

**Estereotipia e sub-representação feminina no Horário
Eleitoral Gratuito Brasileiro: Um estudo de caso das eleições
presidências de 2010.**

Autora:

Fernanda Ferreira Mota (UnB)

fernanda_política@yahoo.com.br

1. Introdução

A situação atual das sociedades ocidentais, dentre elas o Brasil, evidencia a acomodação dos valores liberais, como a universalidade, a desigualdades sociais. O que á uma primeira vista poderia parecer uma contradição, sob um olhar mais atencioso se mostra como uma das principais características e base de sustentação dos sistemas políticos. Tal acomodação permite que mesmo sob o discurso de inclusão, alguns grupos específicos, se encontrem em posições periféricas (ou mesmo sejam excluídos) na política. O cotidiano das sociedades contemporâneas é marcado pela reprodução da exclusão destes grupos por meio da convivência entre uma igualdade formal e desigualdades efetivas, que por meio do ideal liberal se torna não só aceitável, como legítima (Miguel e Biroli, 2011, p.52).

Dentre estes grupos “excluídos” do espaço político encontram-se as mulheres. Embora tenham conquistado o direito político à participação, a inclusão das mulheres no campo político encontra vários obstáculos que impedem a transposição de hierarquias baseadas não somente, mas também, pelo gênero, construídas historicamente - e cotidianamente reproduzidas. Embora exista a crença disseminada no campo político e no imaginário tanto social quanto científico de que os atores em meio ao jogo político lançam mão de estratégias que são escolhidas dentre um leque de possibilidades, a análise da situação das mulheres dentro deste campo no leva a alguns questionamentos e conclusões sobre esta crença: 1) os atores não são iguais, nem em suas demandas e perspectivas, muito menos no poder político que possuem; 2) o leque de possíveis escolhas e estratégias depende de que tipo de ator está se falando e 3) a possibilidade de escolha não se configura em um processo simples de decisão entre vários caminhos, mas passa por relações complexas em que a própria palavra “escolha” não pode ser livremente usada.

Em relação a estes obstáculos a uma maior inclusão das mulheres a crítica feminista trabalha com dois eixos centrais: a exclusão das mulheres de esferas formalmente inclusivas e a contraposição entre público e privado¹. Tais eixos podem ser mobilizados para a discussão do cenário político brasileiro atual. Ao observarmos o quadro político brasileiro vemos que não só poucas mulheres participam da política,

¹ “... vinculada a compreensões específicas do que é público e do que é relevante o suficiente para tornar-se público” (Maia e Mota, 2010, p.54).

mas que as que participam geralmente se encontram atreladas a temas e posições de não muito prestígio e poder. Ou seja, quando as mulheres conseguem transpor os primeiros obstáculos a uma maior participação sua na vida política, outros obstáculos, também centrados nas diferenças de gênero, se manifestam.

A imagem pública dos candidatos é um elemento central em seu sucesso político, e o que se nota é que este elemento recai de diferentes formas para candidatos de diferentes sexos. Existe uma relação entre imagem pública e estereótipos, enquanto artifícios mobilizados tanto pela mídia quanto pelos atores políticos (e mesmo pelos eleitores), que nos possibilita ver de forma mais clara como determinadas concepções do que é feminino perpassam as esferas e se constituem nos campos midiático, político e social. Os reforços às posições subordinadas e periféricas de mulheres políticas são então parte de relações que são estruturadas por formas naturalizadas de opressão e dominação.

Esta pesquisa procura entender como os quatro principais candidatos à presidência das eleições de 2010 - Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) e Plínio Arruda (PSOL) - lidam com a tentativa de gerenciamento de sua imagem pública, se atentando também a forma como estereótipos vigentes relacionados ao gênero não manipulados. Procura-se mapear como estes estereótipos são utilizados nas estratégias de campanha destes atores tanto na construção/manutenção/modificação de sua própria imagem pública quanto no ataque à imagem pública do oponente. Para tanto, foram analisados os programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral destes quatro candidatos.

Os programas foram gravados como parte do Projeto de Pesquisa “Mídia, gênero e preferência políticas nas eleições de 2010 no Brasil”, CNPq edital nº02/2010. Este artigo se pauta em uma análise qualitativa dos vídeos, apresentando uma observação mais atenta aos discursos dos atores em uma análise mais detalhada dos programas. Pela limitação do tempo de análise e do próprio corpo do texto decidiu-se analisar apenas o primeiro turno. Os programas analisados são para este artigo são apenas os que foram veiculados no período noturno.

A análise destes programas parece confirmar duas hipóteses: 1) existe uma convergência entre agenda temática e construção da imagem dos atores; 2) há um deslizeamento entre os valores de inclusão “universal” (a igualdade liberal) e a afirmação

de identidades diferenciadas; e 3) os estereótipos de gênero são constantes, mesmo quando não explícito, porém seu uso não é linear, mudando não só de ator para ator, mas dentro do discurso de um único candidato.

O artigo se divide em três partes além desta introdução: a primeira parte se dedica a uma breve discussão sobre a ideia de campo e sobre a construção da imagem pública dos atores; a segunda trata da questão dos estereótipos, sua relação com a mídia e com a dicotomia público/privado; a quarta parte é destinada à análise.

2. Campo e a construção da imagem pública

Um dos argumentos que fundamentam este artigo é a ideia de que mídia e política conformam uma complexa relação e que cada espaço desta relação é um campo, um distinto do outro, mas ao mesmo tempo sobreposto a ele, e por ele (Miguel, 2003, p. 119). Este modelo teórico é o exposto por Pierre Bourdieu (2007c). Campo, no entendimento do autor, é “um sistema de relações sociais que estabelece como legítimo certos objetivos, que assim se impõem ‘naturalmente’ aos agentes que dele participam. Esses agentes, por sua vez, interiorizam o próprio campo, incorporando suas regras, também de maneira ‘natural’, em suas práticas (o que Bourdieu chama de *habitus*)” (Miguel, 2003, p. 119). Para o autor, essa imposição de certos objetivos, que é interiorizada como natural, é na verdade o produto de lutas internas ao campo, lutas entre os agentes que dele participam. Entender como essa lutas se dão, traz à tona a percepção da função ideológica que o campo desempenha. Os agentes concorrem não somente por posições dentro do campo, num entendimento isolado do que essas posições significam; eles concorrem pela definição do mundo social, conforme seus interesses (Bourdieu, 2007c, p. 11-12). Essas diferentes formas de categorização da realidade presentes no campo “representam” os diversos interesses dos diversos agentes, ou grupos de agentes, e ao concorrerem entre si concorrem também pela definição das posições dentro do campo e, dessa forma, de sua hierarquia.

A função ideológica é aqui exposta a partir do momento que somente determinados formas de percepção da realidade “ganham” essa luta e, portanto, ganham a legitimidade de se imporem a todos os agentes do campo (Bourdieu, 2007c, p. 11-12). Isso faz com que as outras formas sejam negligenciadas, ou mesmo abolidas, e os

agentes que as defendiam passam a sumir posições periféricas no campo, o que se traduz em diferentes formas de dominação. O discurso dominante, que é ao mesmo tempo estruturado e estruturante, são formas específicas de apreensão da realidade social; e ao ganharem legitimidade por meio das lutas internas ao campo se impõem como “naturais” e são, cotidianamente, incorporados pelos indivíduos.

Apesar de serem campos diferentes, e de terem certo grau de autonomia, o campo político produz influência sobre o campo midiático e o contrário também ocorre, da mesma forma estes se relacionam com o campo social. Também é necessário ver que “a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências; na verdade trata-se de um processo de mão dupla” (Miguel, 2003, p. 119). E o entendimento desta relação como de mão-dupla deve estar sempre em evidência. Mídia e política se constituem enquanto campos distintos, porém sobrepostos, sendo então relativamente independentes (Miguel, 2002, p. 158).

Nos processos que fazem parte da luta política encontra-se o processo de produção *imagem pública*, e mais precisamente “uma competição pela construção e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político (Gomes, 2004, p. 239-240). Ao buscar ser visto, o agente político tenta ser visto de determinada maneira (a que ele acredita ser a mais favorável a seus interesses); porém, ele não é o único participante deste processo de produção, o que faz com que o produto de sua busca, ou seja, sua imagem, seja algo nem sempre idêntico ao ideal que tinha em mente. É neste ponto que podemos falar da existência real de uma *política de imagem*, uma disputa pela construção, controle e imposição da imagem (Gomes, 2004, p. 242).

A imagem de um ator é formada pelos discursos que o mesmo disponibiliza sobre si, mas também pelos discursos que os outros agentes disponibilizam, pelas representações veiculadas pela mídia (que podem ou não corresponder com seus discursos próprios) e pela percepção que cada indivíduo tem das significações que recebe (direta ou indiretamente) sobre este ator (e aqui não se deve esquecer que a percepção que este indivíduo tem é estruturada pelos quadros interpretativos que compõem seus horizontes cognitivos, sendo esses resultados tanto da influência da mídia, como de outras instituições, por exemplo, a própria família). Aqui, é necessário também ter noção de que a *imagem pública* não se refere a um fato ou algo plástico,

visual - não que não se possa recorrer a esses recursos em sua construção –, mas sim um fato cognitivo², uma significação (ou conjunto de significações) sobre determinado agente. Ou seja, a visibilidade buscada não é entendida em termos apenas quantitativos; busca-se uma visibilidade que se relacione de forma positiva com o capital político que se deseja mostrar e fazer-se reconhecer. Podemos até dizer então, que nas lutas e concorrências pela construção da imagem pública busca-se também uma maior autonomia no gerenciamento desta. Os agentes querem ter maior controle sobre as significações construídas a partir dele, e sobre ele.

A questão da imagem pública é tão importante nos processos políticos e sociais contemporâneos que em sua análise sobre o processo de construção da mesma, Wilson Gomes chega a afirmar que “parece até mesmo que todo o complexo jogo de papéis, *status*, posições relativas e valores sociais, que constituem qualquer forma de sociedade, se resolva no mundo contemporâneo em termos do jogo da imagem pública” (Gomes, 2004, p. 243).

A visibilidade nos meios de comunicação de massa é (...) um fator fundamental na produção de capital político nas sociedades contemporâneas. Os meios de comunicação são fonte e índice de capital político. A partir de um conjunto de normas e valores que definem o que é noticiável e quem compõe, de formas diferenciadas, a notícia, os meios de comunicação (no caso, especificamente o jornalismo) conferem distinção na medida em que tornam visíveis determinadas personagens. Ao mesmo tempo, a visibilidade é a ‘constatação’, pelo jornalismo, de distinções e competências definidas a partir das normas, valores e hierarquias que regem outros campo, como o da política, e que os meios de comunicação absorvem. (Miguel e Biroli, 2009, p. 63)

Neste sentido, o ator político sabe da lógica do jogo, entende que as formas assumidas por sua visibilidade são importantes, e que possuir determinados atributos também o é; aliás, é essa adesão ao jogo que é fundamental para a existência do mesmo. Aqui temo o que Bourdieu chama de *illusio*³, o jogo é jogado por todos os agentes, e nele se crê, e é o investimento constante e contínuo no jogo que possibilita que ele continue, que se reproduza. E é ao se envolver e continuar neste jogo de lutas simbólicas que os agentes políticos perpetuam práticas como a produção da imagem pública, no caso, a sua construção e veiculação com a intervenção da mídia. Assim

² “A imagem pública não é um tipo de imagem em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a imagem plástica ou configuração visual exceto por analogia com o fato da representação (...), não designa um fato plástico ou visual, mas um fato cognitivo, conceitual” (Gomes, 2004 p. 247).

³ “Nada há que seja exigido de modo mais absoluto pelo jogo político do que esta adesão fundamental ao próprio jogo, *illusio*, *involvement*, *commitment*, investimento no jogo que é produto do jogo ao mesmo tempo que é a condição do funcionamento do jogo...” (Bourdieu, 2007c, p. 172).

como *capital político* e *carreira política* estabelecem uma relação dialética – na medida em que “é necessário capital para avançar na carreira, ao mesmo tempo em que a ocupação de cargos mais elevados na hierarquia do campo político representa uma ampliação do capital” (Miguel, 2003, p. 115) – existe uma co-dependência entre estes e a *visibilidade midiática* (revestida pela imagem público do ator em questão).

3. Pensamento maternal e o agir político feminino

Ao tratar da continuidade do patriarcalismo em nossas estruturas sociais e políticas Pateman (1989 e 1993) argumenta que enquanto essas estruturas patriarcais não forem o alvo das mudanças propostas, o contexto de subordinação feminina não irá mudar e o patriarcalismo continuará sendo reproduzido de forma mascarada. Para a autora, enquanto as estruturas patriarcais continuarem conduzindo nossa sociedade, a inclusão das mulheres no mundo da política sempre se dará dentro de um impasse sem solução; um impasse que se traduz em um dilema, o dilema de Wolstonecraft.

(...) de um lado, a demanda de que o ideal liberal seja estendido às mulheres, com uma agenda “neutra” do ponto de vista do gênero; de outro, a defesa de que sejam incorporadas enquanto mulheres, isto é, que suas especificidades sejam levadas em conta. Porém, “o entendimento patriarcal da cidadania significa que as duas demandas são incompatíveis, já que permite apenas duas alternativas: ou as mulheres se tornam (como) homens, e assim cidadãos plenos; ou continuam no trabalho de mulheres, que não tem valor para a cidadania” (Miguel e Biroli apud Pateman, 2011, p. 86).

Podemos dizer que este é um dilema que vem permeando a teoria feminista; uma pergunta que as teóricas tentam responder, e não é uma tarefa fácil. Numa sociedade patriarcal a exaltação da diferença, embora importante sobre alguns aspectos, pode resvalar em argumentos ligados ao que é natural de cada sexo, ou seja, em uma reprodução do que é característico do sistema patriarcal. Ao mesmo tempo, a exaltação das mulheres enquanto indivíduos, que também é necessária em determinados aspectos, pode cair na definição do indivíduo enquanto masculino, o indivíduo patriarcal, deixando de lado o fato de que em nossas sociedades, os corpos são sexualmente diferenciados.

Sendo “uma construção social e política, *relacionada a, mas não determinada pela* diferença sexual biológica” (Okin, 2008, p. 8), o gênero não pode ser tratado como

uma consequência do que é natural. Esse é um risco que se corre quando a diferença é exaltada de tal forma que foge de um argumento de reivindicação e cai em um essencialismo. Tal essencialismo, acaba por reproduzir modos de visão sobre o que é ser mulher; modos estes que são desenhados por uma estrutura patriarcal e que, por isso, são também responsáveis pela posição subordinada do sexo feminino na sociedade e na vida política.

Algumas feministas, no entanto se apoiam na diferença de gênero como forma de pautar a ideia de que as mulheres teriam uma ética diferente na política; que, justamente por serem mulheres, trariam para a política um comportamento mais brando, menos agressivo, um maior senso de justiça e uma maior preocupação com o cuidado com os outros. Este pensamento faz parte do que chamamos de *política do desvelo* ou *pensamento maternal*, que aborda as experiências específicas das mulheres, como a maternidade, como base para a valorização de sua entrada no espaço público. Essa corrente trata essa ética diferenciada, vista como melhor e mais pura, como resultado das experiências específicas de ser mulher e a traz como justificativa para um maior ingresso das mulheres na vida política.

Embora essa abordagem tenha em si um forte viés essencialista, essa corrente tem em sua origem duas principais referências que não têm um caráter essencialista, pelo contrário, abordam as diferenças da mulher enquanto resultado de uma socialização diferenciada. A primeira referência é a antropóloga Nancy Chodorow, que em seu livro *The Reproduction of Mothering* (1978) faz uma reflexão sobre as diferenças de gênero presentes nos estudos de Freud e em teorias da socialização, como a proposta por Parsons. Confirmando a centralidade da maternidade para a divisão sexual do trabalho, e os efeitos profundos que a maternagem traz para a vida das mulheres, para uma ideologia sobre a feminilidade e a masculinidade e para a reprodução da desigualdade sexual, a autora busca entender como ocorre a reprodução da maternidade, seus modos e consequências, sob um perspectiva sociológica e psicanalítica.

A autora aborda que diferentes personalidades são desenvolvidas em homens e mulheres desde o início de suas vidas, por meio dos primeiros cuidados que recebem e que as experiências vividas nos relacionamentos que ocorrem neste primeiro período são de extrema importância para a formação da personalidade. A reprodução da maternidade estaria então ligada aos primeiros relacionamentos entre mãe e filho e aos

primeiros períodos do desenvolvimento infantil (Chodorow, 1978, p. 57). Como mesmo depois de modificações na estrutura econômica capitalista e dentro da própria família a mulher/mãe ainda é a principal responsável pelo cuidado com os filhos as crianças teriam desde sempre uma presença feminina muito marcante, envolvida na criação e desenvolvimento dos primeiros laços afetivos, e uma ausência masculina explícita. Isso recai de formas diferentes sobre crianças de diferentes sexos: o menino desenvolve suas características masculinas na forma de regras abstratas, enquanto a menina desenvolve suas características femininas por meio de relações concretas e emocionais (Miguel e Biroli, 2011, p. 78). Concluindo, as mulheres, sendo mães (e os homens sendo “não-mães”), produzem filhos que tem as capacidades e necessidades “cuidadoras” limitadas e reprimidas, e o preparam para assumir mais tarde, uma função menos afetiva em suas famílias e para uma participação impessoal no mundo extrafamiliar, na vida pública; ao mesmo tempo, mulheres, como mães, por meio de um relacionamento entre mães e filhas, produzem filhas não só com as capacidades para, mas com o desejo de serem mães (Chodorow, 1978, p. 7). Como resultado, a maternidade se reproduz de forma cíclica.

A segunda referência dessa corrente é a psicóloga Carol Gilligan, que em seu livro *In a Different Voice* (1982) traz um diálogo direto sobre as reflexões de Chodorow, Freud, Piaget, Kohlberg, dentre outros estudiosos do desenvolvimento moral humano. A autora mostra que as diferenças entre homens e mulheres têm sido tratadas pela literatura psicológica enquanto um problema do desenvolvimento moral feminino - as mulheres teriam uma falha em alcançar os modelos de desenvolvimento humano propostos. De acordo com Gilligan, isso é na verdade um “problema de representação, uma limitação na concepção da condição humana, uma omissão de certas verdades sobre a vida” (Gilligan, 1982, p. 2). Gilligan critica o fato dos modelos de desenvolvimento humano, como o proposto por Freud, serem desenvolvidos tendo por base o desenvolvimento masculino, adotando este como a norma.

O que a autora tenta mostrar é que está suposta falha na verdade evidencia a existência de outro desenvolvimento moral, diferente do masculino, mas não menos relevante ou legítimo. Esta outra moral é resultado de diferentes processos de socialização também, e principalmente pelas diferentes experiências vividas desde a infância (como as diferenças em relação ao cuidado maternal/paternal discutidas por

Chodorow). Dessa forma, teríamos uma moral mais ligada a uma ética do cuidado do que à justiça (como costumamos tratá-la).

As discussões propostas por Chodorow e Gilligan foram apropriadas por teóricas feministas como Sara Ruddick e Jean Elshtain, que reivindicaram em suas teorias uma maior valorização das práticas e experiências da vida de uma mulher, mais especificamente da maternidade. Ruddick em *Maternal Thinking: Toward a politics of Peace* (1989) faz uma crítica sobre a forma como a *razão* vem sendo tratada nas teorias - ligada a práticas masculinas e, portanto ao homem. Sendo vista dessa forma, a razão, que presume dentre outras coisas a impessoalidade, não se adaptaria às mulheres (mães), que necessitam de paixão, cuidado e responsabilidade para o amor. Ou de forma mais correta, a maternidade não se adaptaria à, ou faria parte da, razão. Indo contra esta visão, Ruddick propõe a existência de uma razão que deriva do trabalho e experiência feminina, de uma prática que faz parte desse trabalho e experiência, a maternidade. Sendo central a vida de muitas mulheres (mesmo que de forma indireta), a maternidade faz ascender o que a autora chama de *pensamento maternal* (Ruddick, 1989, p. 9-10). De acordo com a autora, existem três demandas que são impostas ao trabalho maternal: preservação (as mães têm como objetivo central da maternidade preservar a vida de suas crianças); crescimento (embora outras pessoas também estejam envolvidas nessa tarefa, são as mães as principais responsáveis por nutrir o crescimento emocional e intelectual de seus filhos⁴) e aceitação social (diz mais respeito ao grupo social a que a mãe pertence e se refere ao fato desse grupo requerer que a mãe crie/treine seus filhos para que tenham um crescimento considerado “aceitável” por este grupo⁵) (Ruddick, 1989, p. 17-22). A exigência dessas três demandas na vida cotidiana das mães faz com que elas tenham que pensar para tentar resolver as várias dúvidas que surgem e desenvolver estratégias para cumprir tais exigências. Cotidianamente então as mães estão refletindo sobre sua prática, estão exercendo sua razão.

É importante notar que para a autora, isso não significa que as mães sejam boas ou tenham uma sensibilidade especial, “identificar virtudes com o pensamento maternal não deve ser confundido com avaliar a virtude do pensamento maternal em si mesmo”

⁴ Interessante notar que para a autora, a demanda por crescimento é histórica e cultural, ao passo que a demanda por preservação não (Ruddick, 1989, p. 18 e 19).

⁵ “O critério de aceitabilidade consiste nos valores do grupo que a mãe internalizou (...). Aceitabilidade não é meramente uma demanda imposta à mãe pelo grupo. De fato, as próprias mães, como parte deste grupo social, formulam estas ideias (...)”. (Ruddick, 1989, p. 21)

(Ruddick, 1989, p. 25). No entanto, ao mesmo tempo a autora afirma que o pensamento e a prática maternal são recursos importantes para o desenvolvimento de uma política de paz (Ruddick, 1989, p. 12).

Em um sentido semelhante, Elshtain, em *Public Man, Private Woman: Women in Social and Political Thought* (1981), propõe uma valorização da prática materna, vivenciada pelas mulheres (e parte de suas experiências), por meio de uma valorização da esfera privada. Elshtain se coloca contra os argumentos que buscam a abolição da esfera privada - da forma como ela se encontra - e se amparando nos argumentos de Gilligan de que as mulheres possuem uma moral distinta, relacionada ao cuidado, responsabilidade e obrigação, afirma que nós devemos preservar a esfera que torna a formação dessa moral possível (Elshtain, 1993, p. 335-336). É na esfera privada que a família está estruturada, e é na família que as crianças são criadas e desenvolvem sua fundação humana e existência social, onde formam sua consciência e têm seu desenvolvimento moral. Para a autora, afirmar que a família é o lócus da humanização não é reafirmar as estruturas e a ordem social, mas ao contrário, pressioná-las; “no grau em que o mundo público, com toda sua força política, burocrática e econômica, invade e desgasta a esfera privada, ele, não o mundo privado, deveria ser o alvo da insurgência social e crítica feminista” (Elshtain, 1993, p. 333).

Dessa forma, a autora busca então uma valorização das práticas cotidianas da vida privada, mais precisamente da mulher e de sua vida – maternidade -, o que ela chama de “redenção da vida cotidiana” (Elshtain, 1993, p. 335). As mulheres têm sido vítimas de uma imagem que denigre sua identidade (que é formada em suas práticas), justamente por conta de uma visão limitada da esfera privada e de sua dignidade. Neste ponto, a autora se alia aos argumentos de Ruddick e aborda o *pensamento maternal* proposto por esta, como um imperativo moral e político legítimo ao discurso político feminista. Vendo a ética política como algo possível, Elshtain argumenta que tal possibilidade está relacionada à condição de existência de uma esfera privada que dotada de sua dignidade e propósito seja protegida do imperativo público, que por sua vez tem que ser um mundo que nutra e sustente imperativos éticos, como a defesa de seres humanos em suas capacidades como pessoas privadas, e que coloque homens e mulheres em bases semelhantes de participação e igualdade (Elshtain, 1993, p. 351).

Um passo importante aqui é perceber que o dilema enunciado por Pateman ultrapassa o campo teórico e se instala empiricamente na vida cotidiana de toda mulher que decide ter uma vida profissional, seguir uma carreira, dentre elas a política. Toda mulher quando decide participar de forma mais ativa do mundo político - e principalmente quando falamos em candidaturas políticas - passa tanto de forma consciente, como inconscientemente, por tal dilema. E este não está presente somente no imaginário feminino, por tratar de questões que abordam as percepções sociais sobre o que é ser (ou sobre como deve ser) uma mulher, este dilema permeia as representações sociais presentes no cognitivo de todos os indivíduos.

Temos uma noção mais concreta disto quanto observamos a divisão social do trabalho político. Da forma como se configura, este trabalho é composto por uma divisão social que atribui à *hard politics* (temas ligados mais diretamente ao controle do Estado e à economia) e aos atores que dela se ocupam um maior prestígio e poder, enquanto à *soft politics* (temas ligados à educação, áreas social, direitos humanos) deixa os espaços e posições periféricos. Mulheres que decidem entrar no mundo da política, por opção, ou pela falta dela, se ocupam com mais frequência dos temas ligados à *soft politics*⁶, ocupando, portanto, posições menos prestigiadas. Mas existe também uma parcela dessas mulheres que consegue seguir um caminho diferente em sua carreira política e se ocupam da *hard politics*, porém, para tanto, adotam um perfil caracterizado como masculino em sua atuação política.

O que vemos é uma perpetuação do dilema: mulheres que mantêm um perfil feminino, dentro do que é “aceitável”, tem maior probabilidade de se ligar (e serem ligadas) a temas com menos prestígio e ocupar posições de menor poder; ao mesmo tempo, quando deixam de lado esse “perfil feminino”, ao invés de não assumirem perfil nenhum, se aliam a modos, falas e ações normalmente associados a um “perfil masculino”, conseguindo assim, em alguns casos, ocupar posições de maior prestígio, mas reafirmando a ideia de que a política é de fato um espaço masculino (feito para indivíduos com perfil masculino). Como consequência, mas também como fato importante de perpetuação da sub-representação e subordinação feminina, o que temos é uma divisão sexual do trabalho político.

⁶ “(...) as mulheres encontram nesses temas o único nicho disponível para elas no campo político”. (Miguel e Biroli *apud* Delphy, 2011, p. 80).

4. Estereótipos e eleições

O dilema exposto acima evidencia constrangimentos simbólicos e materiais aos quais as mulheres estão expostas cotidianamente; constrangimentos que atuam, entre outras coisas, contra uma maior e mais profunda participação destas na política. É necessário que se perceba que na base desses constrangimentos estão formas de classificação e distinção dos indivíduos. É do entendimento da forma como homens e mulheres são diferentemente classificados que podemos entender melhor os processos de distinção aos quais estão envolvidos. Um elemento importante desses processos de classificação e distinção são os estereótipos, que produzidos e reproduzidos na vida cotidiana, atravessam as diferentes esferas da vida e fazem parte das experiências e práticas de todos os atores.

Entendidos enquanto atalho cognitivo, os estereótipos seriam uma simplificação das representações sociais acerca de indivíduos e temas. Como as pessoas não teriam todos os recursos necessários para identificar cada outra pessoa e cada novo tema como único, os estereótipos simplificariam suas percepções (Kahn, 1996, p. 3). Seriam uma forma de conhecer e entender o que é novo, mas também de enxergar, da maneira comum, o que é já conhecido. Porém, a palavra simplificação não deve ser entendida de forma limitada. São simplificações na medida em que aceleram o acesso cognitivo às representações sociais correntes que já estão incorporadas nos atores e na estrutura social como um todo. Mas de forma alguma os estereótipos são resultados de processos simples de massificação da consciência e do julgamento. Ao contrário, são parte de complexos processos de construção e reprodução estrutural que abarcam as (e são formado pelas) relações de poder.

Nesse sentido, os estereótipos participam fortemente da naturalização dos arranjos sociais e hierarquias existentes, atuando na constituição das identidades dos indivíduos e dos grupos, o que podemos chamar de seu “potencial de interpelação” (Biroli, 2011, p. 75). Enquanto formas de classificação estão inseridos em um contexto que envolve tanto os valores sociais correntes, como as diferenciações existentes e os julgamentos que são decorrentes destes dois pontos. Uma discussão interessante para o entendimento dos estereótipos nestes termos propostos é a feita por Iris Young (1990). Podemos entender que quando a autora discute as cinco faces da opressão –

marginalização, exploração, impotência, imperialismo cultural e violência - os estereótipos são trazidos, mesmo que não diretamente, e de diferentes formas, como um recurso que está presente nestas cinco formas de opressão e que atua para a manutenção destas. Porém, é ao discutir o imperialismo cultural e sua relação com a formação das identidades que a autora deixa esta relação mais visível e nos traz uma das conclusões mais importantes sobre os estereótipos.

Young define imperialismo cultural como a universalização da experiência de um determinado grupo, o dominante, como a norma (Young, 1990, p. 59). Na medida em que só as experiências e modos de vida deste grupo são tidas como legítimas, e mais que isso, como universais (como representativas da experiência humana), às experiências e modos de vida dos outros grupos presentes na sociedade é relegado o lugar do “Outro”. E ao dizer experiência e modos de vida, também tratamos das interpretações e representações sociais, ou seja, ao colocarem suas experiências enquanto normas, o grupo dominante também expressa suas perspectivas sobre os indivíduos, eventos e elementos da sociedade como regra universal. Em consequência, os indivíduos que não se adequam a essa norma universal são vistos como desviantes, e enquanto desviantes a eles são dispostos maiores constrangimentos simbólicos e materiais ao seu desenvolvimento pessoal e profissional, crescimento econômico, participação política, dentre outros.

Os grupos dominantes marcam os outros grupos e seus integrantes de forma marginalizada e estereotipada; dessa forma, ao mesmo tempo em que os silencia os diferencia também (Young, 1990, p. 60 e 123), não reconhece a legitimidade de suas experiências, perspectivas e interesses enquanto membros de um grupo específico e os categoriza como “Outro” por meio de estereótipos que acentuam suas diferenças enquanto comportamentos desviantes. Estes grupos dominantes projetam

(...) seus valores, experiências e perspectivas como normativas e universais.
(...) Os grupos dominantes não precisam aclamar a entidade de seu próprio grupo; eles ocupam uma posição não marcada, neutra e aparentemente universal. Mas as vítimas do imperialismo cultural não podem esquecer a identidade de seu grupo porque o comportamento e as reações dos outros os chamam de volta a isso. (Young, 1990, p. 123)

Ao marcarem os grupos e seus integrantes os estereótipos atuam diretamente na cristalização e naturalização de comportamentos específicos, valores, papéis sociais e expectativas ligados a determinados grupos. Neste sentido, podemos dizer que

estereótipos são artefatos morais e ideológicos, pois “atuam simbolicamente e têm efeitos concretos, interpelando os indivíduos ao mesmo tempo em que atualizam julgamentos” (Biroli, 2011, p. 80).

Pensando especificamente nas mulheres enquanto um grupo social, podemos ver que a atuação dos estereótipos de fato tolhe seu comportamento e ao mesmo tempo o julgamento sobre este. Espera-se que as mulheres sejam compreensivas, amáveis, mais sensíveis ao cuidado com o próximo, meigas e gentis. Da mesma forma, espera-se que as mulheres sejam mães e que a maternidade potencialize essas suas características femininas. Chodorow, ao tratar da reprodução da maternidade e da forma como a família é vista, cita que nos Estados Unidos havia uma ideologia da “moral mother” (Chodorow, 1978, p. 5) que embora tenha perdido um pouco de sua rigidez ao longo dos anos, ainda se propaga na sociedade. Esta ideologia diz respeito ao comportamento que as mulheres deveriam ter. Além de serem responsáveis pelo cuidado com os filhos, também deveriam assumir o cuidado com seus maridos, e este cuidado iria além do provimento de comida e casa limpa; as mulheres deveriam ser como “guias morais” para seus maridos quando eles retornam do imoral e competitivo mundo do trabalho. Embora a autora tenha trabalhado com este acontecimento nos EUA, podemos dizer que este comportamento de “moral mother” é esperado das mulheres em vários outros países e culturas. E esta espera está baseada na naturalização da expectativa de que as mulheres teriam uma moral diferente dos homens e na naturalização do comportamento diferenciado das mulheres.

Quando não se adequam a estes padrões de comportamento, a ação das mulheres é vista como desviante, o que lhes confere obstáculos morais e materiais cotidianamente. É interessante notar o aspecto relacional quando trabalhamos com estereótipos: enquanto espera-se dos grupos dominados determinados comportamentos, ao mesmo tempo define-se também o comportamento dos grupos dominantes. O comportamento esperado das mulheres é visto e internalizado em relação ao comportamento esperado dos homens: líderes, racionais, individualistas, independentes, dentre outros. Por meio do entendimento dos estereótipos vemos que estes atuam em uma divisão moral do trabalho entre os gêneros (Friedman, 1995, p. 62) – existe uma diferença real nas normas morais e valores associados a homens e mulheres -, estes são moralizados de formas distintas:

Dizer que o gênero é moralizado é dizer que ideias morais específicos, valores, virtudes e práticas são culturalmente concebidos como domínio de gêneros específicos. Essas concepções determinariam quais tipos de comprometimento e comportamento seriam considerados normais, apropriados e esperados para cada gênero, quais seriam considerados notáveis ou heroicos, e quais seriam considerados desviantes, impróprios, ultrajantes e intoleráveis. (Friedman, 1995, p. 64)

Essa divisão moral do trabalho entre os gêneros está diretamente ligada à divisão sexual do trabalho, que por sua vez tem suas bases na dicotomia público/privado. Os estereótipos ligados à mulher, e conseqüentemente relacionados de forma dual ao sexo masculino, se inserem nas relações de poder que atravessam e marcam as esferas da vida. De acordo com Young, “quando a cultura dominante define algum grupo como diferente, como o Outro, os membros desse grupo são aprisionados em seus corpos” (Young, 1990, p. 123). Claramente é isso o que ocorre com as mulheres. São aprisionadas a seus corpos, justamente por serem aprisionadas aos domínios de uma esfera da vida, o que limita (dentro do que é considerado razoável) suas ações, comportamentos, desenvolvimento pessoal, experiências e seu corpos.

Outra questão importante quando discutimos estereótipos é o fato de que existem fissuras no discurso hegemônico. Isso quer dizer que não existem apenas os estereótipos ligados às representações sociais dos grupos dominantes. Os outros grupos também produzem formas específicas de entendimento e interação com o mundo social. A diferença está nos recursos disponíveis para a propagação e reprodução destas formas. Os grupos dominados não têm os mesmos recursos que os grupos dominantes para divulgar positivamente seus valores, já os grupos dominantes possuem estes recursos e com isso marcam negativamente os outros grupos ao mesmo tempo em que coíbem a propagação de seus valores (Biroli, 2011, p. 82). De fato, “os recursos para fazer circular os discursos e para posicioná-los e atribuir-lhes peso social não estão igualmente disponíveis a ricos e pobres, homens e mulheres, brancos e negros” (Biroli, 2011, p. 82). Dessa forma, as tipificações alternativas acabam ficando presas aos próprios grupos que as produzem e a circuitos específicos.

Um desses recursos é o acesso à mídia além da recepção. Nas sociedades contemporâneas a mídia ocupa um lugar central nos processos de representação social. Embora ela não contemple todos os aspectos da nossa percepção de mundo, podemos dizer que boa parte de nossas referências chegam a nós por meio da mídia, e por ela

também são reforçadas. Temos uma dependência cognitiva em relação à mídia (Biroli, 2011, p. 85), pois é por meio dela que estabelecemos contato e relações com algumas esferas da vida que não fazem parte, pelo menos de forma direta, do nosso cotidiano presencial. A mídia então atua como disseminadora dos (e ao mesmo tempo reforça os) estereótipos; o que não significa que ela necessariamente os crie, podemos dizer que ela amplia seu alcance e potencial enquanto marca distintiva de grupos.

Ainda abordando as questões dos estereótipos e trabalhando a diferenciação e as desigualdades entre os grupos Young mostra como a mídia de entretenimento atua de forma que a opressão de determinados grupos seja perpetuada. A autora questiona como é possível uma sociedade proclamar em suas regras formais e instituições públicas que mulheres são tão capazes quanto os homens quando a mídia produz e distribui conteúdos que retratam o abuso e a degradação das mulheres com imagens sexualmente estimulantes (Young, 1990, p. 135-136). A preocupação da autora é extremamente pertinente quando observamos a degradação da imagem da mulher ligada a estereótipos referentes à sexualidade, e sensualidade, feminina presente em novelas, filmes, programas semanais, revistas. Mas dois pontos devem ser acrescentados a essa questão. Em primeiro lugar, a imagem da mulher também acaba sendo degradada, mesmo quando não há o apelo a sexualidade. A repetição da imagem da mulher como pertencente à esfera privada e, com isso ligada a uma moral diferenciada e a comportamentos diferenciados, também vai contra a tentativa de colocar homens e mulheres em posições mais igualitárias. Em segundo lugar, a circulação e o reforço dos estereótipos atravessa a mídia de entretenimento; neste caso, nossas atenções devem se voltar também ao jornalismo enquanto forma de mediação do nosso contato com esferas e aspectos da vida que deveriam nos ser importantes, (segundo os critérios do próprio jornalismo).

Existem processos específicos de socialização dos jornalistas dentro de seu espaço de trabalho que interfere em seus processos de escolha durante a produção da notícia. Por meio dessa socialização o entendimento do que é política, de quem faz parte dela e de quem pode falar sobre é internalizado e compartilhado por estes jornalistas e reproduzido em seu trabalho. Estes entendimentos estão presentes quando os jornalistas decidem abordar ou não determinados temas e quando decidem a forma como irão apresentá-los dos (significados e/ou resignificados). Todas essas questões devem estar presentes quando falamos de estereótipos e sua relação com as notícias. Tratar

determinados atores ou grupos como pertencentes ao mundo da política, como atores legítimos para falar sobre ela, dar espaço para determinados atores e temas nas notícias, silenciar atores e temas nestas mesmas notícias, tudo isso diz respeito aos estereótipos internalizados pelos jornalistas e compartilhados pelos mesmos em suas notícias. Nesse sentido, podemos dizer que o jornalismo aparece também como um equalizador dos estereótipos, principalmente quando tratamos da política.

O noticiário é reproduzido dentro dos limites de convenções (...). Na base dos procedimentos rotinizados estão padrões morais que o jornalismo contribui para reproduzir. (...) Os enquadramentos que lhes dão sustentação se exprimem por meio de códigos morais relativamente estáveis. Ao colocá-los mais uma vez em circulação, o jornalismo contribui para esta estabilidade. (Biroli, 2011, p. 90)

Dessa forma, se pensarmos nas questões de gênero, veremos que o jornalismo também contribui para a propagação do entendimento – o entendimento vigente que privilegia o grupo dominante, os homens - de que a política é um universo masculino, e que algumas de suas áreas são permeáveis às mulheres, porém àquelas que se enquadram nos padrões dominantes. Reproduzindo as tipificações correntes sobre mulheres, seu comportamento e suas habilidades, os jornalistas também reproduzem em seu discurso a dicotomia público/privado e também contribuem para o insulamento das mulheres na esfera privada (ou em espaços específicos e periféricos na esfera pública), se tornando também um obstáculo para aquelas que tentam transpor estas barreiras. “Em última instância, o problema dos estereótipos na mídia remete ao problema da pluralidade de enquadramentos e perspectivas que constituem o discurso midiático” (Biroli, 2011, p. 95), existem menos negros, mulheres, homossexuais, integrantes de movimentos sociais (dentre outras minorias) representados na mídia, e quando aparecem são abordados sobre a ótica dominante (que lhes é opressora) tendo raramente voz.

Ao tratar da forma como os estereótipos de gênero podem influenciar a conduta e os resultados de uma campanha política em *The Political Consequences of Being a Woman* (1996), Kim Firdkin Kahn aborda alguns aspectos e chega a algumas conclusões que nos são importantes no entendimento da relação entre estereótipos, gênero e política, mesmo além do período eleitoral. De acordo com a autora, a adesão das mulheres a estereótipos vigentes pode ter como consequência resultados positivos em uma eleição, dependendo do contexto em que está inserida; isso porque a crença nos estereótipos de gênero podem influenciar não só o comportamento dos candidatos, mas

também a cobertura da mídia e as visões dos eleitores (Kahn, 1996, p. 1). Kahn desenvolve um esquema explicativo que mostra que o comportamento dos candidatos, o tratamento desses candidatos pela mídia e a avaliação desses candidatos pelos eleitores são influenciados de forma direta pelos estereótipos; somado a isso, os eleitores ainda sofrem uma influência indireta dos estereótipos por meio da mídia e dos candidatos, quando obtêm suas informações acerca do contexto eleitoral por meio destes (Kahn, p. 2).

Para termos em mente os estereótipos correntes de gênero quando pensamos no mundo da política, basta adaptarmos os estereótipos usuais de gênero à atividade política: se mulheres “são” amáveis, sensíveis ao cuidado com o próximo, detentoras de uma moral elevada, sua atuação política se dará em áreas suscetíveis a esse tipo de comportamento, como a saúde, a educação, combate às drogas, pobreza; em contraponto, se os homens são independentes, objetivos, ambiciosos e agressivos sua atuação política será em áreas como economia e política internacional. Estes estereótipos dizem respeito à divisão sexual do trabalho político abordada na seção anterior deste capítulo, que sustenta a ideia de que homens e mulheres têm áreas alternativas de expertise.

Assim, em um contexto eleitoral, estes estereótipos poderiam influenciar o comportamento das candidatas, a forma como decidem se apresentar e os temas que tratarão em suas campanhas. Percebendo que estes estereótipos fazem parte da forma como o eleitorado percebe o mundo como um todo e o mundo da política, as candidatas poderiam decidir, por exemplo, enfatizar temas que condizem com a visão estereotipada que pessoas têm delas, por achar que assim teriam mais vantagens. Embora entenda que as escolhas dos candidatos em suas estratégias de campanha podem assumir um caráter menos calculado, a autora acredita que um indivíduo pode modificar seu comportamento baseando-se em observações das percepções estereotipadas que os outros têm dele (Kahn, 1996, p. 7) e entende que o mesmo ocorre no caso das candidatas. Adotando os estereótipos vigentes, as candidatas tentam influenciar a cobertura da mídia a seu favor (o que influenciaria indiretamente os eleitores) e os eleitores por meio da propaganda eleitoral.

Os estereótipos também influenciariam a cobertura da mídia. Como discutido, existe uma relação muito estreita entre mídia e propagação e reafirmação dos

estereótipos. Em um contexto eleitoral, essa relação é potencializada - principalmente se pensarmos em uma eleição em âmbito nacional, onde o contato direto é raro, e as informações são em grande parte conseguidas através da mídia. Em um contexto eleitoral, a forma como os jornalistas tratam candidatos e candidatas pode influenciar a avaliação dos eleitores e, conseqüentemente o resultados das eleições. Ao cobrirem determinados fatos os jornalistas podem dar prioridade a questões que condizem com os estereótipos de gênero correntes, reforçando assim a ideia de um “candidato típico” e de uma “candidata típica” (Kahn, 1996, p. 2). Nestes casos podem, por exemplo, em uma entrevista fazer perguntas com apelos diferentes aos candidatos e às candidatas, reforçando as habilidades e fraquezas estipuladas a cada sexo. Dependendo dos cargos eleitorais em jogo e do contexto eleitoral em questão, tratar as candidatas enquanto mães, sensíveis e amáveis, que se preocupam com os outros, pode colocar estas candidatas em uma posição de desvantagem em relação aos candidatos. Nesta perspectiva, o contrário também poderia ocorrer; porém devemos levar em conta que, como visto, da forma como os jornalistas tratam as mulheres no mundo da política, é mais comum que está contribua para uma visão da mulher enquanto ser excluído deste mundo.

Por fim, os estereótipos podem influenciar os eleitores na medida em que estes podem considerar os gêneros dos candidatos, e os estereótipos ligados a eles, quando formam suas impressões. Somado a isto, ainda temos as informações que chegam aos eleitores por meio dos próprios candidatos e da mídia, que podem reforçar essa visão distintiva dos sexos. Assim, “se os eleitores têm diferentes imagens dos candidatos e candidatas, essas imagens irão influenciar sua visão sobre as habilidades desses candidatos e, em última instância, sua decisão de voto” (Kahn, 1996, p. 2).

Embora possamos afirmar a dificuldade de uma argumentação que isola o impacto do gênero nas decisões de voto dos eleitores (dizer que as mulheres recebem menos apoio simplesmente pelo fato de serem mulheres), pois seria difícil isolar a variável gênero dentre tantas outras como, classe, experiência, apoios, qualificação e partido, podemos dizer consistentemente que o gênero é uma variável importante. Se observarmos que os atores políticos pertencentes às maiores classes, com maior experiência, apoio e qualificação e integrantes dos maiores partidos são em sua maioria homens, veremos que o gênero, mesmo não tendo um poder de explicação tão alto

quando isolado, está presente em todas as variáveis explicativas e conseqüentemente, os estereótipos de gênero também.

Como visto, os estereótipos podem sim ser considerados como estruturas cognitivas simplificadoras da realidade social. Ao mesmo tempo, são estruturas com impacto direto na reafirmação das hierarquias e relações de poder existentes. Por meio dos estereótipos naturalizam-se expectativas de comportamento a respeito de grupos e seus integrantes, e fundam-se obstáculos àqueles que “fogem” a estes perfis estabelecidos. Analisando o caso específico da entrada das mulheres na vida política, vemos um paradoxo. Optar por um comportamento tido como desviante lhes causa ônus e desvantagens materiais e simbólicas em sua decisão de entrada política, pois os eleitores podem não identificar as características de um perfil exterior nestas candidatas e com isso elas podem não conseguir os votos necessários. Porém, sua manutenção em perfis tipificados, embora possa ajudá-las no primeiro momento, que é o de entrada na vida política, as insula em posições periféricas, ligadas a temas que tem menor peso no debate político. As duas opções parecem reafirmar que a política é um espaço masculino, e o ato de estereotipar encoraja a confirmação dos estereótipos vigentes o que, por sua vez, contribui para a manutenção do status quo (Kahn, 1996, p. 4).

Ao confirmar as estruturas de poder vigentes os estereótipos interpelam os indivíduos e marcam os julgamentos. Por meio da naturalização que promovem, reproduzem as formas de distinção em exercício e a opressão de determinados grupos e seus integrantes. Enquanto grupo estereotipado, as mulheres se encontram em um dilema que é também um paradoxo, se ater ou não aos estereótipos, a formas que são atribuídas à sua moral e corpo, não difere muito em seu resultado final: as mulheres continuam sendo um grupo subordinado aos homens. Daí os argumento de feministas como Pateman (19989 e 1993), Phillips (1997)), Young (1990), Okin (1989 e 2008) e Fraser (1997, 2001 e 2002) de que enquanto mudanças mais profundas nas estruturas de poder não forem feitas, as relações de opressão, dominação e exploração continuaram caminhando em um sentido que favorece a subordinação feminina.

5. Horário Eleitoral Gratuito: o gênero entra em questão

Existe uma diferença entre os candidatos que influi muito nas suas possibilidades de construção de imagem: o tempo. A candidata Marina Silva e o candidato Plínio Arruda têm um tempo muito reduzido, isso acaba fazendo com que seus programas sejam dedicados quase que exclusivamente à suas propostas. Claro que entendemos que as propostas e a forma como são mostradas também fazem parte da construção de imagem. Porém, por esse pouco tempo, são mais visíveis os processos de construção da imagem, dos outros dois candidatos com maior tempo, Dilma Rousseff e José Serra. Estão listados abaixo os principais caminhos percorridos e as principais características da construção da imagem destes candidatos e seus discursos.

Plínio Arruda

Os programas do candidato Plínio Arruda são os programas clássicos de um partido de esquerda. Ele não chega a fazer críticas diretas aos adversários em si, mas aos partidos e ideologias dos mesmos. Sua biografia é trazida como um ator que tem experiência na luta pela igualdade, e na luta pela reforma agrária.

Em relação às temáticas de gênero tem-se pouco material. Como cada programa é dedicado a um só tema, existem apenas três programas em que a questão de gênero aparece. Porém aparece de forma bem marcada, os direitos das mulheres são trazidos como tema e proposta de governo; o direito da mulher trabalhadora, direito à saúde e o direito da mulher que sofre violência. Há um programa em que o tema é este: violência contra a mulher (09 de setembro). É neste programa que pela primeira vez o partido dá sua opinião sobre a situação da mulher no Brasil; apesar de começarem falando em termos “técnicos”, mostrando dados, em uma parte uma representante da secretaria de mulheres do PSOL chega a dizer que a sociedade brasileira é machista⁷.

O programa sempre trabalha com as seguintes frases: “*Você tem opção, você tem o PSOL*” e “*Opção pela igualdade*”; e neste dia em que o programa é dedicado ao tema

⁷ Luka (Secretaria de mulheres do PSOL): “*A violência contra a mulher é resultado de uma sociedade machista. O Estado não tem cumprido seu papel em garantir a nós mulheres a decisão sobre a nossa própria vida. A luta contra o machismo é a nossa opção*”. (09 de setembro)

da violência contra a mulher o partido se coloca com o compromisso pela igualdade da mulher, sendo a opção certa para isto.

Marina Silva

As próprias cores e imagens que aparecem já deixam claro que a imagem anterior da candidata - tida como ator político predominantemente ligado aos temas do meio ambiente - não mudou. Mesmo que alguns temas centrais acabem mudando de programa para programa, o tema do meio ambiente sempre está presente, seja no começo das falas ou ao final. Assim como Lula, por um tempo, teve á sua volta intelectuais e artistas nas campanhas eleitorais, Marina agora parece assumir este papel. A cada programa um artista diferente aparece falando que Marina é *mudança, é o novo jeito de fazer política*⁸. A biografia da candidata, como alguém que sempre lutou pelo meio ambiente e como a senadora mais jovem da República, sempre é ressaltada. É interessante ver que já no primeiro mês de Horário Eleitoral, tanto Marina, quanto os artistas, personalidades, que aparecem, já começam a colocá-la como candidata para o segundo turno.

Assim como ocorre no programa de Plínio, Marina não faz críticas diretas aos candidatos. Mas por duas vezes aparece uma fala sua que nos é interessante: “*Fazem uma campanha de chantagem emocional como se o povo fosse um menino pronto para ser enganado (...). Acabam criando duas novelas. Numa o Brasil e todo azul, no outro, cor de rosa (...). Eu confio em você pra gente decidir essa eleição no segundo turno*”.

Outro ponto interessante é o nome do site da campanha: “*minhamarina*”. Várias vezes este mesmo nome é usado numa forma de mostrar carinho pela candidata, proximidade do eleitor com a mesma.

Em relação aos temas específicos de gênero, a imagem anterior da candidata de frágil, sensível (como foi mostrado por pesquisa anterior: “Gênero e Política na Mídia Brasileira”) não foi utilizada como recurso. Tem-se logo no começo da campanha um diferencial: Marina é a primeira a usar o termo “*presidenta do Brasil*”. Porém, após

⁸ Exemplo: “*Marina é isso, é novidade mesmo! Vamos votar na novidade, Marina Silva.*” (Gilberto Gil falando - 04 de setembro)

isso, a sua imagem passa mesmo a ser construída como candidata ao segundo turno, abandonando o recurso de aproximação aos estereótipos de gênero antes vinculados a ela.

José Serra

Os programas do candidato José Serra tratam de vários temas, gerais e/ou específicos, mas assim como Marina Silva está ligada, e se liga, diretamente ao meio ambiente, Serra está ligado, e se liga, ao tema da saúde. Embora sempre haja menção (e muita menção) aos outros cargos que Serra ocupou, o de ministro da saúde é sempre o mais lembrado e exaltado. É interessante notar que para o programa de Serra a única adversária existente é Dilma, é como se os outros candidatos não existissem. Todo o seu programa parece ser construído como uma resposta ao programa de Dilma; e isso tanto em relação a temas (se no programa de Dilma aparece o tema da indústria Naval, logo no de Serra também irá aparecer – e este é um bom exemplo, pois nos primeiros programas Serra nem citava este tema), como também em relação a símbolos usados (ao final do mês de agosto o programa da Dilma começa a fazer um símbolo com a letra “D” de seu nome que ao virar e se transforma em uma carinha sorrindo e piscando; logo no programa do Serra aparece também uma carinha sorrindo e piscando).

Com o programa sendo uma resposta ao programa de Dilma, Serra vai construindo sua imagem em relação direta com a imagem de Dilma. A ideia de construção da imagem de um ator a partir da imagem do outro fica bem clara aqui. Mostram-se excessivamente a imagem de uma Dilma como uma pessoa que nunca foi eleita, não tem experiência e que ninguém conhece, para trazer Serra como o oposto, aquele que já foi eleito para vários cargos, já foi ministro, e todos conhecem. Serra é colocado como o experiente, que não precisa de padrinhos para estar onde está⁹.

Outro ponto interessante é que, pelo menos no começo, Serra não mostra o PT ou Lula como seus adversários, somente Dilma. E após o programa de Dilma fazer

⁹ Popular (homem): “O Serra tem um passado que já capacita ele p/ ser nosso presidente. Dilma, como eu já disse, é uma mulher posta. Só com palanque, sem discurso”.

Serra: “Olha aqui, olho no olho. Eu não cheguei na vida pública agora! Eu não preciso ficar na sombra de ninguém.”

Fala programa: “Este é José Serra. Mais história, mais preparo, mais biografia que a Dilma.”

comparações entre ela e Lula, Serra também faz o mesmo em seu programa: “*Serra e Lula, dois homens de história*”.

Outro fato importante é a tentativa de “suavização” da imagem do candidato. A todo tempo tenta-se mostrar o candidato humilde, simples, amigo do povo. São constantes as imagens mostrando visitas do candidato a casas, conversando com as famílias; e imagens de Serra andando nas ruas, abraçando o povo, com muitas crianças ao seu redor e em contato com o mesmo.

Em relação a temáticas específicas de gênero, no começo elas não aparece muito. Mas conforme o programa de Dilma vai reforçando o fato da candidata ser mulher, e com isso, ter um olhar diferente para a política, o programa de Serra procura dar respostas. Além de colocar falas em que se mostre que o fato de Dilma ser mulher não se configura como algo importante¹⁰, Serra começa a falar mais sobre programas de saúde para a mulher, começa a falar diretamente para as mulheres do Brasil¹¹. A preocupação em mostrar que sua política também tem um olhar para as mulheres aumenta cada vez mais.

E o ponto mais interessante que faz com que o jogo comece a mudar um pouco é a entrada do tema “aborto” nas eleições. Em meados do mês de setembro, se preocupando mais ainda em mostrar que seu projeto de governo tem um olhar para as mulheres, o programa de Serra começa a citar cada vez mais a “*família brasileira*” e colocar o candidato como sendo “O candidato” desta família, e como o candidato á favor da vida. As propagandas a respeito de seus programas, como o “Mãe Brasileira”, voltado para a maternidade, começam a ser mais frequentes. É a partir desse ponto que o programa de Serra parece não ser apenas mais uma resposta ao de Dilma. Parece haver um “diálogo”, mais balanceado.

Dilma Rousseff

¹⁰ Popular (mulher): “*Tem que fazer, e dar continuidade nas coisas que tem p/ fazer. Isso não tem diferença de ser mulher ou ser homem. Então, na minha opinião, eu prefiro o Serra e não a Dilma*”.

Popular (mulher): “*Não é pelo fato dela ser mulher. Eu sou mulher, claro. Mas se ela tivesse experiência, mas não tem. O mais preparado é o José Serra!*”.

¹¹ Serra: “*Hoje eu quero falar com você que é mulher. Mulher que é mãe, mãe que trabalha fora e dá duro pra criar os filhos (...). A mulher brasileira quer casa para a família. Se for mãe, quer creche, quer estudo bom para os filhos. Quer os filhos longe das drogas e quer a saúde dela em dia. Fala a verdade, não é assim?*”.

O programa de Dilma no começo parece ser um programa que não dialoga com o nenhum dos outros candidatos, um programa isolado. A construção da imagem de candidata segue três eixos que se interligam:

1º) Sua imagem construída ligada diretamente á imagem de Lula - ele o primeiro operário, ela a primeira mulher; ela sempre trabalhou com ele durante todo o governo, e o próprio Lula garante que ela é a continuação deste. Lula chega a falar: “*Votando nela vocês estão votando em mim!*”;

2º) Sua imagem como competente, experiente, responsável. Uma imagem que já estava afirmada desde sua época de ministra e que aqui não é rejeitada, mas aliada a estes dois outros eixos. Tanto Lula, quanto outros políticos conhecidos, e a própria Dilma reafirmam sua capacidade técnica;

3º) Sua imagem enquanto mãe, avó, mulher, que tem um olhar diferenciado para a política, que é sensível, que entende o que as mães brasileiras querem, e que assim como Lula foi o Pai do Brasil, ela será a Mãe. Uma imagem que ela não apresentava quando ministra, mas que é ligada a ela na campanha presidencial;

Durante todos os programas de Dilma estes eixos são trabalhados e é interessante ver como ela consegue conciliar estes dois últimos eixos: uma técnica, política competente, que também é mãe, e é uma mulher sensível. A ideia de primeira mulher presidente do Brasil¹², e da mulher ter algo a mais¹³, é usada exaustivamente, e com ela, a chamada para a mudança, elegendo uma mulher, e para a continuidade, seguindo os caminhos de Lula¹⁴.

¹² Fala do programa: “*Dilma foi a primeira mulher a ser secretária de finanças de Porto Alegre e secretária de Minas e Energia do RS, a primeira mulher a ser Ministra de Minas e Energia e a presidir o Conselho de Administração da Petrobrás. E graças à sua competência se tornou a primeira mulher a ser Ministra Chefe da Casa Civil, o cargo mais importante do governo, depois do presidente. Quem tem uma biografia dessas, tem tudo para ser a primeira presidente do Brasil*”.

¹³ Música do programa de Dilma: “*Mulheres são fortalezas divinas. São belas bailarinas. São preto no branco, guerreiras de fé. Mulher... Mulheres são pulso firme, mas com a voz e o amor de mãe. São predestinadas a vencer. Assim é a mulher. Contra a insegurança (mulheres), á favor do Brasil (mulheres), á favor da ordem, á favor do progresso. Queremos mulher!*” - Durante a música são vinculadas imagens de várias mulheres e ao final a imagem de Dilma.

¹⁴ Popular: “*Hoje nós temos a mulher dentro da política. Falta uma mulher presidente. Porque a mulher é mãe, ela é dona de casa. É muito dedicada. E o Lula jamais iria colocar a responsabilidade que ele tem como presidente na mão de uma que ele não conhecesse. Então o trabalho vai continuar. Porque o governo da Dilma vai ser parecido com o governo do Lula*”.

A partir de meados de setembro o programa de Dilma começa a dialogar com o de Serra, muitas vezes respondendo diretamente às denúncias relacionadas aos escândalos de corrupção¹⁵. Outras vezes respondendo ao fato de Dilma não ter experiência. E ao final, respondendo às discussões sobre aborto. Dilma começa a trazer mais falas sobre a família, e sobre ser uma candidata a favor da vida.

Reprodução do feminino

É interessante ver a forma como os quatro candidatos tratam das questões de gênero e se atêm ou não aos estereótipos ligados a estas questões. O fato dos candidatos Plínio Arruda e Marina Silva não darem um espaço maior a estas questões pode ser visto como uma consequência do tempo reduzido, mas também deve ser visto como uma escolha política, que nos remete a questionamentos sobre a centralidade desse tema em suas preocupações, ou mais precisamente em sua campanha política. Ainda assim, devemos notar que a forma como o gênero é mobilizado por estes dois candidatos é distinta. Enquanto o programa de Plínio fala sobre igualdade e explicitamente sobre uma sociedade machista, Marina se atêm a questão da intimidade. A candidata não o faz de forma explícita, mas o próprio nome do site ligado ao nome da campanha, “*minhamarina*” atenta para uma aproximação afetiva. Podemos dizer que a candidata também faz menção à igualdade, quando critica a dicotomia entre cores/projetos políticos/homens e mulheres, vivenciada pela campanha dos outros dois candidatos.

O candidato Serra, não diz explicitamente que uma mulher não pode ser presidenta, “apenas” procurar mostrar que uma mulher sem experiência não tem as habilidades necessárias. É importante ver como o fato de uma mulher ter chances de ganhar uma eleição traz discussões e formas de abordagem de temáticas que não são comuns aos debates e embates políticos. O candidato Serra se viu obrigado a se colocar enquanto um candidato que embora seja homem está atento e se preocupa com as mulheres. No entanto, é interessante notar que sua preocupação está quase toda pautada nas questões de saúde. Também é válido notar que o candidato deixa as diferenciações de gênero bem claras; embora tente trazer argumentações que mostrem que o fato de Dilma ser

¹⁵ Lula falando contra a campanha do adversário Serra: “*Tentar atingir com mentiras e calúnias uma mulher da qualidade de Dilma Rousseff é praticar um crime contra o Brasil, e em especial, contra a mulher brasileira*”.

mulher não lhe atribuem diferenciais adicionais e positivos à sua ação política, o candidato deixa claro que é um homem de história, assim como o atual presidente.

Em relação aos estereótipos de gênero é a candidatura de Dilma que se finca mais forte em sua utilização. Não há um programa que não toque no fato de ser mulher e isso lhe dar um olhar diferenciado e melhor para a política. Podemos dizer que a candidata encarna fielmente as ideias do pensamento maternal, embora adicione a ela alguns elementos externos à sua feminilidade: experiência, rigidez, assertividade. Podemos dizer que em alguns momentos a candidata consegue atravessar a linha que divide os dois lados do dilema proposto por Pateman, ela se diferencia dos outros candidatos do sexo masculino por ser mulher/mãe, e se diferencia da outra candidata do sexo feminino por ser técnica, responsável, experiente. A proximidade de Dilma do que definimos como pensamento maternal se dá de maneira mais forte quando os temas aborto, creche, violência contra a mulher, drogas e saúde da mulher são tratados. Quando estes temas aparecem, a candidata sai de seu perfil técnico e entra em seu perfil de mãe, mais que isso, de mãe do Brasil, que irá olhar e tratar com carinho todas estas questões.

6. Conclusões

Tendo em vista que o contexto eleitoral influi de forma direta nos discursos mobilizados pelos atores como forma de construção/manutenção/modificação de sua imagem pública, a existência de duas mulheres com índices de intenção de voto consideráveis faz com que a questão de gênero tenha uma entrada de maior peso nos discursos eleitorais. Mesmo que de forma não explícita, podemos dizer que todos os candidatos passaram por estas questões, alguns de forma tangencial e outros a adotando como uma das bases de sua imagem.

No entanto, o fato de questões relativas ao gênero terem sido tratadas isso não significa que sua relevância no debate político mudou, ou que as estruturas desse debate se modificaram. Temos dois aspectos aqui em que estas questões foram trazidas: temáticas de gênero sendo tratadas enquanto políticas e programas de governo que se atentam à mulher; e estereótipos de gênero sendo utilizados para definir as mulheres como um todo (as mulheres brasileiras) ou as candidatas e candidatos. Nos dois casos, o que vemos é uma reprodução das estruturas que permitem e reproduzem a subordinação

feminina, pois em nenhum momento a condição da mulher, da forma como é abordada foi questionada. Ou seja, a mulher ainda é assumida enquanto um ser feminino, que tem suas características não impostas, mas naturalmente resultantes de suas experiências reduzidas á uma esfera privada.

A dicotomia público/privado e suas consequências enquanto obstáculos a uma maior entrada das mulheres no mundo da política não foi questionada. Ao contrário, os estereótipos, usados constantemente, apenas reforçam a posição subordinada destas mulheres. O apelo necessário à campanha de Dilma de uma feminilidade comum nos atenta para a forma como as mulheres entram no mundo político. Podemos trabalhar com a ideia de escolha, e trazer o uso dessa feminilidade como uma estratégia política. Porém, em uma sociedade estruturada pelo gênero, podemos mesmo tratar de escolhas neste caso, ou estamos falando da falta dela? Não podemos garantir que Dilma não seria eleita se não tivesse feito uso de estereótipos vigentes sobre o que é ser mulher, e sobre a atuação da mulher na política; mas podemos afirmar que só o fato de sua campanha tratar isso como importante nos mostra que esta visão trazida pelos estereótipos é uma visão presente na sociedade, mais que isso, internalizada nas formas de entendimento do mundo social e necessária para se alcançar e se aproximar dos eleitores.

7. Referência Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. “A Dinâmica dos Campos” e “Cultura e Política”. In: A Distinção: Crítica Social do Julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk. 2007.

_____. Meditações Pascalianas. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2007a.

_____. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2007b.

BIROLI, Flávia. “Gênero e política na mídia brasileira”. Projeto de Pesquisa, CNPq edital nº 57/2008.

_____. “Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico”. In: Revista Brasileira de Ciência Política, n.6. Brasília, 2011.

CHODOROW, Nancy. *The Reproduction of Mothering*. University of California Press. Berkeley, 1978.

ELSHTAIN, Jean B. *Public Man, Private Woman: Women in Social and Political Thought*. Princeton University Press. Princeton, 1981.

FRIEDMAN, Marylin. "Beyond caring: the de-moralization of gender". In: Virginia Held (ed), *Justice and care*. Westview Press. New York, 1995.

GILLIGAN, Carol. *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Harvard University Press. Cambridge, 1982.

GOMES, Wilson. *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*. São Paulo. Editora Paulus, 2004.

KAHN, Kim F. *The Political Consequences of Being a Woman: How stereotypes influence the conduct and consequences of political campaigns*. Columbia University Press. New York, 1996.

MAIA, Juliana e MOTA, Fernanda. "Mídia, gênero e poder: a construção do feminino". Artigo apresentado durante o 7º Encontro da ABCP (Recife – PE).

MIGUEL, Luis Felipe. "Os Meios de Comunicação e a prática Política". In: *Revista Lua Nova*, nº55-56, 2002.

_____. "Mídia e Vínculo Eleitoral: A Literatura Internacional e o Caso Brasileiro". In: *Revista Opinião Pública*, vol. 10, nº001. São Paulo, 2004.

_____. "Capital Político e Carreira Eleitoral: Algumas Variáveis na Eleição para o Congresso Brasileiro". In: *Revista de Sociologia Política*, nº 20. Curitiba, 2003.

MIGUEL, Luis Felipe e BIROLI, Flávia. "Gênero e Política no Jornalismo Brasileiro". In: *Revista FAMECOS*, nº36. Porto Alegre, 2008.

_____. "Mídia e Representação Política Feminina: Hipóteses de Pesquisa". In: *Revista Opinião Pública*, vol. 15, nº1. São Paulo, 2009.

_____. “A Produção da Imparcialidade: A Construção do Discurso Universal a partir da Perspectiva Jornalística”. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 25, nº73. 2010.

_____. *Caleidoscópio Convexo: mulheres, política e mídia*. São Paulo. Editora Unesp, 2011.

OKIN, Susan. *Justice, gender and the family*. Editora Basic Books, 1989.

_____. “Gênero, o público e o privado”. In: Revista Estudos Feministas, vol. 16, n. 2. Santa Catarina, 2008.

PATEMAN, Carole. “Feminist critiques of the public/private dichotomy”, Capítulo 6. In: *The Disorder of Women: Democracy, feminism and political theory*. Stanford University Press. Stanford, 1989.

_____. “Fazendo contratos” e “Confusões patriarcais”, Capítulos 1 e 2. In: *O contrato Sexual*. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1993.

RUDDICK, Sara. “Thinking about mothers thinking”, Parte 1. In: *Maternal Thinking: Toward a politics of Peace*. Beacon Press. Boston, 1989.

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