas mulheres, a fim de defender que tais achados podem servir como categorias para leitura de outros conteúdos midiáticos. Cada uma dessas janelas analíticas, entendidas como pacotes interpretativos, foram descortinadas a partir de entrevista de Dilma Rousseff ao *Fantástico*.

Este texto procurou não apenas confirmar a possibilidade de aplicação das categorias no caso supracitado, mas também tentar apreender como os estereótipos de gênero podem ser confirmados e negociados nas produções midiáticas. Olhar para o engajamento comunicativo, para a relação entre jornalista e fonte na entrevista analisada, ajuda a perceber quando esses preconceitos são confirmados e quando aqueles momentos argumentativos negam essas conformações e categorias. Contudo, é perceptível o quanto persistem nas perguntas de Patrícia Poeta, no jargão jornalístico.

Ao conceder às mulheres um lugar marginalizado no cenário de visibilidade, a tessitura da narrativa jornalística continua a sedimentar a compreensão de uma separação entre mulheres e vida pública. A esse respeito, a aceção de Miguel e Biroli (2011) é esclarecedora:

(...) O discurso do jornalismo não comporta mais expressões abertas de machismo, mas muitos de seus pressupostos seguem organizando as formas de ver o mundo e a política. Os discursos se modificaram, sem que a dualidade entre feminino e masculino que está em sua base deixasse de corresponder à dualidade entre a esfera doméstica e a pública com valores e prescrições de comportamentos a elas associados (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 169).

Assim, se, por um lado, advoga-se a possibilidade da aplicação desses quadros em outros produtos jornalísticos, por outro,

deseja-se que o jargão jornalístico seja cada vez mais constituído e atravessado por narrativas não opressoras e subversivas dessas categorias. É preciso continuar a corrigir a invisibilidade do gênero e a marginalização das mulheres nos estudos de comunicação e política, a fim de torná-los, de fato, democráticos.

## Notas

<sup>1</sup> Versões deste texto foram aceitas para apresentação no IV Encontro Nacional da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC-Br) e no XI Congresso Brasileiro de Marketing Político (Politicom), ambos em 2012.

<sup>2</sup> Foram analisados o Jornal Nacional (TV Globo), Jornal da Band e Jornal do SBT, bem como as revistas Veja, Época e Carta Capital.

<sup>3</sup> Conseguimos mapear cinco grandes obras, frequentemente citadas, sobre essa relação: “Women, media and politics” (1997), de Pipa Norris; “Women politicians and the media” (1996), de Maria Braden; “Gender and candidate communications” (2004) de Diane Bystrom et al.; “Women, politics, media” (2002), de Karen Ross; e “Gender, politics and communication” (2000), de Annabelle Sreberny e Liesbet van Zoonen.

<sup>4</sup> Nossa inspiração foi a pesquisa de Whal-Jorgensen (2000), que analisou jornais americanos e conseguiu sistematizar o que denominou de “metáforas da representação da masculinidade”, para dizer dos sentidos encarnados nas notícias sobre as expectativas acerca de um representante político masculino. A autora chegou a quatro horizontes de compreensão: a) os esportes – enfatizando a relação entre o candidato atlético e saudável; b) a fraternidade – ou a relação menos emocional que se dá entre os homens na política; c) o militarismo – a partir da construção da virilidade ligada à guerra, da exclusão das mulheres desses espaços, bem como a condenação da homossexualidade; e d) os valores da família – com a representação do homem provedor.

## Referências

DANOVA, Madeline. Women in politics in bulgarian newspapers: post-feminism in a post-totalitarian society. In: MORANJAK-BAMBURA, Nirman *et al.* **STEREOTYPING: representation of women in print media in South East Europe**. Sarajevo: Mediacentar, 2006, p. 111-132.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; MESSA. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina (Orgs.) **Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa**, – Porto Alegre: Edipucrs, 2008, p. 14-29.

GAMSON, William & MODIGLIANI, André. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. **American Journal of Sociology**, 95, 1, 1989, p. 1-37.

GAMSON, William. **Falando de política**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

GILL, Rosalind. **Gender and the media**. Cambridge: Polity, 2007.

LUENENBORG, Margreth *et al.* Gender Analysis of Mediated Politics in Germany. In: KRIJNEN, Tonny *et al.* **Gendered Transformations Theory and Practices on Gender and Media**. UK: Intellect, 2011, p. 57-75.

MENDONÇA, Ricardo; OGANDO, Ana Carolina. Discursos sobre o “feminino”: Ética do Cuidado e Essencialismo Estratégico nos programas do HGPE de Dilma. **35º Encontro Anual da Anpocs**. Caxambu, MG, 2012.

MENDONÇA, Ricardo; SIMÕES, Paula. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 27, n. 79, 2012, p. 187-201.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flavia. **Caleidoscópio convexo**: mulheres, política e mídia. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

MOUILLAUD, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. 2ª ed. Brasília, Ed. UnB, 2002.

PHILLIPS Anne. **The Politics of Presence**. Oxford, Clarendon Press, 1995.

\_\_\_\_\_. “De uma política de ideias a uma política de presença?”. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 1, 2001.

POETA, Patrícia. Controle do gasto público jamais se encerra, afirma Dilma. Fantástico. 11/9/11. Disponível em: < <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1672642-15605,00DILMA+ROUSSEFF+RECEBE+PATRICIA+POETA+NO+PALACIO+DA+ALVORADA+E+DO+PLANALTO.html>>. Acesso em: 5/5/2012

REESE, Stephen. The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. **Journal of Communication**, 57, 1, 2007, p. 148-154.

ROSS, Karen. SREBERNY, Annabelle. Women in the House: media representation of British politicians. In: SREBERNY; Anabelle; VAN

ZOONEN, Liesbet (Orgs). **Gender, politics and communication**. Hampton Press, 2000, p. 79-99.

ROSS, Karen. Women Framed: The Gendered Turn in Mediated Politics. In: ROSS, Karen; BYERLY, Carolyn. **Women and Media-International Perspectives**, Blackwell Publishing 2006, p. 60-89

SREBERNY, Annabelle; ROSS, Karen. Women MPs and the media: representing the body politic. In: NORRIS, Pipa; LOVENDUSKI, Joni. **Women in politics**. NY: Oxford, 1996, p. 105-117.

SREBERNY; Anabelle; VAN ZOONEN, Liesbet (Orgs). **Gender, politics and communication**. Hampton Press, 2000.

WHAL-JORGENSEN, Karin. Constructed Masculinities in U.S. Presidential Campaigns: The Case of 1992. In: SREBERNY; Anabelle; VAN ZOONEN, Liesbet (Orgs). **Gender, politics and communication**. Hampton Press, 2000, p. 53-77

YOUNG, Iris. **Justice and the Politics of Difference**. Princeton: Princeton University, 1990a.

