

Gênero e política na mídia brasileira¹

Luis Felipe Miguel² e Flávia Biroli³

Introdução

Este *paper* apresenta os primeiros resultados uma pesquisa que se estabelece na confluência entre três temas: gênero, política e mídia. Embora haja tradição consolidada de trabalho acadêmico para cada um dos pares de temas (investigações sobre gênero e política, sobre política e mídia, sobre gênero e mídia), a interseção das três temáticas ainda é um campo pouco estudado, na literatura internacional e no Brasil. Trata-se de uma questão importante, na medida em que a visibilidade nos meios de comunicação de massa é um fator fundamental na produção de capital político nas sociedades contemporâneas. A mídia, como se verá adiante, é entendida na pesquisa como uma esfera de representação. Trata-se de um espaço privilegiado de difusão de representações do mundo social e que, por isso mesmo, se estabelece como momento de uma representação especificamente política.

O *paper* busca avançar na discussão sobre de que forma a sobrevivência de estereótipos de gênero constrange a ação política das mulheres e a visibilidade desta ação no noticiário jornalístico, num processo que se realimenta. Isto é, o âmbito considerado “próprio” para a política feminina – questões sociais, família, assistência social, meio-ambiente etc. – é também aquele que menos impulsiona as carreiras políticas e que possui menor visibilidade na cobertura jornalística da política. O que coloca as mulheres na política diante de um dilema: enfrentar os estereótipos, arcando com o ônus simbólico de assumir uma postura “desviante”, ou adequar-se a ele, entendendo que seu caminho para as posições centrais do campo político será mais longo, incerto e atribulado.

Ao introduzir o conceito de “campo político”, no sentido de Pierre Bourdieu, o

¹ O *paper* apresenta discussões e dados da pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil”, financiada pelo CNPq (editais nº 45/2005 e nº 61/2005) e coordenada pelo professor Luis Felipe Miguel.

² Professor associado do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília e pesquisador do CNPq. E-mail: lfelipemiguel@uol.com.br

³ Professora adjunta do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília. E-mail: fbiroli@terra.com.br

paper permite um avanço nas discussões sobre a paridade política entre homens e mulheres, entendendo que a mera presença no parlamento não representa capacidade igual de influência na elaboração da lei, na formulação de políticas e na produção das representações do mundo social. Ao vincular a visibilidade na mídia e a ação política, dota a discussão de um modelo mais complexo e mais apropriado para entender a dinâmica política atual. A visibilidade na mídia compõe de várias maneiras o capital político: tem efeitos sobre as relações entre os líderes e os cidadãos comuns; tem efeitos sobre os processos de valorização, reconhecimento e desgaste público do político diante dos cidadãos comuns e dos seus pares; pode significar um acréscimo de visibilidade e relevância ao político em meio a seus pares, no campo político (na política parlamentar e/ou partidária, por exemplo).

Para testar as hipóteses da pesquisa, foi realizado o acompanhamento do noticiário político em diferentes veículos de comunicação – os telejornais *Jornal Nacional*, *Jornal da Band* e *SBT Brasil* e as revistas semanais *Veja*, *Época* e *Carta Capital* – em diferentes períodos, ao longo de três semestres, nos anos de 2006 e 2007. Os dados ainda estão em processo de tabulação e análise; o que aqui se apresenta é uma primeira aproximação com o material resultante da pesquisa empírica.

A discussão será apresentada neste *paper* em três partes. Primeiro, definimos nossa compreensão da mídia como esfera de representação política, explicitando um dos pontos centrais à pesquisa: a percepção de que há sobreposições que definem interferências recíprocas entre os processos de representação simbólica e representação político-institucional. Nessa parte do *paper*, abordamos as relações entre mídia e produção de capital simbólico e entre mídia e configurações do campo político, levantando questões acerca do potencial de naturalização da ordem social e política por parte da mídia, em especial no que se refere às relações de gênero, por meio do reforço ou confirmação de divisões, distinções, hierarquias e estereótipos nos noticiários.

Em segundo lugar, discutimos especificamente os vínculos entre mídia, representação e gênero, a partir de teorias e conceitos centrais à pesquisa. A abordagem teórica adotada nesta pesquisa incorpora, como elementos fundamentais, tanto o conceito de *campo político*, extraído da sociologia de Pierre Bourdieu, como o conceito de *perspectiva social*, desenvolvido pela teórica política Iris Marion Young. Enquanto o

primeiro conceito enfatiza a homogeneização do comportamento dos agentes, na medida em que o campo impõe seu *habitus* próprio àqueles que nele desejam ingressar, o segundo indica uma pluralidade de perspectivas, que refletem as vivências diferenciadas que as estruturas sociais proporcionam aos integrantes dos diversos grupos presentes na sociedade. Torna-se necessário compreender de que maneira estas duas dimensões se articulam – o que é apresentado na segunda parte, ainda de forma inicial e tentativa.

Por fim, apresentamos os dados empíricos, discutindo de que maneira gênero e política sobrepõem-se nos noticiários analisados. A partir desses resultados, levantamos questões relativas à presença (ou ausência) das mulheres nos noticiários – quantitativa e qualitativamente, em sua relação com temáticas específicas –, voltando-nos especialmente para o que os dados nos permitem inferir das sobreposições entre essa presença, a produção de capital simbólico e as formas de inserção das mulheres no campo político.

1. O campo político e o campo da mídia: a compreensão da mídia como esfera de representação

O *campo político*, segundo Bourdieu (1989), é um campo de lutas referentes não apenas aos posicionamentos e *status* nesse espaço de relações, mas também à conservação ou transformação dos limites, das margens que estruturam e dão legitimidade às hierarquias reconhecidas e às exclusões sistemáticas. As distinções entre “profissionais” da política e cidadãos comuns, entre os “politicamente ativos” e os “politicamente passivos”, elas mesmas marcadas e diferenciadas por variáveis econômicas, raciais e de gênero, entre outras, são formas destacadas de separação nesse campo.

Aqui, interessa particularmente a percepção de que o campo da política é um campo de produção de representações sistematizadas do mundo social, das quais dispõem mais ativamente aqueles indivíduos que ocupam posições de destaque no campo. Assim, o acesso diferenciado e concentrado a cargos e posições politicamente relevantes significa, também, a possibilidade de um exercício destacado na produção e reprodução de representações (percepções, expressões, opiniões disponíveis e correntes) que concorrem para a manutenção ou alteração de disposições duráveis – do *habitus* como matriz de percepções, apreciações e ações, tal como definido por Bourdieu (1994) – estruturantes do campo.

As muitas determinantes econômicas e sociais que definem o acesso ao campo e as distinções no campo investem os diferentes agentes, individuais e coletivos, de instrumentos e possibilidades diferenciadas de representação do próprio campo político e, de modo mais amplo, das relações sociais. É preciso levar em consideração que a vinculação entre esses processos (de acesso, distinção e representação) conduz freqüentemente à naturalização dos mecanismos sociais de exclusão e de diferenciação das competências. A luta política se constrói nesse espaço de estruturação material e simbólica de distinções variadas que podem tender a preservar ou alterar a distribuição atual de competências. O *capital político* pode ser entendido, portanto, como a incorporação, pelos agentes, dos elementos de valorização e distinção reconhecidos, legitimados e naturalizados, em uma dada estrutura do campo.

É necessário anotar que o acesso a posição de destaques no campo político guarda correlação com o acesso a posições de destaque na mídia, assim como parece existir uma correlação entre as hierarquias existentes no campo político e as formas de valorização e visibilidade assumidas por grupos e indivíduos na mídia – como indicam os dados levantados até este momento sobre a atuação de mulheres no Congresso Nacional e as formas assumidas por sua presença nos veículos de comunicação analisados. Pode-se dizer, assim, que as formas de *representação do campo político na mídia* têm como um de seus elementos significantes uma *representação sobre a atuação política de mulheres* e sobre as relações de gênero que tende a reforçar (e, no limite, a naturalizar) as posições e estereótipos vigentes.

A partir do reconhecimento de que a mídia orienta fortemente o público no que diz respeito aos temas sobre os quais pensar, isto é, o que é relevante e merece atenção (hipótese de *agenda setting*), a pesquisa observa como esse “o que” é acompanhado de um “quem” que é um misto de designação de competência (muitas vezes auto-referente, isto é, a visibilidade midiática seria capaz de “atestar”, ela mesma, a competência daqueles que, por ela, se fazem vistos e ouvidos) e de designação de diferenciação. Homens e mulheres tornam-se visíveis, na mídia, vinculados de maneira diferenciada e assimétrica a campos da vida social e aos temas que perpassam esses campos.

Entender a mídia como esfera de representação política significa, portanto, voltar-se para as formas de visibilidade e diferenciação presentes no noticiário⁴, enfocando a produção de representações do mundo social e, como parte dela, a difusão de visões de mundo e projetos políticos, incluindo representações sobre o próprio campo político que implicam em formas de valorização e naturalização de aspectos que o constituem atualmente (Miguel, 2002). A compreensão da luta política como “luta cognitiva pelo poder de impor a visão legítima do mundo social” coloca no centro da análise o problema do reconhecimento, “acumulado sob a forma de um capital simbólico de notoriedade e respeitabilidade, que confere autoridade para impor o conhecimento legítimo do *sentido* do mundo social” (Bourdieu, 2001, p. 226). De modo correlato, o problema do reconhecimento envolve o da legitimação de formas diferenciadas de inserção e atuação de indivíduos e grupos, menos ou mais reconhecidos como competentes para inserir-se e atuar nas diferentes esferas do mundo social, estabelecendo uma conexão direta entre a mídia, as representações “legítimas” do mundo social e a representação político-institucional.

Assume-se, assim, que existe um problema referente à presença, menos ou mais plural, de grupos e indivíduos na mídia em sua correlação com a presença e atuação desses grupos e indivíduos em diferentes esferas da vida em sociedade, com destaque para o campo político. A maneira como a mídia representa (ou deixa de representar) a diversidade social e a pluralidade de interesses presentes na sociedade tem efeitos sobre a dinâmica de representação política, na medida em que se considere a mídia como esfera privilegiada de produção das formas de reconhecimento que constituem o capital simbólico e de confirmação ou refutação das hierarquias presentes na sociedade e, mais especificamente, no campo político.

1.1. Exclusões, silêncio e censura

Quando se fala na presença de grupos e indivíduos no noticiário, o foco da análise se volta, simultaneamente, para três questões correlatas: (1) a da visibilidade assumida por

⁴ Na pesquisa, o tratamento dado à mídia se restringe aos noticiários, não tratando da programação de entretenimento. Considerar a relevância dos noticiários para a construção de um modelo das relações entre os campos da mídia e da política não significa, no entanto, que não se reconheça que a programação de entretenimento é parte das relações complexas entre os dois campos, na medida em que, para dizer o mínimo, participa da fixação de representações acerca do mundo social e da própria política.

esses indivíduos e grupos; (2) a das formas assumidas por essa presença, na medida em que ela se materializa sempre vinculada a temáticas específicas, dispostas de maneira hierarquizada no noticiário, e em relação a posições específicas em que se distribuem as “personagens” vinculadas às temáticas tratadas; e, por fim, (3) a dos silêncios e censuras que são parte da tessitura de ênfases e destaques que tem como uma de suas facetas a presença diferenciada de indivíduos e grupos segundo os dois eixos anteriores.

O recurso às noções de objetividade e isenção como elementos legitimadores do *métier* dos profissionais da notícia e das próprias empresas de comunicação está ligado a uma representação do noticiário como expressão direta de destaques e relevâncias que seriam impostos pela “realidade”. Várias abordagens deslocam o foco desse conjunto de idealizações que constituem o *ethos* do jornalismo e dos jornalistas, voltando-se para os processos de produção da notícia e as escolhas que eles implicam, inseridas, em grande parte mecanicamente, nas rotinas de trabalho e transformadas em procedimentos e valores que são internalizados por aqueles que fazem parte do campo (Tuchman, 1972; Bourdieu, 1997; Schudson, 2001). Nessas abordagens, a questão das exclusões, silêncios e censuras presentes no noticiário não é compreendida a partir do paradigma liberal tradicional que opõe liberdade de expressão à intervenção do Estado, nem tampouco postulando uma relação mecânica entre a estrutura de propriedade dos meios de comunicação e os produtos do trabalho jornalístico, o que desembocaria em uma visão da mídia como instrumento de uma dominação que se exerce a partir de outros campos. Se não se pode deixar de lado as formas possíveis de intervenção direta do Estado ou da direção das empresas, assim como as sobreposições entre o campo da mídia, o campo econômico e o campo político, interessa igualmente destacar a rede fina das disposições incorporadas e das rotinas de trabalho como dispositivos que produzem exclusões, silêncios e censuras.

De forma bastante direta e simplificada, pode-se perguntar: existe alguma norma que define a exclusão de negros e mulheres de posições de destaque nos noticiários, em relação a brancos e homens (como mostram os dados da pesquisa, discutidos na terceira seção deste *paper*)? Existe alguma intervenção direta dos agentes do campo econômico ou do campo político na definição de quem se apresentará como fonte privilegiada dos jornalistas, funcionando como origem destacada de discursos que impõem sentido às lutas políticas cotidianas e aos momentos de crise, em que a luta simbólica pela caracterização

das posições e termos em que se definem as disputas se torna particularmente visível?

Recorremos mais uma vez a Bourdieu e ao conceito de campo, compreendendo as exclusões, censuras e silêncios, em grande parte, como produto do funcionamento do próprio campo, com destaque para a internalização de regras e disposições pelos agentes, situados em formas específicas de distribuição do capital simbólico dentro do campo, inseridos em disputas internas e na dinâmica imposta pela concorrência entre os veículos. No caso, como produto, também, das complexas relações que se estabelecem entre os campos da mídia e da política.

Nas palavras de Bourdieu,

toda expressão é um ajustamento entre um interesse expressivo e uma censura constituída pela estrutura do campo em que ocorre esta expressão, e este ajustamento é o produto de um trabalho de eufemização podendo chegar até o silêncio, limite do discurso censurado. Este trabalho de eufemização leva a produzir algo que é um acordo de compromisso, uma combinação do que era para ser dito, que tinha como objetivo ser dito, e do que poderia ser dito dada a estrutura constitutiva de um certo campo. Dito de outra maneira, o dizível num certo campo é o resultado daquilo que se poderia chamar de 'dar forma': falar é dar formas (Bourdieu, 1983, p. 108).

Podemos associar essa percepção àquela assumida por Michel Foucault (1997), ao entender o discurso como materialidade que implica em regras específicas para o dizer e para o dizível, e não como expressão da intencionalidade dos agentes, de sua adesão consciente a determinadas visões do mundo social ou de crenças anteriores e mais originais.

Em *A ordem do discurso*, Foucault discorre sobre procedimentos de controle, seleção e organização dos discursos em nossas sociedades, produtores de restrições ao que se diz, mas também de enunciados que devem ser ditos e repetidos em certas circunstâncias. Esses procedimentos teriam como efeito a rarefação dos discursos (das possibilidades do dizer), mas também formas de positivação que produziriam o verdadeiro, o sensato, e, de modo mais geral, o que é dizível em circunstâncias específicas. A noção de "comentário", trabalhada pelo autor, permite expor a visão de que a aparição dos discursos é limitada na medida em que a repetição se estabelece como a forma adequada para o dizer. No paradoxo destacado pelo autor, as possibilidades de dizer seriam indefinidas, desde que se diga aquilo que já havia sido dito: essa a dinâmica específica do comentário (1997, p. 26).

Assim, as formas atuais do campo ou, em perspectiva que pode ser tomada como correlata, a dinâmica específica de materialização dos discursos, pautada pela repetição e pela incorporação de grades de relevância semelhantes e procedimentos comuns de acesso

às fontes de informação, produziria visões do campo político que estão em consonância com as formas atuais de distribuição de capital e reconhecimento naquele campo (como indicam os dados desta pesquisa). Isso não significa que se desconsidere as disputas internas aos dois campos, ou as disputas entre os campos, mas que, aqui, considera-se que o cotidiano de produção da notícia, as formas de socialização dos jornalistas nas redações e os procedimentos que assumem a repetição como dinâmica privilegiada de produção dos discursos – no caso do jornalismo, destaca-se o recurso dos diversos veículos às mesmas fontes, o papel das assessorias de imprensa, a concorrência entre os veículos e a convivência entre os jornalistas que “cobrem” setores específicos, vinculadas às representações do campo político que predominam, de maneira bastante homogênea, nos noticiários – favorecem a confirmação e naturalização da ordem política vigente, em especial, dentro do foco de nossa pesquisa, no que diz respeito às relações de gênero e suas sobreposições às hierarquias e divisões existentes no campo político.

As diferenças de gênero, tomadas como diferenças estruturais, têm a mídia como parte de procedimentos que reforçam a estrutura de relações e interações constituída (Young, 1998, p. 93). A mídia compõe esses procedimentos na medida em que difunde visões da realidade social que tendem a confirmar e naturalizar as visões já incorporadas pelos agentes (homens e mulheres) em relação às hierarquias de gênero. As divisões entre público e privado são, nesse sentido, exemplares. A confirmação do “pertencimento” de mulheres e homens a temas e funções vinculados à esfera pública ou à esfera privada, de acordo com as definições e relações historicamente definidas para essas esferas, é uma confirmação prospectiva das hierarquias ligadas à inserção nessas esferas e da divisão do trabalho que implicam. Prospectiva no sentido de que, ao “constatar” a realidade presente, potencializa sua realização no futuro, isto é, sua permanência.

Para Young, as diferenças de gênero são estruturadas por um conjunto de relações e interações que agem em conjunto para produzir possibilidades específicas e excluir outras. São estruturais pelo caráter relativo de permanência que têm: “embora o conteúdo específico e detalhado das posições e relações seja freqüentemente reinterpretado, desenvolvido e mesmo contestado, as localizações sociais básicas e as relações entre elas tendem a ser reproduzidas” (Young, 1998, p. 95). Como as estruturas sociais são entendidas pela autora como processos que só existem e se concretizam na ação e interação entre as

pessoas, a reprodução dessas relações (de dominação) constitui-se como tendência na medida mesmo em que os agentes as incorporam, o que nos permite remeter ao conceito de *habitus*, a partir de Bourdieu.

Para tratarmos especificamente dos discursos tais como produzidos e difundidos pelo campo midiático, é importante considerar que o *habitus* primário dos agentes que constituem o campo é marcado pelas relações históricas de dominação e subordinação da mulher, podendo compor, na interação com as disposições específicas do campo, uma visão da mulher como *objeto de que se fala*. Levantamos, assim, a hipótese de que não se trata, nos noticiários, de uma exclusão simples da mulher, mas da afirmação de perspectivas *sobre a mulher*, referenciadas pela estrutura de diferenciações de gênero existente, sobrepondo-se a *perspectivas de mulheres* que potencialmente expusessem traços históricos que tornariam presentes não apenas as perspectivas do dominado, isto é, perspectivas produzidas pela própria internalização das assimetrias e distinções que constituem a dominação, mas as tensões, confrontos e dissonâncias que essas relações assimétricas implicam.

1.2. Mídia e representação política: as disputas eleitorais e as disputas por posições no campo político

Em que pese a polêmica sobre o conceito, a percepção amplamente dominante sobre a representação política tende a reduzi-la à delegação do poder decisório. O representante é aquele que decide em nome dos outros, tendo recebido este direito por algum processo de transferência, via de regra a eleição. É a visão que funda a redução dos problemas da representação à mecânica eleitoral e às formas da produção da responsividade dos eleitos às preferências de seus constituintes.

No entanto, a tomada de decisões não esgota a atividade de representação política. Ela é a etapa final de um processo que inclui, notadamente, a discussão pública sobre as questões de interesse coletivo – o que inclui a transmissão de informações, a apresentação de argumentos e a exposição de alternativas, com impacto fundamental sobre a constituição da agenda e a formação das preferências. Em sociedades complexas como as nossas, tal discussão não se resume aos debates no parlamento, levados a cabo pelos representantes formais. Ao mesmo tempo, as esferas de produção da “opinião pública”, embora fluidas e não formalizadas, estão longe de ser igualitárias. O debate público possui canais

privilegiados nos quais ocorre, entre os quais, com destaque, os meios massivos de comunicação. Aqueles que têm acesso a tais meios podem ser entendidos como porta-vozes de grupos sociais, isto é, como *representantes políticos*.

Dito de outra forma, se é razoável entender a representação política como englobando outras dimensões além da transferência de poder decisório, a mídia de massa deve ser percebida como sendo um espaço de representação (Miguel, 2003). Nas sociedades contemporâneas, ela é, em suas diferentes manifestações, o mecanismo mais importante de difusão de conteúdos simbólicos. Na forma do jornalismo, desempenha a função de reunir e difundir as informações consideradas socialmente relevantes. O público é um conjunto de consumidores de informação; sua capacidade de emitir depende de atravessar os filtros midiáticos.

A centralidade da mídia no jogo político – o fato de que a política hoje ocorre num ambiente constituído pelos meios, como disse Gomes (2004) – possui impacto nas formas de atuação e nas estratégias dos agentes presentes no campo. Por um lado, a gestão da visibilidade midiática tornou-se um elemento crucial para o avanço das carreiras políticas. Tal gestão é diferenciada de acordo com as pretensões de cada agente e com o conjunto de veículos de comunicação com os quais interage; porém, de maneira geral, é possível dizer que a presença na mídia constitui-se num ingrediente nada desprezível da produção de capital político (Miguel, 2002). Por outro lado, a própria pauta de questões relevantes, postas para a deliberação pública, é condicionada em alto grau pela visibilidade de cada questão nos meios massivos⁵. Movimentos sociais, organizações não-governamentais, empresas, grupos de interesse e mesmo partidos e representantes eleitos precisam sensibilizar os meios de comunicação para introduzir e/ou priorizar as questões de seu interesse na agenda pública.

Assim, o peso dos meios de comunicação na determinação da agenda acaba por influenciar os representantes, mesmo em seus próprios fóruns de atuação. Cabe uma breve digressão sobre a relação do parlamentar, ou mesmo do ocupante do poder executivo, com

⁵ A literatura sobre mídia e política trabalha há décadas com a questão, chamada de “hipótese do *agenda-setting*” desde o trabalho pioneiro de McCombs e Shaw, no começo dos anos 1970. Para um resumo da discussão, ver Azevedo (2004).

seus constituintes. Do ponto de vista ideal, o vínculo produzido pelo momento da eleição se estende por todo o mandato. De fato, a eleição é tanto o momento da *autorização* para o exercício do poder quanto da realização da *accountability*, quando os votantes dão seu veredicto sobre a prestação de contas de seus representantes. A expectativa deste veredicto orienta a ação dos governantes, que não precisam necessariamente se curvar à opinião pública a cada momento, mas devem ser capazes de se justificar diante dela.

Na prática, sabe-se que são diversos os obstáculos à efetivação da *accountability* (Miguel, 2005). O mais crucial deles está ligado ao fato de que a representação política nas sociedades modernas é *multifuncional*; ou seja, o mandato concedido, tanto no executivo quanto no legislativo, abrange uma quantidade indeterminada de questões. O mandatário possui poder de decisão sobre os temas mais diversos e tipicamente, ao longo de seu termo, participará de centenas de diferentes processos deliberativos. Os custos de informação para os eleitores se tornam altos, sobretudo porque, por definição (já que se trata da principal condição que sustenta a necessidade dos mecanismos representativos), eles podem dedicar às questões públicas apenas uma pequena parcela de seu tempo e de sua atenção.

A multifuncionalidade da representação implica em múltiplas prestações de conta; o eleitor deve não apenas ser capaz de acompanhá-las – na medida de seu interesse – como dar a cada uma seu justo peso no momento de produzir uma avaliação global do desempenho do governante. Várias fontes concorrem no sentido de prover informações ao público, incluindo-se aí os próprios detentores de mandato, que buscam estabelecer canais para divulgação de suas ações, e organizações da sociedade civil, que divulgam registros de posições referentes aos temas de seu interesse. Mas a mídia ocupa uma posição central, em especial porque – ao contrário de governantes, parlamentares, partidos, movimentos sociais etc. – aparece aos olhos do público como *imparcial*.

O resultado é que o noticiário dos meios de comunicação acaba por influenciar, em medida considerável, a ação parlamentar. Um parlamentar, bem como o chefe de um poder executivo, pode apresentar o projeto que quiser, sobre qualquer tema, e desta forma submeter o assunto à decisão política, e escolhe livremente os assuntos sobre os quais discursará. Ainda assim, a influência dos meios de comunicação na formulação da agenda é significativa. Há um forte incentivo para que as intervenções e projetos dos governantes sejam ligados aos temas veiculados na mídia, por dois motivos: (i) são os temas de maior

visibilidade efetiva, isto é, o político que age a respeito deles mostra-se como mais atuante; e (ii) são os temas de maior visibilidade pessoal potencial, isto é, a intervenção a respeito deles tem mais chance de receber destaque na mídia. Nem sempre os governantes aceitam a imposição da agenda midiática e, muitas vezes, agem no sentido de modificá-la; a atuação de cada um vai depender do grau de vinculação a grupos de interesse definidos e da posição no campo político (Miguel, 2002). Mas não se pode ignorar o incentivo presente para políticos em busca de reeleição de aparecer, diante do público, como atuantes e destacados⁶; nem o fato de que a tramitação congressional de questões de pequena visibilidade tende a ser simbólica ou muito lerda, quando não abortada.

Fica claro que participar da elaboração da agenda e participar do debate público são duas faces de uma mesma moeda. Um elemento central do debate é a composição e a hierarquização da agenda, que inclui tanto a busca por destacar determinado tema quanto, eventualmente, por retirá-lo da discussão. Apresentar os problemas, porém, não é suficiente. Os interlocutores do debate público vão buscar também “enquadrá-los”, isto é, construir uma narrativa que os explique e, assim, oriente o processo de tomada de decisão. Por vezes, a capacidade de incluir um tema na agenda está dissociada da capacidade de disputar a produção do enquadramento, isto é, a construção de sentido sobre a questão. Formas de ação direta, com recurso à violência ou à desobediência civil, por exemplo, podem ser eficazes para despertar a atenção para um problema, mas os grupos que recorrem a ela perdem legitimidade para serem aceitos como interlocutores públicos, sendo substituídos por outros, mais moderados (Gamson e Meyer, 1996, pp. 287-9). Na disseminação dos diferentes enquadramentos, uma vez mais, os meios de comunicação de massa ocupam o papel central.

Em síntese, a função de representação política significa tanto tomar decisões em lugar de outros quanto participar da produção da agenda pública e do debate público em nome de outros. Da mesma forma como a primeira dimensão, que é imprescindível em sociedades populosas, extensas e complexas como as contemporâneas, a segunda se impõe na medida em que a participação direta de todos no debate público é inviável. A

⁶ Pesquisa de Helena Máximo, em andamento na pós-graduação em Ciência Política da UnB, está mensurando e avaliando a influência dos meios de comunicação no discurso parlamentar.

representatividade dos agentes presentes no debate está, portanto, sujeita a críticas similares às que são endereçadas aos parlamentos. Se as diferentes vozes presentes na sociedade não se fazem ouvir no debate público – isto é, se o pluralismo político e social deste debate é limitado –, então há uma distorção que compromete a qualidade da democracia, entendida normativamente como produção autônoma das normas que gerirão o convívio social, por aqueles que a elas estarão submetidos, em condições de igualdade.

Tal representatividade depende, em enorme medida, do acesso aos meios de comunicação de massa. Em especial – mas não só – por meio do jornalismo, a mídia nos diz a cada dia o que é o mundo. Embora possamos recorrer a outras fontes, elas sempre permanecem em posição de complementaridade (Miguel, 1999). Este “dizer o que é o mundo” inclui, sobretudo, a seleção dos fatos relevantes, das interpretações desses fatos e das alternativas que estão postas.

Assumir que os meios de comunicação são uma esfera de representação política significa compreendê-los como o espaço privilegiado de disseminação das diferentes perspectivas e projetos dos grupos em conflito nas sociedades contemporâneas. É evidente que a representação nos fóruns decisórios estabelecidos, caracterizada pela delegação expressa de poder por meio do voto, e a representação no debate público e na formação da agenda, que ocorre em grande medida por intermédio da mídia, ganham aspectos diferentes. Na primeira, a relação entre representantes e representados assume uma feição muito mais formalizada e explícita, mas é também uma relação descontínua, que se cristaliza no momento das eleições, foco em que se concede a autorização e se realiza a *accountability*. Não é possível imaginar algo tão institucionalizado para a agenda e o debate, na medida que, entre suas características, estão a fluidez e multiplicidade de espaços em que acontecem – e é bom que seja assim, uma vez que isso indica a possibilidade permanente de re-apropriação pela sociedade dos assuntos públicos. Ainda assim, é importante assinalar a necessidade de que os meios de comunicação representem de maneira adequada as diferentes posições presentes na sociedade, incorporando tanto o pluralismo político quanto o social.

2. Mídia, representação e gênero

Neste ponto, é importante expor alguns dos conceitos que orientam as discussões sobre gênero e representação política de mulheres neste *paper*, com foco para as interfaces

entre representação na mídia e representação político-institucional.

Uma questão deve ser levantada, e é por meio dela que nos aproximamos, aqui, dos problemas e conceitos discutidos nesta seção: a que se deve a preocupação com a presença de mulheres na mídia e no Parlamento, assim como o foco analítico nas posições que, uma vez presentes, elas ocupam nos dois campos? Ou, remetendo a um problema discutido em vários estudos voltados para a questão da representação política de indivíduos e grupos, a presença ou ausência de mulheres, nos noticiários e no Congresso Nacional, está relacionada ao tratamento mais ou menos adequado de questões que concernem às experiências das mulheres e as preocupam?

Em um primeiro momento (item 2.1 e 2.2.), a discussão dos conceitos de perspectiva e reconhecimento, articulados a um conceito central às hipóteses da pesquisa, o conceito de campo tal como trabalhado por Pierre Bourdieu, permite uma aproximação com alguns aspectos dessas questões. Em um segundo momento (item 2.3), a discussão mais específica sobre os diferentes argumentos em defesa de uma maior representação político-institucional de mulheres permite explicitar a compreensão assumida por esta pesquisa sobre os problemas, para a democracia, da sub-representação de mulheres (na política e na mídia).

2.1. Perspectiva e objetividade

A noção de perspectiva, tal como trabalhada por Iris Marion Young, nos permite avançar nessa discussão. Na argumentação da autora, pode-se observar a vinculação, por um lado, entre dominação, opressão e a naturalização das perspectivas dos grupos dominantes e, por outro, entre o aprofundamento da democracia e a possibilidade de que diferentes perspectivas estejam representadas, constituindo o que se entende por público.

A representação e o reconhecimento de vozes e perspectivas distintas aparecem interligados na defesa de mecanismos institucionais que permitam que os membros de grupos oprimidos e que se encontram em desvantagem possam organizar-se de modo a alcançar uma percepção do seu poder como coletividade e um entendimento de suas experiências e interesses no contexto mais amplo da sociedade em que se inserem; tenham voz e possam expressar suas percepções de como as políticas propostas os afetam, além de propor políticas em contextos institucionais em que suas perspectivas sejam necessariamente levadas em consideração; e, por fim, tenham poder de veto em relação a

políticas que os afetem diretamente (Young, 1998, p. 413)⁷.

A mídia, como esfera de representação, participa de maneira privilegiada das dinâmicas por meio das quais vozes e perspectivas distintas são dadas à visibilidade e, em certo sentido, ganham status e valor público. O reconhecimento de que os grupos sociais diversos *existem politicamente*, isto é, constituem perspectivas específicas que não são redutíveis a valores e discursos políticos supostamente universais, toca diretamente nas questões relativas à pluralidade e objetividade na mídia.

Nesse ponto, é possível articular a visão de Young a noções centrais aos argumentos de Pierre Bourdieu de que lançamos mão na definição dos problemas e hipóteses da pesquisa. Para esse autor, a dominação tem como de seus aspectos a imposição de perspectivas específicas como pontos de vista universais, de modo que uma posição social (de poder) constitua a norma para as demais – “é o ponto de vista dos que dominam direta ou indiretamente o Estado e que, por meio do Estado, constituíram seu ponto de vista em ponto de vista universal, ao cabo de lutas contra visões concorrentes” (Bourdieu, 2001, 211). São, ainda, nesse sentido, as rotinas produtivas na mídia, com seus objetivos específicos, assim como os pontos de vista dos que controlam as empresas e têm posições de poder na orientação cotidiana da produção jornalística, que se impõem como visões objetivas da realidade social, na medida em que a mídia reivindica para si o caráter de imparcialidade.

Para Young, as diferentes posições sociais consistem em diferentes trajetórias, histórias, experiências e formas de conhecimento social. Pode-se assumir, com a autora, que “posições sociais estruturais produzem, portanto, experiências que têm uma localização relativa específica e um conhecimento específico sobre os processos sociais e suas conseqüências” (Young, 1998, p. 136). Desse modo, em sua compreensão, cada perspectiva social é particular e parcial em relação ao campo social como um todo. Seu apagamento significaria, assim, o apagamento das trajetórias no que elas têm de politicamente significativas, na medida em que permitem que sejam vislumbrados aspectos da realidade social – e dos problemas e demandas dos grupos que nela se inserem e se relacionam – que não se tornam visíveis, da mesma maneira, pela expressão das trajetórias e experiências de

⁷ Mais tarde, a autora recuou desta última proposta (Young, 2000).

outros grupos.

Nas palavras da autora, ao discutir as políticas afirmativas como forma de inclusão de grupos excluídos ou marginalizados, “a representação especial de perspectivas sociais que, de outro modo, estariam excluídas, revela a parcialidade e especificidade das perspectivas que já têm presença política” (Young, 1998, p. 144), constituindo pontos de partida diferenciados para o debate e a formulação de políticas justamente a partir desse conhecimento situado, posicionado, da realidade social.

O campo político, assim como outros, não é neutro em relação às diferentes perspectivas sociais. Seus critérios de ingresso, bem como o *habitus* que impõe àqueles que dele participam, implicam em pesados custos de adaptação a indivíduos oriundos de determinadas posições sociais, ao passo que outros neles encontram espelhado seu padrão de comportamento “natural”. O próprio Bourdieu observa como a linguagem exigida pelo campo político se afasta da linguagem corrente dos grupos dominados. A eles, então, resta a opção de se aferrar às suas formas próprias de expressão, mas pagando o preço não serem ouvidos no campo político, ou mimetizar as formas dominantes, traindo a experiência social que se buscava transmitir (Bourdieu, 1979, p. 538).

É fácil perceber como tal filtro afeta grupos sociais como os trabalhadores, as minorias étnicas e também as mulheres. Qualidades que tendem a ser associadas à fala feminina, como a emotividade, desvalorizam o discurso no interior do campo político. A abertura aos argumentos dos outros, que também faz parte do treinamento social das mulheres, tende a ser interpretada como sinal de deferência (isto é, de subalternidade) ou de hesitação. Mesmo o tom de voz mais agudo é recebido com menos respeito pela audiência⁸. A inclusão efetiva de novos atores – isto é, de novas perspectivas sociais – no campo político significa, portanto, o reconhecimento de outras formas de expressão e comportamento, implicando na remoldagem dos filtros de ingresso e do *habitus* dominante no próprio campo.

Da expressão e comunicação entre as diferentes perspectivas é que resultariam políticas mais justas. Na mídia, a presença e confrontação entre diferentes perspectivas é que possibilitaria uma maior pluralidade e representatividade – política e social. Mas é

preciso considerar, aqui, a diferença entre três formas de exclusão/presença: em primeiro lugar, a exclusão pura e simples de perspectivas marginalizadas e com menor poder de agenda (na mídia e na política); em segundo lugar, a presença hierarquizada a partir de perspectivas hegemônicas, que apresentariam os valores segundo os quais as demais são avaliadas e posicionadas; e, finalmente, a presença de diferentes perspectivas naquilo que têm de confronto, disputa e, ao mesmo tempo, potencial de comunicar-se uma vez presentes na agenda pública (novamente, na da mídia e na da política, em suas sobreposições e influências recíprocas).

Se, como propõe Young, é o confronto entre diferentes perspectivas, interesses e significados culturais que ensina a cada um a parcialidade de suas perspectivas e interesses, revelando aos agentes que sua própria experiência consiste em uma perspectiva entre outras (Young, 1998, p. 116), o problema da pluralidade na mídia remete à questão das interações entre os diferentes atores, individuais e coletivos, e aos embates e diálogos possíveis entre eles. Assim, a presença ou ausência de mulheres na mídia e na política estaria ligada ao maior ou menor reconhecimento da validade de suas experiências (materializadas em perspectivas não redutíveis às dos homens) para o debate público, na mídia e na política, e para os processos de tomada de decisão no campo político. A existência pública dessas perspectivas depende de sua maior ou menor inclusão, e das posições que conseguem assumir, isto é, de seu maior ou menor destaque e valorização, no campo da mídia e no campo da política.

Nesse sentido é que, neste *paper*, os conceitos de perspectiva, reconhecimento, presença e capital simbólico se vinculam, dando base às hipóteses e métodos assumidos pela pesquisa aqui exposta.

2.2. Reconhecimento e presença/ausência de mulheres na mídia e na política

Em livro de 2003, Nancy Fraser e Axel Honneth estabelecem um debate em torno das noções de redistribuição e reconhecimento, como noções representativas de dois eixos de problemas – nos âmbitos teóricos e práticos da política.

Para sustentar sua posição, a de que a justiça, do ponto de vista teórico e prático, requer atualmente os dois elementos, redistribuição e reconhecimento (diferentemente de

⁸ Sobre o ponto, ver Bickford (1996, pp. 97-8).

Honneth, que vê a noção de reconhecimento como eixo central sob o qual se coloca a questão da redistribuição), Fraser considera os dois eixos a partir de abordagens filosóficas e políticas. No âmbito da política, redistribuição e reconhecimento apareceriam paradigmaticamente associados a movimentos sociais específicos, referindo-se a primeira a uma “política de classes” e a segunda a uma “política de identidade”. Fraser procura deslocar essas associações, observando que os dois eixos podem ser vinculados a quaisquer movimentos sociais, trazendo, no entanto, para os embates políticos, perspectivas diferentes em relação à justiça social.

Os dois eixos paradigmáticos, da redistribuição e do reconhecimento, apresentariam: a) noções diferentes de injustiça – no primeiro caso, definida como sócio-econômica e, no segundo, como cultural, enraizada em “padrões sociais de representação, interpretação e comunicação” (Fraser, 2003, p. 13); b) remédios diferentes para as injustiças diagnosticadas – no primeiro caso, reestruturações econômicas, no segundo, transformações culturais ou simbólicas; c) diferentes percepções em relação às coletividades que sofrem injustiças – no primeiro caso, classes ou coletividades similares, definidas por suas distinções no mercado e nas relações de produção, no segundo caso, grupos de status, definidos nas relações de reconhecimento e distintos pelo “menor respeito, estima e prestígio que eles têm em relação a outros grupos na sociedade” (Fraser, 2003, p. 14); e, por fim, d) compreensões diversas das diferenças entre os grupos – no primeiro caso, as diferenças são vistas como injustas e devem ser abolidas, no segundo, aparecem tanto como benignas (variações culturais pré-existentes que devem ser reconhecidas e não estigmatizadas), como problemáticas, uma vez que são produzidas pelas hierarquias que as situam e (des)valorizam socialmente.

Ao tratar esses eixos como complementares, e não excludentes, Fraser destaca casos típicos de sobreposição entre os problemas presentes nos dois espectros, ainda que considere que essa tipicidade apenas expõe sobreposições que existiriam em maior ou menor grau em questões referentes a outros grupos e disputas. Um desses casos típicos é o de gênero, que seria um exemplo de diferenciação social bi-dimensional: “Nem simplesmente uma classe, nem simplesmente um grupo de status, o gênero é uma categoria híbrida enraizada simultaneamente na estrutura econômica e na ordem de status da sociedade” (Fraser, 2003, p. 19), o que significa dizer que tanto a estrutura econômica

como as relações de status condicionam as formas de injustiça ligadas ao gênero, não sendo um deles um fator que possa ser reduzido ao outro.

É particularmente relevante, para o nosso trabalho, a visão de que as injustiças, no caso do gênero e, mais especificamente, da participação das mulheres em esferas políticas relevantes, como o parlamento, têm como componente a questão do reconhecimento. Tão central quanto as formas de exclusão sócio-econômica que com ela se cruzam, o pouco ou nenhum reconhecimento das mulheres como igualmente capazes de participação na vida pública, em posições de destaque na política ou no mundo do trabalho, pode estar vinculado às várias formas de exclusão e estigmatização da mulher em sociedades estruturadas por hierarquias de gênero.

Essa vinculação pode ser pensada ao menos de duas formas, no que diz respeito à pesquisa aqui discutida: em primeiro lugar, e de maneira mais abrangente, a distinção entre esferas e temas femininos e masculinos, com o maior ou menor reconhecimento que implicam para os agentes, é confirmada pela presença/ausência de mulheres nessas esferas ou temas. A título de exemplo, a presença reduzida de mulheres falando sobre economia nos noticiários, como vozes “competentes” nessa esfera, apareceria, nesse sentido, como uma simples reprodução da realidade social, com suas divisões e distinções. A dinâmica que se apresenta consiste, no entanto, na naturalização das formas incorporadas das relações de gênero na ordem social vigente, que significam não apenas posições diferenciadas, mas divisões hierarquicamente constituídas e investidas de valor. Nesse caso, a mídia, como esfera privilegiada de representação do mundo social nas sociedades contemporâneas, confirmaria a ordem social de gênero, com as hierarquias nela ativas, apresentando-as como naturais e, como tal, projetando o presente no futuro (os limites de uma história naturalizada, incorporados pelos agentes e instituições, funcionariam como barreiras naturais à reestruturação das posições no futuro).

Em segundo lugar, e de maneira mais específica, a visibilidade distinta de homens e mulheres no que diz respeito especificamente a sua relação com o campo político confirmaria a visão historicamente estruturada da política como esfera masculina (tanto pela presença predominante de homens quanto pelos valores, tidos como masculinos, que supostamente a orientariam, como a racionalidade e a impessoalidade). A mídia, nesse sentido, é uma esfera privilegiada de produção e difusão das formas socialmente válidas de

reconhecimento, constituindo, como já se disse, um espaço privilegiado de produção de capital político – de maneiras distintas para homens e mulheres (assim como para negros e brancos, proprietários e não-proprietários etc.) –, com implicações para as disputas eleitorais e as disputas internas ao campo político. A título de exemplo, o noticiário político, segundo os dados da pesquisa aqui apresentada, traz um percentual ainda menor de mulheres do que o já reduzido percentual de mulheres que ocupam cadeiras no parlamento. Além da confirmação das hierarquias vigentes, essa representação midiática, com as formas distintas de visibilidade que ela produz, funciona de maneira prospectiva, podendo diminuir as chances de que as mulheres já eleitas ou em cargos de poder se mantenham nesses cargos e as chances de que outras mulheres sejam reconhecidas pelo público/pelos eleitores como capazes e adequadas para a ocupação desses cargos no futuro. Esse reconhecimento, ou a ausência dele, teriam correlação com as variáveis sócio-econômicas que indicam hierarquias de gênero claras na divisão de renda e nas posições ocupadas por homens e mulheres no mundo do trabalho, por exemplo. Considerando que são muitas as mediações e matizes, pode-se indicar uma correlação entre o menor reconhecimento, a menor ocupação de cargos de poder (inclusive eletivos) e a menor possibilidade de influenciar políticas públicas que poderiam ter efeitos sobre essas assimetrias e divisões.

Fraser ressalta, ainda, a correlação entre as formas de reconhecimento distintas de homens e mulheres e o androcentrismo como padrão de valorização cultural que “privilegia traços associados à masculinidade, desvalorizando aqueles que são codificados como femininos” (Fraser, 2003, pp. 20-1). A institucionalização desses padrões de valorização teria efeitos específicos nas interações cotidianas, justificando a exclusão e subordinação das mulheres e resultando em formas diversas de estigmatização e violência. Mais uma vez, as injustiças de gênero se reproduziriam na sobreposição entre o baixo reconhecimento (e o reconhecimento hierarquizado segundo o gênero) e as exclusões de caráter econômico.

A presença/ausência de mulheres na mídia e na política, assim como as formas assumidas por essa presença/ausência em relação às hierarquias que constituem os dois campos, faz parte da dinâmica que Anne Phillips (1995) aborda ao discutir uma “política de presença”.

Em seus argumentos, a autora destaca que o elemento simbólico que constitui a representação é relevante, sobretudo, na medida em que presença implica em

reconhecimento, e este em valorização:

Porque a modernidade torna a questão da identidade mais problemática (muito menos óbvia), ela também transforma o reconhecimento em uma questão mais importante para o bem-estar das pessoas; e se o seu modo de vida não é reconhecido como de igual valor em relação a outros, isso será percebido como uma forma de opressão. As demandas por reconhecimento têm sido amplamente compreendidas como incluindo uma maior presença pública na vida política: uma constatação pública de seu igual valor (Phillips, 1995, p. 40).

Esse ponto se liga, na argumentação de Phillips, à discussão sobre a relação entre uma maior presença pública de grupos excluídos e estigmatizados e transformações potenciais nas formas de fazer política, na direção assumida por determinadas políticas e no conteúdo das decisões tomadas. Um dos aspectos considerados é a possibilidade de que os processos políticos, pela presença plural de grupos que têm inserções sociais diferenciadas, possibilitem a emergência de novas questões, problemas e demandas, e não a simples escolha entre opções vistas como dados ou a oferta de “pacotes” que traduziriam ofertas políticas já dadas (Phillips, 1995, pp. 44-5).

Na mídia, de maneira correlata, essa presença mais plural poderia possibilitar, entre outras coisas, uma redefinição dos limites das representações do campo político que predominam nos noticiários. Além da questão específica da difusão de prestígio e reconhecimento social pela mídia, em que se insere a discussão sobre a maior ou menor presença de grupos desfavorecidos ou politicamente marginalizados, a questão mais ampla de como – e em relação a que perspectivas sociais – se definem os limites da política, tal como representada pela mídia, é central, na medida em que os valores que constituem o campo e definem posições de maior ou menor centralidade para os temas e agentes são, eles mesmos, objetos de disputa.

2.3. Representação política feminina: problemas e dados

A sub-representação feminina nos espaços de poder é verificada, em menor ou maior intensidade, em todos os países do mundo. No Brasil, ainda que os padrões seculares de exclusão e discriminação se façam sentir, a participação das mulheres na vida política das últimas décadas é marcante. “Marchas” de mulheres foram fundamentais para a instauração de um clima de opinião que favoreceu o golpe militar de 1964. Mas elas também estiveram presentes na oposição à ditadura, liderando importantes mobilizações contra a carestia e em favor da anistia aos presos políticos. Em vários movimentos sociais, a atuação feminina é significativa, seja na base, seja entre as lideranças. Nas novas esferas participativas inauguradas a partir da redemocratização, em 1985 – conselhos gestores de

políticas públicas, orçamentos participativos –, as mulheres também se fazem presentes.

Mas tal presença na política, entendida em sentido amplo, repercute fracamente nos partidos, nas disputas eleitorais e nos poderes públicos. As mulheres brasileiras conquistaram o direito de voto na década de 1930, mas apenas a Constituição de 1946 equiparou os eleitores de ambos os sexos. No corpo de constituintes, fruto da primeira eleição após o interregno ditatorial do Estado Novo (1937-1945), não havia nenhuma representante do sexo feminino (sobre a conquista do voto feminino, ver S. M. Miguel, 2000). O alistamento eleitoral feminino evoluiu lentamente. Já em 1974, as mulheres compunham apenas 35% do eleitorado, o que se explica em parte pela maior presença delas entre os analfabetos (para os quais, até 1985, era negado o direito do voto), mas sobretudo pela menor taxa de alistamento⁹. Somente na virada do século XX para o século XXI o eleitorado alcançou a paridade de gênero. Desde então, há uma crescente maioria feminina entre os eleitores brasileiros, em todas as faixas etárias – desde os eleitores de 16 e 17 anos, cujo alistamento é facultativo, até os mais idosos (Alves, 2006).

Apesar disso, entre os cargos eletivos dos poderes executivos, a presença feminina é baixa. Embora a primeira prefeita municipal do país tenha sido eleita em 1928 – antes, portanto, do voto feminino, graças a uma peculiaridade do código eleitoral do Estado do Rio Grande do Norte –, nas últimas eleições para o cargo, em 2004, apenas 7,5% dos eleitos eram mulheres. Há uma tendência cristalizada de ampliação, mas a proporção ainda é muito pequena. Curiosamente, ao longo de todos os últimos pleitos, as mulheres obtiveram melhor desempenho nas eleições municipais nas regiões mais atrasadas do país (Miguel e Queiroz, 2006). No que se refere aos governos estaduais, a primeira mulher foi eleita em 1994. Em 2006, nas últimas eleições, foram escolhidas três mulheres entre os 27 governadores.

A presença feminina nos poderes legislativos brasileiros permaneceu baixa ao longo do século XX. Na Câmara dos Deputados, que é a câmara baixa do legislativo federal, bem como no Senado Federal (a câmara alta), as mulheres estiveram ausentes ou

⁹ Embora no Brasil o voto seja obrigatório, as penalidades para quem não se alista ou deixa de comparecer às eleições são pequenas. Para quem vive à margem do emprego formal (sobretudo no serviço público) e de contratos com o Estado, caso de grande parte das mulheres, tais penalidades podem ser consideradas inexistentes.

perto disso em boa parte do tempo. Ao todo, no período que vai da conquista do voto feminino até o fim da ditadura militar, em 1985, em 11 pleitos, foram eleitas apenas 31 deputadas federais e nenhuma senadora (ver Avelar, 2001). A partir da eleição de 1986, a presença de mulheres no parlamento se torna um pouco maior, mas ainda assim inferior aos 10%, conforme se observa na tabela 1.

Tabela 1: Mulheres eleitas para o Congresso Nacional brasileiro (1978-2006)

	1978	1982	1986	1990	1994	1998	2002	2006
Câmara dos Deputados ^a	4 (1,0%)	8 (1,7%)	26 (5,3%)	29 (5,8%)	32 (6,2%)	29 (5,7%)	42 (8,2%)	46 (9,0%)
Senado Federal ^b	—	—	—	1 (3,2%)	4 (7,4%)	2 (7,4%)	5 (9,3%)	4 (14,8%)

Observações:

(a) O número total de deputados eleitos variou ao longo do período: foram 420 em 1978, 479 em 1982, 487 em 1986, 503 em 1990 e 513 a partir de 1994.

(b) O Senado é renovado em um terço e dois terços, alternadamente a cada eleição. Por conta de alterações no número de unidades da federação e a introdução de “mandatos-tampão”, foram eleitos 26 senadores em 1982, 52 em 1986, 31 em 1990, 54 em 1994 e 2002 e 27 em 1998 e 2006.

Fonte: o autor, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Na análise da tabela 1, deve ser levado em conta que, a partir das eleições de 1998, as mulheres são beneficiadas com uma legislação de reserva de vagas para suas candidaturas à Câmara dos Deputados. Devem ser destacadas três peculiaridades da legislação brasileira. Primeiro, as cotas são de *candidaturas*, não de *cadeiras* no parlamento. Em segundo lugar, ao mesmo tempo em que instituiu a reserva de vagas para mulheres, a legislação ampliou o número de candidaturas que cada partido ou coligação pode apresentar. Isso garante, em tese, que o maior número de candidatas mulheres não reduzirá o número de candidatos homens. Por fim, os partidos e coligações não são obrigados a preencher as vagas destinadas às mulheres: apenas não podem substituí-las por homens. Em conjunto, as três peculiaridades minimizam de forma substancial o impacto das cotas na composição do poder legislativo.

Soma-se a elas o sistema eleitoral brasileiro, de representação proporcional em distritos plurinominais com listas abertas. Como se sabe, as listas abertas incentivam a competição *interna* entre os candidatos de um mesmo partido ou coligação. São beneficiados aqueles que possuem maiores recursos para sua campanha, sejam recursos materiais, presença na mídia, contatos eleitorais ou outras formas de capital político. Uma vez que as cotas existem exatamente para reverter a situação de despossessão política das mulheres, é natural que os homens larguem com vantagens nesta competição.

Dadas as características do sistema eleitoral brasileiro, não é possível pensar na transferência mecânica de candidaturas para cadeiras no parlamento. O que a lei brasileira faz é *incentivar* as direções partidárias a buscarem candidatas competitivas, já que isso terá reflexos positivos no desempenho da lista como um todo. Vagas femininas ociosas ou preenchidas apenas *pro forma* não agregam votos ao partido. Assim, os efeitos da lei só seriam perceptíveis a médio e longo prazo, pois dependeriam de que os líderes dos partidos entendessem essa dinâmica.

Três eleições talvez representem um período de tempo insuficiente para observar tais resultados. Mas fica claro que o modelo implantado no Brasil não está rendendo, de imediato, os frutos esperados. Ele opera por uma dinâmica mais lenta, que depende do reconhecimento de vantagens comparativas por parte dos líderes partidários com poder para influenciar na composição das listas de candidatos. Se percebem que estão em desvantagem em relação a listas nas quais as vagas reservadas para mulheres são capazes de produzir mais votos, eles passam a ter interesse em também gerar melhores candidatas (para uma discussão mais aprofundada, ver Miguel, a sair).

Mas que motivos sustentam a necessidade de se buscar a paridade de gênero na política? A mera justiça intuitiva (um grupo que reúne mais de 50% do eleitorado não pode ter menos de 10% dos representantes) não basta, já que outros grupos estão sub-representados (os muito jovens, os muito velhos), sem que se identifique aí um problema a ser corrigido. De maneira simplificada, é possível apontar três linhas de argumentação em favor da ampliação da representação feminina: a afirmação de uma *diferença moral* entre homens e mulheres, de uma *diferença de interesses* ou de uma *diferença estrutural*¹⁰.

A corrente da “diferença moral” parte da idéia de que as mulheres trariam um aporte diferenciado à esfera política, exatamente por serem responsáveis por velar pela família – o que é referido como “política do desvelo” (*care politics*) ou então “pensamento maternal”. Em vez da “política de interesses”, egoísta e masculina, ou mesmo da “justiça” fria e imparcial, o desprendimento e o zelo pelos outros, a tolerância e a sensibilidade (Elshtain, 1981; Ruddick, 1989)¹¹. Responsáveis pela proteção e pelo crescimento dos mais

¹⁰ A discussão aqui realizada incorpora trabalhos anteriores (Miguel, 2000, 2001).

¹¹ Para um resumo da discussão, com ênfase em sua crítica por outras correntes feministas, ver Mouffe, 1992.

frágeis (as crianças), as mulheres veriam nesta tarefa um imperativo moral, que transportariam para suas outras áreas de atividade. O resultado seria uma atividade política mais ética e generosa, voltada para o bem comum, em vez da crua disputa pelo poder. De maneira menos ou mais elaborada, tal discurso costuma ser incorporado pelas próprias mulheres que ingressam na disputa política, como forma de assumir um diferencial positivo (ver Grossi e Miguel, 2001).

Trata-se de uma perspectiva essencialista, que apresenta um “eterno feminino” (associado às tarefas de cuidar dos outros) e, assim, naturaliza a atribuição dos papéis sexuais. A mulher é agente de uma “política do desvelo” oposta à “política de interesses” porque é característica sua preocupar-se mais com aqueles que a cercam do que consigo própria. O que existe, na verdade, é a negação do direito da mulher a possuir interesses próprios (Phillips, 1991, p. 49) – uma negação imposta pela sociedade patriarcal, emblemática na figura da mãe que se imola pelos filhos, e que esta corrente da teoria política feminista incorpora e exalta. Desta forma, a subalternidade é mantida e mascarada por um véu de “superioridade moral”. Ao mesmo tempo, o insulamento das mulheres nos espaços da política que geram menos capital simbólico é reforçado.

As outras vias de justificativa para a ampliação da representação feminina partem de premissas opostas. As mulheres devem se fazer representar não porque sejam os vetores de uma “política desinteressada” mas, ao contrário, porque possuem interesses especiais, legítimos, ligados ao gênero, que precisam ser levados em conta. Quando o sistema político está estruturado de forma tal que veda ou obstaculiza a expressão destes interesses (ou de quaisquer outros), ele se revela injusto.

Está subjacente, aí, a visão de que as mulheres serão as melhores advogadas de seus próprios interesses. Somente quando esta crença se dissemina é que a sub-representação feminina passa a ser considerada iníqua – o que ajuda a entender porque, em geral, não se acha errado o déficit de representação de grupos como crianças ou doentes mentais, cujos interesses seriam melhor representados por outros (embora tal afirmação mereça ser relativizada).

Mas aí também permanece um “essencialismo” potencial subjacente (Araújo, 1998, p. 77). Parece que as mulheres, apenas por serem mulheres, terão sempre interesses idênticos. Contra isso, há o fato de que os indivíduos ocupam, ao mesmo tempo, diferentes

“posições de sujeito”, cujas pressões são variadas e, por vezes, contraditórias (por exemplo, mulher, negra, mãe, trabalhadora manual, evangélica, consumidora de determinado tipo de produtos, usuária de determinados serviços e moradora da periferia). Uma política de quotas que garanta a representação política feminina significa a imposição da primazia de uma faceta sobre as outras. Ou se retorna ao argumento liberal de que o mecanismo eleitoral permite que cada um escolha qual aspecto de sua identidade deve predominar, ou se promove uma segmentação total, sobrepondo as diversas clivagens, o que leva, no extremo, à impossibilidade da representação política (se *todas* as minhas características pessoais devem estar espelhadas no representante, então somente eu posso me representar).

Além do mais, pertencer a um grupo não significa expressar suas demandas. Mulheres candidatas não precisam ter comprometimento com a questão feminina, e muitas vezes não têm. Enfim, é questionável a própria noção de que existem interesses objetivamente identificáveis, ligados às posições sociais. As mulheres podem discordar, como de fato o fazem, sobre quais são seus verdadeiros interesses ou quais as medidas políticas que devem apoiar.

Como diz a cientista política Eleni Varikas, a idéia ingênua da coincidência espontânea entre as ações das representantes e os interesses de suas eleitoras revela um entendimento deficiente da política, “pois pretende substituir o acordo em torno a idéias políticas pela *confiança* que teríamos nas representantes do nosso sexo” (Varikas, 1996, p. 79). Ou seja, é uma postura que favorece a autonomização da elite política, que fica desobrigada de prestar contas ao eleitorado, uma vez que sua legitimidade provém das características identitárias compartilhadas. No entanto, um dos desafios centrais das democracias contemporâneas é precisamente a ampliação do controle dos representantes, sejam mulheres ou homens, por seus constituintes de ambos os sexos.

A busca da superação destes problemas leva à terceira tendência de justificativa das políticas de quotas, que se baseia exatamente na noção de “perspectiva social”, em vez de “interesse”. O acesso das mulheres (como de outros grupos politicamente excluídos) às esferas de deliberações públicas é necessário não porque compartilhem das mesmas opiniões ou interesses, mas porque *partem* de uma mesma perspectiva social, vinculada a certos padrões de experiência de vida. A palavra é relevante: trata-se de um ponto de partida, não de chegada.

É possível dizer, então, que a diferença significativa, do ponto de vista político, entre mulheres e homens (e entre negros e brancos, trabalhadores e proprietários etc.) não é uma diferença intrínseca, mas *estrutural*, ligada às posições que ocupam em dada formação social. Assim, a necessidade da presença das mulheres (como de outras minorias) na arena política não é suprimida caso se encontrem outras formas de proteger seus “interesses”, qualquer que seja a forma pela qual eles sejam concebidos. Elas precisam estar presentes nos foros deliberativos e decisórios para que a perspectiva social que incorporam se faça ouvir e participe da construção de projetos coletivos – que, aliás, contempla a própria redefinição dos *interesses* dos envolvidos – que ocorre em tais foros.

O que está em jogo é a possibilidade de realmente alcançar, na esfera política, o pluralismo de perspectivas que caracteriza sociedades fragmentadas como as contemporâneas. Medidas especiais, como a política de quotas, são necessárias porque a diferença estrutural se traduz na desigualdade da capacidade de intervenção na esfera pública. Como observa Pierre Bourdieu, ao estudar a auto-exclusão, na forma de apatia e desinteresse, daqueles que exercem menos influência política, nomeadamente as mulheres e as classes trabalhadoras: “a indiferença é apenas uma manifestação da impotência” (Bourdieu, 1979, p. 473). Assim, a desigualdade estrutural, que aloca em proporções diferentes, segundo os grupos sociais, a capacidade de intervir no campo político é “naturalizada” pela adequação dos agentes ao comportamento que lhes é destinado.

A necessidade da ampliação da presença, nos espaços de decisão política, dos grupos sociais em posição subalterna se sustenta com a constatação da desigualdade presente na sociedade, sem necessitar de qualquer argumento essencialista ou da crença na “objetividade” de interesses comuns ao grupo. A presença das vozes das mulheres – e de outros grupos excluídos politicamente – no debate público representa, então, um passo na direção da realização da democracia, entendida em seu sentido de “autonomia”, isto é, da possibilidade de que os cidadãos e cidadãs fixem, eles próprios, as normas que regerão sua vida.

3. Análise dos dados

A pesquisa mais ampla em que se inserem os dados aqui apresentados consiste em análises realizadas em três eixos: análise da mídia; análise da ação parlamentar de deputadas e senadoras; análise das posições por elas ocupadas no campo político. Abaixo,

explicitamos apenas a metodologia da pesquisa no que se refere ao primeiro eixo, de análise da mídia, mais especificamente, de noticiários televisivos e impressos. Do mesmo modo, apresentamos os resultados preliminares desta parte da pesquisa.

3.1. Metodologia da pesquisa

Foi realizado o acompanhamento do noticiário político em três períodos diferentes, de três meses cada um, nos primeiros e segundo semestre de 2006 e no primeiro semestre de 2007¹². O fato de serem períodos *diferentes* contribui para equilibrar a amostra, compensando o peso que um evento específico, como as eleições no segundo semestre de 2006, pode ter na cobertura da mídia. Por outro lado, o fato de serem *períodos* diferentes, em vez de uma amostra de edições esparsas, permite o acompanhamento de determinadas questões e a construção discursiva associada a elas (neste momento, apresentamos dados referentes a um mapeamento do noticiário, como se verá adiante, mas a análise discursiva é o passo seguinte da pesquisa aqui apresentada).

Nosso recorte estabeleceu o acompanhamento de três telejornais – o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, o *Jornal da Record*, da Rede Record, e o *Jornal do SBT*, da Rede SBT¹³ – e três revistas semanais de informação – *Veja*, *Época* e *Carta Capital*. Neste *paper*, os dados das revistas analisadas referem-se aos três períodos mencionados, os dos telejornais referem-se a um deles (o segundo semestre de 2006), uma vez que os demais ainda estão sendo corrigidos e tabulados.

Após um mapeamento de todo o noticiário, por meio de uma ficha de leitura (para cada reportagem, coluna ou artigo foi preenchida uma ficha) que orientava a associação a categorias temáticas e quantificava a presença de homens e mulheres, entre outros pontos, o noticiário político foi separado e, neste caso, foi preenchida uma ficha para cada personagem. O material jornalístico foi classificado em 26 categorias temáticas, sendo que

¹² A coleta e tabulação dos dados foi realizada por uma extensa equipe de estudantes da Universidade de Brasília. Helena Máximo e Janine Mello, mestrandas em Ciência Política, colaboraram na coordenação do trabalho. Carlos Machado, então também mestrando, ajudou na programação do software. Entre os muitos graduandos que se engajaram no trabalho, gostaríamos de agradecer especialmente àqueles que contribuíram mais extensamente: Andrea Azevedo, Bianca Caldas, Bruno Nogueira, Carla Beatriz, Cleiton de Lima, Fernanda Feitosa, Janaína Figueira, Luiz Augusto Campos, Mariana Abreu, Marina Braga, Natanael Lopes, Natália Vieira, Nathália Mattos, Paula Lima e Tiago Amaral.

¹³ As gravações dos telejornais ficaram a cargo da ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância, cuja colaboração, em especial na pessoa de Railssa Alencar, agradecemos.

12 delas se referiam ao noticiário político (ver quadro 1). Inseridos no *software Sphinx Lexica*, os dados permitem observar a frequência da aparição de personagens masculinas e femininas e sua associação com temáticas específicas, bem como efetuar comparações entre os diferentes tipos de veículos (TV e revista), os diferentes órgãos e os diferentes períodos.

A análise procurou combinar: (1) análise quantitativa, buscando as regularidades estatísticas que permitam vincular sexo, áreas temáticas de visibilidade midiática, atuação política e acumulação de capital político, e (2) análise do discurso da mídia, que começa a ser feita no início do próximo semestre, procurando tanto identificar os diferentes discursos que se chocam sobre a posição da mulher na política quanto os padrões e regularidades presentes na construção da imagem de mulheres e homens.

Quadro 1: Categorias de classificação das reportagens

- 1 **Cidades (Brasil)** - trânsito, transporte coletivo, direito do consumidor, greves em serviços públicos (*exceto educação e saúde*; ver categorias 6 e 24) etc.
- 2 **Ciência/tecnologia** - novidades científicas, médicas e tecnológicas
- 3 **Desastres** - catástrofes naturais, acidentes de trânsito e ferroviários, desastres aéreos etc.
- 4 **Ecologia/meio-ambiente** - espécies ameaçadas, áreas de preservação etc.
- 5 **Economia brasileira** - inflação, desemprego, câmbio, dívida pública, balança comercial e de pagamentos, reajustes salariais etc. – *todas as reportagens que envolvem decisões de política econômica são consideradas “Política brasileira”* (ver categorias 12 a 22)
- 6 **Educação** - vagas no ensino público, vestibular, ação afirmativa e outras formas de acesso ao ensino superior, distribuição de material didático, experiências inovadoras na educação no Brasil, greves de professores etc.
- 7 **Esportes**
- 8 **Fait divers/variedades** - curiosidades, anúncios de programas da própria emissora, fofocas sobre celebridades, eventos da indústria cultural, “mundo animal” etc. – *não inclui “lições de vida”* (ver categoria 10)
- 9 **Internacional** - política externa brasileira, relações exteriores, política interna de outros países etc.
- 10 **Lições de vida** - abordagem “edificante”, mostrando como indivíduos e/ou grupos superam suas dificuldades
- 11 **Polícia** - crimes, busca de criminosos, revoltas de presidiários etc. – *não inclui políticas públicas de segurança* (ver categoria 25)
- 12 **Política brasileira: ações do poder executivo federal**
- 13 **Política brasileira: propostas legislativas e ações no Congresso** - ações do e no Congresso; inclui o debate e tramitação de toda e qualquer proposta legislativa, inclusive quando de iniciativa do poder executivo
- 14 **Política brasileira: judiciário** - decisões judiciais, em especial das cortes superiores, com repercussão política – *inclui também ações de órgãos com ação de tipo judicial que pertencem ao poder legislativo (Tribunal de Contas) ou ao poder executivo (Ministério Público)*
- 15 **Política brasileira: escândalos** - denúncias e investigações de atos ilícitos, improbidades e desvios de conduta em geral, envolvendo governantes, parlamentares, líderes partidários e ocupantes dos primeiros escalões das administrações municipais, estaduais e federal
- 16 **Política brasileira: eleições (resultado de pesquisas)** - toda e qualquer divulgação de sondagens de intenções de voto, bem como de resultados eleitorais
- 17 **Política brasileira: eleições (curiosidades/serviço)** - informações aos eleitores (como usar a urna, como justificar ausência etc.) e curiosidades à margem do processo eleitoral (trabalho dos TRE's nas fronteiras do país, eleitores idosos ou jovens etc.)
- 18 **Política brasileira: eleições (debate eleitoral)** - falas dos candidatos e de outros líderes políticos, programas de governo, eventos de campanha (passeatas, comícios etc.), denúncias contra candidatos
- 19 **Política brasileira: vida partidária** - conflitos internos de partidos, escolha de líderes etc.
- 20 **Política brasileira: movimentos sociais/sociedade civil** - ação de movimentos sociais ou de entidades da sociedade civil
- 21 **Política brasileira: história/curiosidades** - lembrança de episódios passados da política nacional, motivadas por efemérides (e.g., 50 anos do suicídio de Vargas) ou falecimentos (e.g., a biografia de Leonel Brizola); curiosidades da política nacional
- 22 **Política brasileira: outros/mix** – reportagens de política brasileira que mesclam várias das categorias anteriores, sem que seja possível indicar uma predominância - *atenção: usar apenas em último caso*
- 23 **Previsão do tempo**
- 24 **Saúde pública** - epidemias, saneamento, controle de medicamentos, rede hospitalar, greves de profissionais da saúde etc.
- 25 **Segurança pública** - políticas de segurança pública
- 26 **Outros** - *usar apenas em último caso (e, de preferência, não usar)*

3.2. Revistas

Entre reportagens, notas, entrevistas, artigos, colunas e editoriais publicados nas revistas semanais analisadas nos três períodos trabalhados foram preenchidas 3950 fichas de matérias. Entre elas, foram identificadas 813 inserções relacionadas à temática “política brasileira”, que foi a segunda categoria em número de inserções, superada pela categoria “fatos diversos” (1080 inserções).

Os escândalos e as eleições dominaram o noticiário político (as três categorias referentes às eleições somam, em conjunto, 210 inserções, pouco atrás das 218 inserções referentes a escândalos), como se pode ver na Tabela 2. Neste caso, o dado mais interessante e, de certo modo, esperado, é a grande concentração de matérias sobre escândalos na revista *Veja* (67%), enquanto o percentual de textos dedicados às eleições, somadas as três categorias, é bastante semelhante entre as revistas. As oscilações estão entre um maior tratamento ao debate eleitoral (*Época*) ou a pesquisas, curiosidades e serviços (*Carta Capital*).

Revistas	Veja	Época	CartaCapital	TOTAL
Categoria				
Política brasileira: ações do poder executivo	31,9% (30)	43,6% (41)	24,5% (23)	100% (94)
Política brasileira: propostas legislativas e ações no legislativo	52,0% (13)	20,0% (5)	28,0% (7)	100% (25)
Política brasileira: judiciário	45,0% (9)	15,0% (3)	40,0% (8)	100% (20)
Política brasileira: escândalos	67,0% (146)	8,7% (19)	24,3% (53)	100% (218)
Política brasileira: eleições (resultado de pesquisas)	43,8% (14)	9,4% (3)	46,9% (15)	100% (32)
Política brasileira: eleições (curiosidades/serviço)	34,2% (27)	20,3% (16)	45,6% (36)	100% (79)
Política brasileira: eleições (debate eleitoral)	28,3% (28)	48,5% (48)	23,2% (23)	100% (99)
Política brasileira: vida partidária	19,4% (7)	13,9% (5)	66,7% (24)	100% (36)
Política brasileira: movimentos sociais/sociedade civil	41,7% (5)	33,3% (4)	25,0% (3)	100% (12)
Política brasileira: história	23,5% (4)	17,6% (3)	58,8% (10)	100% (17)
Política brasileira: outros	59,1% (107)	23,8% (43)	17,1% (31)	100% (181)
TOTAL	48,0% (390)	23,4% (190)	28,7% (233)	100% (813)

As vozes identificadas com o governo Lula tiveram uma presença mais de quatro vezes maior do que as vozes de oposição, mas o predomínio foi, de fato, o das matérias que apresentaram “os dois lados”, confirmando um procedimento do jornalismo em defesa de sua confiabilidade, como se vê na Tabela 2. É importante lembrar que isso não significa um equilíbrio em termos das perspectivas que predominam nas matérias, havendo a necessidade de uma análise discursiva mais detida dos textos para que se possa tecer comentários nesse sentido.

Tabela 3: Posição das personagens nas revistas				
Revistas	Veja	Época	CartaCapital	TOTAL
Posição				
só governo	60,7% (125)	18,9% (39)	20,4% (42)	100% (206)
só oposição	47,3% (26)	9,1% (5)	43,6% (24)	100% (55)
ambas	48,2% (218)	24,6% (111)	27,2% (123)	100% (452)
nenhuma	25,8% (80)	10,0% (31)	63,5% (197)	100% (308)
TOTAL	40,1% (449)	24,8% (186)	35,1% (386)	100% (1021)

Vale ressaltar a maior concentração de matérias que apresentam apenas vozes governistas na revista *Veja*. Observando apenas a categoria “escândalos”, essa revista apresenta um percentual maior de matérias em que há apenas vozes governistas (50%) do que de matérias em que há apenas vozes oposicionistas (6%), apresentando ambas as posições em 52% das matérias analisadas. Quando se passa às categorias relacionadas às eleições (somadas), no entanto, a revista apresenta ambas as posições em 69,6% das matérias, enquanto 7,2% trazem apenas vozes da oposição e 4,3% apenas vozes governistas.

A esmagadora maioria das personagens presentes no noticiário político integra o campo político em sentido estrito. Entre as que não se incluem no campo político em sentido estrito, o grupo presente com maior peso, especialmente em comparação com os demais, é o empresariado. As personagens vinculadas a empresas privadas somam 7,7% das inserções; em segundo lugar vêm as universidades, com 2,6%. Movimentos sociais, ONGs, organismos internacionais, grupos religiosos e forças armadas somam 2,8% das inserções. É interessante observar que, ao comparar a presença desses grupos nas revistas, esses últimos estão presentes em percentual maior na revista *Carta Capital* do que em *Veja* e *Isto É*. No caso dos movimentos sociais, por exemplo, *Carta Capital* concentra 56,5% das inserções, enquanto *Veja* e *Época*, com perfil semelhante nesse quesito, apresentam, respectivamente, 21,2% e 22,4% das inserções, como se pode observar na Tabela 3. Na mesma tabela, vale ressaltar também a presença concentrada de personagens vinculadas às Forças Armadas na *Carta Capital*.

Tabela 4: grupos presentes nas revistas brasileiras

Revistas	Veja	Época	CartaCapital	TOTAL
Grupo				
Non réponse	40,5% (963)	24,2% (577)	35,3% (840)	100% (2380)
movimento social	21,2% (18)	22,4% (19)	56,5% (48)	100% (85)
ONG	16,0% (21)	39,7% (52)	43,5% (57)	100% (130)
organização internacional	19,0% (15)	27,8% (22)	53,2% (42)	100% (79)
religião organizada	37,7% (29)	15,6% (12)	46,8% (36)	100% (77)
forças armadas	19,5% (16)	20,7% (17)	59,8% (49)	100% (82)
empresa privada	38,9% (354)	22,6% (205)	38,4% (349)	100% (908)
universidade	42,5% (248)	31,9% (186)	25,6% (149)	100% (583)
TOTAL	40,1% (1664)	24,8% (1090)	35,1% (1570)	100% (4324)

3.2.1. Homens e mulheres nas revistas semanais

O noticiário, como um todo, apresentou 80,4% (26.169) de personagens masculinas e 19,5% (6.364) de personagens femininas. Quando se trata apenas do noticiário político, essa diferença se acentua: de um total de 13.017 personagens, 89,9% (11.703) são do sexo masculino, contra apenas 10,1% (1.314) do sexo feminino.

Entre as 15 personagens mais citadas no noticiário político das revistas, há apenas uma mulher, Dilma Roussef, com 74 citações. Entre as 30 personagens mais citadas, há, além dela, mais duas, Heloisa Helena, em 16º lugar, com 69 citações, e Marta Suplicy, em 27º lugar, com 61 citações. A personagem mais citada, entre homens e mulheres, é o presidente Lula, com 769 inserções (33% de todas as inserções de personagens), seguido de Geraldo Alckmin, com 319 inserções, e, então, Fernando Henrique Cardoso (216), José Serra (208) e José Dirceu (187). É interessante observar, também, o grande número de “anônimos” presentes no noticiário político, confirmando uma prática freqüente nas revistas e que mereceria um tratamento à parte, em análises discursivas mais detidas: a prática de utilização de fontes não nomeadas nos textos, sobretudo em reportagens sobre escândalos.

Nome	Número de citações
Luis Inácio Lula da Silva	769
Geraldo Alckmin	319
Fernando Henrique Cardoso	216
José Serra	208
José Dirceu	187
Antonio Palocci	141
Aécio Neves	115
Tarso Genro	84
Anônimos (fontes não nomeadas)	82
Márcio Thomaz Bastos	79

Aldo Rebelo	78
Ciro Gomes	78
Marcos Valério	77
Dilma Roussef	74
Guido Mantega	73

Podemos qualificar, inicialmente, a visibilidade que está vinculada a essa presença de homens e mulheres observando se têm ou não voz nos noticiários (se são apenas citados ou se têm suas palavras direta ou indiretamente compondo o texto) e se têm ou não sua imagem presente em fotos, ilustrações ou caricaturas.

No que diz respeito à possibilidade de ter voz, uma vez presentes no noticiário, homens e mulheres têm uma distribuição semelhante. Cerca de 20% das personagens existentes no noticiário têm voz direta nos textos – 20,1% dos homens e 18,9 % das mulheres; cerca de 5% têm voz indireta nos textos, isto é, têm sua posição citada pelo autor do texto – 4,6% dos homens e 5,1% das mulheres. Mas esses percentuais, vale lembrar, seguem os percentuais indicados no parágrafo anterior em relação à presença de homens e mulheres: 90,4% das personagens que têm voz direta no noticiário político são homens. De maneira correlata, 88,9% das personagens que têm voz indireta são homens.

Quando se considera o segundo quesito, o da visibilidade ampliada por fotos, ilustrações ou caricaturas, a distribuição de homens e mulheres, de modo geral, acompanha sua presença no noticiário: das personagens que têm suas fotos publicadas na capa das revistas, 73 (89%) são homens e 9 (10,97%) são mulheres; das que têm suas fotos publicadas em mais de uma foto interna, 120 (85,7%) são homens e 20 (14,3%) são mulheres; em apenas uma foto interna, 2.581 (90,6%) são homens e 269 (9,4%) são mulheres. Quando se observa charges, caricaturas ou ilustrações, a distribuição é semelhante: 167 ou 90,8% são de homens e 17 ou 9,2% de mulheres.

Pode-se também observar a presença de homens e mulheres no que se refere aos poderes institucionais e às categorias de voz “técnica” (economistas, cientistas sociais, especialistas de modo geral) ou “popular” (muitas vezes meramente ilustrativa de posições presentes nas matérias). A Tabela 5, abaixo, indica que a concentração da presença de homens relacionados aos três poderes e a uma voz “técnica” acompanha, de modo geral, o percentual da presença de homens e mulheres no noticiário, mas a presença da mulher se amplia, percentualmente, quando se trata da voz “popular”, não associada a qualquer

competência específica.

Tabela 6: Distribuição das personagens por posição institucional e sexo nas revistas brasileiras

Sexo	feminino	masculino	TOTAL
Poder			
executivo	6,9% (174)	93,1% (2333)	100% (2507)
legislativo	8,6% (200)	91,4% (2116)	100% (2316)
judiciário	11,5% (33)	88,5% (253)	100% (286)
técnico	9,4% (121)	90,6% (1163)	100% (1284)
"popular"	30,6% (99)	69,4% (225)	100% (324)
TOTAL	10,1% (627)	89,9% (6090)	100% (6717)

No que se refere à distribuição por grupos, a Tabela 6, abaixo, mostra que a maior presença de mulheres se refere às personagens vinculadas a organismos internacionais, 19,6%. Nos demais grupos, inclusive movimentos sociais e ONGs, a inserção nas revistas acompanha a média de 10% da presença no noticiário, reduzindo-se para 7,8% quando se trata de personagens ligadas a movimentos sociais.

Tabela 7: Distribuição das personagens por categorias de grupo e sexo nas revistas brasileiras

Sexo	feminino	masculino	TOTAL
Grupo			
movimento social	7,8% (6)	92,2% (71)	100% (77)
ONG	12,6% (13)	87,4% (90)	100% (103)
organismo internacional	19,6% (9)	80,4% (37)	100% (46)
religião organizada	8,9% (8)	91,1% (82)	100% (90)
força armada	0,0% (0)	100% (40)	100% (40)
empresa privada	9,9% (100)	90,1% (906)	100% (1006)
universidade	11,0% (37)	89,0% (299)	100% (336)
TOTAL	10,1% (173)	89,9% (1525)	100% (1698)

Quando se observa, por fim, os candidatos e candidatas às eleições de 2006 citados no noticiário das revistas, o percentual de mulheres é, em alguns casos, inferior a sua representação atual – o percentual de candidatas à Câmara dos Deputados é de 5,6% – e, em todos os casos, inferior aos 30% em que consiste, no Brasil, a reserva de vagas para mulheres entre as candidaturas apresentadas pelos partidos políticos.

Tabela 8: Distribuição de personagens nas categorias candidato e sexo, nas revistas brasileiras

Sexo	feminino	masculino	TOTAL
Candidato			
presidente	6,9% (74)	93,1% (1002)	100% (1076)
governador	12,7% (79)	87,3% (544)	100% (623)
senador	7,0% (10)	93,0% (132)	100% (142)
deputado federal	5,6% (20)	94,4% (337)	100% (357)
deputado estadual	19,4% (7)	80,6% (29)	100% (36)
TOTAL	10,1% (190)	89,9% (2044)	100% (2234)

Um outro dado relevante diz respeito à distribuição das personagens mulheres e homens pelas diferentes categorias temáticas utilizadas para a classificação das matérias, já discutidas. Como se pode observar na Tabela 8, a maior concentração das mulheres é na categoria fatos diversos/variedades (46,32%). A dos homens segue a mesma tendência, porém em percentual mais reduzido (28,60%). As personagens mulheres estão presentes também em percentual consideravelmente maior que o dos homens nas categoria “cidades” (4,32% contra 1,52%) e “lições de vida” (2,29% contra 0,92%), categorias que trazem um grande número de personagens “populares”. Em outras categorias, ainda, há uma concentração ligeiramente maior das personagens femininas em relação às masculinas: são “desastres”, “ecologia/meio ambiente”, “educação”, “polícia” e “saúde pública”. Por outro lado, a concentração maior dos homens na categoria “economia” (3,75% contra 1,46%), assim como no noticiário político, indica não apenas uma maior presença quantitativa, mas também que eles ocupam posições mais centrais no noticiário, já que há uma hierarquia entre as áreas e campos sociais nas representações da realidade presentes na imprensa.

Quando se observa a concentração no noticiário político, especificamente, vale destacar a ausência de mulheres na categoria “movimentos sociais/sociedade civil” e a concentração maior das personagens masculinas na categoria “escândalos”. Comparando a presença de homens e mulheres nas três categorias relacionadas às eleições, somadas, temos 6,68% das personagens masculinas contra 4,62% das femininas. Se, a essas três categorias, somamos a categoria “vida partidária”, temos 8.2% dos homens contra 5.12% das mulheres. Vale lembrar que, em todos os casos, trata-se do percentual em relação ao número total de homens, comparado ao percentual em relação ao número total de mulheres, e, portanto, de um percentual de concentração dentro de uma representação bastante reduzida das mulheres nos noticiários (como se disse antes, 19,5% das personagens citadas em todo o material analisado) e, sobretudo, no noticiário político (como se disse antes,

10,1% das personagens citadas no noticiário político analisado).

Categorias	Mulheres	Homens
Cidades (Brasil)	4,32%	1,56%
Ciência/tecnologia	3,53%	3,89%
Desastres	0,75%	0,58%
Ecologia/meio-ambiente	0,46%	0,44%
Economia brasileira	1,46%	3,75%
Educação	1,13%	0,47%
Esportes	0,61%	2,18%
Fait-divers/variedades	46,32%	28,60%
Internacional	4,63%	8,75%
Lições de vida	2,29%	0,92%
Polícia	1,35%	1,29%
Política brasileira: ações do poder executivo	0,83%	1,96%
Política brasileira: propostas legislativas e ações no legislativo	0,20%	0,74%
Política brasileira: judiciário	0,35%	0,53%
Política brasileira: escândalos	3,93%	9,76%
Política brasileira: eleições (resultado de pesquisas)	0,52%	0,86%
Política brasileira: eleições (curiosidades/serviço)	1,43%	2,34%
Política brasileira: eleições (debate eleitoral)	2,67%	3,48%
Política brasileira: vida partidária	0,50%	1,52%
Política brasileira: movimentos sociais / sociedade civil	0,00%	0,35%
Política brasileira: história	0,19%	0,65%
Política brasileira: outros	3,77%	6,38%
Saúde pública	0,77%	0,45%
Segurança pública	1,23%	1,28%
Outros	16,75%	17,26%
TOTAL	100,00%	100%

Os dados preliminares da pesquisa indicam, assim, uma presença reduzida das mulheres em relação aos homens, permitindo observar assimetrias de gênero nas representações do mundo social e, em especial, nas representações da política difundidas pela mídia.

3.2. Telejornais

A análise dos telejornais – *Jornal Nacional*, *Jornal da Band* e *SBT Brasil* – compreende o período imediatamente anterior às eleições de 2006. Foram estudadas as edições dos meses de julho a outubro de 2006. Problemas na gravação dos DVD's comprometeram cerca de 10% do material.

Ao todo, foram listadas 12.183 “personagens”, isto é, pessoas que não pertencem à equipe jornalística e que aparecem falando no noticiário ou são citadas por repórter,

apresentador ou outra personagem. Apenas 21,9% dessas personagens são do sexo feminino. Divididas as matérias dos telejornais em diferentes categorias, verifica-se que as personagens do sexo masculino predominam em todas elas. A distribuição das personagens por categoria de matéria, porém, varia amplamente entre os sexos (tabela 10). “Política brasileira” é a categoria mais freqüente para ambos os sexos, mas a concentração é muito mais intensa entre os homens. As mulheres se concentram ainda no noticiário de variedades, sobre o cotidiano e policial, ao passo que os homens aparecem com mais freqüência em esportes e polícia.

Tabela 10: Distribuição de personagens por categoria de reportagem e sexo, nos telejornais brasileiros

categoria	mulheres	homens
Cidades/cotidiano	14,1%	6,1%
Ciência/tecnologia	2,1%	1,3%
Desastres	4,0%	3,6%
Ecologia/meio-ambiente	1,6%	1,8%
Economia brasileira	5,7%	3,1%
Educação	2,1%	0,7%
Esportes	5,3%	13,3%
Fait-divers/variedades	14,4%	5,1%
Internacional	9,0%	9,5%
Lições de vida	1,6%	0,6%
Polícia	12,6%	12,0%
Política brasileira	22,8%	39,9%
Previsão do tempo	0,4%	0,1%
Saúde pública	2,4%	0,9%
Segurança pública	1,7%	1,8%
total	100% <i>n</i> = 2667	100% <i>n</i> = 9516

Fonte: pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil”

Entre reportagens, notas, entrevistas, comentários e um único editorial, foram identificadas 1322 inserções relacionadas à temática “política brasileira”, com uma nítida predominância do *Jornal Nacional* (608 inserções), seguido de *Jornal da Band* (378) e *SBT Brasil* (336). Cada uma delas durou, em média 94 segundos, sem diferença significativa entre os três telejornais, o que é um tempo alto para os padrões da televisão brasileira – mas a média foi inflada pela presença de mais de uma dúzia de entrevistas de estúdio com candidatos e grandes reportagens, com mais de 10 minutos de duração cada.

Como o esperado, a movimentação em torno das eleições ocupou a maior parte do noticiário político, ficando com 49,4% das inserções (somadas as três categorias

relacionadas ao tema). Aí, no entanto, existem diferenças perceptíveis entre os telejornais, conforme indica a tabela 11.

Tabela 11: Classificação das reportagens de política brasileira dos telejornais, por categoria temática

	Jornal Nacional	Jornal da Band	SBT Brasil	total
Política brasileira: ações do poder executivo	1,6%	5,6%	3,3%	4,5%
Política brasileira: propostas legislativas e ações no legislativo	4,3%	7,4%	3,9%	5,1%
Política brasileira: judiciário	3,1%	9,3%	4,2%	5,1%
Política brasileira: escândalos	16,6%	25,1%	28,9%	22,2%
Política brasileira: eleições (resultados de pesquisas)	7,4%	9,0%	3,0%	6,7%
Política brasileira: eleições (curiosidades/serviço)	3,5%	3,2%	11,9%	5,5%
Política brasileira: eleições (debate eleitoral)	49,0%	28,6%	25,3%	37,1%
Política brasileira: vida partidária	2,0%	3,4%	6,5%	3,6%
Política brasileira: movimentos sociais/sociedade civil	2,0%	5,0%	1,8%	2,8%
Política brasileira: história	0,2%	-	0,6%	0,2%
Política brasileira: outros/mix	10,4%	3,4%	5,7%	7,2%
total	100% n = 608	100% n = 378	100% n = 356	100% n = 1322

A voz da oposição se fez ligeiramente mais freqüente no noticiário do que o governo federal – mas é o *Jornal Nacional* que leva a esse resultado, como mostra a tabela 12. No *Jornal da Band* e no *SBT Brasil*, em geral cada reportagem apresenta “os dois lados”; quando há apenas uma posição, é mais freqüente que seja governista. O noticioso da Rede Globo, porém, na maioria de suas inserções de política, deu voz apenas à oposição.

Tabela 12: Posição das personagens nos telejornais brasileiros

Telejornal	Jornal Nacional	Jornal da Band	SBT Brasil	TOTAL
Posição				
não se aplica	36,2% (219)	30,7% (116)	28,3% (95)	32,6% (430)
só governo	12,2% (74)	12,4% (47)	13,4% (45)	12,6% (166)
só oposição	36,2% (219)	7,4% (28)	4,5% (15)	19,9% (262)
ambas	10,7% (65)	34,1% (129)	41,4% (139)	25,2% (333)
nenhuma	4,6% (28)	15,3% (58)	12,5% (42)	9,7% (128)
TOTAL	100% (605)	100% (378)	100% (336)	100% (1319)

No entanto, mais de 95% das inserções do *Jornal Nacional* em que aparece apenas a oposição se referem à categoria “debate eleitoral”. O aparente predomínio de uma posição contrário ao governo é, assim, mero efeito da prática do telejornal de apresentar a agenda

dos candidatos em uma série de pequenas matérias separadas – cada uma dela contando como uma inserção e sendo todos os candidatos, à exceção de Lula, classificados como “oposição”.

As personagens são, na sua esmagadora maioria, integrantes do campo político em sentido estrito. Apenas 1,7% das inserções de política brasileira incluem personagens vinculadas a empresas privadas, apenas 1,6% integrantes de movimentos sociais. Organizações não-governamentais, militares, grupos religiosos, universidades e organizações internacionais são ainda menos presentes. Menos de 10% das reportagens incluíam personagens identificadas como negras.

Os repórteres do sexo masculino ainda predominam no noticiário político, sendo os responsáveis por 40,6% das inserções, contra apenas 27,3% de repórteres mulheres (há repórteres de ambos os sexos em 2,9% das inserções e nas restantes, que são notas, comentários ou editoriais, não há repórteres). Mas é quando se observam as personagens que a predominância masculina fica mais gritante.

No noticiário político da TV, aparecem, em média, seis homens para cada mulher. Foram 609 citações ou entrevistas de mulheres (média de 0,46 por inserção), contra 3800 de homens (média de 2,88 por inserções). Em 68,1% das inserções, não aparece *nenhuma* personagem feminina, ao passo que os homens estão presentes em 84% delas. Em toda a amostra, apenas 64 inserções, isto é, menos de 5% do total, apresentaram apenas personagens femininas.

Ao todo, 1470 diferentes “personagens” foram entrevistadas ou citadas nas inserções sobre política brasileira – e mais 263 anônimos, o que quase sempre significa que são populares entrevistados em enquetes do tipo “fala povo”, sem identificação por nome. Populares identificados pelo nome, ainda que fosse apenas o prenome, não foram incluídos na categoria. O presidente da República e candidato à reeleição, Luiz Inácio Lula da Silva, é a personagem mais citada, presente em 28,2% das inserções sobre política. Conforme mostra a tabela 13, seguem-se outros cinco candidatos presidenciais, o que reflete a prática dos noticiários de fornecer quase que diariamente sua agenda. De fato, os candidatos a presidente somam mais de um quarto das personagens dos telenoticiários. Todos os candidatos aos governos estaduais, por outro lado, não chegaram a 6%.

O restante da lista se divide entre protagonistas dos principais escândalos do período

(Luiz Vedoin, Gedimar Passos, Valdebram Padilha, Freud Godoy), ministros e líderes da oposição. Heloísa Helena, candidata à presidência pelo P-SOL, é a única mulher entre os 20 mais presentes. Depois dela, vão aparecer a senadora Serys Slhessarenko (22 inserções), a deputada e candidata ao governo fluminense Denise Frossard (17 inserções), a ministra Dilma Rousseff (15 inserções) a senadora Roseana Sarney (13 inserções), a candidata presidencial Ana Maria Rangel (10 inserções) e a deputada e candidata ao governo gaúcho Yeda Crusius (8 inserções cada).

Tabela 13: Personagens mais citadas nos telejornais brasileiros

nome	citações
Lula	372
Geraldo Alckmin	290
Heloísa Helena	163
Cristovam Buarque	151
Luciano Bivar	66
José Maria Eymael	64
Luiz Vedoin	49
José Serra	46
Ricardo Berzoini	45
Tarso Genro	41
Ney Suassuna	38
Gedimar Passos	37
Valdebram Padilha	37
Márcio Thomaz Bastos	36
Fernando Henrique Cardoso	31
Tasso Jereissati	29
Jorge Lorenzetti	28
Magno Malta	28
Freud Godoy	26

De fato, excluídas as “anônimas”, a candidata Heloísa Helena responde por 26,5% da presença feminina no noticiário político. Como contraposição, percebe-se que Lula fornece 10,6% da presença de homens, também excluídos os “anônimos”. Isto é, a presença feminina é muito mais concentrada e, na verdade, foi inflada pela circunstância excepcional de haver uma candidata mulher às eleições presidenciais com perspectivas de alcançar uma votação razoável.

Um pouco menos da metade das personagens (48,1%) aparecem falando. As restantes

são apenas citadas pelos apresentadores, repórteres ou por algum entrevistado¹⁴. As presenças “com voz” foram diferenciadas de acordo com o conteúdo do que era dito:

(a) *sound-bite com argumento*: quando o entrevistado afirma que é contra ou a favor de determinado projeto (ou candidatura, ou situação etc.), acrescentando, ainda que de forma taquigráfica, argumentos que sustentem sua posição;

(b) *sound-bite com posição*: quando o entrevistado afirma que é contra ou a favor de determinado projeto, sem aduzir argumentos em favor de sua posição;

(c) *sound-bite técnico*: quando o entrevistado limita-se a explicar um processo (por exemplo, a tramitação de um projeto legislativo), sem indicar uma posição quanto à sua substância;

(d) *sound-bite irrelevante*: quando a declaração do entrevistado tem caráter meramente anedótico.

Conforme demonstra a tabela 14, entre aqueles que têm acesso à voz, predominam os *sound-bites* com argumento. Há pouca variação na forma da presença dos integrantes dos três poderes institucionais – um pouco mais de *sound-bites* técnico-descritivos entre os integrantes do poder judiciário, mas nada que o teste do chi-quadrado indique como significativo. Os “populares” concentram os *sound-bites* irrelevantes, o que já era esperado.

Tabela 14: Distribuição das personagens por posição institucional e tipo de citação nos telejornais brasileiros

Citação	apenas citado(a) por repórter ou apresentador	citado(a) por outro(a) entrevistado(a)	sound-bite com posição	sound-bite com argumento	sound-bite técnico o/descritivo	sound-bite irrelevante	TOTAL
Poder							
executivo	49,6% (551)	8,9% (99)	10,1% (112)	27,5% (305)	2,2% (24)	1,7% (19)	100% (1110)
legislativo	55,8% (635)	1,5% (17)	11,5% (131)	28,2% (321)	1,9% (22)	1,1% (12)	100% (1138)
judiciário	47,8% (64)	0,0% (0)	11,9% (16)	29,1% (39)	9,7% (13)	1,5% (2)	100% (134)
técnico	10,1% (20)	0,5% (1)	6,1% (12)	22,2% (44)	59,1% (117)	2,0% (4)	100% (198)
"popular"	6,7% (37)	0,9% (5)	14,9% (83)	11,0% (61)	1,3% (7)	65,3% (363)	100% (556)
nenhum	64,1% (937)	3,5% (51)	6,2% (91)	20,9% (305)	2,1% (31)	3,2% (47)	100% (1462)
TOTAL	48,8% (2244)	3,8% (173)	9,7% (445)	23,4% (1075)	4,7% (214)	9,7% (447)	100% (4598)

Os *sound-bites* irrelevantes são mais frequentes entre as personagens do sexo feminino (tabela 15). Parte importante dessa diferença se deve ao fato de que as

¹⁴ Usamos “entrevistado” por comodidade, mas, a rigor, pode se tratar também de um trecho de uma declaração pública, de um discurso no plenário, de uma gravação clandestina etc.

personagens populares têm um peso muito maior entre as mulheres do que entre os homens (tabela 16). Retirados os populares da amostra, mulheres e homens mostram um perfil bastante mais similar, ainda que elas ainda mostram um número significativamente superior de *sound-bites* irrelevantes (tabela 17).

Citação	Sexo	feminino	masculino	TOTAL
apenas citado(a) por repórter ou apresentador		33,2% (244)	51,8% (2000)	48,8% (2244)
citado(a) por outro(a) entrevistado(a)		1,8% (13)	4,1% (160)	3,8% (173)
sound-bite com posição		11,6% (85)	9,3% (360)	9,7% (445)
sound-bite com argumento		21,8% (160)	23,7% (915)	23,4% (1075)
sound-bite técnico/descritivo		4,0% (29)	4,8% (185)	4,7% (214)
sound-bite irrelevante		27,7% (203)	6,3% (244)	9,7% (447)
TOTAL		100% (734)	100% (3864)	100% (4598)

Poder	Sexo	feminino	masculino	TOTAL
executivo		10,4% (76)	26,3% (1001)	23,7% (1077)
legislativo		26,7% (195)	24,6% (937)	25,0% (1132)
judiciário		1,4% (10)	3,3% (124)	3,0% (134)
técnico		4,4% (32)	4,3% (163)	4,3% (195)
"popular"		35,0% (255)	7,7% (295)	12,1% (550)
nenhum		22,1% (161)	33,8% (1288)	31,9% (1449)
TOTAL		100% (729)	100% (3808)	100% (4537)

Citação	Sexo	feminino	masculino	TOTAL
apenas citado(a) por repórter ou apresentador		49,2% (235)	55,3% (1972)	54,6% (2207)
citado(a) por outro(a) entrevistado(a)		2,1% (10)	4,4% (158)	4,2% (168)
sound-bite com posição		10,3% (49)	8,8% (313)	9,0% (362)
sound-bite com argumento		28,9% (138)	24,6% (876)	25,1% (1014)
sound-bite técnico/descritivo		5,4% (26)	5,1% (181)	5,1% (207)
sound-bite irrelevante		4,2% (20)	1,8% (64)	2,1% (84)
TOTAL		100% (478)	100% (3564)	100% (4042)

A duração média do *sound-bite* das personagens femininas, 10,4 segundos, é inferior à das personagens masculinas, que chega a 14,7 segundos. Tal resultado não se explica

apenas pela presença de personagens populares – retiradas da amostra, os números se aproximam, mas ainda são desfavoráveis às mulheres (14,8 contra 16,4 segundos para os homens) – ou de *sound-bites* irrelevantes – sem eles, os números ficam em 13,7 e 15,8 segundos, respectivamente. Tampouco é uma distorção provocada pelas longas entrevistas em estúdio com os candidatos à presidência, majoritariamente do sexo masculino. Sem elas, o *sound-bite* feminino médio cai para 8,6 segundos, bem abaixo do masculino, que fica em 12,1 segundos. Isto é, as mulheres realmente têm menos acesso à voz do que os homens no noticiário político.

4. Considerações finais

Os dados indicam que, a despeito das diferenças entre os meios – revista semanal e televisão – e entre os próprios veículos singulares, há uma quantidade significativa de coincidências na abordagem do campo político e das distinções de gênero nele presentes. Os meios de comunicação de massa reproduzem e mesmo reforçam a especialização da atividade política, que as instituições da democracia representativa levam a cabo. Têm legitimidade para freqüentar o noticiário político aqueles que estão investidos em cargos públicos, sejam eles eletivos ou de confiança; aos outros – categoria que inclui os próprios espectadores – cabe acompanhar o jogo. Isso fica evidenciado de forma ainda mais clara pela irrelevância dos depoimentos dos “populares”, destinados a cumprir um papel meramente ilustrativo, quando não folclórico, sem que se espere que produzam qualquer colaboração pertinente ao debate que se trava entre os atores políticos legítimos.

A política, nas chamadas “democracias representativas”, de fato se faz assim, com a exclusão permanente do titular nominal da soberania, o povo. Mas a mídia não se limita a refletir uma realidade que a cerca; ela desempenha uma função ativa na reprodução de práticas sociais. Assim, o telejornal ou a revista semanal não só descrevem uma situação de fato (o monopólio da atividade política pelos profissionais), eles a naturalizam diante de seu público e contribuem para sua perpetuação.

A cobertura política é focada no processo eleitoral e nos escândalos produzidos no âmbito dos poderes constituídos. Representantes da sociedade civil estão virtualmente ausentes dos telejornais e pouco aparecem nas revistas. As mulheres são amplamente minoritárias, respondendo por 19,5% das aparições nas revistas e 22,8% nos telejornais. Tais freqüências, porém, escondem uma desigualdade ainda mais brutal, já que, em

proporção muito maior do que os homens, essas mulheres tendem a ser “populares” cuja presença no noticiário político é apenas incidental. Além disso, há uma concentração muito significativa das aparições em uns poucos nomes excepcionais – Heloísa Helena ou Dilma Rousseff.

Se esses dados indicam características das representações da política nos noticiários, é importante destacar que o campo político, por sua vez, não é um microcosmo da sociedade mais ampla. Aqueles que a ele pertencem possuem características que os distinguem da média do público; entre elas, o fato de que a elite política tende a ser, em sua grande maioria, masculina. Visto até pouco tempo atrás como “natural”, isto é, como decorrência de diferenças inatas entre os sexos, esse viés é hoje reconhecido como sendo um *problema* a ser resolvido, por intermédio de ações como, por exemplo, as políticas de cotas eleitorais.

Convém assinalar que os obstáculos para o ingresso – e o sucesso – das mulheres na política não se limitam àqueles gerados no próprio campo. Seu comprometimento com a gestão do espaço doméstico e com o cuidado com a família dificulta que assumam carreiras profissionais que, como a política, exigem flexibilidade de horários, uma disponibilidade quase inesgotável de tempo e ausências frequentes. Por conta disso, as mulheres encontram maior dificuldade militar em movimentos sociais ou partidos ou para fazer campanha eleitoral. Se eleitas, têm menos condições de se dedicar ao exercício do mandato. Além disso, sua ascensão é prejudicada pelo fato de que a possibilidade de assumir um cargo que as obrigue a se afastar da família gera um dilema que é virtualmente inexistente para os homens. Mecanismos de incentivo à participação política são necessários, mas as condições para o exercício paritário do poder dependem ainda de creches, da divisão das tarefas domésticas e do fim da discriminação de gênero no mercado de trabalho.

Dependem também de condições mais igualitárias de acesso aos espaços de geração de capital político. Os meios de comunicação de massa são, sob esse ponto de vista, um elemento crucial. Ao reproduzir acriticamente o modelo sexista predominante no campo político, o noticiário contribui para reforçá-lo. Ao difundir uma representação do mundo da política como uma esfera especializada, restrita a poucos e quase que exclusivamente masculina, reforça os preconceitos que afastam as mulheres – e outros grupos subalternos – da ação política e, em específico, da disputa eleitoral.

5. Bibliografia

- ALVES, José Eustáquio Diniz (2006). “A evolução do eleitorado brasileiro e da representação feminina na Câmara dos Deputados”. *Aparte: Inclusão Social em Debate*. No site www.ie.ufrj.br/aparte/pdfs/eleitoradofeminino_10jul06.pdf (acesso em outubro de 2007).
- ARAÚJO, Clara (1998). “Mulheres e representação política: a experiência das cotas no Brasil”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 6, nº 1. Rio de Janeiro, pp. 71-90.
- AVELAR, Lúcia (2001). *Mulheres na elite política brasileira*. Edição revista e atualizada. São Paulo: Editora Unesp, Fundação Konrad Adenauer.
- AZEVEDO, Fernando Antônio (2004). “Agendamento da política”, em RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.), *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Editora Unesp; Salvador: Edufba.
- BICKFORD, Susan (1996). *The dissonance of democracy: listening, conflict, and citizenship*. Ithaca: Cornell University Press.
- BOURDIEU, Pierre (1979). *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- BOURDIEU, Pierre (1983). “A censura”, em *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- BOURDIEU, Pierre (2001). *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- ELSHTAIN, Jean Bethke (1981). *Public man, private woman*. Princeton: Princeton University Press.
- FOUCAULT, Michel (1996). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.
- FRASER, Nancy (2003). “Social justice in the age of identity politics: redistribution, recognition, and participation”, em FRASER, Nancy e Axel HONNETH. *Redistribution and recognition*. London, New York: Verso.
- GAMSON, William A. e David S. MEYER (1996). “Framing political opportunity”, em McADAM, Doug, John D. McCARTHY e Mayer N. ZALD (eds.). *Comparative perspectives on social movements: political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GOMES, Wilson (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus, 2004.
- GROSSI, Míriam Pillar e Sônia Malheiros MIGUEL (2001). “Transformando a diferença: as mulheres na política”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 9, nº 1. Florianópolis, pp. 167-95.
- MIGUEL, Luis Felipe (1999). “O jornalismo como ‘sistema perito’”. *Tempo Social*, vol. 11, nº 1. São Paulo, pp. 197-208.
- MIGUEL, Luis Felipe (2000). “Teoria política feminista e liberalismo: o caso das cotas de representação”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 44. São Paulo, pp. 91-102.
- MIGUEL, Luis Felipe (2001). “Política de interesses, política do desvelo: representação e ‘singularidade feminina’”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 9, nº 1. Florianópolis, pp. 253-67.
- MIGUEL, Luis Felipe (2002). “Os meios de comunicação e a prática política”. *Lua Nova*, nº 55-6. São Paulo, pp. 155-84.
- MIGUEL, Luis Felipe (2003). “Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 51. São Paulo, pp. 123-

40.

- MIGUEL, Luis Felipe (2005). “Impasses da *accountability*: dilemas e alternativas da representação política”. *Revista de Sociologia e Política*, nº 25. Curitiba, pp. 165-78.
- MIGUEL, Luis Felipe (a sair). “Political representation and gender in Brazil: the quotas for women and their impact”. *Bulletin of Latin American Research*. Liverpool, em fase de publicação.
- MIGUEL, Luis Felipe e Cristina Monteiro de QUEIROZ (2006). “Diferenças regionais e o êxito relativo de mulheres em eleições municipais no Brasil”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 14, nº 2. Florianópolis, pp. 363-86.
- MIGUEL, Sônia Malheiros (2000). *A política de cotas por sexo: um estudo das primeiras experiências no Legislativo brasileiro*. Brasília: Centro Feminista de Estudos e Assessoria.
- MOUFFE, Chantal (1992). “Feminism, citizenship and radical democratic politics”, em Judith Butler e Joan W. Scott (eds.), *Feminists theorize the political*. New York, Routledge.
- PHILLIPS, Anne (1991). *Engendering democracy*. University Park: The Pennsylvania State University Press.
- PHILLIPS, Anne (1995). *The politics of presence*. Oxford: Clarendon Press.
- RUDDICK, Sara (1989). *Maternal thinking: towards a politics of peace*. Boston: Beacon Press.
- TUCHMAN, Gaye (1972). “Objectivity as strategic ritual: an examination on newsmen’s notion of objectivity”. *American Journal of sociology*, vol. 77, nº 4. Chicago, pp. 660-79.
- VARIKAS, Eleni (1996). “Refundar ou reacomodar a democracia? Reflexões críticas acerca da paridade entre os sexos”. *Revista Estudos Feministas*, vol. 4, nº 1. Rio de Janeiro, pp. 65-94.
- SCHUDSON, Michael (2001). “The objectivity norm in American journalism”. *Journalism*, vol. 2 (2), pp. 149-170
- YOUNG, Iris Marion (1998). “Polity and group difference: a critique of the ideal of universal citizenship”, em PHILLIPS, Anne (ed.). *Feminism and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- YOUNG, Iris Marion (2000). *Inclusion and democracy*. Oxford: Oxford University Press.