

A MULHER NO PODER E OS ESTEREÓTIPOS FORTALECIDOS PELA MÍDIA

SUELEN FREDA¹; RAQUEL RECUERO²

¹Universidade Católica de Pelotas– suelenafreda@gmail.com

²Universidade Católica de Pelotas – raquelrecuero@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho buscaremos refletir como a mídia retrata a presença feminina na política, analisando a violência simbólica em relação ao gênero, através dos discursos presentes nas notícias de diferentes veículos. Para isso, partimos do pressuposto da violência sutil (ODÁLIA, 1985). No caso, o ato violento que se insinua frequentemente como natural, cuja essência passa despercebida. A mesma naturalização que (BOURDIEU, 2000) trata sobre os sistemas simbólicos que são instrumentos de imposição a dominação de uma classe sobre a outra, tornando assim a violência simbólica (BOURDIEU, 2000). Para o autor existem duas maneiras dos agentes imporem a sua visão e posição de dominação: o insulto, pelo qual alguém tenta impor o seu ponto de vista e corre risco de reciprocidade, ou a nomeação oficial, que tem a seu favor a força do coletivo (BOURDIEU, 2000). Pelo fato do presente trabalho analisar matérias que retratam as mulheres no poder, trazemos o estudo sobre gênero de (BUTLER, 2013), onde o gênero feminino é culturalmente construído.

Para compreender o discurso da mídia é preciso observar os valores-notícias e os seus critérios que são levados em conta para um fato se tornar notícia (TRAQUINA, 2005). Nesta pesquisa abordamos os critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de sua importância ou interesses como notícia (TRAQUINA, 2005). E os critérios de construção, referentes à qualidade dos fatos, sugerindo o que deve ser realçado ou omitido dentro da construção da notícia (TRAQUINA, 2005). Para realçar algo, a construção pode utilizar de estereótipos, que etimologicamente é formado por duas palavras gregas, *stereos*, que significa rígido, e *túpos*, que significa traço. Portanto, (BIROLI, 2010) apresenta que este “traço rígido”, quando se trata sobre as mulheres no campo político, pode ser ao mesmo tempo um obstáculo de atuação ou uma estratégia de diferenciação para alcançar a visibilidade.

2. METODOLOGIA

Para responder as perguntas que guiam a presente pesquisa, será utilizada como metodologia a Análise de Conteúdo de (BARDIN, 1977). A pesquisa tem como objetivo analisar de que forma o discurso da mídia muitas vezes carregado de violência simbólica, podem criar e/ou fortalecer o estereótipo da mulher no poder. Para isso, serão analisadas de forma qualitativa quatro matérias de veículos e períodos diferentes, coletados de plataformas online, sobre duas mulheres do poder: a senadora e atual ministra da cultura, Marta Suplicy e a ex-ministra Chefe da Casa Civil, Gleisi Hoffmann.

As matérias vão desde o ano de 2004 a 2012, por tanto nem todas são referentes aos acontecimentos atuais na política. Porém, fortalece uma hipótese do trabalho que acredita nos fatores históricos de dominação masculina, tanto no campo político como no discurso da mídia. A escolha e a posição dos veículos não serão abordadas no trabalho. Mas sim o contexto quanto ao que estava

acontecendo no meio político quando as matérias foram produzidas. A seguir as Tabelas com o número das matérias (escolha própria), ano que a notícia foi publicada, veículo de publicação e título das matérias de ambas as mulheres.

Marta Suplicy

Nº	Ano	Veículo	Título
1	2004	Terra	Capa – Personalidade do ano 2004
2	2011	Veja	Encantada pelos holofotes, Marta Suplicy estréia no Senado

Tabela 1: esquema das matérias sobre Marta Suplicy a serem analisadas.

Gleisi Hoffmann

Nº	Ano	Veículo	Título
3	2011	G1	Senadores da oposição e da base elogiam ida de Gleisi à Casa Civil
4	2012	O Globo	Desafio de Gleisi Hoffmann é se impor, mas sem perder a ternura

Tabela 2: esquema das matérias sobre Gleisi Hoffmann a serem analisadas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A matéria de número 1 do portal Terra traz Marta Suplicy como destaque e capa personalidade do ano, na época da entrevista Marta estava encerrando o seu mandato como prefeita de São Paulo. O lide da matéria começa descrevendo o local da entrevista e a roupa da ex-prefeita, “chega elegante num terninho bege”. Sua administração foi chamada de ousada e criativa, por enfrentar os maiores problemas de São Paulo. A matéria relembra que seu governo também é característico de sua história. “A coragem é uma qualidade histórica da prefeita, que se tornou conhecida nos anos 80 ao falar de sexo na televisão, algo inédito na época, no TV Mulher, da Rede Globo”.

Por se tratar de uma entrevista o texto é carregado de assuntos pessoais. Um deles é a sua separação após um casamento de 36 anos com o senador Eduardo Suplicy e por ter se casado mais outras duas vezes. Para ela não se tolera mulher que se porte em desacordo com o estereótipo feminino. Martha fala dos preconceitos que sofreu durante sua carreira, tanto pela condição de ser mulher como pela história de sua vida. Lembrando da campanha do seu adversário José Serra, só a chamava de “Dona Marta”. O apelido “Dona Marta” era falado em tom de descrédito, de ironia, no caso também de poder e violência simbólica (BOURDIEU, 2000). Logo, a questão feminina está sempre presente, seja de forma negativa como positiva. Mostrando o gênero como culturalmente construído (BUTLER, 2013), presente na entrevista da ex-prefeita desde os anos 80 em programas de TV até o ano que se tornou prefeita de São Paulo.

A matéria de número 2 fala da estréia da Marta no Senado como vice-presidente da Casa Civil. De acordo com a matéria, Marta estaria encantada pelos holofotes. A matéria fala que o cargo saiu “melhor do que a encomenda”, “esse cargo dá visibilidade, não é mesmo?”, disse ela nesta semana, feliz, a um colega. Entretanto, alguns colegas falam que ela não teria chances de mudar as regras do jogo na Casa, pois ela ocupa o cargo apenas por uma questão simbólica e é tida café-com-leite. A expressão café-com-leite significa que ela não tem voz de escolha, de voto, uma expressão que podemos caracterizar de poder simbólico (BOURDIEU, 2000) presente no campo político. A questão simbólica é

trazida mais uma vez por ser mulher e Marta confirma. “(...) ficaria feio para a bancada do PT escolher um homem quando tinha a possibilidade de transformar em ações concretas a fala da presidente, que pediu protagonismo feminino em seu governo”, explicou a senadora. Mesmo assim, a matéria fala que Marta está conhecendo a casa para depois criar suas estratégias, mas é desacreditada pelos colegas.

A matéria de número 3 fala dos elogios que Gleisi recebeu de seus colegas após ser escolhida pela presidente Dilma para substituir Antonio Palocci no cargo de chefe da Casa Civil. As palavras a respeito de Gleisi se repetem e são referentes à competência, sabedoria, profundidade. Além, do uso de expressões para demonstrar apoio: “Show de bola”, “Feliz escolha”, “Melhor impossível”. Estes exemplos demonstram a nomeação oficial (BOURDIEU, 2000), onde colegas políticos recebem o apoio do coletivo. Entretanto, o texto traz exemplos de insultos e de violência simbólica (BOURDIEU, 2000), onde Gleisi recebeu o apelido de “trator”, por defender o uso da maioria governista para aprovar matérias contra a vontade da oposição, sempre minoritária. A matéria também apresenta exemplos de gênero como culturalmente construído (BUTLER, 2013), destacando-se por ser mulher e por estar em um cargo alto. “Gleisi vai representar “milhões de mulheres” no comando da Casa Civil”.

A matéria de número 4 fala quando Gleisi assumiu o cargo chefe na Casa Civil e os seus desafios a serem enfrentados em relação as suas características. Estas características tratadas no texto que servem como estereótipos também de sua gestão no governo. “Entrou no cargo discretamente e adotou uma postura classificada por muitos como apagada. Mas foi crescendo e desabrochou (...)”. Além, das palavras “discretamente” e “apagadas” que marcam a sua personalidade, o fato de usar o “desabrochou” para referir que ela cresceu e está sendo vista no cargo, cria um forte estereótipo de gênero. Pois, conforme (BUTLER, 2013), alguns atributos são determinados apenas para as mulheres. Como no caso de relacionar a sua administração com uma flor desabrochando.

Na matéria Gleisi Hoffmann é caracterizada com atributos opostos, por exemplo, “papel de gerentona da Dilma, mas sem perder a delicadeza”, um de seus mais elogiados atributos de acordo com a matéria. O processo de construção da matéria também é levado em conta, pelo fato de escolher algumas opiniões dos colegas políticos e não escolher outras tantas. Os critérios de construção (TRAQUINA, 2005) dão destaque para os estereótipos de Gleisi. Por exemplo, “alguns antigos colegas de partido vêm na ministra até uma possível sucessora de Dilma, só que com um jeitinho mais doce, e torcem para que ela se exponha mais no governo, mostrando mais a cara”. Até o seu capital político é marcado por ser mulher. “(...) ou comprometer o capital político conquistado com os mais de 3,2 milhões de votos como primeira senadora eleita pelo Paraná”. Estes são apenas alguns exemplos de como os estereótipos (BIROLI, 2010), podem servir como um obstáculo na gestão ou como uma estratégia de consolidação e visibilidade.

4. CONCLUSÕES

O presente trabalho tentou mostrar em um pequeno recorte o poder simbólico e a dominação masculina que está enraizada na história da humanidade em diversos espaços públicos. No caso deste trabalho, no campo político, onde mesmo com tantas iniciativas de participação e leis para garantir o espaço da mulher na política a desigualdade ainda é grande. No momento atual, o Brasil é chefiado por uma mulher, a política da presidente Dilma Rousseff pede

mais atuação das mulheres nas decisões. Entretanto, mesmo sendo colocado em prática, como vimos neste trabalho, à mudança para cargos importantes de Marta Suplicy e Gleisi Hoffmann ainda carrega descrédito por ser visto como simbólico. Esse ver simbólico vistos pelos colegas de profissão e reforçados nos discursos das matérias, pode ser transformado em violência simbólica (BOURDIEU, 2000). Tanto pelo insulto, quando uma pessoa apenas é responsável pela agressão verbal e corre grande risco de reciprocidade pela pessoa atingida. Como pela nomeação oficial que tem o apoio da maioria. Logo, neste trabalho presenciamos ambos os casos.

É importante ressaltar que as matérias escolhidas não levaram em conta a posição dos veículos, mas sim pelo contexto histórico. As matérias apresentadas vão desde 2004 a 2012, e todas apresentam algum ponto notável da dominação histórica que através do tempo fortalece cada vez mais os estereótipos (BIROLI, 2010) utilizando atributos para se referir as mulheres. Atributos como, por exemplo, o uso da palavra desabrochar, nunca seria utilizado para se referir a um homem, e sim somente a uma mulher. Demonstrando o gênero como culturalmente construído (BUTLER, 2013) e marcado pelos fatos históricos e fortalecidos pelo discurso da mídia. Onde neste trabalho, tentamos compreender os critérios de seleção e de construção de uma notícia (TRAQUINA, 2005), para entender o porquê do uso de tantos atributos quando a notícia sobre política se refere a uma mulher.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução, Renato Aguiar. – 5ª Ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- ODÁLIA, N. **O que é violência?** São Paulo: Nova Cultural: Brasiliense, 1985.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis, Insular/Posjor-UFSC, 2005.
- Terra. **Capa – Personalidade do ano 2004**. 20 dez. 2014. Acessado em: 13 mai. 2014. Online. Disponível em: http://www.terra.com.br/istoegente/280/reportagens/pers_marta_suplicy.htm
- Veja. **Encantada pelos holofotes, Marta Suplicy estréia no Senado**. 14 fev. 2011. Acessado em: 20 mai. 2014. Online. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/encantada-pelos-holofotes-marta-estrela-no-senado>
- G1. **Senadores da oposição e da base elogiam ida de Gleisi à Casa Civil**. 8 jun. 2011. Acessado em: 10 mai. 2014. Online. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/06/senadores-da-oposicao-e-da-base-elogiam-gleisi-na-casa-civil.html>
- O Globo. **Desafio de Gleisi Hoffmann é se impor, mas sem perder a ternura**. 4 fev. 2012. Acessado em: 10 mai. 2014. Online. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/desafio-de-gleisi-hoffmann-se-impor-mas-sem-perder-ternura-3882733>