

# 2016 EM DEBATE

## OPINIÃO PÚBLICA E CONJUNTURA POLÍTICA

Um periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública,  
Marketing Político e Comportamento Eleitoral

Ano 8 - N. 05  
Julho de 2016  
ISSN: 2176 - 4883



### DOSSIÊ

### Gênero, política e eleições

Alice Lima

Luciana Panke

Joyce Martins

Fernanda Freire

Cyrana Veloso

**OPINIÃO**

Beatriz Sanchez

**RESENHA**

Felipe Riccio



Periódico Eletrônico do Grupo de Pesquisa  
Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral  
Universidade Federal de Minas Gerais - Av. Presidente Antônio Carlos 6627  
Campus Pampulha - CEP 31270-901 - Belo Horizonte - MG - Brasil - Tel (31) 34093823

# GRUPO DE PESQUISA OPINIÃO PÚBLICA, MARKETING POLÍTICO E COMPORTAMENTO ELEITORAL

## Em Debate

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política

## Missão

Publicar artigos e ensaios que debatam a conjuntura política e temas das áreas de opinião pública, marketing político, comportamento eleitoral e partidos.

### Coordenação:

Helcimara de Souza Telles – UFMG

### Conselho Editorial

Antônio Lavareda – IPESPE

Aquilles Magide – UFPE

Bruno Dallari – UFPR

Cloves Luiz Pereira Oliveira – UFBA

Dalmir Francisco – UFMG

Denise Paiva Ferreira – UFG

Érica Baptista - UFMG

Gustavo Venturi Júnior – USP

Helcimara de Souza Telles – UFMG

Heloisa Dias Bezerra – UFG

Julian Borba – UFSC

Luiz Ademir de Oliveira – UFSJ

Luciana Fernandes Veiga – UFPR

Luiz Cláudio Lourenço – UFBA

Malco Braga Camargos– PUC-MINAS

Mathieu Turgeon – UnB

Rubens de Toledo Júnior – UFBA

Paulo Victor Melo - UFMG

Pedro Santos Mundim – UFG

Silvana Krause – UFRGS

Yan de Souza Carreirão – UFPR

### Jornalista Responsável

Érica Anita Baptista

### Equipe Técnica:

Bárbara Oliveira

Roberto Rocha

### Parceria

Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e  
Econômicas – IPESPE

### Endereço

Universidade Federal de Minas Gerais

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Departamento de Ciência Política – DCP

Av. Antônio Carlos, 6.627 - Belo Horizonte

Minas Gerais – Brasil – CEP:31.270-901

+ (55) 31 3409 3823

Email: [marketing-politico@uol.com.br](mailto:marketing-politico@uol.com.br)

Facebook: Grupo Opinião Pública

Twitter: @OpPublica

As opiniões expressas nos artigos são de inteira  
responsabilidade dos autores.

## EM DEBATE

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política  
Ano VIII, Número V, Julho de 2016

### SUMÁRIO

---

<b>Editorial</b>	<b>5-7</b>
<b>Dossiê:</b> Gênero, política e eleições	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Imagem e desqualificação: o caso de Dilma Rousseff nas eleições presidenciais brasileiras de 2014</b></li></ul>	<b>8-16</b>
Alice Lima e Luciana Panke	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>O gênero no contexto da propaganda eleitoral de 2014</b></li></ul>	<b>17-25</b>
Joyce Martins	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Campanhas feministas na internet: sobre protagonismo, memes e o poder das redes sociais</b></li></ul>	<b>26-32</b>
Fernanda Freire	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>"Se ser livre é ser vadia, somos todas Vadias?" A Marcha das Vadias e os movimentos feministas brasileiros</b></li></ul>	<b>33-41</b>
Cyrana Veloso	

## Opinião

- **Gênero e política: uma análise da atual conjuntura brasileira** 42-46

Beatriz Sanchez

## Resenha

- **Princesa Isabel do Brasil: gênero e poder no século XIX** 47-54

Felipe Riccio

**Colaboradores desta edição** 55-56

## EDITORIAL

*Gênero, política e eleições*

Em meio a tantas manifestações contra as opressões, a luta das mulheres tem ganhado força no cenário político brasileiro. O edição de Julho do periódico EM DEBATE vem discutir o lugar das mulheres na política brasileira, os papéis que elas assumiram nas eleições de 2014 e seus posicionamentos diante de uma sociedade ainda patriarcal. Através de uma abordagem crítica as autoras que escrevem neste número irão analisar os novos espaços, ainda que precários e restritos, que as mulheres têm assumido nas tomadas de decisões, inclusive dos seus próprios corpos, no Brasil. “Lugar de mulher é onde ela quiser”, este é o princípio da presente publicação do EM DEBATE.

Abrindo a seção *Dossiê*, as autoras Alice Lima, mestranda pela Universidade Federal do Paraná, e Luciana Panke, professora da Universidade Federal do Paraná, escrevem sobre a “Imagem e desqualificação: o caso de Dilma Rousseff nas eleições presidenciais brasileiras de 2014”. O artigo analisa os comentários contra a presidenta Dilma Rousseff (PT) durante o segundo turno da campanha presidencial em 2014, publicados em seu perfil oficial no Instagram. As autoras avaliaram alto índice de conteúdo sexista e machista exposto na rede.

Joyce Miranda Leão Martins, doutoranda pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em seu artigo “O gênero no contexto da propaganda eleitoral de 2014”, traz a reflexão sobre os usos do gênero na campanha presidencial televisiva, no Brasil, atentando para as propagandas de Dilma Rousseff e Marina Silva. A autora busca responder como tentaram construir as imagens das candidatas e se o ser mulher foi importante nesses discursos. A partir do comportamento das candidatas fica evidente que o campo político reproduz e atualiza as desigualdades de gênero.

No artigo intitulado “Campanhas feministas na internet: sobre protagonismo, memes e o poder das redes sociais”, Fernanda Feire, mestranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, discute as relações entre campanhas feministas surgidas na internet entre o fim de 2015 e o primeiro semestre de 2016, entrelaçado ao protagonismo feminino e o poder das redes sociais. Para a autora, tais campanhas podem ser compreendidas como “memes”, sobretudo pelo seu poder de construção coletiva de sentidos que ajudam a configurar e a reconfigurar as várias narrativas em disputas no ambiente on-line.

Ainda na seção *Dossiê* Cyrana Borges Veloso, mestra em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais, escreve “Se ser livre é ser vadia, somos todas Vadias? A Marcha das Vadias e os movimentos feministas brasileiros”. A autora analisa a Marcha das Vadias, um movimento feminista de grande importância, surgido no Canadá em 2011, quando jovens mulheres universitárias se uniram para protestar contra a declaração de um policial canadense em relação aos casos recorrentes de estupro no campus da Universidade de Toronto. A finalidade do artigo é compreender as possibilidades, construções e a conjuntura do movimento feminista, indicando os contornos de um pretense “feminismo contemporâneo”.

Na seção *Opinião*, o artigo “Gênero e política: uma análise da atual conjuntura brasileira”, escrito por Beatriz Rodrigues Sanchez, mestranda pela Universidade de São Paulo, discute a atual conjuntura política brasileira, trazendo à tona o debate acerca da participação política das mulheres. O objetivo do artigo é apresentar alguns fatos recentes que demonstram o quanto a política institucional ainda hoje é um espaço de difícil acesso para as mulheres. Este cenário é contrastante com o recente fortalecimento de manifestações feministas de diversas formas que têm ocorrido tanto nas ruas quanto na internet.

Na seção *Resenha*, Felipe Riccio, doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais, resenha o livro “Princesa Isabel do Brasil: gênero e poder no século XIX” escrito por Roderick J. Barman. A obra coloca em primeiro plano a centralidade do movimento feminista para a escritura da história. As análises de Roderick Barman apontam para as relações de gênero como constructos sociais e culturais extremamente arraigados, e que servem de chave para a compreensão de muitos impasses vividos pelas mulheres, mesmo para aquelas que, como a princesa Isabel, estiveram à frente da chefia do Executivo, dando-nos uma bela amostra das tensões entre gênero e poder no universo ocidental oitocentista.

# IMAGEM E DESQUALIFICAÇÃO: O CASO DE DILMA ROUSSEFF NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2014

Alice Lima

Universidade Federal do Paraná

✉ alice.lima1@hotmail.com

Luciana Panke

Universidade Federal do Paraná

✉ lupanke@gmail.com

**Resumo:** De acordo com categorias de desqualificação propostas por Panke (2012) – “mundo”, “partido” ou “candidato”, analisamos os comentários contra a presidenta Dilma Rousseff (PT) durante o segundo turno da campanha presidencial em 2014, publicados em seu perfil oficial no Instagram. Para isso, avaliamos os comentários dos sete posts com mais “curtidas” e verificamos o alto índice de conteúdo sexista e machista exposto.

**Palavras-chave:** Instagram; Dilma Rousseff; desqualificação.

**Abstract:** According to categories of disqualification proposed by Panke (2012) - "world", "party" or "candidate", we analyzed the comments against Dilma Rousseff (PT) during the second round of the presidential campaign in 2014, published on your profile of Instagram. For this, we evaluated the comments of the seven posts with more "likes" and check the high content index sexist and machista exposed.

**Keywords:** Instagram; Dilma Rousseff; disqualification.

Durante as últimas disputas eleitorais, em especial em 2014, uma das mais acirradas da história política brasileira, as redes sociais online possibilitaram visibilidade não apenas aos candidatos, como também à população, funcionando como um canal de contato entre as duas partes.

Em um contexto de disputa eleitoral, desqualificar candidatos adversários em uma eleição comporta-se como uma estratégia usual. Sobre o assunto, sugestões de tipologias foram elaboradas e apresentadas em estudos prévios (PANKE, 2012). Ferramentas como o Horário Gratuito de

Propaganda Eleitoral (HGPE), os debates eleitorais em rádio e TV e, principalmente, as inserções partidárias são constantemente utilizadas para criticar, denunciar ou outras maneiras que buscam enfraquecer oponentes e seus respectivos partidos. Neste artigo, o *corpus* se refere aos comentários de eleitores na campanha eleitoral do segundo turno da reeleição, em 2014, da então candidata Dilma Rousseff (PT), por meio do aplicativo Instagram.

Utilizado enquanto ferramenta de marketing eleitoral, o Instagram oficial da então candidata explorou a interação com eleitores e reforçou a agenda de campanha. O meio em questão é um aplicativo, cuja função principal é publicar fotos e vídeos curtos. O usuário pode seguir outros e ter seguidores, que têm acesso às suas informações. Políticos e marcas costumam ter perfis abertos ao público e seus comentários, de modo que não apenas quem os seguem pode adicionar comentários.

Para esta pesquisa, observamos os comentários expostos no perfil a partir de critérios de desqualificação, se são direcionados à candidata, ao partido ou ao mundo (PANKE, 2012), que serão explicados detalhadamente adiante. Para isso, os *posts* que atingiram mais de quatro mil curtidas no período da disputa eleitoral – sete no total - tiveram seus comentários categorizados. Enquanto a propaganda negativa é comumente realizada pelas coligações contra os seus adversários (BORBA, 2012) há preocupações legais e jurídicas, pelo menos na teoria. Já entre usuários de mídias sociais digitais, observamos que algumas normas são ignoradas, como se não se tratasse de um local público sobre o qual incidem leis. Ressalta Panke que “o ato de desqualificar age em um movimento dialógico entre indivíduos influenciados pelo contexto e pela leitura de mundo” (PANKE, 2012, p. 9). O ambiente das redes proporciona diversos comportamentos e respostas dos usuários, que nem sempre são as esperadas pelo planejamento da campanha. Mesmo assim, segundo conselhos de eficácia produzidos pelo próprio aplicativo Instagram,

as marcas ou personalidades precisam interagir para que atinjam seus objetivos. No perfil oficial de Dilma Rousseff, no entanto, poucos comentários foram respondidos ao longo da campanha, sejam os elogios, sejam as críticas.

Além disso, pelo levantamento inicial, quando todos os posts e comentários realizados durante o período eleitoral foram contabilizados, foi possível notar que grande parte dos comentários negativos foi apagada, visto que outros seguidores defendiam e faziam referência a palavras que já não estavam com visualização disponível. Não podemos afirmar quem excluiu os comentários, se o próprio autor ou perfil oficial de Dilma, uma vez que ambas as possibilidades são possíveis.

No momento em que foi divulgado o resultado da eleição que reelegeu Dilma, seu perfil contava com 25 mil seguidores. Em julho do ano seguinte, período de elaboração da pesquisa, o número passou a 75 mil. A quantidade de curtidas não evoluiu no período pesquisado e continua com a variação de 1500 a 2000, semelhante à maioria dos posts do final do segundo turno de 2014, com exceção dos destaques mais repercutidos, que são exatamente os trabalhados neste texto.

Selecionamos as postagens que atingiram mais de quatro mil curtidas (considerando que representam aprovação ao conteúdo publicado). Nesse recorte, todos os comentários que estavam expostos e se encaixam nos critérios de desqualificação apresentados abaixo foram classificados e analisados.

Candidato ou candidata: quando os comentários recaem sobre atos, currículo, posturas de algum candidato, aparência física, vida pessoal, discurso ou capacidade técnica e política; quando a desqualificação do outro qualifica quem profere o discurso. Partido/Grupo: apoios, governabilidade, competência dos integrantes, passado e valores partidários são questionados.

Mundo: questões sobre economia, justiça social, classes e organização do espaço público, estados ou regiões. Quem desqualifica busca demonstrar que mazelas do mundo ou país e responsabiliza o desqualificado por isso, direta ou indiretamente.

São poucos os comentários negativos, sob a ótica a favor da candidata, que não entram nos critérios e não fizeram parte das estatísticas do artigo. Os usuários que, no perfil do Instagram, colocaram-se contra a presidenta reeleita, basicamente emitiram expressões de desqualificação do partido, o PT, do governo ou gestão do País ou, sobretudo, contra a figura de Dilma Rousseff.

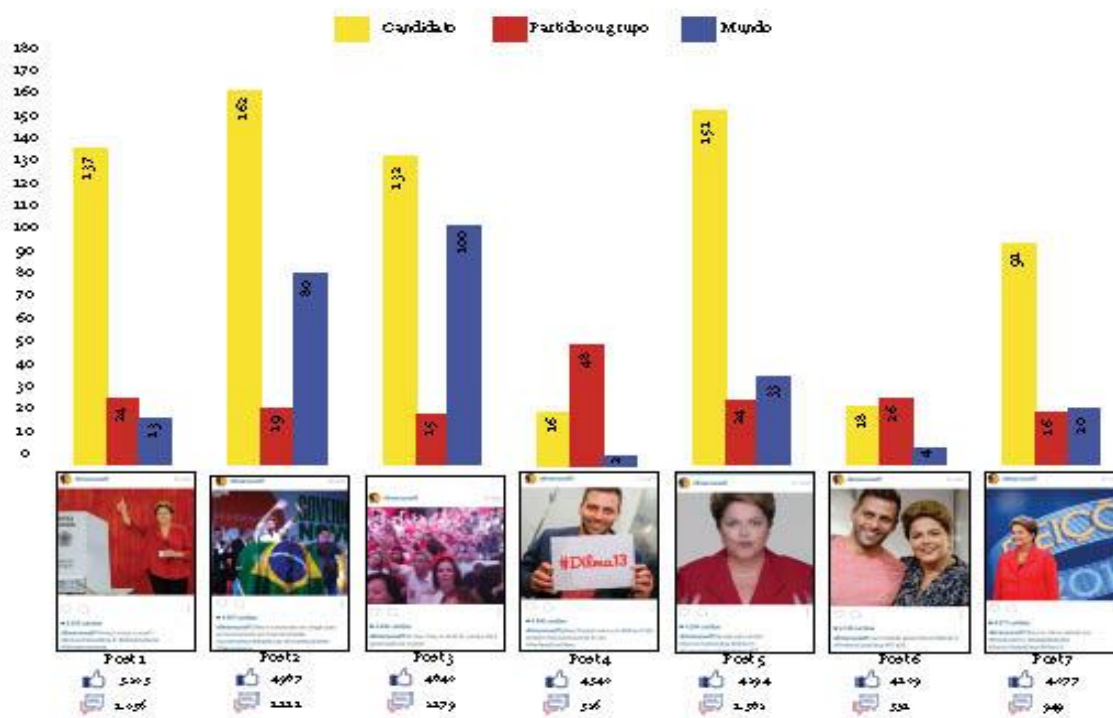
Em um mesmo post, um usuário pode comentar mais de uma vez, mas a classificação é pela quantidade de comentários. Existem também os comentários que não apoiam a candidata ou o que foi postado, mas não se caracterizam como desqualificação. Por exemplo: uma usuária que apenas escreve que não votou nela, sem mais detalhes. Esse tipo representa a minoria.

## **Resultados**

Com base no corpus selecionado (de 5 a 26 de outubro), realizamos a análise dos sete posts com os maiores números de curtidas, somando 7.934 comentários. Este conteúdo, como explicamos, foi classificado quantitativamente nas categorias de desqualificação propostas por Panke (2012): candidato; grupo ou partido e mundo.

DOSSIÊ  
ALICE LIMA E LUCIANA PANKE  
IMAGEM E DESQUALIFICAÇÃO: O CASO DE DILMA ROUSSEFF NAS ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2014

**Gráfico 1. Comentários no Instagram de Dilma Rousseff**



Elaboração própria – perfil de @DilmaRousseff em julho de 2015

O primeiro post exibiu uma foto de Dilma logo após votar no 2º turno. A publicação contabilizou 5.205 curtidas e 1.056 comentários. Do total de comentários, 137 desqualificam Dilma Rousseff. De maneira geral, fizeram referência a especulações sobre a orientação sexual da presidenta, à sua aparência física, além de palavras como “morra” e “fora”. Apenas três comentários se relacionaram à administração, chamando-a de despreparada e incompetente. Outros 24 se posicionaram contra o partido de Dilma, o PT, ou contra a coligação e, sobretudo o ex-presidente Lula, apoio mais famoso da presidenta. Sobre temas como inflação e programas como o “Bolsa Família” e o “Minha Casa, Minha Vida”, configuradas dentro da desqualificação de mundo, foram 13 mensagens. Apesar de não entrarem no critério de

desqualificação, 110 comentários demonstraram apoio ao adversário de Dilma na disputa, Aécio Neves.

As palavras que mais a desqualificaram e repetiram-se nos outros posts são: “puta”, “vaca”, “sapatão”, “burra”, “anta”, “vadia” e “escrota”. Frases como “vá se foder” também foram constantes. Outra comparação, que aparece em 20 oportunidades espalhadas ao longo dos posts estudados, é que “se ela não consegue nem ajeitar os dentes, não tem como consertar o País”. Apenas nos dois posts em que Henri Castelli apareceu, a categoria candidata não é a que obteve mais mensagens direcionadas.

Já a segunda publicação com mais curtidas, 4.987 no total, teve 1.111 comentários. A foto é do pronunciamento da vitória, momento em que os que não votaram na petista lamentavam o resultado. Percebemos nessa etapa o aumento da desqualificação de mundo, um total de 80, pelas reclamações direcionadas aos eleitores de Dilma, ao povo brasileiro e às regiões que a deram maioria de votos, como o Nordeste. Partido ou grupo recebeu 19 desqualificações, enquanto Dilma teve 162, com palavras semelhantes às do primeiro, algo que se repetiu em todos os outros posts, dos quais 20 fizeram menções a questões administrativas ou políticas e não foram relacionadas diretamente a gênero. Aécio Neves foi citado em 10 comentários.

A terceira publicação com mais curtidas (4.840) expôs eleitores da presidenta enquanto ela realizava o pronunciamento da vitória. Foram 2.179 comentários. O momento de comemoração de Dilma, partido e apoiadores provocou mais repercussões em seu perfil oficial no aplicativo, tanto a seu favor como contra. Entre os comentários que se enquadraram nas categorias de desqualificação, 132 referiram-se à candidata já reeleita, dos quais 23 não foram posições relacionadas a gênero, como todos os demais da categoria. Partido ou grupo recebeu 15 desqualificações e outras 100 mensagens são da categoria mundo.

A publicação com a foto do ator Henri Castelli exibindo a placa #Dilma13 conseguiu 4.540 curtidas e 526 comentários. O post apresentou peculiaridades por se tratar de um artista que aparece sozinho na foto do Instagram da candidata demonstrando sua predileção na campanha. Observamos uma diferença em relação aos anteriores, pois começou sem críticas, apenas elogios direcionados ao ator ou a Dilma. No entanto, verificamos que algumas agressões foram excluídas, pois muitos usuários estavam defendendo algo sem que a ofensa aparecesse. Foi possível entender que alguns perfis postaram que Henri é “esquerda caviar”, expressão pejorativa utilizada para designar defensores da esquerda. Ao final, porém, as desqualificações começaram a aparecer. Delas, 16 encaixaram-se na tipologia candidata e todas têm teor sexista ou relacionados a questões estéticas. Por exemplo, mencionam que Dilma é “horrorosa”, que “fica mais feia ao lado dele”, que é “dentuça”, entre outras. Partido ou grupo foram 48, mas apenas cinco se dirigem ao PT e 43 são sobre Castelli. Observamos em vários desses comentários, portanto, a priorização de aspectos estéticos, irrelevantes para gestão pública. A maioria diz que ele foi pago para aparecer na campanha da petista ou que é burro, atacando, diretamente, a preferência política dele. A categoria mundo contabilizou apenas duas mensagens e 20 usuários mencionaram apoio ao candidato oponente.

O quinto post analisado somou 4.294 curtidas e 1.582 comentários. Naquele momento foi divulgado um vídeo em que Dilma ofereceu uma mensagem de incentivo aos eleitores e pede voto. Ao final, a presidente mandou um beijo às pessoas. Entre os comentários, 151 foram de desqualificação da candidata, dos quais 25 falaram sobre aspectos político-administrativos, enquanto todos os outros se referiram à sua aparência, roupa, gestos, forma de falar ou xingamentos sexistas em frases como “você precisa de sexo”. Portanto, foram 126 comentários desqualificando pessoalmente a

então candidata. Partido ou grupo contabilizaram 24 desqualificações, já a categoria mundo teve 33.

Na sexta publicação analisada, está mais uma vez o ator Henri Castelli como apoiador. Nesta oportunidade, a candidata e o artista estão juntos na foto participando de um evento em apoio à candidatura da petista. A publicação rendeu 4.109 curtidas e 531 comentários (quantidade semelhante à foto anterior do ator). Como no outro post em que Henri apareceu, houve menos críticas e também identificamos que comentários foram apagados. Para nenhuma das ofensas houve resposta do perfil oficial, apenas discussões entre os usuários. A categoria candidato somou 18 comentários; partido ou grupo, 26, das quais nove foram dirigidas a Castelli; e mundo, 4.

Por fim, a publicação da presidenta logo após o debate da Rede Globo de Televisão, último antes da votação do 2º turno, teve 4.077 curtidas e 949 comentários. Como os comentários, muitas vezes, fazem relação com o conteúdo postado, para críticas e para elogios, neste caso grande parte das críticas de desqualificação estava relacionada ao debate e as desqualificações, prioritariamente, discorriam em torno de ela não estar preparada para a ocasião. Em relação às categorias, 91 comentários são candidato; 16, partido; e 20, mundo. Desses, 82 mensagens mencionaram Aécio ou seu número, 45, algumas opiniões afirmam que ele quem merece ser presidente, pois seria mais preparado, o que nos remete à ideia da esfera política como uma concepção masculina, onde as mulheres precisam se esforçar para ter visibilidade positiva.

## **Conclusões**

Entre as categorias estudadas – candidato, partido ou grupo e mundo – a maioria das desqualificações é direcionada à candidata, com expressiva quantidade de palavras com caráter machista e sexista. Dos 1.131 comentários de desqualificação, presentes nas sete publicações analisadas, 707

desqualificam a candidata, o que corresponde a 62,5%. Enquanto isso, a categoria mundo teve, no total, 252 desqualificações e, partido ou grupo, 172.

Em relação ao conteúdo, constatamos que entre as fotos com maior número de aprovação (ou curtidas) estão duas em que Dilma aparece ao lado de um artista, figura previamente aceita por parte da sociedade. Embora não sejam todos, os comentários muitas vezes têm relação com a legenda e conteúdo visual do post, o que reforça a importância da boa seleção desse material de campanha virtual. Como ferramenta de comunicação eleitoral, o Instagram da presidenta utilizou imagens de qualidade e legendas claras, embora tenha começado após o início da disputa eleitoral, o que prejudicou o número de seguidores e alcance.

O aplicativo continuou sendo usado após o término da campanha, agora como ferramenta de marketing político, aliada a outras plataformas de comunicação de Rousseff, o que demonstra a importância da interação com a população por meio das mídias digitais. Um dos principais erros vistos por este artigo foi a baixa interação entre o Instagram e os usuários que comentavam. Verificamos apenas três respostas ao longo de mais de 300 mensagens publicadas durante o pleito e nenhuma respondeu às ofensas, apenas elogios.

## Referências

- BORBA, F. “O uso estratégico das inserções nas eleições presidenciais brasileiras”, *Revista Compolítica*, v.2, n.2, p.93-120, 2012.
- PANKE, L. “Campañas electorales para mujeres – retos y tendencias”, México: Editorial Piso 15, 2015.
- PANKE, L. “Categorias de desqualificação na propaganda eleitoral”, *Revista Em Debate*, v.4, n.4, p.7-14, 2012.

# O GÊNERO NO CONTEXTO DA PROPAGANDA ELEITORAL DE 2014<sup>1</sup>

Joyce Miranda Leão Martins  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
✉ joycesnitram@yahoo.com.br

**Resumo:** Reflete-se sobre os usos do gênero na campanha presidencial televisiva, no Brasil, atentando para as propagandas de Dilma Rousseff e Marina Silva. Busca-se responder: 1) como tentaram construir suas imagens? 2) ser mulher foi importante em suas falas? O método utilizado foi o da análise do discurso. Observou-se, a partir do comportamento das candidatas, que o campo político reproduz e atualiza desigualdades de gênero.

**Palavras-chave:** eleição 2014; gênero; análise do discurso.

**Abstract:** We reflect about the use of gender in the Brazilian presidential campaign on television, focusing on Dilma Rousseff and Marina Silva advertisements. We aim at answering: 1) How did they try to build their images? 2) Was “being woman” important in their speeches? The main method was discourse analysis. We observed, based on the candidates’ behavior, that the political field reproduces and updates gender inequalities.

**Keywords:** 2014 elections; gender; discourse analysis.

As eleições presidenciais brasileiras se desenvolvem, desde 1989, no cenário da democracia de público<sup>2</sup> descrita por Manin (1995), um tipo de governo representativo, no qual a disputa política de imagem (na tentativa de conseguir a adesão do eleitor) ganha preponderância diante da apresentação de programas partidários.

---

<sup>1</sup>Parte dos dados contidos neste artigo também podem ser encontrados em: Os usos da condição feminina na propaganda política brasileira: o caso da eleição presidencial de 2014 (MARTINS; ALTMANN, 2015). Texto premiado como o melhor artigo do XII Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais (CONLAB).

<sup>2</sup>Manin (1995) descreve três modelos típicos ideais weberianos pelos quais o governo representativo teria passado: democracia parlamentar; democracia de partidos; democracia de público. As poliarquias contemporâneas costumam ser uma mescla da democracia de partidos com a democracia de público. Aqui se destaca esse último tipo para reafirmar a importância que a disputa política de imagem, mediada pelo discurso, passa a ter nas campanhas eleitorais atuais.

A entrada do Brasil na democracia de público reforçaria a importância da imagem pública dos candidatos, visto que o vínculo entre legendas e eleitores sempre foi fraco, devido tanto ao subdesenvolvimento partidário (LAMOUNIER, 1986; MENEGUELLO, 1986; MAINWARING, 1991) quanto à cultura política de percepção do voto como troca de favores. Com esse modelo de governo, observa-se a emergência do horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE) à condição de uma das variáveis explicativas do voto, o que foi possível com a queda da censura e a nacionalização da TV (realizada pela ditadura militar).

O HGPE, de responsabilidade exclusiva do campo político, também é um dos espaços a partir dos quais se percebe esforço institucional<sup>3</sup> para aumentar direitos e presença de "minorias": tem entre seus objetivos promover e difundir a participação política feminina<sup>4</sup>, que segue muito inferior à dos homens, apesar do estabelecimento de cotas para mulheres na política, implementadas em 1996.

No ano de 2014, na eleição presidencial, tínhamos três mulheres - Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores - PT), Marina Silva (Partido Socialista Brasileiro - PSB) e Luciana Genro (Partido do Socialismo e Liberdade PSOL) - participando do horário eleitoral como candidatas à presidência da República. As duas primeiras com reais chances de ganhar a eleição e chegar, juntas, ao segundo turno. Poderiam, então, as propagandas daqueles blocos do HGPE apontar indícios de superação de uma cultura machista e a construção de valores mais igualitários entre homens e mulheres, no Brasil?

---

<sup>3</sup> Realizado, em relação às mulheres, a partir de demandas do movimento feminista no Brasil, de acordo com: MATOS (2010).

<sup>4</sup> De acordo com a Lei Orgânica dos Partidos, de 1995. Para ver a lei, acessar: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19096.htm).

Este texto parte de uma perspectiva de gênero (HARAWAY, 1995) e busca refletir sobre a participação política de Dilma Rousseff<sup>5</sup> e Marina Silva<sup>6</sup>, dentro do horário eleitoral, indagando: 1) Como as postulantes à presidência do país, em 2014, tentaram construir suas imagens? 2) Ser mulher foi importante no discurso político das candidatas? Partiu-se do pressuposto que, para tentar criar suas imagens, cada postulante recorreria à cultura política local. Entretanto, a hipótese proposta é a de que todas as candidatas - incluindo a da situação - recorreriam ao anseio por mudança, que assolou o país em junho de 2013.

Destaca-se, aqui, o primeiro e último dia do HGPE noturno (19 de agosto e 02 de outubro, respectivamente), no chamado "horário nobre" da TV. As conclusões, contudo, são baseadas em toda a propaganda eleitoral de Dilma e Marina, no primeiro turno. Na divisão do tempo do horário eleitoral<sup>7</sup>, coube à presidente 11 minutos e 24 segundos e à Marina Silva, 2 minutos e 3 segundos. A observação foi realizada a partir da análise do discurso, principalmente das perspectivas de Charaudeau (2008) e Maingueneau (2005), sendo centrais os conceitos de *ethos* (criação da imagem de si), lugar de fala (refere-se ao ambiente cognitivo e à construção no discurso) e formação discursiva (série de discursos aos quais se ligam um enunciado).

---

<sup>5</sup> Desfilou-se do Partido Democrático Brasileiro (PDT) em 2001 e ingressou no PT. Candidata à reeleição por este partido, já havia sido Ministra de Minas e Energia do governo Lula, bem como Ministra Chefe da Casa Civil. Na década de 1960, época da ditadura militar, militou em grupos de esquerda e chegou a ser presa. Formou-se em economia pela UFRGS nos anos 1970.

<sup>6</sup> Envolvida com política desde nova, foi sindicalista, uma das fundadoras do PT e militante de causas ambientais. Chegou a ser ministra do meio ambiente nos governos de Lula. Saiu do PT em 2009 para se filiar ao Partido Verde (PV) e concorrer à presidência em 2010. Filha de pais pobres, só se alfabetizou aos 16 anos. É graduada em História.

<sup>7</sup> Sobre a divisão de tempo no HGPE 2014, ver: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm).

### **O horário eleitoral das candidatas e as imagens nos discursos**

O foco do primeiro programa da presidente/candidata, Dilma Rousseff, estava nas dificuldades do país e na mulher que tinha forças para enfrentá-las. A ideia defendida era que a mudança já estava acontecendo. Uma mulher negra (índice<sup>8</sup> de inclusão social) narrava o programa. De sua fala, passou-se ao Planalto. Dele, à sala da casa da presidente (cheia de livros) e, desta, para a cozinha, mostrando que Dilma gostava de cozinhar; depois, Rousseff vai tratar do jardim (o que fazia em tempo livre). A presidente era apresentada como uma mulher forte e admirável que não descuidava... do lar: "cuida da residência oficial com o esmero de qualquer dona de casa". Tivera coragem de sair da própria casa, por um dever maior: não se preocupava apenas com a filha e o neto, agia como mãe para todos os brasileiros. Não à toa, o lema do *jingle* da candidata era "coração valente", repetindo o estereótipo de que a luta das mulheres estaria sempre relacionada ao amor.

Se na campanha anterior de Dilma, no ano de 2010, ela e Lula estiveram sempre juntos, ambos representantes do mesmo governo Lula, em 2014, a imagem da candidata aparecia separada da do ex-presidente, como se o programa mostrasse que "ela agora fala por ela", mas Lula aparecia, ao final, para legitimar quem continuava sendo sua herdeira.

Não tendo condições sociais de produção de falas favoráveis à continuidade, Dilma tentou inserir seus discursos na formação discursiva da mudança. Seu lugar de fala era o de representante de uma transformação maior, que remetia ao início da Era Lula. As diferenças, naquele primeiro programa, foram igualadas: o sofrimento da maioria dos brasileiros era o mesmo, ela era a mãe que estava ali para proteger a todos.

---

<sup>8</sup> Sobre a diferença entre índice e símbolo, ver: Debray (1994).

No último programa de Dilma, o tema da mudança voltou ainda mais forte, com o lema: "governo novo, ideias novas". Lula veio à cena, de branco, para conversar com a candidata, de vermelho, cor característica do partido de ambos (a representante do governo do PT era ela, Lula estava ali como um conselheiro sábio). O ex-presidente, ao perguntar à Dilma, perguntava, implicitamente, à nação: "Qual país que tem uma perspectiva de futuro mais extraordinária que o Brasil"?

O eleitorado jovem ganhou destaque, servindo também como símbolo do novo. Para eles, Dilma afirmou que iria fazer o "Banda Larga para Todos" e alegou que seus opositores não tinham nenhuma proposta concreta de mudança. Brasileiros "do povo" apareceram, falando sobre o quanto o governo ajudou suas vidas. "Eu, pobre, negro, favelado, me tornei médico. Isso antes não era possível. Hoje, é"; "Caramba, olha quem eu era, olha quem eu sou". Depois de a candidata-presidente pedir reflexão aos eleitores na hora de votar, o narrador em *off* afirma: "ninguém pode nos impedir de ir ainda mais longe...", imputando aos adversários da presidente o defeito de serem inimigos não apenas dela, mas também do país. Nessas propagandas, destacaram-se o *ethos* da mãe (que sai de casa por um amor maior, a pátria) e da herdeira de Lula.

Já o primeiro programa de Marina foi, na verdade, o segundo. Explica-se: a postulante substituíra Eduardo Campos, morto em acidente de avião e, até então, candidato do PSB. O primeiro programa eleitoral do partido foi aberto com imagens de Campos e com a música "Anunciação", de Alceu Valença. A voz do cantor e compositor pernambucano, conterrâneo do político, ecoou mais alto na estrofe "a voz do anjo sussurrou no meu ouvido", dando a Eduardo a aura de homem bom, que seguiria ali como um anjo. Quando Marina surgiu, já na segunda propaganda, fez a leitura de uma carta

emocionada, que teria sido escrita por ela, colocando-se no lugar de fala da incumbida de uma missão: levar adiante os sonhos e ideias do antigo candidato.

O lugar de fala da herdeira e da lutadora (que tem forças para seguir adiante) tenta misturar-se ao sentimento de que é preciso vencer a estagnação e os que não escutam o povo (referência a junho de 2013): "Nossa palavra de ordem é crescer. Crescer em maturidade política, crescer na escuta de nosso povo. A gente dizia: Eduardo e Marina". A candidata seguiu a leitura, olhando para seu vice (Beto Albuquerque, então deputado pelo Rio Grande do Sul): "Agora, Beto, é a sociedade brasileira e nós. Temos que levar adiante a nossa missão".

A fala de Marina também estava inscrita na formação discursiva da mudança, aliada a um ingrediente poderoso: o das narrativas míticas. A candidata não explorou os significados de uma candidatura feminina nem tampouco da candidatura de uma mulher negra. Em seu último programa, Marina se despediu do eleitor, criticando a propaganda de Dilma Rousseff. Com uma favela ao fundo, afirmou que a presidente falava sobre um país inexistente e resumiu os problemas da nação a uma "política atrasada, mesquinha, dominada pela corrupção". Afirmou que os avanços dos governos petistas não ocorreram com Dilma: "[...] Muita coisa parou de melhorar e começou a andar pra trás no governo atual". Não esqueceu, também, de estender críticas implícitas ao PSDB, reforçando um lugar de fala de "terceira via" (quebra da polarização PT x PSDB): "os partidos que um dia foram a favor das boas mudanças, agora estão na disputa do poder pelo poder".

A mudança defendida por Marina seria para todos: "se a gente trabalhar com união, o Brasil vai ser muito mais bonito que qualquer propaganda". Com a música que Gilberto Gil fez para ela (Marina vou eu, votar na Marina,

Marinar. Marina vou eu, sonhar que a menina vai chegar...), despedia-se a candidata que se apresentou com o *ethos* de herdeira de Campos e de lutadora (levaria adiante a batalha de Eduardo e também a sua, de menina pobre que venceu com o seu esforço).

A partir da observação das campanhas televisivas de Dilma e Marina, percebe-se que elas não usaram suas propagandas para mobilizar sentidos que pudessem ir de encontro ao que o senso comum/status quo aceitasse ouvir. O horário eleitoral de ambas evidenciou a percepção de Barreira (2008, p.154): "imagens políticas são também fruto de disposições herdadas historicamente e mais ou menos incorporadas por suas protagonistas".

### **Considerações finais**

O texto procurou pensar sobre a construção de imagens das candidatas à presidência, em 2014. A hipótese de que as presidenciáveis tentariam ocupar o lugar de fala da mudança foi confirmada, havendo disputa pelo significado da mudança. Dilma afirmava ser a continuidade das transformações iniciadas com Lula; Marina dizia não ser PT, nem PSDB, nem nada da "velha política". Para cada um desses significados, a conclusão à qual se chega é que ser mulher importou muito pouco na eleição de 2014.

Em nenhum momento, por exemplo, foi explorado o fato de que havia três mulheres concorrendo à presidência. Algo relevante devido à reduzida participação política do gênero, que tem como causas desde a divisão sexual do trabalho (BOURDIEU, 2010) até o menor financiamento de campanhas de mulheres. Essa característica da eleição presidencial de 2014 talvez tenha passado como um sinal dos "novos tempos", que costumam chegar carregados do velho, pois adentram sem debates profundos, já se

incorporando "às coisas como são" e à nossa cultura política como é: personalista e intérprete de direitos como sendo favores.

Nesse sentido, o fato de Marina e Dilma terem tido boa aceitação não indica que as desigualdades de gênero tenham se findado ou se tornado insignificantes. Ao contrário, o fato de as propagandas não ousarem discutir o assunto e colocarem as mulheres em locais pré-determinados socialmente (a grande mulher precisa ser mãe, dona do lar, herdeira do legado masculino) mostra apenas que nossas discriminações podem estar sendo vestidas em linguagem mais amena.

## Referências

- BARREIRA, Irllys. *Imagens ritualizadas* - apresentação de mulheres em cenários eleitorais. Campinas: Pontes Editores, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *La dominación masculina y otros ensayos*. Buenos Aires: Editorial La Palma S.A., 2010.
- BRASIL. Lei n. 9096, de 19 de setembro de 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*. Brasília, DF, 19 set. 1995. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9096.htm). Acesso em: dezembro de 2014.
- \_\_\_\_\_. Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*. Brasília, DF, 30 set. 1997. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm). Acesso em: 10 fevereiro de 2015.
- CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. HGPE e formação da opinião pública no Brasil: análise das estratégias dos principais candidatos à presidência da república em 2010. In: *IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR*, Belo Horizonte - Brasil, 4 a 6 de maio de 2011.
- DEBRAY, Régis. *O Estado Sedutor* - As revoluções midiológicas do poder. Petrópolis: Vozes, 1994.
- HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. *Cadernos Pagu*, n.5, p.07-41, 1995.

DOSSIÊ  
JOYCE MIRANDA LEÃO MARTINS  
O GÊNERO NO CONTEXTO DA PROPAGANDA ELEITORAL DE 2014

- LAMOUNIER, Bolívar; MENEGUELLO, Rachel. *Partidos políticos e consolidação democrática: o caso brasileiro*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.
- MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- MAINWARING, Scott. Políticos, partidos e sistemas eleitorais - o Brasil numa perspectiva comparativa. *Novos estudos Cebrap*, n.29, p.34-58, mar. 1991.
- Manin, Bernard. 1995: As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v.10, n.29. São Paulo, out. 1995.
- MARTINS, Joyce Miranda Leão; ALTMANN, Cristina. 2015: Os usos da condição feminina na propaganda política brasileira: o caso da eleição presidencial de 2014. In: *Atas o XII CONLAB*. [Online] Disponível em: [http://www.omeuevento.pt/Ficheiros/Livros\\_de\\_Actas\\_CONLAB\\_2015.pdf](http://www.omeuevento.pt/Ficheiros/Livros_de_Actas_CONLAB_2015.pdf)
- MATOS, Marlise. *Movimento e teoria feminista: é possível reconstruir a teoria feminista a partir do Sul Global?* *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, v.18, n.36, p.67-92, jun. 2010.
- ORLANDI, E.P. 2012: *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 10 ed. São Paulo: Pontes editores.

## CAMPANHAS FEMINISTAS NA INTERNET: SOBRE PROTAGONISMO, MEMES E O PODER DAS REDES SOCIAIS

Fernanda Freire

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

✉ fernanda\_afreire@yahoo.com.br

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo explorar brevemente as relações entre campanhas feministas surgidas na internet entre o fim de 2015 e o primeiro semestre de 2016, protagonismo feminino e o poder das redes sociais. Entendemos que tais campanhas podem ser compreendidas como memes, sobretudo pelo seu poder de construção coletiva de sentidos que ajudam a configurar e a reconfigurar as várias narrativas em disputas no ambiente on-line.

**Palavras-chave:** feminismo, memes, política, redes sociais.

**Abstract:** This article aims to explore the relationships between feminist campaigns emerged on the Internet from the end of 2015 and the first half of 2016, women's role and the power of social networks. We understand these campaigns can be understood as memes, especially for its power of collective construction of meanings that help configure and reconfigure the narratives in disputes on the on-line environment.

**Keywords:** feminism; memes; politics; social networks.

Nos últimos meses uma série de campanhas feministas eclodiu nos sites de redes sociais. Através de hashtags como #EleNãoTeBateMas... #MeuAmigoSecreto<sup>1</sup>, vimos diversas mulheres se manifestarem contra preconceitos e desigualdades.

Com pegadas um pouco diferentes, tais campanhas-meme são apenas alguns exemplos de ações que buscavam explicitar, em geral, condutas

---

<sup>1</sup> Encontramos variações das *hashtags* com letras maiúsculas e minúsculas, com e sem til.

DOSSIÊ  
FERNANDA FREIRE  
CAMPANHAS FEMINISTAS NA INTERNET: SOBRE PROTAGONISMO, MEMES E O PODER  
DAS REDES SOCIAIS

machistas presentes nas relações íntimas. A primeira, circulada entre os meses de maio e junho de 2016, teve menor repercussão e se baseava em manifestar as diversas violências psicológicas como forma mais subjetiva de agressão contra a mulher, enquanto a segunda tratava de pequenos atos machistas do cotidiano, muitas vezes naturalizados por nós.

“Diversas vezes percebemos que nosso melhor amigo se diz ‘não machista’, ‘não homofóbico’, ‘não racista’, mas acaba tendo atitudes nada louváveis. Talvez neste momento, com tantos *shares* sobre tais situações, a pessoa se toque e comece a perceber que ainda pode ser doutrinada a viver numa sociedade onde o respeito e amor possam valer acima de tudo”, informava um post publicado no Facebook pela *fanpage* criada para difundir a campanha Meu Amigo Secreto.

Já a campanha-meme #meuprimeiroassédio, de outubro de 2015, foi outra que ganhou bastante repercussão nas redes. Criada pela Ong Think Olga, depois de diversos comentários maldosos sobre uma participante da versão infantil do programa Master Chef, a campanha incentivava mulheres a denunciar seus primeiros casos de abusos e/ou assédio.

Mas o que essas campanhas e *hashtags* representam? E por que estamos considerando essas campanhas como memes? Começemos pelo princípio... É bem verdade que olhar para esses episódios como memes nos impõe uma visão diferenciada sobre tais conteúdos. Para entendermos melhor, primeiramente é preciso compreender que apesar de reconhecermos sua prevalência na era digital contemporânea, vale ressaltar, que os memes não surgiram com a internet. Eles já existiam bem antes e podem ser entendidos como comportamentos e artefatos culturais que ganham dimensão e são reapropriados como é o caso, por exemplo, de bordões de novelas e até jingles eleitorais.

Baseando-nos em definição cunhada pela autora israelense Limor Shifman (2014), um meme é sempre um conjunto (ou um acervo) de

DOSSIÊ  
FERNANDA FREIRE  
CAMPANHAS FEMINISTAS NA INTERNET: SOBRE PROTAGONISMO, MEMES E O PODER  
DAS REDES SOCIAIS

conteúdos, que, além de se espalhar, ganha versões e tem o seu significado alterado, reapropriado. Diferentemente do viral, que compreende uma unidade cultural propagada na web, o meme é sempre carregado de sentidos e referências.

Assim, com o advento da internet esses conteúdos se transformam e ganham visibilidade de forma muito mais intensa. Além disso, apontamos que o meme não precisa ser engraçado ou divertido, ao contrário ele pode ser visto como ação coletiva e emergente, espontânea ou não.

Nesse sentido, nada mais apropriado, portanto, para conceituar a *tag*, do que entendê-la como meme, afinal, além de muito repercutida, ela foi apropriada e ressignificada inúmeras vezes pelos usuários.

Referenciando novamente Shifman (2014), a autora define esse tipo de ação como “meme de ação popular”. Para ela, campanhas como #elenãotebatemas... #meuamigosecreto e #meuprimeiroassédio são dotadas de uma capacidade persuasiva que se caracteriza por uma construção coletiva de sentido, mobilizando o cidadão comum. Sendo assim, se constituem como influenciadores de comportamentos, fazendo com que os outros usuários também queiram se engajar e replicar tais condutas.

Mais do que apenas campanhas virais, compreendemos tais iniciativas como memes, sobretudo, pelo seu poder de construção que parte de um ato individual, mas ganha uma dimensão coletiva, capaz de mobilizar, impactar outras pessoas e até gerar um debate público sobre o tema.

Como era de se esperar, a reação à campanha também despertou comentários negativos (de homens e mulheres), que afirmaram que o emprego da *hashtag* não passava de “modinha” ou “falta do que fazer”. Alguns argumentaram ainda que não traria nenhum resultado concreto. O que fica claro nesse tipo de pensamento é que as pessoas não sabem (ou preferem ignorar) o fato de que política - e, nesse caso, me refiro à política em sentido

mais amplo - é construção simbólica. Decisões políticas, sejam elas na forma de legislação ou políticas públicas, não são tomadas da noite para o dia, e necessitam, muitas vezes, de mobilização, pressão popular e debate público para sair do papel.

### **Internet, Circulação da Informação e Protagonismo Feminino**

Conforme, Aldé e Borges (2004), os jornalistas, atores influentes na produção do noticiário, e conseqüentemente na produção simbólica das culturas políticas, recorrem crescentemente à internet como fonte de informação, o que torna a rede um novo campo de disputa política.

Assim, com o surgimento e consolidação da web, os próprios meios de comunicação também precisam se reinventar, incorporando conteúdos e práticas dos novos meios para sobreviverem. E, se por muito tempo, os *mass media* estabeleceram (ou foram um dos principais agentes a estabelecer) a pauta das discussões que permeiam o cotidiano do cidadão, a popularização da web despontou como alternativa a essa centralidade<sup>2</sup>.

Como se viu, as campanhas #elenãotebatemas... e #meuamigosecreto ocorreram de forma espontânea, difundida principalmente através de internautas mulheres, e amplamente divulgada, tanto nos sites de redes sociais quanto em diversos outros sites e portais de notícias. A viralização da campanha facilitou a reapropriação por outros usuários da internet, o que por

---

<sup>2</sup> A corrente de estudos que tomou fôlego com a teoria do agendamento (ou agenda-setting), formulada por McCombs e Shaw na década de 1970, atribui aos meios de comunicação o poder de destacar determinados temas em detrimento de outros. Como lembra Traquina (1995), o modelo da agenda-setting revalorizou o poder do jornalismo e a convicção sobre a capacidade da imprensa em criar imagens do mundo exterior, em nossas cabeças. Lippmann (2008 [1922]) ao tratar sobre a Opinião Pública argumenta que esta opera através de imagens da realidade e é, portanto, responsável por complexificar a compreensão das pessoas, acrescentando novas nuances ao caldo cultural das representações. Opinião Pública, aqui entendida como correntes de opinião, atitudes e crenças sobre um tema particular, compartilhadas por uma significativa parte da população. Dessa forma, nas democracias a relação entre os meios de comunicação de massa e a opinião pública se faz crucial para entendermos como se definem as agendas temáticas e as questões tidas como de interesse público. Afastando, no entanto, a visão simplista e ingênua dos cyberotimistas em relação à internet, é inegável que as mídias sociais, além de acelerarem o processo de circulação de notícias, permitem que os temas sejam levantados pelos próprios internautas, numa dinâmica descrita por alguns pesquisadores como horizontal, ou seja, mais aberta e participativa, descentralizando, ou pelo menos, reduzindo a centralidade midiática.

DOSSIÊ  
 FERNANDA FREIRE  
 CAMPANHAS FEMINISTAS NA INTERNET: SOBRE PROTAGONISMO, MEMES E O PODER  
 DAS REDES SOCIAIS

vezes desvirtuou-se da ideia original. Apesar disso, a iniciativa recebeu grande adesão e foi destaque em matérias não só na internet, como também no noticiário da TV e do rádio<sup>3</sup>. Até mesmo algumas marcas embarcaram na campanha: a página da Universal Pictures Brasil no Facebook, por exemplo, surfou nessa onda, e utilizou a campanha como pano de fundo para divulgar o filme “As Sufragistas<sup>4</sup>”. A revista Elle Brasil, direcionada ao público feminino, também mergulhou de cabeça na ação e desenvolveu quatro capas com as chamadas principais: “Meu corpo minhas regras”, “Vestida ou pelada quero ser respeitada”, “Mexeu com uma, mexeu com todas” e “Minha roupa não é um convite”.



Ademais, é preciso registrar que o tema feminismo está em alta. Além das campanhas, muitas mulheres, principalmente as jovens, participam ativamente de grupos e coletivos fora e dentro das redes sociais, e até foram efetivamente às ruas, em outubro do ano passado, se manifestar contra o Projeto de Lei nº 5069 (que dificulta o acesso à pílula do dia seguinte), proposto pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB-RJ).

<sup>3</sup> A lista é extensa, mas vale conferir, a título de exemplo, reportagens da [GloboNews](#), [G1](#), [Folha](#), etc.

<sup>4</sup> Disponível em <http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/11/1711906-hashtag-meuamigosecreto-e-utilizada-em-divulgacao-de-as-sufragistas.shtml>

Diante de toda essa mobilização, é possível falar então em resultados? De acordo com reportagem da Revista Fórum<sup>5</sup>, por exemplo, o índice de denúncias de agressões domésticas feitas por mulheres subiu 40% de janeiro a outubro de 2015, se comparado com o mesmo período em 2014. O que é preciso pontuar aqui, portanto, é que todo esse debate e a visibilidade à pauta advinda dele têm contribuído para que mais e mais mulheres tenham coragem e tomem alguma atitude frente a seus agressores. Como já citado anteriormente, o quão efetivas são campanhas on-line como estas ainda é difícil de mensurar isoladamente, mas o que sabemos é que, nesse caso, as iniciativas se constituem como narrativas em disputas, ajudando a dar voz às mulheres e suscitando debates importantes sobre o tema.

Ao se assumirem como feministas e manifestarem suas opiniões, as mulheres estão desenvolvendo o movimento e levando seu pensamento a mais pessoas, sobretudo porque além da informação *per se*, elas encontram também a identificação em outras mulheres.

De certo, sabemos que há algumas críticas e riscos inerentes a essa massiva exposição. No entanto, sugerimos que apesar polarização acerca do movimento nas redes não diminui o engajamento visto nesses debates. Engajamento entendido aqui como o conceito descrito por Bimber, Flanagin e Stohl (2012), como uma tentativa de tomar parte do processo de constituição da agenda pública.

Assim, entender a campanha como meme e admitir sua importância enquanto elemento de uma nova forma de consumir e gerar mídia é reconhecer que, na era digital, “fazer política” está cada vez mais atrelado a estar atento a essas trocas interpessoais tecidas nas redes sociais.

Negar essas condutas, muitas vezes consideradas pelo senso comum como inúteis ou banais, é reduzir parte da cultura política dos dias atuais e o

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/2015/11/30/campanhas-feministas-na-internet-amentam-numero-de-denuncias-no-180/>

necessário protagonismo feminino que tem emergido não só dentro do espaço digital, como no próprio movimento feminista. Afinal, devemos ter em mente que política não é só mandato, eleições ou o que se vê o noticiário dos grandes jornais. Política também está relacionada, às demandas de diferentes grupos de interesse por representatividade, isto é, ao acumulado de relações simbólicas, advindas dos procedimentos relativos a articulações de entidades privadas na esfera pública e seus efeitos.

## Referências

- ALDÉ, Alessandra e BORGES, Juliano. Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real. Logos – *Revista da Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da UERJ*, Rio de Janeiro, n.21, 2004.
- BIMBER, Bruce; FLANAGIN, Andrew J; STOHL, Cynthia. *Collective action in organizations: interaction and engagement in an Era of Technological Change*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- LIPPMANN, W. *Opinião pública*. Petrópolis (Rio de Janeiro): Vozes, 2008 [1922].
- SHIFMAN, Limor. *Memes in a Digital Culture*. The MIT Press Essential Knowledge series.
- TRAQUINA, N. O paradigma do agenda-setting: redescoberta do poder jornalístico. *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.21/22.

# "SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS <sup>1</sup>

Cyrana Borges Veloso  
 Universidade Federal de Minas Gerais  
 ✉ cyrana.veloso@gmail.com

**Resumo:** O movimento *Slutwalk*, traduzido posteriormente no Brasil como *Marcha das Vadias*, surgiu no Canadá em 2011, quando jovens mulheres universitárias se uniram para protestar contra declaração de um policial canadense, em relação aos casos recorrentes de estupro no campus da Universidade de Toronto. O artigo apresenta a *Marcha das Vadias*, suas principais características, motivações, sua organização e críticas, com o objetivo de perceber o que a *Marcha das Vadias* pode nos elucidar e indicar sobre contrastes e continuidades das 'ondas' ou 'gerações' do movimento feminista. Assim sendo, a tentativa desse trabalho é compreender as possibilidades, construções e a conjuntura do movimento feminista pós-segunda onda, indicando os contornos de um pretenso "feminismo contemporâneo" – termo usado aqui como categoria conceitual.

**Palavras-chave:** movimento feminista; marcha das vadias; feminismo contemporâneo

**Abstract:** The *Slutwalk* movement, later translated in Brazil as '*Marcha das Vadias*' was first held in Canada 2011, where young university women got together to strike against a statement from a Canadian police officer regarding recurrent events of rapes at the campus of the University of Toronto. This article presents the *Slutwalk*, main characteristics, motivations, organization, and critics with the object of realizing what *Slutwalk* can clarify and indicate contrasts and continuities of feminist 'waves' or 'generations'. Therefore, the attempt of this work is to understand the possibilities, development and environment of the post-second feminist movement, indicating the contours of a so-called "contemporary feminism", used here as a conceptual category.

**Keywords:** feminist movement; *Slutwalk* movement; contemporary feminism

O feminismo brasileiro pode ser compreendido e interpretado pela marcação - do que encontramos na literatura - como duas ondas que marcam rupturas, dinâmicas de mudanças e continuidades do movimento. A primeira

---

<sup>1</sup> Esse artigo é fruto de resultados obtidos da dissertação da autora, intitulada, "Vadias das alterosas: um estudo do movimento da *Marcha das Vadias* de Belo Horizonte" apresentada para o Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais em Junho de 2016.

DOSSIÊ  
CYRANA BORGES VELOSO  
"SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS  
MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS

onda do feminismo brasileiro inicia-se no século XIX e caminha até as primeiras décadas do século XX. Coincidindo com a consolidação da República e o estado liberal brasileiro, as feministas da primeira onda, no Brasil, se articulavam em lutas e reivindicações na busca por igualdade entre homens e mulheres, ampliação dos direitos, fim dos casamentos arranjados e posteriormente o sufrágio feminino. Constituído por figuras como Bertha Lutz, Anna Amélia Carneiro de Mendonça, Maria Eugênia Celso, neste momento primário, o movimento estava marcadamente fundamentado na obtenção de direitos fundamentais, tanto sociais quanto políticos, e na paridade jurídica, política e social entre os sexos.

A segunda onda do feminismo, por sua vez, pode ser localizada no período histórico conformado entre a década de 1960 e a de 1980. No Brasil, como em grande parte da América Latina, este período compreendeu a existência de ditaduras políticas que deram novos contornos às reivindicações feministas. Este segundo momento do movimento é marcado por um discurso intelectual, filosófico e político, em boa medida propiciado pelas várias leituras e contatos feitos em exílios fora do Brasil. Marcada pela aproximação da militância política e da contracultura, a segunda onda feminista presta-se a confrontar e subverter as regras, tácitas ou explícitas, de ordem social, política e cultural, amarrada às estruturas sexistas de poder.

A definição e a conformação dessas duas ondas do feminismo são endossadas, fundamentalmente, pelo período histórico inserido, bem como pelas rupturas e mudanças em suas pautas, atrizes, conquistas e interesses. A conclusão, suplantação ou superação das fases é fruto de debate teórico-discursivo que elabora um campo capaz de viabilizar conceitos e interpretações. Em suma, não há uma definição positiva ou assertiva na delimitação entre as duas ondas. A narrativa histórica do movimento é primordialmente embasada em perenidades e discontinuidades.

DOSSIÊ  
CYRANA BORGES VELOSO  
"SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS  
MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS

Marcado pelo pressuposto de mudanças - a inserção de novas pautas, agentes e atrizes - e continuidades - correspondência com as lutas anteriores - o conceito de “onda” ainda causa dissensos acerca de sua convencionalidade teórica e interpretativa. Apesar de não se tratar de um conceito hegemônico, grande parte das análises trabalha com a proposição de ondas como unidades de análise para a compreensão histórica do feminismo (CORREA, 2001; COSTA, 2005; PINTO, 2003; SOARES, 1998). As ondas são marcadas por um recorte temporal minimamente delimitado e pela conformação de concepções e de práticas que têm certa preponderância capaz de firmar um grupo mais ou menos coeso.

Esta construção narrativa (“ondas”) tem sido fonte de discordâncias, pois a partir desta visão dual, quase antagônica, das rupturas e continuidades do movimento, há a possibilidade da produção de uma espécie de periodização (GOMES, 2014; SORJ, 2014). Contudo, a crítica à concepção da metáfora das ondas sugere um contínuo movimento em direção à superação e uniformização, a fim de dar conformação às estruturas teóricas.

Outra conceituação possível é a ideia de “gerações do feminismo”, que surge a fim de não suprimir diversos grupos, atores e atrizes, problemáticas que coexistem e disputam sentidos, significados e discursos dentro do movimento. A interpretação feita a partir da lógica das “gerações” visa descentralizar e decompor a visão uniformizadora que por vezes suprime a compreensão dos diversos grupos, interesses e pautas constitutivas do movimento segundo Motta e Weller (2010).

A discussão entre os conceitos que melhor encaram as etapas ou épocas do feminismo é um campo fértil. Cada pesquisador e pesquisadora, à luz de suas experiências pessoais, seu tempo, e seu presente específico, lança mão e gere visões particulares sobre o processo histórico (SCHNEIDER, 2009). Entretanto, a proposição primária deste artigo se envereda por outros marcos,

não cabendo aqui uma discussão mais aprofundada sobre o argumento epistemológico e constitutivo dos termos “ondas” e “gerações” e nem se aprofundar nos acontecimentos marcantes da primeira e segunda “ondas” do feminismo brasileiro.

### **Feminismo pós-segunda onda: delineando o feminismo contemporâneo**

O feminismo pós-segunda onda é um momento de permanências, persistência e sequência não o entendemos como uma “terceira onda” ou “terceira geração” do feminismo brasileiro, mas sim a perspectiva de um feminismo contemporâneo. Ainda que haja críticas sobre a adequação do termo “contemporâneo”, com a sua utilização parecendo um tanto forçosa, defendendo-o por se tratar de um novo marco teórico-conceitual ancorado às demandas intelectuais por revisões, atualizações e mudanças de perspectiva analítica.

Esse momento atual do movimento feminista brasileiro vem se desenvolvendo desde a década de 1990, assumindo continuidades, rupturas, superações e ampliações, em acordo com seu momento histórico, suas possibilidades, seu contexto político e social. O feminismo contemporâneo esbarra em questões ainda bastante primitivas e, ao mesmo tempo, amplia seus contornos para dar conta das novas pautas, novos atores/atrizes, novas demandas que se colocam de forma mais atual. Testemunhas de duas importantes gerações do feminismo, de importantes transformações culturais e sociais, as feministas contemporâneas não representam a sucessão e suplantação de suas antecessoras; antes, falam de agregação, sororidade, teias e feminismos plurais.

Sendo assim, a escolha do termo contemporâneo torna-se um conceito. O feminismo contemporâneo ajusta-se à própria concepção do tempo em que se insere. Ser contemporâneo está atrelado, em sua concepção, não somente a

transitar e existir, mas produzir sentidos, desenvolver discursos e interpretações no presente.

O feminismo contemporâneo está em desenvolvimento. Com raízes perenes do passado, marcado por intersecções de lutas e conquistas, apropriase e se cria um feminismo do tempo presente. Assim, o tempo presente, o contemporâneo, nos fala sobre pautas, atores/atrizes, ações e práticas que fazem sentido no contexto político, social e histórico em que se inserem.

### **A Marcha das Vadias: reflexos de um movimento feminista contemporâneo**

A primeira Marcha das Vadias aconteceu no Brasil em 2011, poucos meses depois de ter acontecido no Canadá pela primeira vez. Foi por meio da internet que várias pessoas tomaram conhecimento da marcha canadense. Em solidariedade e por identificarem-se com as causas defendidas pela marcha - das quais falaremos a seguir -, jovens mulheres paulistanas organizaram-se para a realização do movimento na cidade de São Paulo, onde aconteceu a primeira Marcha das Vadias no Brasil. Rapidamente, por meio da rede social Facebook, outras cidades como Belo Horizonte, Brasília e Recife, ainda em 2011, tiveram conhecimento do movimento e resolveram organizar suas próprias marchas. Então, desde o referido ano, a marcha vem acontecendo em inúmeras cidades brasileiras anualmente.

Sua origem se encontra num episódio ocorrido no Canadá, em 2011: a declaração de um policial diante de recorrentes casos de estupro no campus da Universidade de Toronto, responsabilizando as próprias mulheres pela violência sofrida, sendo o estopim para a organização da primeira marcha. Destinada a questionar a naturalização da violência contra as mulheres, a marcha assumiu como “lema” a expressão preconceituosa do próprio policial,

DOSSIÊ  
CYRANA BORGES VELOSO  
"SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS  
MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS

que alertou as estudantes para que evitassem se vestir como “vadias” para não se tornarem vítimas em potencial.

Segundo Helene (2013), a Marcha das Vadias teve uma repercussão midiática global nos últimos três anos, elevando as questões de gênero a níveis inéditos de debate público. Há alguns elementos da Marcha das Vadias, que não são exclusivos e que já foram e são usados como recursos/formas de protesto em movimentos feministas anteriores, como o uso político do corpo e muitas vezes da nudez durante os protestos da Marcha. Há também a tentativa de ressignificação da palavra Vadia, porém, o termo é recebido de forma conflitante entre as feministas:

O uso político da nudez e do termo “vadia” é considerado por essas outras matrizes feministas contraprodutivo enquanto estratégia política, pois além de corroborar a opção “individualista” pelo corpo, será sempre lido de maneira sexista pelos observadores e acaba aprofundando a dominação que pretende combater. (GOMES, SORJ, 2014, p. 443-445)

As pautas da Marcha das Vadias que inicialmente eram a violência contra mulher e o direito ao corpo se tornaram mais amplas com o passar dos anos, indo de encontro com pontos que tangenciam os vários movimentos feministas atuais, como identidade gênero, corporeidade e sexualidade, e, “por exemplo, o transfeminismo, o transgênero, o pós-gênero, o *queer*, e outros debates trazidos pelas trabalhadoras do sexo, mulheres trans, lésbicas, e bissexuais” (ALVAREZ, 2014, p. 44). Outros grupos também ganham espaço e podem ser alguns dos marcantes de descontinuidade com feminismos anteriores, contribuindo para impulsionarem o debate no movimento feminista, como nos elucida a autora:

Outros setores, como as Marchas das Vadias, contribuem para as discussões ao impelirem o campo feminista para além dos binarismos de gênero, muito além dos essencialismos corporais – mesmo diante contínuas resistência. Esses discursos fundamentalmente implodem não só a categoria “mulher”, mas a

DOSSIÊ  
CYRANA BORGES VELOSO  
"SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS  
MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS

própria noção do feminismo, de quem seriam os seus sujeitos privilegiados e sua visão de mundo compartilhada. (ALVAREZ, 2014, p. 44)

Ainda sobre pautas e lutas que tangenciam os movimentos feministas atuais Garcia (2015) ainda nos diz mais:

E aparecem outras temáticas: a construção da identidade de gênero; a pornografia e a sexualidade; os direitos das trabalhadoras do sexo; as reflexões sobre as identidades queer; a crítica à institucionalização do movimento gay e lésbico; as lutas contra a AIDS; questões sobre o corpo e a saúde ambiental; a questão da autonomia; as novas formas de expressão política; as lutas e resistências cotidianas das mulheres imigrantes e ilegais organizadas por meio de redes diversas; a crítica à precarização da existência na globalização e muitos outros. (GARGIA, 2015, s/p)

No que se refere às formas de ação não somente da Marcha das Vadias mas desse pretense movimento feminista contemporâneo apresentado no artigo, o uso ativista da internet e das redes sociais não pode deixar de ser mencionado. Para Alvarez (2014), a internet permitiu a constituição de redes que aprofundaram contatos de diferentes organizações e grupos feministas, que, apesar de já existirem, tiveram sua comunicação e ação facilitadas, criando outras redes de comunicação. A Marcha das Vadias, teve a sua expansão global muito por causa destes espaços virtuais:

[...] por meio da rápida troca de informações proporcionada pela internet, a marcha foi organizada em diversas cidades pelo mundo. Em países de língua espanhola, o protesto ganhou o nome de Marcha de las putas ou Marcha de las vagabundas. No Brasil, São Paulo foi a primeira cidade a organizar uma marcha, em 2011, adotando o termo “vadias”. A rapidez com que a marcha se disseminou pelo país e mobilizou a juventude é indissociável das possibilidades que as novas tecnologias de comunicação oferecem ao ativismo político. Já em 2012, no segundo ano do advento da Marcha das vadias, 23 cidades, de todas as regiões do Brasil organizaram protestos usando ferramentas como Facebook, Twitter, Youtube, blogues e email. (GOMES, SORJ, 2014, p. 437)

E por fim, há uma última característica da Marcha das Vadias, atrelada ao uso da internet como meio de se organizar que é a “própria predominância

da modalidade 'Marcha'" como nos diz Alvarez (2014). A autora menciona Marcha Mundial das Mulheres, Marcha das Margaridas, Marcha das Mulheres Negras ou até mesmo Marcha do Orgulho LGBT - manifestações que assim como a Marcha das Vadias sugeriram nas últimas duas décadas - sendo essas reflexo de "meios massivos de comunicação e interação" como a internet. A autora ainda cita a "lógica da agregação" de Juris (2012) "que envolve a aglomeração de massas de indivíduos de diversas origens em espaços físicos e manifestações eventuais." (ALVAREZ, 2014, p. 45)

### **Considerações finais**

A presença dos movimentos feministas no Brasil é marcada, por uma variação considerável de identidades políticas, diferentes graus de institucionalização e diversos modos de expressão. Para além da existência das duas ondas do movimento feminista, trouxemos a Marcha das Vadias, objeto central deste artigo, como sendo uma das expressões do feminismo contemporâneo, para nos ajudar a entender os contrastes e as continuidades em relação às diferentes ondas do feminismo. A Marcha, a partir de todas as suas especificidades mencionadas até aqui, nos serve como um caleidoscópio para entender pontos cruciais do *modus operandi* dos movimentos feministas atuais.

Nossa discussão foi ancorada nos trânsitos da conjuntura política, social e cultural do séc. XXI. Ainda que não haja, no campo intelectual, uma perspectiva uníssona a respeito da existência da pós-modernidade, vivemos uma experiência pós-moderna: as rupturas e descontinuidades com as práticas, saberes, discursos e impossibilidades marcam significativamente os movimentos sociais e feministas deste século. Neste contexto de transformações históricas, amplia-se a inteligibilidade de grupos, indivíduos, posicionamentos dos mais diversos, requerendo seu local de fala, legitimidade,

DOSSIÊ  
CYRANA BORGES VELOSO  
"SE SER LIVRE É SER VADIA, SOMOS TODAS VADIAS?" A MARCHA DAS VADIAS E OS  
MOVIMENTOS FEMINISTAS BRASILEIROS

e tomada de espaço em um mundo que não se explica pela adequação, nem pela conformação. Disputas discursivas, simbólicas e nos repertórios de ação coexistem num movimento feminista em construção.

## Referências

- ALVAREZ, Sônia E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. *Cad. Pagu*, Campinas, n.43, p.13-56, janeiro-junho, 2014.
- CORRÊA, Mariza. Do feminismo aos estudos de gênero no Brasil: um exemplo pessoal. *Cad. Pagu*, Campinas. n.16, p.13-30, 2001.
- COSTA, Ana Alice Alcântara. "O Movimento Feminista no Brasil: Dinâmicas de Uma Intervenção Política". *Gênero*, Niterói, v.5, n.2, p.9-36, 2005.
- GARCIA, Carla Cristina. *Os novos feminismos e os desafios para o século 21*. *Cult*, São Paulo, v. 199, n. 18, s/p 03/2015. Disponível em: <http://revistacult.uol.com.br/home/2015/03/os-novos-feminismos-e-os-desafios-para-o-seculo-21/>. Acesso em: 03/11/2015
- GOMES, Carla; SORJ, Bila. Corpo, geração e identidade: a Marcha das vadias no Brasil. *Sociedade e estado*, Brasília, v.29, n.2, p.433-447, ago. 2014.
- HELENE, Diana. A Marcha das Vadias: o corpo da mulher e a cidade. *Redobra*, Salvador, n.11, ano 4, p.68 -79, 2013.
- MORAIS, Janaina de Araujo. "*Liberdade ainda que Vadia*": uma etnografia sobre a Marcha das Vadias do Rio de Janeiro 2013, 2015. Juiz de Fora. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. 2015.
- MOTTA, Alda Britto da; WELLER, Wivian. Apresentação: A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica. *Soc. estado*, Brasília, v.25, n.2, p.175-184, Agos. 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922010000200002> Acessado em nov 2015
- PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- SCHNEIDER, Liane. 'Contando estórias feministas' e a reconstrução do feminismo recente". *Revista Estudos Feministas*, v.17, n.1, p.251-263, 2009.
- SOARES, Vera. Muitas faces do feminismo no Brasil. IN: Ângela BORBA, Nalu FARIA e Tatau GODINHO (orgs) *Mulher e Política. Gênero e feminismo no Partido dos Trabalhadores*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, p.33-54, 1998.

# GÊNERO E POLÍTICA: UMA ANÁLISE DA ATUAL CONJUNTURA BRASILEIRA

Beatriz Rodrigues Sanchez

Universidade de São Paulo

✉ beatriz.rodrigues.sanchez@gmail.com

**Resumo:** *A atual conjuntura política brasileira trouxe à tona o debate acerca da participação política das mulheres. Diante disso, o objetivo deste artigo é apresentar alguns fatos recentes que demonstram o quanto a política institucional ainda hoje é um espaço de difícil acesso para as mulheres. Este cenário é contrastante com o recente fortalecimento de manifestações feministas de diversas formas que têm ocorrido tanto nas ruas quanto na internet. Além disso, serão analisadas as barreiras institucionais, materiais e culturais existentes que impedem uma representação política justa entre os gêneros.*

**Palavras-chave:** *Gênero; política; representação.*

**Abstract:** *The current Brazilian political conjuncture brought to light the debate about political participation of women. Thus, the purpose of this article is to present some recent facts that show that the institutional politics is still an area of difficult access for women. This scenario contrasts with the recent strengthening of feminist manifestations in various forms that have taken place both on the streets and in the internet. In addition, institutional, material and cultural barriers that impede fair political representation between genders will be analyzed.*

**Keywords:** *Gender, politics, representation.*

“Quem sabe das necessidades e dos interesses das mulheres somos nós mulheres. Não aceitamos que nenhum homem nos substitua para dizer quais são os nossos direitos.” (Luiza Erundida, deputada federal)

A atual conjuntura política brasileira trouxe à tona o debate acerca da participação política das mulheres. Um dos estopins desta discussão foi o fato de o governo interino de Michel Temer não ter indicado nenhuma mulher para ocupar os cargos de chefia dos ministérios. Todos os atuais ministros são homens, brancos, de idade avançada e de classes privilegiadas. Justin Trudeau,

primeiro-ministro canadense, virou notícia no ano passado por ter dividido igualmente os cargos ministeriais entre homens e mulheres. Quando perguntaram para ele a razão dessa decisão, ele respondeu: porque é 2015. No Brasil aparentemente ainda nem chegamos no século XXI.

Outro retrocesso nos direitos das mulheres foi a alteração do status da Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres que deixou de ser um ministério e encontra-se agora subordinada ao Ministério da Justiça chefiado por Alexandre de Moraes (PSDB). Fátima Pelaes (PMDB), ex-deputada da bancada evangélica, foi nomeada secretária desta pasta. Em seu histórico, além de ser investigada por corrupção, ela conta com um discurso contra a legalização do aborto mesmo em casos de estupro, direito já previsto pela lei brasileira.

Como se não bastasse, como solução para a cultura do estupro, tema em voga graças ao absurdo caso de estupro coletivo ocorrido no Rio de Janeiro, em que uma jovem de 16 anos foi estuprada por cerca de 30 homens, Temer propôs o aumento da repressão policial. Ao invés de reconhecer que casos como esse são consequência da estrutura patriarcal de nossa sociedade e que todos os dias mulheres são estupradas, o presidente interino disse que estamos passando por uma “onda de violência contra as mulheres” que pode ser solucionada com o aumento das penas criminais.

Antes mesmo do processo de impeachment da presidenta Dilma, diversos estereótipos de gênero já haviam sido mobilizados para justificar a sua saída. A palavra de ordem “Tchau, querida” utilizada pela oposição ao governo e as capas de revistas que apresentaram Dilma como uma pessoa descontrolada e incapaz de governar são reflexos de como as hierarquias produzidas por concepções de feminilidade e masculinidade ainda estão presentes em nosso imaginário. No entanto, como Simone de Beauvoir já havia nos alertado em sua célebre frase “não se nasce mulher, torna-se mulher”, não há nada de natural

no “ser mulher” que justifique desigualdades de oportunidades entre os gêneros.

Diante de tudo isso, a discussão sobre gênero e política se torna ainda mais relevante. As mulheres brasileiras, apesar de comporem 51% da população e 52% do eleitorado, ocupam apenas 10% das cadeiras na Câmara dos Deputados e 13% no Senado. A sub-representação das mulheres na política legislativa está diretamente relacionada às diversas formas de dominação masculina. Uma vez que elas não são formuladoras das políticas públicas e das leis que terão impacto direto em suas realidades concretas, acabam se tornando apenas objetos. Isso quer dizer que por estarem ausentes dos espaços tradicionais de deliberação política elas não podem falar por si próprias. Quando apenas homens se reúnem para conversar sobre soluções para a cultura do estupro, por exemplo, percebemos o abismo existente entre as mulheres e a política institucional.

A representação política igualitária entre homens e mulheres, além de ser necessária para o cumprimento das promessas da democracia liberal, tem efeitos positivos para o cotidiano das pessoas. Temas relevantes para os grupos marginalizados da população podem entrar na agenda de discussão parlamentar como ocorreu no caso da tramitação de projeto de lei que culminou na aprovação da chamada Lei Maria da Penha. Se não fosse o engajamento da bancada feminina durante o processo, provavelmente o resultado legislativo teria sido outro. Além disso, com uma maior representação feminina, a política passa a fazer parte do horizonte de possibilidades de outras mulheres, já que elas percebem que a política também pode ser seu lugar.

É importante ressaltar que as diferentes formas de opressão operam conjuntamente na produção dessas exclusões. Os diversos marcadores sociais da diferença como gênero, raça, classe e orientação sexual devem ser compreendidos de maneira interseccional. Os interesses de mulheres negras da

periferia frequentemente são diferentes dos interesses de mulheres brancas de classe média e isso deve ser levado em consideração quando discutimos gênero e política.

A sub-representação das mulheres na política institucional pode ser explicada por uma série de motivos. O financiamento desigual de campanhas femininas e masculinas é um deles. O sistema político de lista aberta que tem como consequência o foco nos candidatos e não nos partidos é outro. Na maioria das vezes, as candidatas possuem menor capital político do que os candidatos e isso prejudica as suas chances de sucesso eleitoral. O recrutamento sexista feito pelos partidos políticos que tem como consequência a existência das chamadas “candidaturas laranjas” também dificulta a inserção das mulheres. Nesse sentido, seria necessária uma reforma do atual sistema político brasileiro, o que, infelizmente, parece estar longe de acontecer tendo em vista a atual composição conservadora do Congresso Nacional.

Para além destes fatores institucionais, existem barreiras materiais e culturais para a participação política das mulheres como, por exemplo, a divisão sexual do trabalho. Historicamente, as mulheres tiveram suas vidas restritas ao mundo doméstico, enquanto os homens sempre ocuparam a esfera pública. Desde cedo as meninas aprendem brincando de boneca que elas serão as responsáveis pelo cuidado com os filhos. Essa divisão sexual do trabalho é refletida na própria atuação política das mulheres que, superando as diversas barreiras, adentram o mundo da política. As parlamentares atuam com maior frequência em comissões parlamentares responsáveis por temas considerados femininos como educação e política social. Os parlamentares homens, por sua vez, estão mais presentes em comissões que discutem temas considerados tradicionalmente masculinos como tributação e economia.

Esse cenário de exclusão da política institucional contrasta com o fortalecimento dos movimentos feministas, tanto nas ruas quanto na internet.

Milhares de mulheres têm se mobilizado em torno de pautas como a legalização do aborto e o fim da cultura do estupro, comprovando que a ausência de mulheres no Legislativo não é fruto da falta de interesses das mulheres por política, mas sim das barreiras estruturais existentes. Diversas *hashtags* utilizadas nas redes sociais recentemente como *#meuprimeiroassédio* e *#meuamigosecreto* cumpriram o seu objetivo de tornar públicas as diversas formas de assédio enfrentadas pelas mulheres. Esses movimentos são herdeiros de uma longa trajetória percorrida pelas feministas brasileiras que teve início ainda no século XIX com as sufragistas. Na atual conjuntura política brasileira, as chances de caminharmos no sentido de alcançarmos uma maior igualdade de gênero encontram-se de forma mais evidente fora da política tradicional do que dentro dela.

## PRINCESA ISABEL DO BRASIL: GÊNERO E PODER NO SÉCULO XIX

Felipe Riccio

*Universidade Federal de Minas Gerais*

✉ felipericcio22@gmail.com

Roderick J. Barman é um autor conhecido do público brasileiro. Ainda sem tradução para o português, o seu “Brazil: the forging of nation, 1798-1852” recebeu calorosos elogios do historiador Evaldo Cabral de Mello por sua arguta análise da situação política da Independência brasileira. Traduzidos, temos somente duas biografias: “D. Pedro II: Imperador cidadão” e a biografia da princesa Isabel, que nos deteremos nos parágrafos abaixo.

A leitura do livro de Roderick J. Barman, “Princesa Isabel do Brasil: gênero e poder no século XIX”, coloca em primeiro plano a centralidade do movimento feminista para a escritura da história. Sem incorporar a gramática feminista, Oliveira Lima, no início do século passado, em seu clássico “D. João VI no Brasil”, pode nos dar um excelente contraponto à análise empreendida por Barman. No capítulo VII, o autor se debruça sobre a participação de D. Carlota Joaquina durante o período joanino no Brasil. Logo nos primeiros parágrafos, aponta que o interesse da Infanta pela política – local dominado pelos homens – não passava de uma “sobeja virilidade por ser ela o Rei”. Para ele, Carlota Joaquina trazia consigo todos os “predicados masculinos”: “a energia, a atividade, a vontade”. Seus traços físicos destoantes da feminilidade coeva eram vistos pelo autor como uma variável central para os insucessos que tivera em influenciar o marido. Tudo isso fazia com que ele chegasse à seguinte conclusão: “Dona Carlota havia apenas de feminino o

invólucro”. Na contramão disso, as análises de Roderick Barman apontam para as relações de gênero como constructos sociais e culturais extremamente arraigados, e que servem de chave para a compreensão de muitos impasses vividos pelas mulheres, mesmo para aquelas que, como a princesa Isabel, estiveram à frente da chefia do Executivo, dando-nos uma bela amostra das tensões entre gênero e poder no universo ocidental oitocentista.

Ainda que escrito por um homem – e o próprio autor reconhece os limites que o gênero traz à sua análise –, o livro nos oferece um excelente panorama da vida das mulheres ocidentais das classes mais abastadas no século XIX, esmiuçando as estruturas culturais, sociais e políticas excludentes que pairavam por todo o Ocidente e que tinham plena vigência nos Trópicos. Como explicitado na obra, a independência política não trouxera alteração nas relações de gênero. A Constituição de 1824, apesar de não vedar explicitamente a cidadania às mulheres – de tão claro que a exclusão soava aos ouvidos da época –, tinha vários artigos nos quais o princípio masculino se tornava claro, como, por exemplo, o artigo 145, que previa que “todos cidadãos são obrigados a pegar em armas, para sustentar a independência e integridade do Império”. Pimenta Bueno, conhecido analista da Constituição imperial, deixava claro, na década de 1850, que as mulheres eram incapazes de participar da esfera política; caso essa premissa fosse contrariada, estaríamos convertendo, segundo ele, o “voto em perigo social”. Ainda assim, mantendo a tradição portuguesa, o artigo 117 previa que as mulheres podiam ser herdeiras do trono.

Isabel foi uma das nove mulheres que, ao longo do século XIX, desempenhou o papel de chefe política. Para estas, de saída, as atividades de governança não as ausentavam das múltiplas atividades que eram tidas como obrigatórias para as mulheres de classe média e alta do século XIX: servir bem ao esposo; tratar dos afazeres domésticos; ter um papel mediador entre os familiares; empenhar-se na construção das amizades; e, claro, parir e cuidar da

prole. Como mostrado na obra, o movimento feminista, que ganhava corpo na Europa e também no Brasil, não foi uma agenda incorporada pela princesa. Não era assunto nos círculos aristocráticos pelos quais transitou Isabel.

A sua educação foi delineada como impunha o figurino das cortes: os pais mantinham pouca relação com as crianças, primeiro passo para que elas se dessem conta dos preceitos hierárquicos que teriam que levar por toda a vida. Na sociedade fechada que era a corte e a Casa Real, a herdeira de D. Pedro II convivía com os funcionários de corte em relações que, malgrado a proximidade, não deixavam espaço para a intimidade. Em casa, assim como no governo, D. Pedro era a autoridade suprema. Selecionou métodos de estudos que consistiam em carga horária pesada, que eram mais adequados para homens cultos na casa dos trinta anos, não para crianças e adolescentes. O próprio Imperador, quando podia, participava das aulas. Fora de sala de aula, a educação primava por afazeres apropriados para as mulheres oitocentistas da classe social de Isabel, como aulas de costura e de piano. Como resultado da atuação tutorial de D. Pedro, a filha sempre atrelou o conhecimento aos preceitos da masculinidade, vendo a si própria quase como uma penetra nessa festa de varões.

A maneira como o Imperador deixava a filha alijada dos assuntos públicos estava em descompasso com os preceitos constitucionais que, pelo artigo 121 da Constituição, previa que, a partir dos dezoito anos, na vacância real, ela seria a fiel depositária do trono. A partir da análise da troca epistolar entre a princesa e seu pai, Barman ressalta como a temática da política não estava presente nessas comunicações. Isoladas do resto da sociedade e sem se inserir no debate político, Isabel pouco sabia acerca da realidade brasileira. Na década de 1860, ao invés da política, começou-se a pensar no casamento da primogênita – indispensável para as mulheres de classe média e alta. Como patriarca, D. Pedro II sabia que a filha somente se casaria com a anuência dele. A própria Constituição, em seu artigo 120, remarcava o direito que o pai

tinha sobre o corpo da filha: o casamento da princesa “será feito a aprazimento do imperador”. Com a ausência de um pretendente honrado no Brasil, foi-se à Europa. Ficou acertado por D. Pedro II que caberia ao príncipe de Joinville buscar um marido para Isabel e para sua irmã, Leopoldina. Estas ficaram de fora de toda negociata, e somente tiveram a notícia que iriam se casar quando os pretendentes já se encontravam na travessia do Atlântico.

O cenário da intimidade da vida da princesa tem como pano de fundo os acontecimentos que marcaram a segunda metade do século XIX. A história do Segundo Reinado, mantendo o foco na princesa, ganha dimensões novas na obra do historiador inglês. Como a personagem central é um membro de uma família real, o autor nos dá, também, um excelente panorama das disputas políticas da Europa, pois estas tinham, muitas vezes, implicações diretas para com a família real brasileira. O próprio Conde d’Eu, da família de Orleães, marido escolhido para Isabel, embora francês, tinha sido expulso de seu país natal com a ascensão de Napoleão III. Somado ao rompimento das relações diplomáticas com a Inglaterra, o quadro das relações internacionais impediu que a primeira viagem do casal à Europa tivesse recepção oficial pelos governos. Os convites eram feitos com alicerce nos laços de parentesco que guardavam com integrantes das principais casas monárquicas da Europa coeva. Foi essa vida aristocrática que encantou Isabel. Para ela, todos os ritos que impunham a vida cortesã eram tidos como um grande enfado, o que a distanciava ainda mais do núcleo do poder político das sociedades de corte.

Se as relações de gênero dominantes colocaram – sem dúvida – maiores restrições às mulheres, elas também impactavam a vida dos homens, sobretudo daqueles que não seguiam à risca os preceitos dominantes da masculinidade oitocentista. Foi o caso do Conde d’Eu, como nos revela Roderick Barman. Nos anos iniciais do casamento, o conde francês se via imbuído de um papel de governança. Por isso, acreditava que o Imperador

tinha que lhe tratar como um igual. Nesse tempo, suas cartas para D. Pedro II centravam-se em temas políticos, notícias sobre os acontecimentos na Europa e no Brasil. Não deixava de dar, inclusive, alguns conselhos ao sogro. As respostas do Imperador para o Conde nunca tocavam nos assuntos tratados pelo conde, o que demonstrava a pouca abertura que o imperador dava para discussões acerca da condução da coisa pública.

Também em casa, o marido de Isabel buscava se impor sobre a mulher. Quando foi pela primeira vez para o fronte de batalha no Paraguai, deixou um quadro de recordações para sua esposa que expressavam bem a gramática da dominação masculina: desde lembranças para não se encontrar a sós com outros homens até recomendações da forma como ela deveria se portar e o que deveria comer estão entre ordens do Conde d'Eu.

Preterido por D. Pedro II para cargos de chefia durante os quatro primeiros anos da guerra, em fins de 1869, a doença e consequente retorno do Barão de Caxias à Corte fizeram com que o comando em chefe das tropas na guerra caísse sobre o marido de Isabel. A batalha já se encaminhava para o fim. Restava apenas acabar com Solano López, que se refugiava no interior do território paraguaio. Mas a tarefa não era de pouca monta. O abastecimento às tropas encontrava-se precário. Aflito e envolto em suas crises, o Conde d'Eu chegou a pedir o retorno imediato ao Rio de Janeiro, deixando, dessa maneira, de cumprir a missão a que tinha sido chamado. Dias depois, o líder paraguaio foi executado pelas tropas brasileiras. Segundo as premissas da masculinidade da época, ao homem não era dado espaço ao choro, à fuga de suas responsabilidades e muito menos era permitido vacilar quanto posto diante de problemas: todas essas regras implícitas tinham sido quebradas pelo então comandante em chefe das tropas brasileiras. E pior: tudo isso diante dos olhos de toda a virilidade imperial: D. Pedro II, os principais políticos e os generais do Exército. Barman observa como, daí em diante, a postura do conde sofreu uma considerável guinada: em casa, deixou que as opções de sua esposa

prevalecessem sobre as suas, confinou-se em uma vida reclusa; na esfera política, deixou de tentar se colocar como um outro centro de poder, o que fez diminuir os atritos velados que, até então, tinha com o sogro.

Mas foi sobre a vida de Isabel que a questão de gênero trouxe implicações ainda maiores. Na sua terceira regência (1887-1888), a percepção de que o governo era um mecanismo de mudanças e de aprimoramento da coisa pública tornou-se mais clara para ela. Diferentemente da sua primeira experiência, entre 1871 e 1873, quando o Barão do Rio Branco se arrogou do trabalho de implementar as reformas propostas – dentre elas a Lei do Ventre Livre –, a grande movimentação que tomava a discussão acerca da abolição chamou a herdeira do trono para a vida política. Na primeira reunião que teve com o chefe do gabinete ministerial, Barão de Cotegipe, para tratar das questões abolicionistas, este anotou que a incisiva postura da regente a favor da abolição tinha o dedo do marido. Era incontestável para o Barão que uma mulher não podia agir autonomamente e, destarte, o Conde d’Eu estaria por detrás da ação de Isabel. Na abertura da sessão legislativa de maio de 1888, foi anunciada a promulgação imediata da abolição incondicional, causando fúria nos proprietários de escravos, que lutavam para serem indenizados.

Até a Abolição, como nos lembra Barman, a popularidade da herdeira era baixa. Logo em seguida, ficou conhecida como “A Redentora”. Ainda assim, não caiu na graça geral. Parcela significativa da população mais abastada – contrária ao itinerário seguido pela Abolição – passou a odiá-la. O gênero era um adicional importante: como poderia uma mulher interferir na propriedade dos homens sem atacar em cheio a masculinidade destes? Estes tiveram outro aliado importante: membros do Partido Republicano, que a todo custo buscavam minar as bases do regime monárquico, lançaram mão de uma propaganda devastadora contra a princesa. O fato se agravou quando Isabel recebeu do papa Leão XIII o prêmio Rosa de Ouro: um prato cheio para os oposicionistas. A devoção fervorosa era aceitável na esfera privada,

mas o que retiraram do episódio é que essa agenda acabaria por ser imposta por Isabel na esfera pública.

Se o livro traz tantas contribuições do ponto de vista historiográfico, a sua leitura não deixa de suscitar questões sobre o quadro político atual. Depois da última regência da princesa Isabel (1887-1888), a primeira mulher que ocupou a chefia do poder Executivo na história republicana do país foi a atual presidenta Dilma Rousseff. Como ressaltou a socióloga Angela Alonso, os anos finais do Império nos fornecem um bom paralelo histórico para as tensões políticas vividas hoje. Sem que essa possa ser apontada como a causa dos problemas vividos pelo país, ela chama a atenção para que a questão de gênero não seja retirada do escopo analítico da crise. Em primeiro lugar, assim como Isabel, a presidenta Dilma é desacreditada como governanta por ser mulher em uma esfera tradicionalmente habitada por homens. Para lidar com os casos de corrupção, tanto Isabel como Dilma receberam a pecha de incapazes, incompetentes. No governo atual, o protagonismo assumido pela presidenta não é bem visto pela *entourage* masculina que compõe o sistema político. O que cairia bem para um homem, para Dilma é concebido como uma prática centralizadora que beira o autoritarismo. Ademais, apontar para os predicados físicos da presidenta— coisa impensada quando se trata de um homem —, assim como nos tempos de Isabel, tornou-se fato corriqueiro, deixando transparecer, inclusive, atitudes misóginas.

Se no campo historiográfico podemos apontar facilmente os avanços que a incorporação da gramática feminista trouxe — o que fica nítido na discrepância das análises empreendidas por Oliveira Lima e Roderick Barman, por exemplo —, a permanência de certas violências e obstáculos colocados pelas questões de gênero deixa claro que, infelizmente, os longos anos que separam Dilma de Isabel ainda guardam certas semelhanças nas maneiras dominantes de se pensar as relações entre gênero e poder.

RESENHA  
FELIPE RICCIO  
PRINCESA ISABEL DO BRASIL: GÊNERO E PODER NO SÉCULO XIX

### Referências

- ALONSO, Angela. *Paralelos históricos – ou Dilma e Isabel*. Valor Econômico, 07/01/2016.
- BARMAN, Roderick J. *Brazil: the forging of nation, 1798-1852*. Stanford, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Princesa Isabel do Brasil: gênero e poder no século XIX*. Trad. Luiz Antonio Araujo. São Paulo: Ed. Unesp, 2005.
- LIMA, Oliveira. *D. João VI no Brasil*. São Paulo: Ed. Topbooks, 1996.
- MELLO, Evaldo Cabral. *A outra independência: o federalismo pernambucano (1817-1824)*. São Paulo: Ed. 34, 2005.

## COLABORADORES

**Alice Lima** é jornalista e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Integrante do grupo de pesquisa Comunicação Eleitoral.

**Beatriz Rodrigues Sanchez** é mestranda em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora do Grupo de Estudos de Gênero e Política da USP e do Núcleo Democracia e Ação Coletiva do CEBRAP.

**Cyrana Borges Veloso** é mestra em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e militante feminista.

**Felipe Riccio Schiefler** é doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Membro do CERBRAS e do Grupo Opinião Pública, ambos da UFMG.

**Fernanda Freire** é mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Integra os grupos de pesquisas “Política e Tecnologias de Comunicação” (UERJ) e o "Laboratório de Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração", coLAB (UFF).

**Joyce Miranda Leão Martins** é mestra em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará. Doutoranda em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Realizou doutorado sanduíche na Universidad Complutense de Madrid.

**Luciana Panke** é doutora em Ciências da Comunicação pela USP, com pós-doutorado em Comunicação Política na Universidade Autônoma Metropolitana (UAM-México). Professora da Universidade Federal do Paraná na graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Coordenadora do grupo de Pesquisa “Comunicação Eleitoral”.