

32º Encontro Anual da Anpocs

GT 11: Democracia, comunicação política e eleições

Título: Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras

Autora: Flávia Biroli

## **Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras** **Flávia Biroli (Universidade de Brasília)**

### **Introdução**

O *paper* apresenta resultados de uma pesquisa que se estabelece na confluência entre três áreas de estudos: política, gênero e mídia. A análise se beneficia de pesquisa que realizou um amplo mapeamento da presença feminina no noticiário político de telejornais e revistas semanais<sup>1</sup> e, a partir dela, analisa a presença das três mulheres mais citadas no noticiário político das revistas *Veja*, *Época* e *Carta Capital*, nos anos de 2006 e 2007: Dilma Rousseff, Heloisa Helena e Marta Suplicy<sup>2</sup>.

O problema central que determina a abordagem proposta é o de que à sub-representação das mulheres nos espaços formais de poder político soma-se sua sub-representação na mídia, especialmente no noticiário político, foco da pesquisa. Essa presença reduzida seria, por sua vez, marcada por estereótipos de gênero e vinculada a posições de menor prestígio, reforçando a posição marginal das mulheres na política. Entende-se que a discussão sobre a sub-representação de mulheres nos espaços de poder deve levar em conta a forma como a mídia representa a política e, nela, as relações de gênero. Isso significa, segundo indicam as análises que serão apresentadas neste *paper*, discutir a correlação peculiar entre a invisibilidade das mulheres na política e uma visibilidade marcada por estereótipos de gênero como aspecto relevante da configuração da política nas páginas das revistas semanais brasileiras.

Segundo dados da pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil”, as mulheres são apenas 10,1% das personagens citadas no noticiário político das revistas semanais brasileiras pesquisadas (*Veja*, *Época* e *Carta Capital*). O percentual de presença feminina cresce apenas entre os “populares”, pessoas anônimas que são entrevistadas para dar colorido às reportagens: alcançam, então, 37,8% das personagens citadas, enquanto são 6,9% das personagens ligadas ao executivo, 8,6% das personagens ligadas ao legislativo, 12,7% daquelas ligadas ao judiciário e apenas 9,9%

---

<sup>1</sup> “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil”, CNPq edital nº 45/2005, coordenada por Luis Felipe Miguel. Para alguns dados e análises resultantes da pesquisa, cf. MIGUEL e BIROLI (2008).

<sup>2</sup> Agradeço às alunas Fernanda Ferreira Motta, Naiara Rodrigues e Bruno Nogueira (Pibic CNPq-UnB) pelo levantamento e sistematização do material analisado neste *paper*.

das personagens que são apresentadas como vozes “técnicas”, ligadas a alguma competência específica e reconhecida (economistas, cientistas políticos, médicos, especialistas de áreas diversas). Entre os candidatos ao cargo de deputado federal, no segundo semestre de 2006, 5,1% são mulheres (contra 12,6% de candidaturas femininas registradas); entre os candidatos a senador, 7% são mulheres (contra 16,5% de candidaturas femininas registradas) – nesses dois casos, além do problema da sub-representação das mulheres, inclusive em relação à cota de 30% entre as candidaturas apresentadas pelos partidos<sup>3</sup>, temos aqui a indicação de que existe um problema específico de sub-representação das mulheres no noticiário político.

Essa presença reduzida é acompanhada por estereótipos e compreensões marcadamente redutoras sobre a participação política feminina. Em matéria da revista *Veja* de 26/07/2006, intitulada “Política é coisa de homem?”, a explicação de que “de acordo com a lei eleitoral, os partidos políticos devem reservar 30% das vagas a que têm direito nas eleições para mulheres que querem ser candidatas” é acompanhada da afirmação de que a regra “não tem respaldo na realidade” porque “o interesse feminino pela política é muito menor do que o masculino”. Segundo a revista, a base para essa afirmação é o fato de 88% dos candidatos a deputados federais nas eleições de 2006 terem sido homens – nada é dito, claro, sobre o fato de que esse percentual se amplia quando se trata de observar a representação dos candidatos homens nas revistas: no caso, como foi dito, aproximadamente 95% das candidaturas presentes no noticiário. Este é apenas um exemplo da permanência, no noticiário que compõe o objeto de análise da pesquisa, de discursos que colaboram para a naturalização das relações de gênero.

É importante deixar claro que a perspectiva aqui assumida é a de que **não se trata de uma relação causal** entre o campo político e o campo da mídia – em que as formas assumidas pela representação feminina na mídia seriam simplesmente um “espelho” da sub-representação na política ou, em sentido inverso, em que a sub-representação na política seria um efeito direto da pouca visibilidade das mulheres na mídia ou dos filtros que as mantêm em posição de pouca relevância nos noticiários. Da mesma maneira, os estereótipos de gênero presentes na mídia devem ser entendidos como produto, ao mesmo

---

<sup>3</sup> Vale lembrar que, pela lei brasileira, esse percentual não pode ser ocupado pelos homens, mas não precisa ser preenchido.

tempo, de uma dinâmica social mais ampla (em que as relações de gênero têm como um de seus aspectos a determinação de papéis diferenciados, e hierarquicamente distintos, para homens e mulheres) e do funcionamento dos meios de comunicação de massa, em especial do jornalismo. Entende-se, aqui, que a presença quantitativamente reduzida das mulheres na mídia, assim como as formas assumidas por essa presença (sua presença, predominantemente, vinculada a estereótipos e a posições de menor prestígio), são parte do que Iris Marion Young (2000, p. 93) define como um *reinforcing circle*, compondo dinâmicas de confirmação e reforço a valores e práticas que constituem as barreiras existentes para a inclusão e manutenção das mulheres nas esferas tradicionalmente entendidas como políticas.

As hipóteses centrais à discussão realizada neste *paper* são: (1) as mulheres são, predominantemente, invisíveis no noticiário político; (2) a visibilidade feminina no noticiário político é concentrada em algumas poucas mulheres e produzida por filtros que reafirmam, de múltiplas maneiras, as separações tradicionais que associam as mulheres à esfera doméstica e íntima, à emotividade e ao corpo. O desinteresse pela política, a falta de habilidade para o exercício de cargos públicos e o não-pertencimento à esfera política são, assim, conectados em um conjunto de discursos que atendem a uma regularidade sem que se apresentem de forma homogênea. A oposição entre “feminino” e espaço privado e “masculino” e espaço público, discutida em estudos como os das cientistas políticas Carole Pateman e Susan Okin, está na base desses estereótipos, confirmando divisões e hierarquias que colaboram para a marginalização das mulheres *da e na* esfera política.

## **1. Público, privado e estereótipos**

A naturalização da exclusão das mulheres da esfera pública e, particularmente, dos cargos políticos eletivos, vem sendo um fator de legitimação da política como “negócio de homens”. As mulheres não se interessariam pelos debates políticos e, menos ainda, por participar da política institucional porque estariam, naturalmente, voltadas para o que lhes seria mais caro: a vida privada, a esfera doméstica, a maternidade. A crítica feminista e a atuação política a ela correspondente confrontam-se com práticas e valores patriarcais que se atualizam, tendo como um de seus eixos a afirmação do desinteresse feminino pela

política, o silêncio sobre a atuação pública das mulheres e, no limite, a reprodução de estereótipos de gênero.

As definições assumidas pela oposição público-privado na modernidade têm o gênero como um elemento central. Para Pateman, em estudo que se tornou referência central para esse debate,

“A esfera privada, feminina (natural) e a esfera pública, masculina (civil) são contrárias, mas uma adquire significado a partir da outra, e o sentido de liberdade civil da vida pública é ressaltado quando ele é contraposto à sujeição natural que caracteriza o domínio privado” (Pateman, 1993, p. 28).

A partir da análise das teorias contratualistas, a autora ressalta que é o direito patriarcal (moderno) dos homens que constitui as noções de indivíduo e universalidade que estruturam a compreensão liberal da esfera pública. A subordinação das mulheres aos homens, tanto na vida privada quanto na pública, seria o elo que estabelece as relações entre as duas esferas, fazendo com que, na modernidade, a subordinação feminina seja inseparável da liberdade e autonomia dos “cidadãos”.

O feminismo traria “um desafio significativo à suposição que vem há muito tempo sustentando boa parte das teorias políticas de que a esfera da família e da vida pessoal é tão separada e distinta do resto da vida social que essas teorias poderiam legitimamente ignorá-la” (Okin, 2008). Ao mesmo tempo, permitiria uma revisão de pressupostos anteriores, presentes inclusive no movimento feminista, que vinculavam a participação da mulher na vida pública a uma “sensibilidade moral especial, desenvolvida na esfera doméstica”, que seria a contribuição dessas mulheres à política (*Idem*)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Vale observar que, apesar de se falar em “anterioridade”, não entendemos que o movimento feminista possa ser caracterizado como portador de etapas relacionadas de maneira homogênea a uma ou outra percepção sobre a inserção da mulher na vida pública e a contestação e produção diferenciada das relações entre os gêneros. Em livro publicado em 1992, Moema Toscano e Mirian Goldenberg procuram fazer um balanço do feminismo no Brasil (subtítulo do livro), apresentando entrevistas com mulheres que marcaram o movimento e suas conquistas no país. Ao mesmo tempo em que algumas das entrevistas falam, por exemplo de um mundo público concebido segundo as características associadas à masculinidade, entendendo ser este um resultado de relações de gênero específicas e das instituições que as confirmam e perpassam (por exemplo, a fala de Rosiska Darcy de Oliveira, na p. 66), outras associam a feminilidade a uma sensibilidade especial (um exemplo, na fala de Rose Marie Muraro, na p. 67, é a afirmação de que “Os homens são competitivos, as mulheres são solidárias”).

A posição assumida nesta pesquisa está de acordo com a visão de Iris M. Young de que as diferenças de gênero são estruturais e, como tais, demarcam possibilidades específicas de atuação e excluem outras. Trata-se, assim, de operar não com uma condição feminina baseada em atributos morais ou em interesses unificados por essa condição, mas com um conjunto de *perspectivas* que constituem e diferenciam o posicionamento das mulheres em relações de poder marcadas centralmente pelo gênero. Para Young, cada perspectiva social é particular e parcial em relação ao campo social como um todo. Seu apagamento significaria, assim, o apagamento das trajetórias no que elas têm de politicamente significativo, na medida em que permitem que sejam vislumbrados aspectos da realidade social que não se tornam visíveis, da mesma maneira, pela expressão das trajetórias e experiências de outros grupos<sup>5</sup>.

Explicitada essa posição, vale destacar que esse debate remete a um problema que constitui tensões teóricas e políticas com as quais procuramos lidar.

Podemos observar, com Pateman (1990), que tanto a exclusão das mulheres da vida política quanto sua inclusão estão historicamente associadas a suas diferenças em relação aos homens – “as mulheres vêm sendo excluídas e incluídas como mulheres” (p. 60). A contraposição à universalidade que constituiria as categorias liberais de indivíduo e cidadão, ocultando as relações de gênero que demarcam espaços e possibilidades, implicaria, para a autora, na elaboração de concepções “sexualmente diferenciadas” de cidadania, reconhecendo as mulheres *como* mulheres (Pateman, *op.cit.* e Pateman 1986 *apud* Mouffe, 2005, p. 80).

Da perspectiva que assumimos, é preciso levar em consideração que o recurso aos papéis sociais tradicionalmente reservados às mulheres pode ser, ao mesmo tempo, um obstáculo a uma atuação política mais destacada e uma estratégia de diferenciação e ação política por parte das mulheres.

A noção de *perspectiva*, tal como trabalhada por Young e mencionada mais acima, nos permite levar em conta essa ambigüidade, incorporando, porém, as críticas feitas por Mouffe (2005) à própria Pateman. Para Mouffe, a proposta de uma cidadania (ou atuação política, no foco desta pesquisa) que reconheça a feminilidade se ancora na identificação

---

<sup>5</sup> Essa discussão foi realizada em Miguel e Biroli (2007). Vale ressaltar, ainda, a importância do debate sobre “política de presença”, tal como trabalhado por Phillips (1995), para as hipóteses aqui trabalhadas.

das mulheres com a maternidade, levando à afirmação de alguma essência que caracterizaria as mulheres *como* mulheres. Para a autora, esse tipo de argumentação pode se contrapor de maneira eficaz às categorias de cidadania e individualidade “universal”, mas não é capaz de desconstruir a oposição homem/mulher e os sentidos a ela associados.

Ao discutirmos a presença de mulheres no noticiário político, é preciso ter em mente, portanto, (1) que se trata de pensar a presença de mulheres como uma *potencialidade* de ruptura com a oposição masculinidade/esfera pública versus feminilidade/esfera privada, uma vez que essa presença *pode significar* uma ruptura com a noção universal de indivíduo que vem embasando a política liberal e suas formas reiteradas de exclusão, mas (2) que a mera presença, quantitativamente falando, não indica por si só uma potencialidade de reconfiguração dessa oposição e das relações de gênero que ela embasa, daí a importância de se trabalhar a relação entre gênero e estereótipos. É nesse último sentido que se considera que, no noticiário, a presença (assimétrica) de homens e mulheres, perpassada por estereótipos de gênero e somada à invisibilidade das últimas, *pode significar* a confirmação, pela mídia, de papéis hierarquicamente diferenciados para homens e mulheres.

## **2. Gênero, mídia e política**

Os meios de comunicação de massa são aqui considerados aparatos técnicos de mediação simbólica que transformaram as interações cotidianas e a experiência de indivíduos e grupos. Seu desenvolvimento “transformou a natureza da interação social, criou novos contextos para a ação e interação e novas arenas para a auto-apresentação e para a percepção dos outros” (Thompson, 1995). Dois conjuntos de problemas se relacionam a esse entendimento: (1) julgamentos e valores que organizam a experiência dos sujeitos são confirmados, (re)produzidos e transformados, em maior ou menor medida, pela mídia; (2) indivíduos e temas ganham relevância e são julgados, em maior ou menor medida, por sua presença na agenda dos meios de comunicação de massa e por sua inserção em narrativas que atribuem sentido à experiência social.

A abordagem proposta considera que a dinâmica atual de produção do noticiário é marcada pelas formas institucionalizadas do campo da mídia – considerando, com Bourdieu (1983, p. 108), que “toda expressão é um ajustamento entre um interesse expressivo e uma

censura constituída pela estrutura do campo em que ocorre esta expressão, e este ajustamento é o produto de um trabalho de eufemização podendo chegar até o silêncio, limite do discurso censurado”. É marcada, ainda, por uma dinâmica específica de materialização dos discursos, constituindo regras específicas para o dizer e para o dizível (Foucault, 1996). O produto é um noticiário repetitivo, em que os diferentes veículos e produtos jornalísticos incorporam grades de relevância e procedimentos comuns na escolha das fontes e no acesso a informações, difundindo representações do campo político e dos agentes políticos que confirmam as formas atuais de distribuição de capital e reconhecimento naquele campo.

Nesse contexto – de produção de silêncios e de uma visibilidade que toma forma a partir de filtros comuns –, as representações sobre a feminilidade presentes na mídia podem reforçar uma série de estereótipos ligados aos papéis sexuais. Para Norris (1997a, p.8), os enquadramentos predominantes na representação da atuação política das mulheres, nos quais se localizam, com variações, os estereótipos de gênero, são um produto das interações entre a mídia, as fontes dos noticiários e o público<sup>6</sup>.

Uma questão a ser considerada, nesse sentido, é se as representações sobre o masculino e o feminino na mídia estão marcadas por associações tradicionais entre a feminilidade e os papéis e expectativas relacionados à esfera privada e, no limite, à maternidade. É preciso considerar em que medida, de fato, esses estereótipos estão presentes no discurso midiático, como eixos centrais aos enquadramentos e padrões discursivos em que se insere a atuação política feminina *quando esta é visível*. Estudos sobre a presença de lideranças femininas nos noticiários e sobre campanhas políticas de mulheres apontam para o fato de que as próprias candidatas podem lançar mão desses estereótipos para obter sucesso nas urnas e galgar posições, na mídia e na política (Iyengar et alli, *op. cit.*). Outros estudos concluem que a invisibilidade é o problema mais central quando se analisa a mídia noticiosa, mas que uma vez visíveis na mídia, não são

---

<sup>6</sup> Norris (*op. cit.*, p. 8), a partir do trabalho de Gaye Tuchman, destaca que é preciso observar o modo como rotineiramente a mídia lida com as histórias que constituem as notícias, considerando a institucionalização dos enquadramentos pelas empresas, o treinamento e a cultura profissional, as práticas e valores ligados à produção da notícia.

predominantes representações estereotipadas e enquadramentos negativos focados no gênero (Carroll e Shreiber, *op.cit.* <sup>7</sup>).

Na próxima seção, discutiremos como essa relação entre invisibilidade e representações estereotipadas se estabelece no material analisado.

Deixamos indicada, aqui, uma reflexão apenas iniciada que diferencia e trabalha criticamente os conceitos de objetividade, imparcialidade, pluralidade e perspectiva. Ainda que essa reflexão não faça parte deste *paper*, a mencionamos aqui porque consiste em uma aproximação relevante do problema com o qual nos confrontamos, a saber, o da relação entre a *presença de mulheres*, no espaço midiático, e a *presença de perspectivas sociais* diferentes daquelas representadas pelos homens que povoam esse mesmo noticiário<sup>8</sup>. Poderíamos colocar o problema da seguinte maneira: em que medida a “mera presença” poderia ser um indicador de que as vozes que compõem o noticiário remetem a perspectivas que não estariam presentes, ou não estariam presentes da mesma forma, quando o noticiário é constituído por personagens masculinas?

Vale destacar que estamos atentos a três questões, entre outras que esta abordagem suscita. A primeira delas remete ao fato de que não pressupomos a existência de qualquer essência caracterizadora do feminino ou, mesmo, de uma identidade que permitisse deduzir uma correspondência entre a presença de mulheres e algo como uma “voz feminina”, de acordo com a posição teórica já explicitada por meio do conceito de perspectiva, tal como

---

<sup>7</sup> Em pesquisa que analisa a cobertura de veículos norte-americanos às congressistas da 103<sup>a</sup> Legislatura, eleitas nas eleições de 1992 (Year of the woman), o problema encontrado, segundo as autoras, diz respeito à omissão e não ao tratamento conferido às mulheres: “o problema principal não é tanto com a cobertura que existe, mas com a que não existe” (p. 145, tradução da autora). Em conclusão que toca no problema da relação com temáticas e áreas de atuação, as autoras constatarem que está ausente do noticiário a percepção de que as mulheres exercem papéis importantes não apenas quando legislam sobre saúde, aborto etc. A cobertura não aborda o envolvimento das mulheres, por exemplo, em debates relacionados ao comércio internacional, assuntos estrangeiros, reforma política.

<sup>8</sup> Os dados da pesquisa “Gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil” mostram que a maioria das personagens presentes no noticiário político pertence ao campo político estrito senso (cf. Miguel e Biroli, 2008). A pesquisa de Wilson Gomes (2008) mostra que as personagens do noticiário político do Jornal Nacional devem sua presença a suas posições institucionais: a possibilidade de visibilidade está conectada às hierarquias no campo político. A pergunta que faríamos é se há, nessa presença que corrobora as formas atuais do campo político, aspectos de gênero que, ao mesmo tempo, corroboram as divisões de gênero existentes no campo e permitem dizer que a presença de homens e mulheres representa, potencialmente, a presença de perspectivas diferenciadas sobre as relações de poder em sentido amplo e sobre a política em sentido mais restrito.

trabalhado por Young (*op. cit.*). A segunda diz respeito ao fato de que não existe uma correlação necessária entre presença feminina e “voz feminista”, aqui entendida no sentido da materialização, nos noticiários, de discursos críticos às relações hierárquicas entre os gêneros e à oposição, bastante mencionada, entre masculino/público e feminino/privado. Isso significa, entre outras coisas, uma clareza em relação ao fato de que a presença de mulheres na implica necessariamente a promoção de vozes críticas às relações tradicionais de gênero e, mesmo, em relação ao problema específico da sub-representação das mulheres em espaços de poder.

A terceira questão traz à tona as rotinas midiáticas e a problemática do discurso: a presença de homens e mulheres nos noticiários só pode ser considerada como *uma representação* dos lugares de enunciação (diversos) de homens e mulheres, inseridos em relações sociais concretas. Voltando ao conceito de perspectiva, trata-se, no máximo, de representações, simulacros, do que essas perspectivas seriam se pensarmos nas posições concretas, estruturais, das mulheres em uma sociedade específica, em um dado momento. Se, do ponto de vista de uma análise do discurso (Pêcheux, 1997), entende-se que os processos discursivos são constituídos por lugares de enunciação que são a representação das posições sociais de destinador e destinatário, e não suas posições sociais “concretas”, ao analisar a mídia impressa isso implica levar em conta, no mínimo: (1) a assimetria entre os diversos níveis de autoria no jornalismo e o público, como destinatário; (2) o modo como as projeções em relação a esse destinatário constituem o discurso jornalístico; (3) o modo como as relações entre os veículos e entre os próprios jornalistas constituem o discurso jornalístico; (4) as relações específicas entre as hierarquias no jornalismo e na política, que têm como um de seus aspectos a relação com as fontes; (5) a situação característica da mídia impressa na sociedade brasileira, em que temos elites sócio-econômicas situadas dos “dois lados” do processo discursivo, sem que isso signifique que tenhamos, necessariamente, a predominância de um dos sexos (dentro das redações ou entre os leitores). A questão seria, assim, entender como esses aspectos se conectam à problemática de gênero, aqui analisada sob duas formas: a da invisibilidade da mulher na mídia e a da reprodução de estereótipos, entendidos como pressupostos cristalizados (já-ditos) que permitem a ativação e naturalização de discursos que reafirmam lugares

específicos para homens e mulheres na sociedade e no campo político, reiterando a idéia de que o lugar das mulheres, por razões diversas, não seria na política – nem no noticiário.

### **3. As revistas semanais e o reforço às divisões e papéis tradicionais de gênero**

Na pesquisa já mencionada, da qual parte a discussão deste *paper*, foi feito um mapeamento da presença de homens e mulheres no noticiário político das revistas semanais, relacionando essa presença a áreas temáticas, cargos, posição em relação ao governo federal, pertencimento a grupos da sociedade civil, entre outros aspectos. Como se disse antes, a presença feminina no noticiário político é, além de reduzida (10,1%), concentrada em poucas mulheres.

Entre as personagens mais citadas no noticiário político das revistas *Veja*, *Época* e *Carta Capital*, em 2006 e 2007 (aquelas presentes em 70 ou mais matérias), não há nenhuma mulher. As mulheres presentes com maior frequência são, como se disse, a senadora e candidata à presidência Heloisa Helena, em 20º lugar, com 66 citações, a candidata, depois ministra, Marta Suplicy, em 25º lugar, com 61 citações, e a ministra da Casa-Civil, Dilma Rousseff, em 29º lugar, com 49 citações. A personagem mais citada, entre homens e mulheres, em todos os períodos pesquisados, é o presidente Lula, com 769 inserções (5,9% de todas as inserções de personagens), seguido de Geraldo Alckmin, com 329 inserções, e, então, José Serra (206), José Dirceu (187) e Fernando Henrique Cardoso (171).

Partimos, então, dessa constatação – da presença reduzida de mulheres e da concentração da presença feminina em algumas poucas mulheres – para discutir como se configura a presença das três mulheres mais citadas, Heloisa Helena, Marta Suplicy e Dilma Rousseff. Para tanto, selecionamos todas as matérias em que essas três mulheres foram citadas, nas três revistas analisadas, ao longo de todo o ano de 2006 e do primeiro semestre de 2007. Além disso, para que fosse possível comparar a presença feminina à masculina também nessa análise de caráter discursivo, analisamos a presença do ministro Márcio Tomaz Bastos no mesmo período, comparando-a sobretudo à da ministra Dilma Rousseff. A escolha por Bastos se deveu ao fato de que, no mapeamento geral da presença no noticiário, feito pela pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e

carreira política no Brasil”, o ministro tem uma visibilidade relativa percentualmente semelhante à das mulheres mencionadas.

Consideradas, então, as 4 personagens, foram analisadas 312 matérias – 93 relativas a Heloisa Helena, 83 a Dilma Rousseff, 72 a Márcio Tomaz Bastos e 64 a Marta Suplicy<sup>9</sup>. Essas matérias estão distribuídas desigualmente entre os três períodos (semestres) analisados – 76,3% da presença de Helena acontece no período eleitoral, enquanto a presença de Rousseff e a de Suplicy estão mais concentradas no terceiro período da pesquisa, após as eleições (48,19% da presença de Rousseff e 46,8% da de Suplicy). A presença de Tomaz Bastos é maior no período eleitoral do que nos demais (41,6%), mas é a que aparece distribuída de maneira mais equilibrada entre os períodos.

A distribuição das personagens entre as revistas analisadas não apresenta muitas diferenças. Heloisa Helena está mais presente em *Veja*, que concentra 38,7% de suas menções no material (contra 32,3% em *Carta Capital* e 29% em *Época*); Marta Suplicy tem sua presença ainda mais concentrada em *Veja* (51,6%, contra 29,7% em *Época* e 18,8% em *Carta Capital*). A presença de Dilma Rousseff acompanha a seqüência de Helena e Suplicy, com 43,4% na *Veja*, 32,5% na *Época* e 24,1% na *Carta Capital*, enquanto a de Márcio T. Bastos é a mais concentrada entre as personagens analisadas: 59,7% das menções a ele estão na revista *Veja*, contra 31,9% na *Carta Capital* e apenas 8,3% em *Época*<sup>10</sup>.

A presença das quatro personagens pode, também, ser observada de acordo com seu destaque nas matérias, como se vê na tabela abaixo:

---

<sup>9</sup> Cada matéria em que uma das personagens é mencionada gerou uma “entrada” em nosso material (o que corresponde a uma ficha de análise em que foram listados aspectos relevantes, para a pesquisa, das representações dessas personagens). O total de 312 corresponde, assim, ao número de matérias em que houve pelo menos uma menção de uma das personagens no material analisado.

<sup>10</sup> Vale observar que a concentração da presença de Márcio T. Bastos em *Veja* está relacionada ao fato de que, ao longo de 2006, ele é a principal voz que aparece em defesa do governo em matérias sobre escândalos nas revistas e telejornais. Os dados da pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil” mostram que *Veja* concentra o maior número de reportagens sobre escândalos no governo Lula (67% das matérias sobre o tema publicadas no período pesquisado, o que equivale a 9,2% do material publicado pela revista no período), enquanto *Época* apresenta um número reduzido (apenas 8,7% das matérias sobre o tema publicadas no período pesquisado, o que equivale a 1,9% do material publicado pela revista no período).

**Tabela 1:** Personagens x centralidade nas matérias das revistas semanais brasileiras, 2006 e primeiro semestre de 2007.

personagem, centralidade	central (a matéria versa sobre ela centralmente)	secundária (é relevante na matéria, mas não tema central da matéria)	apenas mencionada na matéria	TOTAL
<b>Personagem</b>				
Dilma Roussef	25,3% ( 21)	24,1% ( 20)	50,6% ( 42)	<b>100% ( 83)</b>
Heloisa Helena	38,7% ( 36)	26,9% ( 25)	34,4% ( 32)	<b>100% ( 93)</b>
Marta Suplicy	17,2% ( 11)	42,2% ( 27)	40,6% ( 26)	<b>100% ( 64)</b>
Márcio T. Bastos	20,8% ( 15)	43,1% ( 31)	36,1% ( 26)	<b>100% ( 72)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>26,6% ( 83)</b>	<b>33,0% (103)</b>	<b>40,4% (126)</b>	<b>100% (312)</b>

**Fonte:** a autora.

Vale observar que a personagem com maior número de matérias, Heloisa Helena, é também a personagem que recebe mais destaque, tendo centralidade em 38,7% das matérias em que é mencionada. Esse dado, como se pode supor, tem relação direta com sua candidatura à Presidência da República nas eleições de 2006. O que é relevante para se pensar a dinâmica por meio das quais personagens se tornam visíveis nos noticiários, no entanto, diz respeito ao fato de que no terceiro período analisado, o primeiro semestre de 2007, ela desaparece quase completamente do noticiário das revistas (está presente em apenas 3 ou 0,35% das 85 menções às personagens analisadas ao longo desse período e, em todos os casos, é apenas mencionada).

No que se refere aos estereótipos de gênero presentes no noticiário, a pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil” mostrou que existe uma correlação relevante entre o sexo das personagens e as áreas temáticas às quais estão vinculadas no noticiário. Os homens, além de mais presentes quantitativamente em todo o noticiário, concentram sua presença em temas que têm maior destaque, ocupando posições mais centrais no noticiário das revistas. Em 28,1% dos casos, sua presença é no noticiário político, contra 14% da presença das mulheres; 3,9% dos homens estão presentes no noticiário econômico, contra 1,5% das mulheres. Por outro lado, as mulheres têm maior concentração no noticiário de *faits-divers* (49,8% contra 31,8% dos homens), cidades (4,3% contra 1,5% dos homens) e educação (1,1% contra 0,4%). Vale ressaltar que as duas primeiras, *faits-divers* e *cidades*, são as categorias temáticas em que se encontra o maior

número de “populares”, personagens aos quais não é associada nenhuma competência específica<sup>11</sup>.

Neste *paper*, voltamo-nos para uma outra dimensão desses estereótipos, ligada, como foi dito anteriormente, à configuração discursiva da presença das personagens analisadas. Existem marcas de gênero na maneira como estão representadas no noticiário? Se sim, pode-se falar em estereótipos? É a essas perguntas que buscamos responder a seguir, por meio de análises que nos permitiram observar a presença de enunciados que caracterizam as personagens, distribuídas em três eixos: (1) personalidade e feminilidade; (2) corporalidade; (3) vida privada.

Vale ressaltar que nesse momento, o problema não é quantitativo. Entende-se que a presença de enunciados que explicitam ou indicam uma problemática de gênero, mesmo que quantitativamente reduzida, quando somada à pouca presença das mulheres no noticiário (a sua invisibilidade), permite discutir aspectos relevantes das divisões e hierarquias de gênero nos noticiários e na política.

As noções de formação discursiva, enunciado e arquivo, tais como trabalhadas por Michel Foucault (1997), assim como a noção de comentário, trabalhada pelo mesmo autor (1996), orientam a visão que temos de que é parte da dinâmica discursiva de que tratamos a presentificação de discursos que naturalizam formas historicamente produzidas da oposição entre masculino e feminino, impondo os limites dentro dos quais relações de novo tipo se estabeleceriam. O silêncio sobre a atuação feminina e a negação de que existe um problema de gênero estabelecem, juntamente com um retorno pontual e produtivo de marcas que dividem e identificam o masculino e o feminino, os limites para as representações de gênero no noticiário político. A retomada pontual dos discursos indicaria sua produtividade, potencializando a produção de “novos” discursos que se caracterizariam, justamente, pela retomada de séries de discursos já-ditos.

### **3.1. Personalidade e feminilidade**

Em busca de pistas relativas às marcas de gênero existentes no material, selecionamos, entre as 312 matérias que compõem nosso corpus, todas aquelas em que há

---

<sup>11</sup> Para mais discussões sobre a relação entre gênero e áreas temáticas no noticiário, cf. Miguel e Biroli (2008); para alguns dados sobre a vinculação a áreas temáticas na atuação política das deputadas federais, cf. Biroli e Mello (2008) e Pinheiro (2007).

alguma menção à personalidade das personagens analisadas. Entendemos personalidade em sentido comum, sem precisão conceitual: foram selecionadas quaisquer referências a um modo de ser próprio a um determinado indivíduo, que o caracterizariam, incluindo o que se costuma chamar de temperamento, assim como comportamentos, hábitos e gostos.

Em 7% dos casos, ou 22 matérias entre as 312, há alguma referência à personalidade assim compreendida. Nesse quesito, Heloisa Helena está à frente das demais, com 14 dessas referências, contra 3 nos casos de Dilma Rousseff e Marta Suplicy e 2 no de Márcio Tomaz Bastos. Feita a seleção desses textos, analisamos os enunciados que materializam essas referências.

Vale destacar, inicialmente, que a única referência ao feminismo em todo o material selecionado aparece nesse segmento do material. Dilma Rousseff, segundo reportagem da revista *Carta Capital* publicada em 19/04/2006, seria uma “figura complexa”: “é durona, mas é feminina. Sem ser feminista”<sup>12</sup>. A essa afirmação se segue a de que “tem um temperamento forte e é tida como uma negociadora intransigente e técnica”, associando à ministra o rótulo de “Dama de Ferro”. A reportagem refere-se ao encontro entre Rousseff e a presidente do Chile, Michelle Bachelet, e é intitulada “Jogo de Damas”.

As referências à personalidade de Heloisa Helena foram feitas em matérias publicadas no segundo semestre de 2006. Há, em todos os casos, um entrecruzamento com representações da feminilidade. Um exemplo é a reportagem da revista *Veja* dedicada a Heloisa Helena, publicada em 26/07/2006: a então candidata à presidência seria “uma das poucas [mulheres] que gostam de política”. No material, seu caráter é associado ao afeto, à impulsividade e à honestidade, com críticas ao que seria um radicalismo sem lugar no presente. De um lado, o radicalismo está associado a uma postura “Cabra-Macho”<sup>13</sup>, de outro, sensibilidade, honestidade e suavidade aparecem ligadas a alguma essência feminina

---

<sup>12</sup> Outras reportagens que apresentam algum dado, painel ou discussão sobre a presença de mulheres em postos de poder ou sobre o voto de mulheres não mencionam os termos feminismo ou feminista. Ao contrário, parece haver uma supressão significativa desses termos. Há uma referência à posição de Heloisa Helena em um quadro destacado em reportagem da revista *Época* (14/08/2008) que diz: HH se apresenta como candidata progressista e engajada nas causas femininas. Mas é contra a descriminalização do aborto, principal bandeira dos grupos organizados que lutam pelos direitos das mulheres”.

<sup>13</sup> Segundo reportagem publicada pela revista *Carta Capital* em 09/08/2006, sobre as estratégias dos candidatos à Presidência, Heloisa Helena estaria dividida entre “manter a postura Cabra-Macho que provocou a ascensão nas pesquisas, mas com efeitos colaterais no quesito rejeição, ou suavizar o discurso”.

ou a representações históricas da feminilidade. Citamos alguns exemplos: (1) ela tem caráter, honestidade, integridade e é a antítese do político profissional são caracterizações que vêm acompanhadas de “fala sempre como mãe” e tem “aversão à vaidade feminina”; em outro caso, (2) “representa a esperança, lealdade, honestidade, hombridade e respeito pelo próximo; mostra o que há de melhor na essência feminina”; (3) “de perigosa subversiva a suave mulher, a senadora tenta, na campanha, se desvincular da imagem de radical e intransigente”; e, ainda, (4) caracterizada como “mistura de udenista e beata”, “esperneante Rosa Luxemburgo”, é associada aos adjetivos “fera” e “fofa”.

As referências a Marta Suplicy, por sua vez, são interessantes por apresentarem um indício de diferenças no tratamento da problemática de gênero entre as revistas, associado a posições políticas diferentes no contexto político em que foram produzidas as reportagens. Das três menções à personalidade de Suplicy, 2 estão em *Carta Capital* e 1 em *Veja*. Em *Carta Capital*, uma delas está presente na já mencionada reportagem “Jogo de Damas”, que traz a seguinte legenda a uma foto de Suplicy: “Impor-se com feminilidade é meta de Marta Suplicy”. Nessa matéria, a voz da atual ministra do Turismo está presente, enunciando que “Há certos momentos em que tenho que ser dura, falar grosso”, ao mesmo tempo em que se identificaria dizendo “Sou feminina”. O segundo caso, na mesma revista, em que a personalidade de Suplicy é citada, consiste em uma reportagem que relaciona de forma crítica personalidade na esfera pública e feminilidade, no contexto da reforma ministerial, mencionando o fato de que homens e mulheres recebem julgamentos diferentes na esfera pública: “mulher com atitude é histérica e desafortada” (*Carta Capital*, 21/02/2007). Já a reportagem da revista *Veja* (14/03/2007) apresenta uma Marta Suplicy pouco valorizada por seu partido (o PT), que teria como característica o fato de estar sempre tramando para conquistar posições de poder. Vale destacar que a visibilidade de Marta Suplicy, em *Veja*, se divide entre dois eixos predominantes: (1) a busca por um ministério no início de 2007, em que é retratada como fraca e desprestigiada por Lula, e (2) a associação entre seu nome e episódios de corrupção que envolveriam integrantes de sua equipe na Prefeitura de São Paulo. A essa visibilidade, associam-se clichês de gênero como a caracterização da já ministra Marta Suplicy como “sexóloga e ministra do Turismo ‘sexual’” na coluna *Veja essa*

da edição de 20/06/2007<sup>14</sup> e uma associação entre Suplicy e Rosinha Matheus, que teriam entrado na política “graças ao prestígio político dos seus maridos”, em matéria de 15/02/2006 que será discutida mais adiante, na seção Vida privada.

Thomas Bastos, personagem menos caracterizada no que se refere à personalidade, aparece, em um contraponto interessante com as personagens femininas analisadas. É caracterizado de duas formas: (1) econômico, em caracterização irônica (ao mobiliar seu apartamento, orienta os decoradores a negociar os preços dos móveis, mas chega a pagar 11 mil reais em um tapete, segundo reportagem publicada em *Veja* em 14/02/2007); (2) “pode ser muitas coisas, menos ingênuo”, afirmação que, no contexto das denúncias de corrupção etc., pode ganhar conotação negativa (não está dizendo a verdade, sabe e mente), mas que o coloca em uma posição bastante diferente daquelas em que são colocadas as três mulheres – aqui, pode-se dizer, predominam racionalidade e astúcia (mesmo que não honestidade). Fica indicada a hipótese, dentro dos limites do material, de uma problemática de gênero, em que as representações do ministro estejam associadas a representações da masculinidade que funcionam como contraponto significativo às representações da feminilidade presentes no material. Voltaremos a essa hipótese nos próximos itens.

### **3.2. Corporalidade**

Selecionamos também, entre as revistas analisadas, todo material que traz referências aos corpos das personagens, com destaque para a aparência física. Entende-se que a mera referência ao corpo indica um modo de enquadrar a existência pública dessas personagens. A análise dos enunciados que materializam essas referências permite, então, uma compreensão maior das conexões entre corporalidade e outros elementos que organizam as divisões de gênero no noticiário das revistas.

Em apenas 3,2% ou 10 das matérias selecionadas, há menções à aparência física das quatro personagens analisadas. Vale ressaltar que, no período analisado, não há qualquer menção à aparência física do ministro Thomas Bastos.

Há apenas uma menção indireta à aparência da ministra Dilma Rousseff. Trata-se de uma referência ao fato de que a ministra estaria fazendo uma dieta para perda de peso

---

<sup>14</sup> Trata-se da caracterização de Suplicy abaixo do destaque à fala da ministra em meio a um dos episódios de crise nos aeroportos brasileiros: “Relaxa e goza porque você esquece todos os transtornos depois (ao chegar ao destino)”.

(*Veja*, 22/02/2006). Vale observar que um desdobramento da pesquisa, ainda em andamento, permite observar que quando a ministra ganha mais visibilidade em 2008 suas representações são mais marcadas pela problemática de gênero e a relação entre competência pública e feminilidade se estabelece de forma mais clara. Além de caracterizações como “mãe do PAC” e “Geisel de saias”, reproduzidas pelas revistas, a possibilidade de que seja candidata à Presidência abre toda uma agenda da corporalidade nas reportagens: multiplicam-se os comentários relacionados à aparência, especialmente referentes a dietas alimentares para emagrecer, tendo como exemplo mais acabado da visibilidade dada ao corpo feminino entrevistas com um cirurgião plástico (que recomenda um tratamento com laser para rejuvenescer) e com uma consultora de moda (que recomenda mudanças nas roupas, cabelo e óculos da ministra). Vale ressaltar que em uma mesma reportagem (*Época*, 21/04/2008) estão presentes as entrevistas acima e o “conselho” do publicitário Lula Vieira: Dilma deveria transformar o “jeito durão” em “estilo mãe”.

No caso de Marta Suplicy, duas reportagens trazem referências à aparência física. Em uma delas, menciona-se o fato de que se apresenta em público “invariavelmente de *tailleur* ou vestido”<sup>15</sup>. Em outra reportagem (*Época*, 21/08/2006), dedicada a projeções sobre o comportamento eleitoral das mulheres nas eleições de 2006, atribui-se à cientista política Lúcia Hipólito a opinião de que não existe “voto de gênero”, seguida pela voz da entrevistada: “Marta Suplicy, na Prefeitura de São Paulo, teve enorme rejeição entre as mulheres com seu estilo Chanel na lama”.

As referências a Heloisa Helena estão presentes em maior quantidade, indicando uma relação proporcional entre visibilidade e marcas de gênero, como no caso já mencionado de Dilma Rousseff. São várias as referências: (1) retomadas de caracterizações-julgamentos sobre um visual considerado simples para uma candidata à Presidência, associando “pureza socialista”, “vitória da calça jeans e rabo-de-cavalo” e propostas de governo que resultariam em uma catástrofe para o país, caso fossem implementadas (*Veja*, 26/07/2006); ou ainda, em *Carta Capital* (13/11/2006), “a HH, da

---

<sup>15</sup> Esse enunciado está presente na revista *Veja* (04/04/2007), em uma nota na seção “Gente” e não no noticiário político. Está ao lado de uma nota sobre a filha de Guido Mantega, Marina Mantega, que seria namorada de um diretor da Globo e estaria aguardando um convite para participar de uma novela da emissora. A nota trata da primeira semana de Suplicy como ministra do Turismo, fala de longas jornadas de trabalho, menciona o fato de estar sempre de *tailleur* ou vestidos e traz uma foto da ministra em ângulo que permite que se veja suas pernas e coxa.

blusinha branca, do blue jeans e do vernáculo em chamas”, vinculada a caracterizações da feminilidade, “com seu figurino propositalmente casto, a Che Guevara de saias”; (2) uma observação fina da aparência – os longos cabelos presos em rabo-de-cavalo como marca registrada ou, mais raramente, “cabelo solto, encaracolado à custa de baby liss e levemente esvoaçante”, sobancelhas recém-acertadas, cílios pintados (longos), maquiagem ‘bem natural’”, como descreve uma nota na coluna *Gente* da revista *Veja* (01/03/2006) sobre o tratamento dado à aparência de Heloisa Helena em fotos para a seção *Visual Novo* da revista *Cláudia*; (3) observações que tornam visível o corpo, sexualizando a presença da mulher na esfera pública – “seu corpo é de carne pouca”, tem “pernas bem feitas” –, ao mesmo tempo em que a vinculam à maternidade e a família, ao caracterizá-la como “mãe leoa”, que “fala sempre como mãe” (*Época*, 14/08/2006)<sup>16</sup>. Há, ainda, informações como a de que precisa ganhar peso (*Veja*, 10/05/2006) e a de que a “cara de professora” seria sua marca registrada, que teria sido dita pela própria candidata (*Veja*, 01/03/2006).

Vale ressaltar que parece estar presente, aqui, uma das tensões ligadas à representação de mulheres na esfera pública, especialmente na esfera de visibilidade midiática, de que tratamos aqui: pode-se observar, ao mesmo tempo, as referências à aparência física e a aspectos entendidos como vinculados à feminilidade como um limite imposto a essas mulheres (a comparação com Tomaz Bastos pode indicar que essa é uma questão relevante, uma vez que não há qualquer menção à aparência física nesse caso), mas também como um recurso para a construção de uma identidade diferenciada da dos homens ou como um recurso estratégico para que se tornem visíveis. A questão que se coloca, e que não pretendemos responder nos limites desse texto, diz respeito à complexidade da representação de grupos e, nesse caso específico, de mulheres: de um lado, a negação das divisões e marcas de gênero poderia significar o recurso a uma noção universal de indivíduo que nega o fato e que as relações de poder são perpassadas pelo gênero; de outro,

---

<sup>16</sup> Vale registrar o seguinte trecho da reportagem, que traz perfil de Heloisa Helena escrito por Ruth de Aquino: “Estilo agri-doce, morde-e-assopra. Fala, sempre, como mãe. Mãe leoa, marxista e cristã, enfermeira e professora. Seu modelito – camisa branca de algodão com babadinhos, jeans desbotado e sandália plataforma com meia – não corre o menor perigo de virar moda. Só combina com o jeito HH de ser. Serve para marcar a aversão à vaidade feminina e facilitar o trabalho dos chargistas”. Na mesma reportagem, “dois desafios parecem intransponíveis: convencer Heloisa a não esconder as pernas bem-feitas e a soltar os cabelos. ‘Minha filha’, disse ela, ‘se eu soltar os cabelos pra foto vão dizer que não sou a mesma; depois de ter filho, para amamentar e andar de ônibus, só dá pra andar de rabo-de-cavalo”.

a afirmação de que as mulheres estariam representadas *enquanto mulheres* pode remeter a representações cristalizadas de uma suposta identidade feminina, naturalizadas nas reportagens.

### 3.3. Vida privada

As referências à vida privada das personagens englobaram, na seleção feita, referências a familiares, de um lado, e referências a aspectos da vida entendidos comumente como do âmbito pessoal, íntimo, doméstico, afetivo, não-público<sup>17</sup>.

Ao todo, as referências à vida privada estão em 5,76% do material, ou 18 matérias entre as 312 analisadas. Há apenas 9 menções a familiares.

Vale ressaltar, primeiramente, que não há nenhuma referência a familiares no caso de Márcio Thomas Bastos, repetindo o que ocorre no eixo anterior (quando, apenas no caso do ministro, não havia qualquer referência à aparência física). As referências à sua vida anterior e/ou distinta das atividades como ministro são todas a sua posição profissional (profissional bem-sucedido, advogado criminalista de sucesso, com “carreira invejável no campo estritamente criminal, que se expressou tanto em prestígio quanto em patrimônio”) e à amizade com poderosos, como Antonio Carlos Magalhães. Bastos é caracterizado como alguém que, antes dos escândalos do governo Lula, seria dono de “tranquilidade e simpatia espontâneas dos profissionais bem-sucedidos e dos homens felizes na sua vida pessoal” (*Veja*, 31/05/2006). Na mesma reportagem, há uma referência à alimentação e aos gostos pessoais, ao ser caracterizado como “apreciador de boa literatura, pintura moderna e bons vinhos”. Esse quadro de referências difere de maneira relevante das referências a casamento, maternidade, roupas e dietas no caso das mulheres analisadas. Mais uma vez, vale indicar a hipótese de que há uma relação entre representações da competência masculina na esfera pública e representações da masculinidade que excluem, de maneira significativa, a vida familiar e afetiva.

No caso da ministra Dilma Rousseff, as referências são a sua formação como economista e a sua competência técnica, aos amigos dos tempos de combate à ditadura

---

<sup>17</sup> Nesta análise, não fazemos distinções entre essas categorias e a tomamos tais como se apresentam nos discursos analisados. Para discussões sobre as formas históricas das divisões entre público e privado e as relações de gênero, conferir as seções iniciais do *paper*, com os trabalhos lá mencionados, especialmente os de Pateman e Okin.

militar, mas também a sua idade, a sua filha, ao fato de ser divorciada e a uma dieta alimentar, como se indicou antes. Junto com a publicação de uma entrevista com a ministra, a revista *Época* (30/01/2006) traz como dados pessoais a cidade natal da ministra e o fato de ser divorciada e ter uma filha. Como “curiosidade”, o fato de gostar de “pintura e cultura chinesa”.

No caso de Marta Suplicy, há referências pontuais ao atual marido (em uma matéria de *Veja* de 03/05/2006, em que aparece em fotografia ao lado de Luis Favre) e uma ao ex-marido, em reportagem de *Veja* (15/02/2006) que associa Suplicy a Rosinha Garotinho e à estrela da reportagem, a primeira-dama de Salvador, Maria Luíza. Depois de caracterizar Maria Luíza de maneira bastante irônica, ridicularizando sua influência sobre o marido, o seguinte enunciado estabelece as relações mencionadas: “Assim como Rosinha Matheus e Marta Suplicy, que também entraram na política graças ao prestígio político dos seus maridos, Maria Luíza prepara-se para alçar vôos mais altos”.

Mais uma vez, é no caso de Heloisa Helena que as referências se multiplicam. Como candidata, há referências a seu patrimônio, a sua origem e carreira como professora universitária na UFAL, mas também a suas relações com a mãe e com os irmãos, aos filhos e ao papel de mãe. Há, ainda, uma menção a um suposto relacionamento com o senador Luiz Estevão. É também neste caso que a tensão entre um enquadramento da candidata dentro dos limites de discursos que associam a atuação pública das mulheres a seu papel na vida privada, sobretudo como mãe, e uma estratégia de apresentação da própria candidata se apresenta de maneira mais explícita. É a própria Heloisa Helena, segundo as matérias analisadas, que se refere inúmeras vezes à maternidade – teria prometido, por exemplo, “acolher todas as crianças e jovens da maneira como acalenta seus filhos” (*Época*, 14/08/2006).

### **Considerações Finais**

Neste ponto, retomamos questões colocadas antes: existem marcas de gênero na maneira como as personagens analisadas estão representadas no noticiário? Se sim, pode-se falar em estereótipos de gênero? As análises indicam que a resposta é positiva nos dois casos.

Ressaltamos a relevância do controle feito por meio da análise das representações do então ministro Márcio Thomaz Bastos, que permitiu observar que algumas das marcas, quantitativamente restritas, são parte de séries discursivas que demarcam um conjunto de referências para o julgamento da atuação feminina *em qualquer esfera*, estabelecendo uma continuidade entre um papel que seria reservado às mulheres na vida privada (o de mãe, mulher afetiva e zelosa com a própria aparência) e o papel que teriam na vida pública. A especificidade de sua atuação na política estaria justamente em colocar em relevo esse “fundo comum” – um denominador comum feminino acompanhado de julgamentos que estabelecem as divisões entre comportamento adequado e inadequado. Parece haver, assim, uma oscilação entre uma expectativa de que a mulher se apresente, na política, *enquanto mulher*, e um conjunto de julgamentos referenciados pela presença masculina na política e por representações da masculinidade, conectando competência na esfera pública e atitudes entendidas como masculinas ou masculinizadas.

Como se mencionou antes, a partir de discussão de Carole Pateman, as mulheres vêm sendo excluídas e incluídas na esfera pública *enquanto mulheres*, isto é, pelas significações e formas de valorização associadas ao que se entende como feminilidade, sempre definida em relação às representações hegemônicas da masculinidade. Da perspectiva que assumimos, como se disse antes, é preciso levar em consideração que o recurso aos papéis sociais tradicionalmente reservados às mulheres pode ser, ao mesmo tempo, um obstáculo a uma atuação política mais destacada e uma estratégia de diferenciação e ação política por parte das mulheres. Deve-se, ainda, levar em conta que estratégias diferenciadas (pode-se pensar nas três personagens analisadas) podem levar a identidades de gênero também distintas, mas que são conectadas em discursos comuns sobre a feminilidade e sobre as relações entre mulheres e política no espaço midiático.

Como mostram as pesquisas realizadas, a forma atual da divisão entre os sexos no noticiário político parece reservar às mulheres a invisibilidade, combinada a uma presença marginal (vinculada a áreas de menor prestígio político e midiático e a espaços de menor prestígio no noticiário) e acompanhada por marcas quantitativamente restritas, porém significativas, que remetem a estereótipos tradicionais de gênero. A presença restrita, do ponto de vista quantitativo, de estereótipos de gênero deve ser compreendida no contexto mais amplo da invisibilidade feminina no noticiário.

## **Bibliografia**

- BIROLI, Flávia e Janine Mello (2008). “Gênero e representação política: limites e apostas das deputadas federais na 52ª Legislatura (2003-2006)”. *Paper* apresentado no VI Encontro da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas Feministas (Redefem), II Seminário Internacional Enfoques Feministas e o Século XXI, II Encontro Internacional Política e Feminismo. Belo Horizonte, UFMG.
- BOURDIEU, Pierre. (1983). “A censura”, em *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero.
- CARROLL, Susan J.; SCHREIBER, Ronnee (1997). “Media coverage of women in the 103rd Congress”. In NORRIS, Pippa. (ed.). *Women, media and politics*. New York, Oxford: Oxford University Press; pp. 131-148.
- FOUCAULT, Michel (1996). *A ordem do discurso*. SP, Ed. Loyola.
- FOUCAULT, Michel (1997). *A arqueologia do saber*. 5.ed. RJ, Forense Universitária.
- GOLDENBERG, Mirian; TOSCANO, Moema. *A revolução das mulheres: um balanço do feminismo no Brasil*. RJ, Revan, 1992.
- IYENGAR, Shanto; VALENTINO, Nicholas A.; ANSOLABEHHERE, Stephen; SIMON, Adam F. (1997). “Running as a woman: Gender stereotyping in political campaigns”. In: NORRIS, Pippa. (ed.). *Women, media and politics*. New York, Oxford: Oxford University Press; pp. 77-98.
- MIGUEL, Luis Felipe; Flávia BIROLI (2007). “Gênero e política na mídia brasileira”. *Paper* apresentado no II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política (Compólitica). Belo Horizonte: UFMG.
- MIGUEL, Luis Felipe; Flávia BIROLI (2008). “Gênero e política no jornalismo brasileiro”. *Paper* apresentado no XVII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS).
- MOUFFE, Chantal (2005). “Feminism, citizenship and radical democratic politics”. In: *The return of the political*. London, New York: Verso; pp. 74-89.
- NORRIS, Pippa (1997a). “Introduction: Women, Media and Politics”. In: \_\_\_\_\_ (ed.). *Women, media and politics*. New York, Oxford: Oxford University Press; pp. 1-18.
- OKIN, Susan (2008). Gênero, público e privado. *Revista Estudos Feministas*. Tradução Flávia Biroli. No prelo.
- PATEMAN, Carole (1993). *O contrato sexual*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- PÊCHEUX, Michel (1997). “Análise automática do discurso”. In: GADET, F.; T. Hak (orgs.). *Por uma análise automática do discurso*. Campinas: Ed. Unicamp; pp. 61-162.
- PINHEIRO, Luana Simões (2007). *Vozes femininas na política: uma análise sobre mulheres parlamentares no pós-Constituinte*. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.
- PHILIPS, Anne (1995). *Politics of Presence*. Oxford: Clarendon Press.
- THOMPSON, John B. (1995). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.
- YOUNG, Iris Marion (2000). *Inclusion and democracy*. Oxford: Oxford University Press.