

## **MÍDIA, GÊNERO E ELEIÇÕES: peças na produção da política como ela é**

## **MEDIA, GENDER, AND ELECTIONS: pieces in the building of actual politics**

Fernanda Ferreira Mota<sup>1</sup> e Flávia Biroli<sup>2</sup>

**Resumo:** *O paper discute as relações entre mídia, gênero e eleições por meio da análise da cobertura jornalística do Jornal Nacional da Rede Globo e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral durante a campanha de 2010, com foco na cobertura e nas inserções das/os principais candidatas/os à Presidência da República, Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva. Analisamos em que medida e de que forma o gênero marca a imagem de candidatas e candidato, no discurso jornalístico e no discurso da campanha. Procuramos, também, compreender diferenças e formas de reforço recíproco na mobilização de estereótipos de gênero nos dois registros.*

**Palavras-Chave:** *Mídia. Gênero. Eleições.*

**Abstract:** *The paper discusses the intersections between media, gender and elections, presenting an analysis of the coverage in the Jornal Nacional, the evening news of the main Brazilian Television Network, Globo, and propaganda produced by candidates during Brazilian 2010 presidential elections. The analysis shows how gender is part of the image of the main candidates, both in journalism and in their own campaign strategies. We point differences and complementarities in gender stereotypes in those two different discourses.*

**Keywords:** *Media. Gender. Elections.*

---

### **Introdução**

A disparidade entre o número de mulheres e homens na política é facilmente perceptível<sup>3</sup>. Mas a constatação de que isso é um problema ou injustiça depende de um pressuposto para que se defina essa situação como estranha ou injusta: o acesso de indivíduos

---

<sup>1</sup>Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UnB. E-mail: fernanda\_politica@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Professora do Instituto de Ciência Política da UnB, onde coordena o Grupo de Pesquisas sobre Democracia e Desigualdades ([www.demode.unb.br](http://www.demode.unb.br)), e pesquisadora do CNPq. E-mail: flaviabiroli@gmail.com

<sup>3</sup> Este *paper* desenvolve discussões feitas na dissertação de mestrado “Entre agenda eleitoral e imagem pública: a condição feminina nas eleições presidenciais de 2010”, defendida por Fernanda Ferreira Mota em 30 de agosto de 2013, no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UnB.

com características semelhantes às esferas de poder, numa sociedade plural e heterogênea, evidencia limites e vieses da representação política. No caso das mulheres, essas evidências são bem claras. A política institucional continua a ser um espaço masculino. As eleições de 2010, quando pela primeira vez foi eleita uma mulher a Presidência da República, não foram exceção. Neste ano a população brasileira era formada por 51% de mulheres, mas o percentual de eleitas para a Câmara dos Deputados foi de 8,7% (45 deputadas) e de 8,6% para o Senado Federal (7 senadoras).

O caso brasileiro evidencia um dos aspectos do mais importante desencontro da promessa histórica da democracia liberal, a inclusão universal. Temos, ao contrário, a acomodação entre uma igualdade formal anunciada e uma desigualdade efetiva vivenciada por determinados grupos. Ainda que não existam restrições legais à participação, uma parcela pequena das mulheres opta por essa participação, e uma menor ainda alcança êxito em eleições. Ausentes das esferas de decisão, as mulheres estão em uma situação desprivilegiada para fazer ver suas experiências e transformar seus interesses em questões políticas legítimas.

Em constante interação com o campo da política, a mídia tem grande responsabilidade na acomodação das representações sociais tomadas como regra. Contribui para a legitimação de determinados modos de vida, pensamentos e comportamentos e atua na definição dos limites das disputas, na legitimação de atores e posições político-ideológicas. Participa dos processos de distinção social que têm como resultado, e também causa, uma “partilha” do poder extremamente desigual.

Este *paper* analisa e discute esta dinâmica durante a eleição presidencial de 2010, tentando entender de que forma agentes da mídia e da política contribuíram para consolidar definições do campo da política, das formas legítimas da ação e do sentido do “feminino”. A primeira parte apresenta abordagem aqui assumida sobre as relações entre jornalismo e política. Na segunda, é feita discussão teórica sobre identidades de grupo, orientando a compreensão das relações entre gênero, política e mídia. É na terceira parte que apresentamos a análise empírica do *Jornal Nacional (JN)* da Rede Globo e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), com ênfase para a cobertura e as inserções das/os três principais candidatas/os durante a campanha. O principal objetivo é compreender se e como o gênero marca os discursos jornalístico e das campanhas no HGPE.

**Permeabilidade seletiva: quando mídia e política são complementares**

A análise das questões de gênero na política passa pelo entendimento das relações entre o campo político e o midiático, e sobre como afetam diferentes grupos. Entendemos que os campos são formados por lutas internas onde os agentes concorrem por posições e pela definição do mundo social conforme seus interesses (Bourdieu, 2007, p. 11-12). Somente determinadas formas de percepção da realidade “ganham” essa luta e a legitimidade suficiente para que os agentes do campo as compartilhem (Bourdieu, 2007, p. 11-12). Percepções concorrentes podem ser negligenciadas ou abolidas posicionando os agentes a elas vinculados na periferia do campo. As regras, crenças e práticas predominantes em um campo não são exteriores a seus agentes. Sua integração corresponde a uma forma de apagamento – ganha forma de controles e limitações ao possível, aos discursos, ações e gestos que poderiam ser ou que, sendo, poderiam predominar em relação a outros possíveis. Trata-se de um tipo de “censura”, que não precisa se apresentar como tal, e pode não ser percebida pelos atores. Ela se faz ora produzindo silêncios, ora incitando falas e ações “corretas”. Aproxima-se do entendimento da ideologia como interpelação para que os sujeitos se constituam segundo determinados padrões (Althusser, 2003 [1971], p. 104), das formas produtivas do poder (Foucault, 1995).

Os agentes não são indivíduos isolados, fazem parte de grupos. E o deslocamento do foco no indivíduo para o grupo é importante para a visualização das lutas simbólicas e das formas de conformação das relações e da política. O pertencimento dos indivíduos aos grupos, e a posição relativa destes, não é uma “escolha”, mas resultado de processos estruturais, cotidianos (Young, 1990, p.41). Um grupo social não é simplesmente uma coleção de pessoas; é um tipo específico de coletividade, com consequências específicas sobre como seus “integrantes” entendem uns aos outros e percebem aqueles que não pertencem ao grupo (Young, 1990, p.43). Pensando na presença menor e marginal das mulheres na política, como observado em análises<sup>4</sup>, formas históricas da divisão sexual do trabalho, formas de socialização que estimulam ou inibem o interesse pela política e ambição política, acesso a tempo-livre, e posições no mundo do trabalho que podem se converter em redes de contatos e capital para uma carreira política são fatores fundamentais para o entendimento das diferenças na participação de homens e mulheres neste campo.

---

<sup>4</sup> Para um mapeamento das explicações para a sub-representação das mulheres na política, conferir Miguel e Biroli, 2010.

Os entendimentos tradicionais do masculino e do feminino estão presentes em cada um dos fatores elencados. E pelo viés de gênero inegável em uma política historicamente habitada por homens, a imagem, a voz, o gestual, as experiências e perspectivas desses homens tendem a ser apresentadas como “neutras”. O que delas difere aparece como desviante e suscetível a maiores constrangimentos simbólicos e materiais.

Sobretudo no jornalismo produzido nas grandes empresas de comunicação, a cobertura política espelha a baixa pluralidade da política institucional. Ganha visibilidade quem tem cargos, principalmente os mais centrais nas hierarquias do Executivo e do Legislativo nacionais (Miguel e Biroli, 2010). Como visto, tem cargo quem tem determinadas características e têm visibilidade *como parte da política*, os indivíduos que portam as características “certas”.

Apesar das especificidades, este jornalismo e a política mantêm uma relação muito estreita de influência mútua, o que faz com que a definição do discurso dominante não seja resultado da ação dos atores em apenas um campo, e da influência que este exerce sobre suas ações. Os consensos básicos na definição dos limites da política são co-produzidos pelos dois campos (Biroli, 2013a). A permeabilidade seletiva e a baixa pluralidade da política são corroboradas pela cobertura política no jornalismo “convencional”, e isso é mais que uma coincidência.

### **Identidade de gênero: diferença e exclusão**

A construção de uma carreira política corresponde a algumas etapas: produção da ambição política; viabilização da candidatura; eleição; atuação e sustentação da carreira. A baixa presença das mulheres na política e no noticiário político colabora, com outros filtros, para que as primeiras etapas sejam galgadas com mais dificuldade. Mas as representações convencionais do feminino e do masculino, presentes na mídia podem também contribuir para o insulamento temático das mulheres na política. A divisão sexual do trabalho, conectada a estereótipos que definem papéis, pertencimentos e habilidades distintas, se transforma em expectativas quanto a sua atuação nas diferentes esferas sociais. Embora não exista uma única compreensão dos papéis de gênero ou de relação entre mulheres e atividade política, a forma como a mídia representa as mulheres é um desdobramento da dualidade entre privado/feminino e público/masculino (Miguel e Biroli, 2011).

Mesmo com transformações nas sociedades Ocidentais, a dualidade entre público e privado continua na base das representações distintas do feminino e do masculino e das desigualdades daí decorrentes. O pertencimento “natural” do homem à esfera pública reforça sua posição vantajosa na esfera privada. Já para a mulher “reinar” em casa nunca significou livre acesso a posições de poder na esfera pública. Essa dualidade, que define áreas de atuação e comportamentos, perpassa as diferentes esferas da vida. Encaradas como pertencentes à esfera privada as mulheres que conseguem adentrar a esfera política permanecem marcadas. A maior ênfase no corpo e na vida privada e a permanente ambiguidade nas reações a sua presença *como mulheres* na esfera pública – o estranhamento porque são mulheres, a expectativa de que atuem como mulheres – estabelece vieses importantes na construção da sua imagem no jornalismo e nos discursos políticos e em sua atuação.

As alternativas são adequar-se ao perfil “feminino” e desenvolver sua atuação política dentro do que é entendido como atuação “feminina” ou projetar sua ação e perfil para fora desses limites, o que por um lado pode lhe proporcionar maior acesso às posições centrais ao lançar-se para áreas e formas de atuação “masculinas”, mas por outro pode marcá-la negativamente, como “desviante”. Seja qual for a escolha, as mulheres são marcadas por estereótipos que se traduzem em obstáculos para sua atuação política. Mobilizados negativa ou positivamente, eles marcam o que podemos entender como condição feminina: expectativas em relação à trajetória e ao comportamento das mulheres nas esferas pública e privada. E não estão presentes apenas em discursos externos, são parte de estratégias das próprias políticas. As eleições de 2010 mostraram o recurso à maternidade para a definição do que seria característico à atuação das mulheres na política, e revelaram a centralidade dessa caracterização a temática *aborto* que ganhou centralidade nas disputas eleitorais<sup>5</sup>.

Mesmo dentro dos limites do feminismo, há abordagens que se apoiam nas diferenças de gênero para defender a ideia de que mulheres trariam para a política um comportamento menos agressivo, maior senso de justiça e maior preocupação com o cuidado com os outros. Este pensamento tem sido chamado de *pensamento maternal* ou *ética do cuidado*. Nele, as

---

<sup>5</sup> Para Mantovani (2013), a temática *aborto* fez parte das disputas na campanha eleitoral de 2010 já no primeiro turno, presente na internet, redes sociais, blogs e em panfletos que circularam como estratégia de apoiadores do candidato José Serra. Mas foi a partir da última semana de setembro, quando ficava mais evidente o segundo turno, que a posição das/os candidatas/os sobre o tema se tornou tópico da cobertura jornalística.

experiências das mulheres na esfera doméstica é tomada como base para uma perspectiva moral e ética diferente e superior a dos homens.

Nos trabalhos que deram origem a essa abordagem, a singularidade das mulheres relativamente aos homens foi vista como resultado de uma socialização diferenciada. Neles, a divisão do trabalho doméstico seria marcante na construção das identidades de mulheres e homens (Chodorow, 1978), e estimularia uma moral feminina mais ligada a uma ética do cuidado (Gilligan, 1982). Essas discussões foram apropriadas por teóricas como Ruddick (1989) e Elshtain (1993), que reivindicaram maior valorização das práticas e experiências da vida de uma mulher, especificamente da maternidade. Para elas, é a visão (masculina) limitada da esfera privada e de sua dignidade que a definiria como negativa. A esfera privada-familiar seria, ao contrário, o lugar a partir do qual se poderia construir uma nova esfera pública, com valores redefinidos, centrados em imperativos éticos. Nela, homens e mulheres seriam diferentes mas participariam em condição de igualdade (Elshtain, 1993, p. 351).

Há muitos problemas nessas abordagens. Elas pressupõem a experiência de determinada mulher excluindo outras do universo do “feminino” (Badinter, 2005 [2003], p. 48). Também se baseiam na experiência de determinadas mães e em determinados modos de configuração da família. Além disso, a esfera doméstica e familiar são elas mesmas tópicos para decisões políticas, não é possível tomá-las como uma espécie de origem não-política, estável e homogênea, de valores e práticas políticas alternativas (Dietz, 1998). A associação entre mulher e maternidade reforça, ainda, uma divisão sexual do trabalho político que é desvantajosa para as mulheres, por legar a elas temas e áreas de atuação que são periféricos na configuração atual da política (Miguel, 2001).

Esta é uma situação complexa. A afirmação da singularidade pode reproduzir formas de tratá-las e posicioná-las que são resultado das desigualdades de gênero. Mas a neutralidade pode legitimar a ideia: se todos são iguais, mulheres estariam em pé de igualdade na disputa por cargos e posições no mundo da política. Sem reconhecer que os padrões históricos da divisão sexual do trabalho definiram posições sociais distintas que estão associadas a desvantagens e privilégios, corremos o risco de essencializar identidades e naturalizar desigualdades.

**Discursos cruzados: *Jornal Nacional* e HGPE**

O objeto de pesquisa foi constituído por 78 edições do *JN* e 95 edições do HGPE veiculado no horário noturno entre 17 de agosto e 29 de outubro. Foram analisadas a cobertura (reportagens e entrevistas) e a propaganda das/os três principais candidatas/os: Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT); José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Marina Silva, então no Partido Verde (PV). O objetivo principal foi observar como o telejornal de maior audiência no Brasil, associado aos padrões da atuação da mídia nas eleições após a democratização<sup>6</sup>, e a propaganda construída a partir das estratégias dos candidatos mobilizaram as representações de gênero. Procurou-se compreender também as especificidades no tratamento de cada candidato.

Se o gênero não foi esquecido, também não ganhou centralidade: aparece lateralmente quando se consideram temas na agenda relacionados ao eleitorado feminino, ou de maneira superficial quando se caracteriza uma forma de agir, uma trajetória ou traço das candidatas como “feminino”. A temática *aborto* funcionou como gatilho para algumas representações. Além disso, as entrevistas, tratadas dessa perspectiva restrita<sup>7</sup>, possibilitaram acompanhar o recurso, afirmação e aceitação dos estereótipos da feminidade nessa campanha.

Ainda que localizadas, há marcas de gênero no tratamento dos candidatos, na cobertura do *JN* e em suas próprias estratégias. Não há formas explícitas de preconceito, mas discursos que mobilizam concepções convencionais de gênero como se fossem um dado. As diferenças mais marcantes aparecem quando questões relativas a personalidade/comportamento, vida privada e corpo/aparência dos candidatos são abordadas, consideradas um fator político relevante para as candidatas e para os candidatos não.

Exemplo disso é a cobertura da agenda dos três principais candidatos no dia anterior à eleição do primeiro turno. Na cobertura de Dilma, aparecem enunciados como “pop star da política”; “em vez de emagrecer, engordou”; “(...) e aquela escova caprichada depois de horas de salão foi-se à primeira chuva” e a pergunta “A senhora tem coração mole?”. Na de Marina, fala-se da “(...) filha Shalon, uma espécie de anjo da guarda que enche a mãe de carinho”; destaca-se que “Marina perdeu dois quilos na campanha”, menciona-se a “maquiagem levíssima, feita com produtos antialérgicos; na boca o batom mais natural do mundo. Raspas de beterraba para colorir os lábios da candidata verde”. O que marca os dois

<sup>6</sup> Conferir, entre outros, Albuquerque (1994), Lima (2004 e 2007), Miguel (2002 e 2003) e Porto (2007).

<sup>7</sup> Para análises distintas e mais abrangentes das entrevistas no *JN* nas eleições de 2010, cf. Albuquerque (2011) e Gomes (2013).

primeiros casos fica claro quando se observa o tratamento dado a Serra: “O cidadão José Serra tem fama de dormir tarde, muito tarde (...). O homem não para”; “Palmeirense roxo”; “o candidato chega sério, e a caminho do estúdio ajuda uma funcionária a recuperar o sapato perdido”; “Serra só relaxa com a família” (*JN*, 2/10/2010). Os comentários sobre o peso, aparência e vaidade das candidatas dão contornos à visibilidade das mulheres de um modo distinto, “a mera referência ao corpo indica um modo de enquadrar a existência pública dessas personagens” (Miguel e Biroli, 2011, p. 194). Os estereótipos convencionais do masculino complementam, nessa diferenciação, os do feminino. Mas os primeiros são neutros no discurso sobre a política, enquanto os últimos estabelecem uma alteridade em relação ao que é relevante nesse espaço/prática.

O recurso aos estereótipos faz parte também das estratégias de candidatas/os<sup>8</sup>. Silva e Rousseff tratam de sua biografia e acionam sua vida enquanto Serra não diz, e não precisa dizer, que se casou e teve filhos em meio à sua trajetória política, porque não se espera que isso seja um aspecto importante na vida de um político do sexo masculino.

O aspecto mais relevante nessa diferenciação foi a relação entre femininidade e maternidade. É nesse ponto que cobertura e propaganda mobilizam a ideia de que mulheres e homens atuam de maneiras diferentes na política. No *JN* e no HGPE, mulheres aparecem ora como indivíduo, ora como grupo. As representações do feminino focam no indivíduo quando tratam de elementos que seriam “naturais” à identidade feminina compartilhados por *toda e qualquer mulher*. Já quando políticas relacionadas às demandas de mulheres aparecem – como as políticas voltadas para a saúde da mulher –, o que se observa é que o discurso sofre um rearranjo e mulheres passam a ser tratadas como grupo, com interesses e demandas definidas. Esse rearranjo não rompe com a primeira forma de representá-las porque essas demandas e interesses seriam desdobramentos de sua identidade “feminina” - tratados de forma homogênea, de modo que *todas as mulheres* aparecem como mães. Reduz-se, assim, o espaço para que outros interesses e demandas das mulheres, enquanto grupo, sejam tematizados.

Mas esse estreitamento aparece como uma estratégia de significação positiva do gênero dentro de limites convencionais. Encontramos dois eixos que se completam nos discursos das candidatas: a ênfase no fato de ser a primeira mulher a ocupar determinado

---

<sup>8</sup> Kahn (1996), Iyengar (1997), Miguel e Biroli (2011).



cargo público, qualificando-a também a primeira presidenta (busca por destacar-se *entre as mulheres*, tendo as habilidades necessárias para o cargo); a ênfase em uma atuação diferenciada, moldada pela lógica do cuidado (busca por identificar-se *com o que se espera das mulheres*, caracterizando-se como *mulheres na política*). Vale observar que os homens não precisam de qualquer uma das duas estratégias. Em uma política masculina, o gênero não é uma questão para os homens, mas marca as mulheres de modo que exige que se expliquem e se qualifiquem *por serem mulheres e enquanto mulheres*.

As candidatas optaram pela mobilização dos estereótipos correntes, o que foi corroborado pela cobertura do *JN* na medida em que veiculou estes fragmentos dos discursos das candidatas sem tematizar a questão. Estas narrativas estão presentes principalmente no caso da candidata Dilma, que por ter um perfil anterior visto como masculinizado (Biroli, 2010), parece ter grande necessidade de adicionar à sua imagem tais características femininas. Podemos dizer que o caso de Dilma nos remete a mais uma forma da acomodação dos discursos na mídia e na política e que esse é um exemplo de “sucesso” do HGPE, pois a imagem construída e reforçada pela campanha durante o período eleitoral foi confirmada e reproduzida pela cobertura do *JN*<sup>9</sup>. O caso de Dilma também confirma o fato de que as mulheres na política podem se definir estrategicamente “como mulheres”, associando-se a um agir “feminino” para conseguir maior visibilidade midiática.

Vale observar também como a propaganda dos candidatos se dirige às mulheres como eleitoras. A candidatura de Serra tenta se mostrar sensível às demandas tidas como femininas e foca nas eleitoras como destinatárias de parte de seu discurso. Na maior parte dos casos, as propostas se restringem a temas específicos - saúde, educação, políticas habitacionais, drogas, creches e aborto – e em seu direcionamento e narrativa são apresentadas como propostas para eleitoras que são antes de tudo, ou somente, mães. Nesse tópico, os três candidatos convergem: as propagandas definem demandas e interesses que estão ancorados em uma concepção do “feminino” que se confunde com a maternidade.

Podemos dizer que o material analisado reforçou uma compreensão redutora da posição social, das necessidades e dos interesses das mulheres. Se isso esteve presente na

---

<sup>9</sup> Situação semelhante ocorreu com Lula nas eleições presidenciais de 2002; o HGPE também conseguiu firmar uma imagem nova do candidato.

cobertura do JN, foi ainda mais forte na construção da imagem das candidatas e no modo como as eleitoras foram representadas no HGPE.

Nesse ambiente, as entrevistas podem ser consideradas como um diálogo entre o modo de operar do jornalismo e as estratégias de campanha dos atores políticos nas eleições. Embora tenham sido apenas cinco<sup>10</sup>, todas realizadas pelos âncoras William Bonner e Fátima Bernardes, expõem elementos que constatamos como centrais à cobertura do telejornal e estruturantes das estratégias e da postura adotada pelos candidatos durante a campanha. Os entrevistadores se colocam como fiadores de um diálogo legítimo, não restrito a sua percepção ou à do JN, porque representaria os interesses dos cidadãos eleitores<sup>11</sup>. As três entrevistas que ocorrem no primeiro turno não se prendem a nenhum tema específico e orientam respostas que permitiriam apresentar os candidatos e seus planos aos telespectadores. Já as do segundo turno são focadas, de forma quase exclusiva, nas duas principais temáticas deste momento: *aborto e religiosidade*.

A diferenciação das expectativas e julgamentos de acordo com o sexo biológico se mantém nas entrevistas, reforçando a ideia de um “candidato típico” e de uma “candidata típica” (Kahn, 1996, p. 2). Nesse sentido, tanto Bonner quanto Bernardes fazem perguntas que têm o gênero como um fator de diferenciação. Na primeira entrevista o gênero foi mobilizado como parte do argumento da entrevistada, Dilma Rousseff. Ao ser indagada por Bonner sobre sua “falta de experiência” para governar o Brasil sem Lula, a candidata recorre a sua experiência administrativa e destaca que foi *a primeira mulher a ocupar os cargos*<sup>12</sup>. O mesmo ocorre na entrevista feita com Marina Silva no dia seguinte, a candidata se apresenta como *a primeira mulher de origem humilde* a concorrer à presidência. Quando Bernardes interpela a candidata por sua falta de experiência administrativa com outros temas que não o meio ambiente, Marina fala dos temas que estão interligados àquele e utiliza, como metáfora para a abordagem ambiental, a posição da mãe que está preocupada com o futuro de seu filho. No decorrer da entrevista, Marina repetiria o recurso à maternidade ao falar das eleitoras. Por duas vezes, assim, a candidata mobiliza o entendimento compartilhado do que é ser mãe: preocupação focada no futuro dos filhos.

---

<sup>10</sup> Realizadas nos dias 9, 10 e 11 de agosto; e 18 e 19 de outubro.

<sup>11</sup> Conferir a análise de Albuquerque (2011).

<sup>12</sup> Menciona os cargos de Secretária Municipal da Fazenda de Porto Alegre, Secretária de Energia do Rio Grande do Sul e de Ministra de Minas e Energia e Ministra da Casa Civil.

Esta não é a postura adotada diretamente pelo telejornal. Mas na medida em que não questiona esses entendimentos, quando isso poderia ocorrer de forma direta, permite que esse sentido do vínculo mulher-política se estabeleça sem ruídos. Naturalizados nas percepções que as candidatas mobilizam ao falarem de si e das eleitoras, também nas percepções que o *JN* mobiliza no diálogo, e bem assentados em discursos prévios, esses entendimentos podem ser apresentados sem que sejam justificados.

José Serra ao falar sobre sua experiência como Ministro da Saúde ressaltou: “fiz o genérico, os mutirões, a campanha contra a AIDS (...), tem um conjunto de coisas, *inclusive relacionadas com a saúde da mulher*” (entrevista de José Serra ao *JN*, 11/08/2010). O candidato percebe que o fato de duas mulheres estarem na campanha faz com que algumas questões de gênero não possam ser deixadas de lado por ele, na medida em que não serão por suas adversárias, e por outros atores envolvidos. A experiência não está entre os tópicos presentes nas interpelações aqui – o que certamente se relaciona ao fato de José Serra ter uma longa carreira política, tendo ocupado cargos de deputado, senador, prefeito e governador de São Paulo. A “tipicidade” da carreira política de Serra não é, no entanto, um dado meramente singular e individual. Nessa perspectiva, porém, o gênero não é problematizado.

Nessas primeiras entrevistas, merece destaque o diálogo entre Dilma e Bernardes:

**Fátima Bernardes:** Alguns críticos, muitos críticos, e alguns até aliados, falam que **a senhora tem um temperamento difícil**. O que a gente **espera de um presidente é que ele, entre outras coisas, seja capaz de fazer alianças, de negociar, ter habilidade política pra fazer acordos**. A senhora, de que forma pretende que este temperamento, que dizem ser duro, difícil, não interfira no seu governo, caso eleita?  
**Dilma Rousseff:** (...) Eu acho que têm visões construídas a meu respeito. Eu acho que eu sou uma pessoa firme. Acho que em relação aos problemas do povo brasileiro eu não vacilo (...).

**Fátima Bernardes:** **Talvez seja a forma da senhora se comportar**. O próprio presidente Lula esse ano (...) chegou a dizer que achava até natural haver queixas contra a senhora (...) que ele recebeu vários colegas na sala dele que iam lá se queixar que a senhora maltratava eles.  
(Entrevista de Dilma Rousseff ao *JN*, 9/8/2010, grifos nossos)

Além da ênfase na mulher como mãe, a personalidade também é um tópico. Aparece quando se fala no que é esperado no comportamento de um político: capacidade de fazer alianças e negociar, habilidade de fazer acordos. Se esse perfil pode ser mobilizado, em outras circunstâncias, no registro da tolerância, sensibilidade e capacidade para ouvir que supostamente seriam maiores nas mulheres, nesse caso foi associado à experiência – de Serra

– e contrastado com a personalidade “forte” – de Rousseff. Dilma é associada a um perfil desviante, vista como “dura”, enquanto o que se espera da mulher é que seja “suave”<sup>13</sup>.

A sequência dessa mesma entrevista traz alusões à vida privada. Uma especificidade do “feminino” é confirmada no discurso, como um diferencial na atuação política.

Dilma Rousseff: Fátima, é o seguinte. No papel, **sabe dona de casa? No papel de cuidar do governo é meio como se a gente fosse mãe**, tem uma hora que você tem de cobrar resultado (...). Então tem uma hora que é “quem” você imagina lá na sua casa (...).

Fátima Bernardes: **Como mãe eu entendo (...)**.

(Entrevista de Dilma Rousseff ao *JN*, 9/8/2010, grifos nossos)

Temos presentes nesta parte do diálogo percepções naturalizadas sobre o papel de uma dona de casa e o papel de uma mãe, mobilizadas ora pela entrevistadora, ora pela entrevistada. Trata-se da naturalização das percepções do que é ser mulher, do que é ser uma mulher política e de como funciona sua ação política - baseada no cuidado, um cuidado de mãe. As mulheres, por serem mulheres – isto é, mães – atuam na política de forma distinta.

Nas entrevistas realizadas no segundo embora o aborto seja o tema chave o enfoque é distinto para ela e para ele. O interesse dos âncoras do telejornal na entrevista com Dilma foi interpelá-la sobre sua mudança de atitude em relação à descriminalização do aborto. Resgataram essa temática inclusive quando a candidata procurou tratar de outras. Isso ocorre já na primeira pergunta, quando Bernardes pergunta o que teria levado a disputa para o segundo turno e logo após Bonner introduz o tema aborto:

William Bonner: Candidata, quando terminou o primeiro turno a senhora e alguns dos seus assessores, enfim, e partidários do PT, chegaram a dizer que aquela discussão, aquela polêmica sobre o aborto tinha motivado essa decisão do eleitor no fim do primeiro turno. Essa polêmica toda, essa discussão, não teria se dado por causa da sua mudança de posição sobre a legislação referente ao aborto? Eu digo isso porque pessoalmente a senhora sempre se manifestou contrária ao aborto. O que a senhora fez em algumas entrevistas (...) foi dizer que era favorável da mudança da legislação, a legalização do aborto. Não teria sido mais natural, num país tolerante como é o nosso que a senhora tivesse admitido publicamente essa mudança de opinião a respeito?

Dilma Rousseff: Veja bem Bonner. Eu acredito que nessa história do aborto houve muita confusão. Há uma diferença Bonner entre a posição individual minha – **como cidadã eu sou contra o aborto, sou contra o aborto porque eu acho que é uma violência contra a mulher, e não acredito que mulher alguma é a favor do aborto, acho que as pessoas que recorrem ao aborto o fazem em situação limite**. O que é que acontece com um presidente da república? Ele não pode fingir que não existem milhares de mulheres (...), nós não podemos fingir que estas

<sup>13</sup> Cabe aqui lembrar comentário irônico feito pela própria candidata quando ainda ministra sobre as caracterizações negativas feitas à sua personalidade e comportamento: “sou uma mulher dura cercada de homens meigos” (Miguel e Biroli, 2011, p. 183).

mulheres não existem. E mais, não podemos fingir que estas mulheres, elas fazem isso em situações muito precárias. E recorrer ao aborto provoca risco de vida e em alguns casos a morte. Pois bem, a minha posição sempre foi a seguinte, você não pode colocar essas mulheres, prender essas mulheres. Não se trata de prender as mulheres, **se trata de cuidar delas**. Porque você não vai deixar 3,5 milhões de mulheres ameaçadas a sua saúde. Então, são duas posições diferentes. Quando a gente diz que o aborto não é um caso de polícia, no Brasil **ele é um caso de saúde pública**, o que é que nós estamos falando? Nós estamos falando o seguinte, para prevenir, para que não haja o aborto, a primeira questão: **nós temos que tratar a quantidade imensa de gestantes adolescentes que recorrem ao aborto, ou porque têm medo da família não aceitar, ou porque já não tem inclusive laços familiares efetivos que podem garantir a ela pra poder ter a criança**. (Entrevista de Dilma Rousseff ao *JN*, 18/10/2010, grifos nossos)

A candidata enquadra o aborto como uma questão de saúde pública e de violência contra a mulher, que se dá pela falta de alternativas. Essa narrativa resgata um pré-julgamento do que é ser mulher que inclui a naturalização da maternidade. Candidata e telejornal silenciam sobre o aborto como um direito das mulheres.

A entrevista com Serra, em 19 de outubro, destacou a religiosidade, sempre interligada à temática *aborto*, mas ganhando contorno próprio em sua relação com a política:

Fátima Bernardes: Este segundo turno está radicalizado. Uma mistura entre religião e política que não costuma dar certo em lugar nenhum (...). Essa mistura, política e religião, não deveria ser evitada?

José Serra: (...) Numa campanha esses temas Fátima, acabam sendo postos pela própria população. Nunca me passou pela cabeça transformar isso num centro de campanha.

Fátima Bernardes: Mas candidato, a sua campanha tem mostrado, falado insistentemente em Deus, tem mostrado imagens de missas, de cultos religiosos (...).

José Serra: Todas as campanhas que eu fiz, eu sempre visitei Igrejas, eu sou católico, mas sempre visitei Igrejas, inclusive cristãs, evangélicas. Sempre falo no meu linguajar cotidiano, que é incorporado. Eu sempre digo: “Se Deus quiser”. Eu sou uma pessoa religiosa, não há nada forçado neste sentido. E, aliás, a candidata não fez outra coisa a não ser passar a frequentar Igrejas, coisa que habitualmente ela não fazia. Então isso dá um tipo de aquecimento que se transforma no que você falou.

Fátima Bernardes: (...) Questões como essa do aborto, até mesmo a união civil entre homossexuais, elas não deveriam receber um tratamento de política pública e não uma abordagem do ponto de vista da religião? Isso não contribui pra um retrocesso do debate político?

José Serra: Mas olha, eu insisto. Quem introduziu este ingrediente na campanha foi o PT e foi a Dilma. Como eu **tenho uma posição contrária ao aborto** eu sempre fui perguntado, sempre disse isso (...). Agora, o que eu quero dizer é que a base disso está no fato de que uma hora ela disse uma coisa e na outra hora ela diz o oposto.

(Entrevista de José Serra ao *JN*, 19/10/2010, grifos nossos)

Dentre os entendimentos sobre a política mobilizados, está a questão da laicidade. O *JN* apresentou situações de aproximação entre os candidatos e a temática *religiosidade* -

inclusive veiculou discurso do Papa Bento XVI com instruções para que os bispos brasileiros orientassem seus fiéis a não votarem em candidatos que defendessem o aborto (*JN*, 28/10/2010). Mas na entrevista com Serra, Bernardes, como representante do *JN*, encarna o papel de fiadora da ética política e de uma boa eleição e coloca a religião como algo que deveria ser tratado como externo à política. Aqui encontramos o papel atribuído ao jornalismo de denunciar e questionar o que estaria fora dos padrões legítimos, aceitáveis. Mas é importante perceber que Bernardes discute o que seria um desvio pontual; não há uma discussão sobre o sistema político brasileiro como um todo ou sobre as formas de atuação política das igrejas no país.

Desde o começo, a candidata Rousseff foi mostrada como pessoalmente contra o aborto, e com uma visão deste como um caso de saúde pública. Essa também parece ser a posição do telejornal, que entretanto não discute o aborto ou a legislação no Brasil, mas a mudança de posição da candidata sobre o tema. A este discurso predominante são incorporadas novas vertentes, que não sendo questionadas pelo *JN*, ganham seu aval: o aborto é também uma violência contra a mulher e resultado de uma falta de opção. Ao mesmo tempo, o *JN* não veicula reportagens sobre a questão que permitissem uma discussão ou ampliação das informações dos telespectadores-eleitores sobre o tema. O diálogo direto entre os atores do campo político e do jornalístico nesse caso não aponta para um conflito ou disputa, mas para a confirmação de discursos dominantes sobre a temática do aborto. Embora “embates” possam ser encontrados pontualmente, há uma espécie de orquestramento sutil que organiza percepções dos dois lados do diálogo, sobre a política, sobre o lugar das mulheres nela e sobre o aborto.

### **Conclusão**

A presença reduzida de mulheres na vida política brasileira não é um desdobramento dos padrões históricos da divisão sexual do trabalho e da atribuição de papéis, habilidades e pertencimentos diferenciados para mulheres e homens. Faz parte de um entendimento restrito da política, que reserva os espaços de decisão e as posições de poder a uma parcela da população com perfis determinados. Temos assim uma divisão e uma diferenciação de espaços, competências, pertencimentos e ação. As desigualdades de gênero são importantes fatores a serem levantados e analisados quando pretendemos entender como se dão estes mecanismos de divisão e diferenciação que impedem uma realização mais plural da política.

A exclusão sistemática de indivíduos com experiências distintas das daqueles que estão nos espaços em que as decisões são tomadas faz com que uma série de vivências, preocupações, necessidades e interesses não ganhem relevância política e/ou não resultem em políticas. A complexa relação entre os campos da mídia e da política, da forma como está estruturada, ajuda na confirmação do entendimento da política como um campo restrito. Colabora para a reprodução de concepções convencionais do feminino, que vinculam as mulheres à esfera privada. Coloca água no moinho da reprodução de posições subordinadas para as mulheres e da naturalização das desigualdades de gênero.

Pensando nas eleições presidenciais de 2010, num contexto de diálogos, silêncios e disputas, vimos que tanto *Jornal Nacional* quanto HGPE contribuíram para a reprodução de compreensões convencionais sobre a mulher. Uma eleição com duas candidatas entre as principais alternativas consideradas pelo eleitorado fez com que temáticas relacionadas à mulher entrassem em jogo de forma mais direta no ambiente eleitoral, mesmo quando não eram o foco principal. Mas o que se percebe é a reprodução de entendimentos convencionais sobre o que é ser mulher, mulher política e sobre a maternidade.

É interessante notar a persistência dessas representações quando sabemos que a posição das mulheres em sociedades como a brasileira se modificou bastante nas últimas décadas. A persistência da acentuada sub-representação das mulheres na política, enquanto temos uma mulher na presidência da República, é um indício de como os novos-velhos padrões se configuram hoje. O debate sobre aborto no Brasil, que esteve presente em 2010 e pode novamente aparecer em 2014, explicita o recuo das visões progressistas sobre a autonomia das mulheres diante de visões e práticas que procuram deslegitimar o direito igual de homens e mulheres à autodeterminação. Vale lembrar que é importante ampliar a permeabilidade da política aos grupos hoje marginais nela, mas a mera presença de mulheres é insuficiente se não estiver atrelada a uma agenda capaz de promover condições mais justas e igualitárias.

### **Bibliografia:**

- ALBUQUERQUE, Afonso (2011). “Em nome do público: jornalismo e política nas entrevistas dos presidenciais ao *Jornal Nacional*”. Paper apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do XX Encontro da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. (1994). “A campanha presidencial no *Jornal Nacional*. Observações Preliminares”. *Comunicação & Política*, n. 1; pp. 23-40.

- ALTHUSSER, Louis (2003 [1971]). *Aparelhos ideológicos do Estado*. 9.ed. Rio de Janeiro: Editora Graal.
- BADINTER, Elizabeth (1985 [1980]). *O amor incerto: história do amor maternal do século XVII ao século XX*. Lisboa: Relógio D'Água.
- BADINTER, Elizabeth (2005 [2003]). *Rumo equivocado: o feminismo e alguns destinos*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- BIROLI, Flávia (2013a). “Limites da política e esvaziamento dos conflitos: o jornalismo como gestor de consensos”. *Revista Estudos Políticos*, n. 6, oo. 126-143.
- BIROLI (2013b). *Autonomia e desigualdades de gênero: contribuições do feminismo para a crítica democrática*. Niteroi, Eduff; Vinhedo, Editora Horizonte.
- BIROLI, Flávia (2010). “Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos”. *Cadernos Pagu*, n. 34; pp. 269-299.
- BOURDIEU, Pierre (2007). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- CHODOROW, Nancy (1978). *The reproduction of mothering*. Berkeley: University of California Press.
- DIETZ, Mary (1998). “Citizenship with a feminist face: the problem with maternal thinking”. In: LANDES, Joan B. (ed.). *Feminism, the public and the private*. Oxford: Oxford University Press; pp. 45-64.
- ELSHTAIN, Jean Bethke 1993 [1981]. *Public man, private woman: women in social and political thought*. 2nd edition. Princeton, Princeton University Press.
- FOUCAULT, Michel (1995). “Genealogia e poder”, em *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Editora Graal; 167-178.
- GILLIGAN, Carol (1982). *In a different voice: psychological theory and women's development*. Cambridge: Harvard University Press.
- GOMES, Wilson (2013). “Quem está no controle? Um estudo sobre as entrevistas com os candidatos à Presidência da República transmitidas nos telejornais da Rede Globo durante as eleições de 2010”. Paper apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- IBGE (2012). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios*. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/default\\_sintese.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/default_sintese.shtm)
- IYENGAR, Shanto et al (1997). “Running as a Woman: Gender Stereotyping in Political Campaigns.” In: NORRIS, Pippa (Ed.). *Women, Media, and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 1997; pp. 77-98.
- KAHN, Kim Fridkin (1996). *The Political Consequences of being a Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. New York: Columbia University Press, 1996.
- KOHLBERG, Lawrence (1981). *Essays on moral development: the philosophy of moral development*. São Francisco: Harper & Row.
- LIMA, Venício A. de (2007), org. *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo.
- LIMA, Venício Artur de (2004). *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- MANTOVANI, Denise (2013). “Os limites da controvérsia do aborto na agenda eleitoral de 2010: um estudo sobre o agendamento da mídia”. *Textos para discussão*, n. 4, Grupo de Pesquisas sobre Democracia e Desigualdades (Demodê).
- MIGUEL, Luis Felipe (2004). A descoberta da política – a campanha de 2002 na Rede Globo. In: RUBIM, Antônio A. C. (org). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo: Hacker.
- MIGUEL, Luis Felipe (2002). *Política e mídia no Brasil: episódios da história recente*. Brasília: Editora Plano.
- MIGUEL, Luis Felipe (2001). “Política de interesses, política do desvelo: representação e ‘singularidade feminina’”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 9, nº 1, pp. 253-67.
- MIGUEL, Luis Felipe (2000). “The Globo television network and the election of 1998”. *Latin American Perspectives*, n. 27, vol. 6; pp. 65-84.
- MIGUEL, Luis Felipe e Flávia BIROLI (2011). *Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia*. São Paulo: Editora da Unesp.
- MIGUEL, Luis Felipe e Flávia BIROLI (2010). “Visibilidade na mídia e campo político no Brasil”. *Dados*, vol. 53, n. 3; pp. 695-735.



PORTO, Mauro (2007). “TV news and political change in Brazil: The impact of democratization on TV Globo’s journalism”. *Journalism* 8 (4); pp. 363-384.

RUDDICK, Sara (1989). *Maternal thinking: toward a politics of peace*. Boston: Beacon Press.

YOUNG, Iris Marion (1990). *Justice and the politics of difference*. Princeton: Princeton University Press.