

Autorização concedida ao Repositório Institucional da Universidade de Brasília (RIUnB) pela Professora Liliane Maria Macedo de Machado, em 02 de maio de 2019, para disponibilizar o trabalho, gratuitamente, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da obra.

#### REFERÊNCIA

MACHADO, Liliane Maria Macedo; AMORIM, Tatiana. Gênero e poder: a representação de Dilma Rousseff pelo Correio Braziliense no período eleitoral 2010. In: CONGRESO DA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 14., 2018, Costa Rica. **Memorias** [...]. Costa Rica: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación; Universidad de Costa Rica, 2018. Disponível em: [http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GI%203%20-%20ALAIC%202018\\_1.pdf](http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GI%203%20-%20ALAIC%202018_1.pdf). Acesso em: 03 maio 2019.

# GÊNERO E PODER: A representação de Dilma Rousseff pelo Correio Braziliense no período eleitoral 2010 <sup>1</sup>

## GENDER AND POWER: The representation of Dilma Rousseff by Correio Braziliense in the electoral period 2010

*Dra Liliane Machado \**  
*MSC Tatiana Amorim \*\**

**RESUMO:** O artigo aborda a cobertura do Jornal Correio Braziliense acerca das eleições presidenciais ocorridas no Brasil em 2010. É um corpus extenso que seria impossível de ser analisado em um artigo, desta forma optamos por abordar o mês de julho, no qual verificamos uma enorme incidência de matérias a respeito do tema proposto. A questão que nos preocupa investigar é se teria havido, por parte do Correio Braziliense, uma exploração acerca do tema motivado, principalmente, pelo fato de tratar-se de uma mulher candidata. Partimos da hipótese de que o jornal abordou a candidatura sob um viés misógino e, para averiguar tal inferência iremos deter-nos sobre três notícias, que representam o início, o meio e o fim do mês em questão, sendo elas: Dilma, uma candidata editada" (05 de julho); O palanque ainda é um adversário para a Dilma Superar (15 de julho) e Dilma diz que vai cuidar do 'legado' deixado por Lula (28 de julho). Tal escolha, justifica-se pela possibilidade de analisarmos atentamente quais são as injunções de gênero presentes no material. Nosso aporte teórico/metodológico é uma intersecção entre os estudos feministas e de gênero, os estudos de jornalismo e a análise de discurso francesa.

**PALAVRAS CHAVE:** Correio Braziliense; Estudos Feministas e de Gênero; Análise de Discurso Francesa.

**ABSTRACT:** This article discusses the coverage of Jornal Correio Braziliense about the presidential elections held in Brazil in 2010. It is an extensive corpus that would be impossible to analyze in an article, so we opted to approach the month of July, in which we observed a huge incidence of matters regarding the proposed theme. The issue that concerns us to investigate is if, on the part of the Correio Braziliense, there had been an exploration about the theme motivated, mainly, by the fact that it is a woman candidate. We start with the hypothesis that the newspaper approached the candidacy under a misogynist bias, and in order to ascertain this inference, we will stop at three news items, which represent the beginning, the middle and the end of the month in question: Dilma, a candidate edited" (July 5), the platform is still an opponent for Dilma overcome (July 15) and Dilma says he will take care of the 'legacy' left by Lula (July 28). the theoretical and methodological contribution is an intersection between feminist and gender studies, journalism studies and analysis of French discourse.

**KEYWORDS:** Correio Braziliense; Feminist and Gender Studies; French Discourse Analysis.

### 1. INTRODUÇÃO

O segundo semestre do ano de 2010 foi marcado pelas eleições presidenciais no Brasil. As coberturas jornalísticas foram maciças e ininterruptas. As páginas de internet dos jornais traziam atualizações constantes dos acontecimentos e com o jornal Correio Braziliense não foi diferente. Na página intitulada Política/Brasil <sup>2</sup>, o jornal trabalhou na cobertura de cada passo e decisão da então candidata à presidência da República, Dilma Rousseff.

\* Professora-adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, integrante do PPG/FAC/UnB da Linha de Jornalismo e Sociedade. **Email:** [profliliane@globocom.com](mailto:profliliane@globocom.com)

\*\* Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação da FAC-UnB. Professora substituta no curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB e professora no curso de jornalismo da UNIP-DF. **Email:** [profa.amorim@gmail.com](mailto:profa.amorim@gmail.com)

<sup>1</sup> Artigo apresentado para do GI 3: Comunicação, gênero e diversidade sexual

<sup>2</sup> <http://www.correiobraziliense.com.br/politica-brasil-economia/> Acesso em 05/11/2017

No primeiro turno das eleições de 2010 tínhamos como principais concorrentes à corrida presidencial, além de Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV). A abertura das urnas revelou que esses candidatos ficaram com 47%, 33% e 19%, respectivamente. Dessa forma, as eleições estenderam-se para o segundo turno, ocasião em que Rousseff venceu com 56,05% dos votos. O resultado foi um marco na história política do país, visto que foi a primeira vez que uma mulher venceu o pleito para o principal cargo da nação.

Ao fazermos o levantamento inicial do número de notícias veiculadas pelo Correio Braziliense durante o período de 30 de junho de 2010 (último dia para a realização de convenções para definir coligações e escolher os candidatos às eleições) a 31 de outubro de 2010 (votação no segundo turno das eleições) – a partir do termo-chave ‘Dilma’- obtivemos como resultado um total de 163 notícias. O montante desse corpus integra a pesquisa de doutorado intitulada “Gênero e poder: as representações de Dilma Rousseff pelo jornal Correio Braziliense”, em andamento. No caso específico deste artigo, fizemos um primeiro recorte no corpus, o qual levou-nos a observar que, do montante obtido, 63% concentrava-se no mês de julho, o que sugere um predomínio instigante do assunto nas páginas do diário no referido período. A princípio, as causas para o fenômeno podem ser pensadas a partir dos critérios de noticiabilidade que, como aponta Traquina, formam um “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico; isto é, possuir valor como notícia.” (2008, p. 63), que o tema encerra: proximidade – Brasília como o centro do Poder Executivo Federal - e interesse público – o pleito decidiria a escolha pelo nome do próximo presidente ou presidenta do país no período de 2011 a 2014. Entretanto, para além da lógica sobre os critérios de noticiabilidade, acreditamos que o interesse do jornal pela candidata também pode ser analisado sob o viés dos estudos feministas e de gênero.

A questão que nos preocupa investigar é, se em uma sociedade de características patriarcais como a brasileira, teria havido, por parte do Correio Braziliense, uma exploração acerca do tema devido ao fato de tratar-se de uma mulher candidata. Partimos da hipótese de que o jornal abordou a candidatura sob um viés misógino e, para averiguar tal inferência iremos deter-nos sobre três notícias, que representam o início, o meio e o fim do mês em questão, sendo elas: Dilma, uma candidata editada” (05 de julho); O palanque ainda é um adversário para a Dilma Superar (15 de julho) e Dilma diz que vai cuidar do ‘legado’ deixado por Lula (28 de julho). Tal escolha, justifica-se pela possibilidade de analisarmos atentamente quais são as injunções de gênero presentes no material. Como objetivos específicos, pretendemos explorar como o jornal Correio Braziliense representou Dilma Rousseff no período eleitoral de 2010, aproximando-nos assim das formas pelas quais o jornal trabalhou as informações sobre a então candidata à Presidência da República possibilitando-nos observar se houve, de fato, a utilização e reprodução dos estereótipos de gênero.

Consideramos o tema relevante, visto que trabalhamos sob a perspectiva de que os estereótipos de gênero circulam nos mais diversos discursos que integram a práxis social, dentre os quais, os formulados pelas mídias noticiosas. Avaliar e perscrutar tal produção é crucial para que se possa dar relevância ao caráter misógino que ainda impera na chamada grande imprensa nacional, reduto de expressão política, econômica e social ao qual o Correio Braziliense integra-se. Afinal, trata-se do maior veículo do Distrito Federal e o de maior circulação no Centro-Oeste. O jornal acumula 550 prêmios de jornalismo desde sua criação (por Assis Chateaubriand, em 21 de abril de 1960) e pertence ao grupo Diários Associados do qual faz parte o jornal Aqui DF, as rádios Planalto e Clube FM bem como os portais Correio Braziliense e Correio Web. Atualmente, o CB, sigla pela qual passaremos a designar o veículo doravante, visto possui uma circulação média, de segunda a domingo, de 57.290 exemplares.<sup>2</sup>

Partimos dos pressupostos de que o jornalismo atua como mediador e produtor de conhecimentos em nossa sociedade - “ao disseminar informação que as querem, necessitam e devem saber, as organizações noticiosas (...) modulam o conhecimento” (TUCHMAN, 1978, p. 2) - e de que o gênero não é algo a priori na existência humana e, sim, produto de diferentes tecnologias sociais

*O sistema sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social, etc.) a indivíduos dentro da sociedade. Se as representações de gênero são posições sociais que trazem consigo significados diferenciais, então o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino ou feminino subentende a totalidade daqueles atributos sociais. (LAURETIS, 1994:212).*

Nosso aporte teórico-metodológico, portanto, inclui as teorias do jornalismo, os estudos feministas e de gênero bem como a AD francesa - abreviação pela qual a metodologia é comumente conhecida no Brasil. Posteriormente, discorreremos mais detidamente acerca de cada uma dessas vertentes.

De acordo com Foucault (2008) - autor que, apesar de não pertencer à AD francesa, é bastante utilizado pelos analistas, visto sua obra ser marcada pela exploração do arquivo dos saberes - a formação dos discursos define-se pelas regras que a constitui, pela regularidade da dispersão das diferentes estratégias, pela emergência de novas estratégias ou pela exclusão de escolhas. Estaremos atentas, portanto, a três noções centrais para a AD francesa: o interdiscurso, entendido por Charaudeau e Maingueneau, como “espaço discursivo, um conjunto de discursos que mantêm relação de delimitação recíproca uns com os outros” (2006:286) o silenciamento que, como observa Orlandi (2007a), é efeito de sentidos, ou seja, não é o vazio mas está “prenhe de sentidos” e, ainda segundo a autora (ORLANDI, 2008) tem sua materialidade definida pela relação entre dizer e não dizer, e, por fim, os implícitos (o que não está evidente, oculto) que, segundo Maingueneau (1998), são conteúdos que aparecem atravessando o que está explícito (à mostra, evidente) no discurso.

<sup>3</sup> [http://www.diariosassociados.com.br/home/veiculos.php?co\\_veiculo=25](http://www.diariosassociados.com.br/home/veiculos.php?co_veiculo=25) Acesso em 16/02/2018.

## O JORNALISMO COMO MEDIADOR DA REALIDADE SOCIAL

Vivemos cercados e interrompidos por ações/informações midiáticas. A mídia (seja ela impressa, eletrônica, audiovisual, etc. ou a convergência entre elas) está presente no dia a dia, mediando nossas concepções de mundo. Filtra e molda o cotidiano por meio de suas representações, “fornecendo critérios e referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum” (SILVERSTONE, 2005, p. 20).

Frente aos diversos discursos midiáticos a que somos expostos, o gênero jornalístico possui algumas especificidades. Na visão de Maingueneau “[...] o discurso jornalístico é de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou. O jornal procura apresentar-se como quem responde à demandas, explícitas ou não, dos leitores.” (2002:40)

Já Eduardo Meditsch (1997), discorre sobre o jornalismo como uma forma de conhecimento e aponta que “O processo incessante de produção e reprodução do conhecimento depende não só do equipamento cognitivo dos indivíduos, mas também das possibilidades de socialização de suas experiências” (1997:5). Colocando o jornalismo como uma instituição que participa dessas possibilidades de socialização, o autor aponta que o conhecimento gerado pelo jornalismo não é de base científica e também não pode ser considerado senso comum, mas sim um tipo de conhecimento singular, sempre condicionado historicamente e culturalmente por seu contexto e subjetividade (MEDITSCH, 1997). O autor ainda propõe que os meios de comunicação exercem um grande poder na esfera social, ou seja, “Como produto social, o Jornalismo reproduz a sociedade em que está inserido, suas desigualdades e suas contradições” (MEDITSCH, 1997:11).

Ao trabalhar o jornalismo e a produção de conhecimentos, Ponte (2005) aponta para a capacidade do discurso jornalístico de

*[...] circular como seiva e elo do tecido social, toma posição crítica face a mitos e posições ancoradas num passado de uma estreita definição de esfera pública, num olhar de um lugar distante o outro, o estranho, o habitualmente sem voz, numa redução à dimensão do singular do que tem, em muitos casos, uma dimensão política e por isso merece ser conhecido e falado publicamente. (PONTE, 2005:109).*

Na acepção de Gaye Tuchman (1978), as notícias devem ser apreendidas como uma realidade construída e, a partir de uma aproximação interpretativa, apresenta a visão de que a notícia não espelha a sociedade, mas ajuda a construí-la. Segundo a autora, as notícias estão sempre “definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo o fenômeno social” (1978:184). A autora apresenta a ideia de enquadramento na obra Making News (TUCHMAN, 1978), na qual coloca as notícias como uma “janela para o mundo” enquadrando nossa realidade e não apenas produzindo, mas reproduzindo as estruturas sociais.

Tuchman coloca a ideia de que conhecimento é poder para além de um princípio da nossa sociedade, mas uma premissa dominante no jornalismo. Esse poder pode ser realizado pela disseminação de um conhecimento e/ou pela supressão de outros, podendo ser reforçado pela forma como o conhecimento é enquadrado como recurso para ação social. Sendo a notícia um “recurso social que constrói limites e compreensão analítica sobre a vida contemporânea” temos aí a notícia como um conhecimento, um tipo de poder (1978:215).

Podemos considerar que as questões de gênero, como abordadas pela mídia (direta ou indiretamente) são extremamente relevantes na construção/compreensão da realidade social. Na tese de doutorado intitulada “E a mídia criou a mulher: como a tv e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero” Machado busca estabelecer – a partir dos discursos midiáticos – os processos de subjetivação que originam gêneros distintos (2006). A autora destaca que “As imagens que as mídias geram acerca das mulheres têm que ser entendidas no bojo das produções imaginárias contemporâneas. Caso contrário, se tentarmos desligá-las do resto da realidade, elas parecem um amontoado de contradições sem nexos. (2006: 24).

Teresa de Laurentis afirma que o sistema sexo-gênero “é um conjunto de relações sociais que se mantém por meio da existência social, então o gênero é efetivamente uma instância primária de ideologia, e obviamente não só para mulheres.” (1994: 216), Sendo o gênero um construto sócio-histórico e não um a priori biológico, consideramos o emprego da análise de discurso francesa fundamental na tentativa de compreensão do discurso produzido no Correio Braziliense.

## 2.A AD FRANCESA E SUAS IMPLICAÇÕES

Temos na análise de discurso de linha francesa a possibilidade de trabalhá-la tanto como uma teoria quanto uma metodologia, especialmente por causa da união de saberes que marcam sua trajetória. Ao conceber a análise de discurso no final da década de 1960, Michel Pecheux propôs a intersecção de três áreas, supostamente, distintas: a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise. De acordo com Ferreira (2010), é na união dessas três áreas de concentração que podemos conceber o sujeito no entremeio da linguagem, da ideologia e do inconsciente. Um sujeito que não é dono de si mesmo, que é assujeitado por esses três domínios.

*O sujeito estaria assim sendo afetado, simultaneamente, por essas três ordens e deixando em cada uma delas um furo, como é próprio da estrutura de um ser-em-falta: o furo da linguagem, representado pelo equívoco; o furo da ideologia, expresso pela contradição, e o furo do inconsciente, trabalhado na psicanálise. Daí decorre o fato de a incompletude ser tão marcante para todo o quadro teórico do discurso e contaminar, de certa forma, os principais conceitos que o compõem. (FERREIRA, 2010:5)*

Na AD francesa, as relações de linguagem não são lineares, são relações de sujeitos e sentidos produzindo efeitos diversos. Como define Orlandi, “o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (2007:21). Dessa forma, a linguagem é concebida pela análise de discurso como mediação. Essa mediação é o discurso. Mediação entre o homem e a realidade. A AD francesa parte do princípio de que a materialidade da ideologia é o discurso, e que a materialidade do discurso é a língua.

É preciso observar também que quando o sujeito se expressa, ele não está partindo de um vazio ou, dito de outro modo, ele não está inaugurando sentidos, visto que é preciso considerar o pré-construído. De acordo com Orlandi, “a fala não é original, não é uma criação do sujeito, ela já está em sua memória” (ORLANDI, 2007, p. 35). Ainda que o sujeito tenha a impressão de ser a origem de sua fala, ele precisa considerar o que Pêcheux (2006) chama de “apagamento”. Nada é pronto e/ou transparente, mas se constitui na relação língua-história-ideologia. O que o analista deve buscar é o sentido do discurso em sua materialidade linguística e histórica. Para isso é preciso ir além do texto.

De acordo com Mangueneau, o discurso possui algumas características que merecem ser ressaltadas. Ele “mobiliza estruturas que vão além da frase”; “é orientado – desenvolvendo-se no tempo, de forma linear”; “é uma forma de ação e não apenas representação do mundo”; “é uma atividade interativa; discurso e contexto são concomitantes e não separados”; “discurso só é discurso enquanto remete a um EU”; “é regido por normas e só adquire sentido a partir do interdiscurso”, ou seja, faz sentido no interior de outros discursos (2002: 52-55).

Ao propormos analisar as estratégias discursivas utilizadas pelo CB na cobertura da campanha de Dilma Rousseff no decorrer do mês de julho de 2010 estaremos atentas, portanto, às operações languageiras, expressão de autoria de CHARAUDEAU e MAINGUENEAU (2006) que refere-se às regras, normas e convenções sociais presentes nos discursos.

### 3.1- ANTECEDENTES DA ANÁLISE

Dilma Vana Rousseff foi a primeira mulher a ter chances verdadeiras de chegar à presidência do Brasil. As primeiras pesquisas de opinião apontavam José Serra como favorito na campanha presidencial, mas Dilma conseguiu ultrapassar o Psdbista em maio de 2010<sup>4</sup>. Estes fatos não são contemplados durante os meses que antecederam as eleições (junho a outubro de 2010) demarcando um silenciamento em relação à possibilidade de termos uma mulher como Presidenta da República.

De acordo com Orlandi (2007) o silêncio, o fora da linguagem, ainda é sentido pois “o sentido não para, ele muda de caminho” (2007:13). Dessa forma fica claro que silenciar ainda é enunciar. Silenciar denota certa ideologia do enunciador, algo que perpassa a sociedade, mas vai além da dominação. É social, cultural e histórico. “A ideologia se produz justamente no ponto de encontro da materialidade da língua com a materialidade de história” (ORLANDI, 2007:20), o discurso, entendido como a materialidade da ideologia, produz sentido no jogo de relações. Um mesmo discurso pode possuir diferentes sentidos para sujeitos diversos. É nesse ponto que a materialidade da língua e da história contrapõem-se, ou seja, o mesmo enunciado pode ter efeitos múltiplos pois os receptores possuem histórias de vida diferentes e, dessa forma, os mecanismos de interpretação acionados não são os mesmos. No caso do CB, entendemos que, ao silenciar sobre a possibilidade de o país ter uma presidenta o jornal demarca o posicionamento ideológico do veículo.

A seguir, analisaremos separadamente as três matérias selecionadas, relacionando algumas das ferramentas da AD francesa, conforme dito anteriormente.

### 3.2 “DILMA, UMA CANDIDATA EDITADA” - INTERDISCURSO

*A notícia “Dilma, uma candidata editada”<sup>5</sup>, publicada no dia 05 de julho de 2010, remete-nos ao fato de termos uma mulher na corrida presidencial, mas de uma forma pejorativa já que essa edição de Rousseff está relacionada à sua aparência física - “recentes alterações no visual da petista Dilma Rousseff” - e à certa incapacidade de relacionar-se com seus aliados - “impossibilidade da sua presença em todas as convenções partidárias obrigaram aliados a recorrer a edição de imagem para montar banners e folhetos de divulgação”. Estas duas colocações fazem parte do subtítulo da matéria.*

No primeiro parágrafo, encontra-se a colocação “Alguns tiveram mais sorte e puderam posar ao lado da candidata do presidente Luiz Inácio Lula da Silva” referindo-se aos aliados que conseguiram tirar fotos com Dilma e Lula. É importante observarmos que Dilma Rousseff perde seu nome, sua identidade e passa a ser ‘a candidata do presidente’.

No corpo do texto encontramos o termo ‘cíume’ (por parte dos aliados que não tiveram Dilma em seus pré-palanques) por três vezes. O cíume remete a um sentimento de infelicidade ao ver o amado interessado por outro, o que coloca Dilma como objeto de desejo, momento no qual o discurso do CB trabalha a objetificação da futura presidenta. O processo de objetificação da mulher em nossa sociedade tem sido muito discutido por teóricos de diversas áreas.

<sup>4</sup> Notícias UOL, <https://noticias.uol.com.br/fernandorodrigues/pesquisas/2010/1turno/presidente.jhtm> <acesso em 01 de novembro de 2017>

<sup>5</sup> [http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/05/internas\\_polbraeco,200821/dilma-uma-candidata-editada.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/05/internas_polbraeco,200821/dilma-uma-candidata-editada.shtml) Acesso em 05/11/2017

O que é específico da mulher, em sua posição tanto subjetiva quanto social, é a dificuldade que enfrenta em deixar de ser objeto de uma produção discursiva muito consistente, a partir da qual foi sendo estabelecida a verdade sobre sua “natureza”, sem que tivesse consciência de que aquela era a verdade do desejo de alguns homens – sujeitos dos discursos médico e filosófico que constituem a subjetividade moderna – e não a verdade “da mulher”. (KEHL, 1998: 16)

A partir do subitem ‘Novo visual’, a matéria apresenta um parágrafo no qual destrincha as mudanças estéticas da presidenciável e suas consequências. Iniciando com a frase ‘Além de querer pegar carona na popularidade do presidente Lula’ o emissor deixa pressuposto que Dilma não é popular e que, por isso, quer se aproveitar da popularidade de Lula. Novamente a matéria reafirma a dependência do sucesso de Rousseff em relação a um homem, no caso, do presidente em exercício à época, cujos índices de aprovação eram bastante relevantes para qualquer um que tentasse sucedê-lo.

O parágrafo continua com ‘As recentes mudanças de cabelo e no rosto da presidenciável prejudicaram o acervo de fotos dos aliados’ ressaltando a importância (ou a imposição) da aparência na vida das mulheres. Ao finalizar o texto o jornal aponta que ‘Os peemedebistas também reclamam pela atenção de Dilma’ apontando que a presidenciável esteve na formalização de um candidato de PMDB mas não de outro, retomando a ideia do ciúme e mostrando que a forma como o jornalismo noticia a política no Brasil é marcada pelo tom de fofoca e disputa. Ao falar da mídia enquanto palco para a “teatralização política Melo (2013), afirma que os meios de comunicação “intensificaram o processo de dramatização da vida política, tornando-a mais próxima do cotidiano”. Dessa forma a política deixa de ser algo distante e se aproxima do dia a dia do sujeito social.

Observamos o interdiscurso materializado na insistência do veículo em aludir à aparência física da presidenciável bem como no fato de que ela depende do sucesso de um homem para obter respaldo. Nada disso é novo no discurso midiático, em geral, quando o assunto são as mulheres. Analisemos, primeiramente, a questão referente à dependência de Dilma frente à Lula. O jornal cala-se diante do fato de que a candidata tenha exercido diversas funções nos dois mandatos de Lula, inclusive o de chefe da Casa Civil, cujos poderes são conhecidos por todos os jornalistas que cobrem política no país. Ademais, a ideia de que ela seria meramente a sombra de um homem de sucesso alude à baixíssima representação das mulheres no parlamento nacional. Há décadas o movimento feminista no mundo ocidental vem apontando para a necessidade de que as mulheres ocupem lugar de destaque na representação político/partidária, o que, malgrado o esforço, não tem resultados práticos efetivos no Brasil.

No capítulo Lugar de Mulher é Na Política: um desafio para o século XXI, Almira Rodrigues afirma

*Apenas no final do século XX, nas eleições de 1986, foram eleitas mulheres para a Câmara dos Deputados, em número mais significativo, 26 deputadas federais. Apenas nos anos 90, mulheres foram eleitas, como titular, para o Senado Federal e, somente em 1994, foi eleita a primeira governadora do país. A presença das mulheres em posições expressivas de representação política está intimamente relacionada ao processo de redemocratização do Estado brasileiro, o qual tende a ser tão mais substantivo quanto maior for a participação feminina e o respeito aos direitos das mulheres. (2005:32/33).*

O jornal, entretanto, segue na contramão para alertas como esses, optando por uma postura de inferiorizar a candidata e, por outro lado, de realçar sua aparência, reproduzindo a noção de que a aparência física é algo fundamental na vida das mulheres e que cortar os cabelos, emagrecer, etc. são mais importantes do que averiguar, por exemplo, quais são as propostas da candidata para diminuir as desigualdades de gêneros do país.

### 3.3 “O PALANQUE AINDA É UM ADVERSÁRIO PARA A DILMA SUPERAR” – IMPLÍCITOS

A notícia “O palanque ainda é um adversário para a Dilma Superar”<sup>6</sup> foi publicada na página Brasil/Política no dia 15 de julho de 2010 e denota que Rousseff não está preparada para se apresentar em público. Na materialidade do título da matéria percebemos que está pressuposto<sup>7</sup> a partir do termo ainda que Dilma já superou alguns obstáculos, mas também podemos entender como “a essa altura ainda não foi superado”.

No subtítulo da matéria temos ‘Tranquilidade na relação com representantes de partidos aliados contrasta com as dificuldades de Dilma para se comunicar com o eleitor em eventos abertos ao público’ o que corrobora com nossa análise anterior de que está implícito no título que Dilma já superou alguns problemas, mas não o palanque, ou seja, o diálogo com o eleitor. No mesmo caminho de análise temos a primeira construção no corpo do texto: “Dilma Rousseff conseguiu estreitar os laços políticos com aliados, mas ainda não domina os palanques” reproduzindo a ideia de que Dilma é uma pessoa que não dialoga, o que é fatal na carreira política.

O texto continua com “A ex-ministra da Casa Civil — que na década de 1990 fez curso de dramaturgia grega, repaginou o visual recentemente para a campanha e sorri constantemente para câmeras — está distante do povo”. O que está fora dos travessões nos remete à ideia do parágrafo anterior e o que está dentro deles demonstra o esforço de Dilma para ser aceita política e esteticamente.

<sup>6</sup>[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/15/internas\\_polbraeco,202516/o-palanque-ainda-e-um-adversario-para-a-dilma-superar.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/15/internas_polbraeco,202516/o-palanque-ainda-e-um-adversario-para-a-dilma-superar.shtml) Acesso em 05/11/2017

<sup>7</sup> De acordo com Maigueneau (2002:33) os pressupostos vêm inscritos no enunciado, neste caso, o termo ainda indica que há mais ideias implícitas no enunciado.

Destaco aqui que o CB coloca em evidência que mesmo tendo feito curso de dramaturgia e mudanças na aparência Dilma não consegue se aproximar dos eleitores. Isto é o que está subentendido. Como aponta Maingueneau, o subentendido “é um tipo de implícito que se evidencia pelo confronto do enunciado com o contexto de enunciação” (2002:33). Diferente do pressuposto (outro tipo de implícito) o subentendido não possui marcação no texto.

A relevância dada à aparência também está presente no enunciado: repaginou o visual recentemente. Deparamo-nos, novamente, com a objetificação das mulheres. Segundo Rago

*É uma violência contra a candidata insistir na sua aparência física, o que agrava-se, quando o veículo, em parágrafos posteriores da matéria, passa a referir-se à personalidade de Rousseff, conforme destacamos no seguinte trecho: “Em treinamento para evitar saias justas, a ex-ministra nem sempre consegue manter o sorriso. Geniosa, subiu o tom anteontem com um assessor que trouxe água numa taça”. Entre os sinônimos do termo genioso temos irascível, colérico, irritadiço, irritável. São essas as características que a matéria atribui à candidata, classificando-a como uma mulher fora de controle, cujos atos são marcados por rompantes. A idéia de que mulheres não são confiáveis é uma representação comum na literatura, na filosofia, na psicanálise e em outras fontes discursivas que o CB encarrega-se, assim de reafirmar e de revalorizar.*

### 3.4. “DILMA DIZ QUE VAI CUIDAR DO ‘LEGADO’ DEIXADO POR LULA” - SILENCIAMENTOS

A notícia sob o título “Dilma diz que vai cuidar do ‘legado’ deixado por Lula”<sup>8</sup> foi publicada pelo CB no dia 28 de julho de 2010. Começando pelo título temos a palavra legado entre aspas. Para Maingueneau a expressão ou palavra aspeada é

*ao mesmo tempo usada e mencionada, dependendo, conseqüentemente, da “conotação autonímica”. Os lógicos distinguem, em textos já clássicos, a menção de um termo que consiste em uma remissão autonímica e seu uso. A palavra entre aspas apresenta a particularidade de acumular menção e uso. (1997:91)*

Fica claro então que o jornal usou o mesmo termo empregado na fala de Rousseff, porém num sentido conotativo e irônico. De que legado estamos falando? Existe mesmo um legado deixado por Lula?

A notícia começa descrevendo a passagem de Dilma por Natal e cita a fala completa da presidente: “O presidente Lula me deu um legado, me deu uma missão. O legado que o presidente Lula entregou nas minhas mãos é um legado daquilo que ele mais ama, que é cuidar do povo brasileiro. Eu vou cuidar como uma mãe do povo brasileiro”. O jornal dá destaque ao fato de Dilma assumir o papel de mãe do povo, o que não é casual, visto a maternidade ser vista como a verdadeira função das mulheres na sociedade. Possível jogada de marketing da equipe que assessorava a presidente, o fato é que o jornal não perde a deixa de reconduzir Rousseff ao espaço do privado. No início do texto “A invenção do corpo feminino ou “A hora e a vez do nomadismo identitário” Tânia Navarro Swain apresenta as seguintes questões:

*Que corpo é este, afinal, que sendo apenas um, pode tornar-se dois, ocupando o mesmo lugar no espaço? Corpo feminino, corpo reprodutor, a maternidade que me desdobra vem me integrar ao mundo do social, à representação da “verdadeira mulher”. Serei eu “mulher” mesmo antes de ser “mãe”? (2000:47)*

Em outro artigo a autora esclarece que por meio de pedagogias sociais diferentes e diversas as mulheres são

*persuadidas e inseridas em redes representacionais que lhes conferem sentido social apenas ao realizarem seu “destino de mulher”: a procriação em uma relação afetiva e socioeconômica com um homem, uma relação que se baseia e funciona a partir do sexo e da sexualidade reprodutiva, ou seja, da heterossexualidade compulsória. (SWAIN, 2010: 50).*

Por mais poderosa que seja uma mulher, o mais relevante para ela é que retome seus dons naturais, ainda que de forma metafórica.

## 4- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da análise, pudemos observar as estratégias discursivas utilizadas pelo CB no decorrer da cobertura da campanha eleitoral de Dilma Rousseff em julho de 2010. Além de silenciar sobre o fato de Dilma ser a primeira mulher a ter chances reais de vencer a disputa presidencial, o jornal lançou mão de interdiscursos que levaram à objetificação da candidata, optando por dar destaque à sua aparência física. Ademais, rerepresentou velhos estereótipos acerca das mulheres, como o de que não são confiáveis e que para uma mulher destacar-se na vida pública, espaço que não é o seu por direito, precisa estar à sombra de um homem, origem verdadeira de seu poder.

O jornalismo - como um relevante campo de geração discursiva contemporâneo - expõe sua visão de mundo diariamente acarretando em representações sociais. Para Berger e Luckmann (1995), a atividade humana está sujeita ao hábito. Dessa forma, aquilo

<sup>8</sup> [http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/28/internas\\_polbraeco,204926/dilma-diz-que-vai-cuidar-do-legado-deixado-por-lula.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/07/28/internas_polbraeco,204926/dilma-diz-que-vai-cuidar-do-legado-deixado-por-lula.shtml) Acesso em 05/11/2017

que é repetido por diversas vezes pode tornar-se regra. Diante da relevância do jornalismo na construção social, apontamos para o fato de que é urgente que as novas gerações de jornalistas tenham acesso aos problemas e questões levantados pelos estudos feministas e de gênero para que cessem a repetição de estereótipos relativos às mulheres, seja na cobertura política ou de qualquer outro tema.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGER, P.; LUCKMANN, T. A constituição social da realidade. Petrópolis: Vozes, 1995.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, Roseli (org). Comunicação e Análise do Discurso. São Paulo: Contexto, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2006.
- DEUZE, Mark; WITSCGGE, Tamara. What journalism becomes. In: PETERS, Chris; BROERSMA, Marcel. Rethinking Journalism again. New York: Routledge, 2017.
- FOUCAULT, Michel. A arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). As representações sociais. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- KEHL, Maria Rita. Deslocamentos do feminino. Rio de Janeiro: Imago, 1998.
- LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLANDA, Heloísa Buarque de (Org). Tendências e impasses: o feminismo como crítica cultural. Rio de Janeiro, Rocco, 1994.
- MACHADO, Liliane Maria Macedo. E a mídia criou a mulher: como a tv e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de História, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- MAINGUENEAU, Dominique. Termos-chave da análise do discurso. Belo Horizonte: Ed, UFMG, 1998.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e o campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.
- MELO, Rostand de Albuquerque. O cotidiano da política no jornalismo: espetáculo e debate político na esfera midiática. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.
- MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. A produção da imparcialidade: A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. In: RBCS Vol. 25 n° 73, junho/2010.
- MOSCOVICI, S. A representação social da psicanálise. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- ORLANDI, E. P. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2007.
- E. P. As formas do silêncio: no movimento dos sentidos. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2007a.
- E. P. Silêncios: presença e ausência. In: ComCiência no. 101, Campinas, 2008.
- PONTE, Cristina. Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.
- RODRIGUES, Almira. "Lugar de Mulher é na Política: um desafio para o século XXI in Mulheres em Ação. Org.: NAVARRO-SWAIN e MUNIZ, Diva do Couto Gontijo. Florianópolis, Ed. Mulheres; Belo Horizonte: PUC Minas, 2005.
- SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.
- SOIHET, Racuel. "Corpo feminino e formas de violência: discursos e práticas" in Mulheres em Ação. Org.: NAVARRO-SWAIN e MUNIZ, Diva do Couto Gontijo. Florianópolis, Ed. Mulheres; Belo Horizonte: PUC Minas, 2005.
- SUWAIN, Tania Navarro. A invenção do corpo feminino ou a hora e a vez do nomadismo identitário". In: Textos de História, Vol. 8, nº ½, 2000.
- SUWAIN, Tania Navarro. Desfazendo o "natural": a heterossexualidade compulsória e o continuum lesbiano. In: Bagoas, nº 5, 2010.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.
- TUCHMAN, Gaye. Making news. New York, The Free Press, 1978.
- WAHL-JORGENSEN, Karin. Is there a 'post modern turn' in journalism?. IN: PETERS, Chris; BROERSMA, Marcel. Rethinking Journalism again. New York: Routledge, 2017.

