



## **Comunicação, Política e Relações de Gênero: a mulher na política nas pesquisas em comunicação <sup>1</sup>**

Profa.Dra. Cláudia Regina LAHNI<sup>1</sup>  
Janaína Araújo MORAIS<sup>2</sup>  
Marina Alvarenga BOTELHO<sup>3</sup>  
Profa.Dra. Daniela AUAD<sup>4</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG  
Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, SP.

### **Resumo**

O trabalho considera a centralidade e a importância da comunicação na sociedade atual. Também considera a necessidade de mudança da situação das mulheres, que, de um modo geral, continuam com salários mais baixos que os dos homens para desempenhar as mesmas funções, entre outras desigualdades, como aquela que diz respeito à representação na mídia. Diante disso, como parte de uma investigação sobre Comunicação, Política e Relações de Gênero, o presente estudo apresenta um estado da arte acerca deste trinômio. Tal pesquisa é feita a partir dos artigos publicados em revistas e congressos nacionais da Intercom e da Compós, no período de 2003 a 2010. Espera-se contribuir com o conhecimento acumulado sobre a temática Comunicação e Relações de Gênero.

**Palavras-chave:** comunicação; política; relações de gênero; igualdade; cidadania

### **Introdução**

“Os cargos editoriais e de direção em empresas jornalísticas continuam sendo território quase exclusivo dos homens”. A afirmação consta de reportagem publicada pelo jornal *Folha de S.Paulo*, em 8 de março de 2011 (página A10) – Dia Internacional da Mulher -, e parte da organização RSF (Repórteres Sem Fronteiras). De acordo com a entidade, embora nos últimos vinte anos as mulheres tenham sido incorporadas ao mercado de trabalho de jornalismo, isso se deu nos cargos mais baixos. Tal situação parece ter resultado em uma visão tendenciosa, nos meios de comunicação, que retratam um mundo ainda amplamente masculino em que as mulheres são excluídas. A RSF,

---

<sup>1</sup> Cláudia Regina Lahni é coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania da Intercom. Jornalista formada pela PUC-Campinas, mestra e doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, é professora de Comunicação Comunitária na graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. [crlahni@yahoo.com.br](mailto:crlahni@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Janaína Araújo Moraes é graduanda do 8º período do curso de Comunicação da Facom-UFJF, bolsista PIBIC-CNPQ-UFJF. [janainajanis@gmail.com](mailto:janainajanis@gmail.com)

<sup>3</sup> Marina Alvarenga Botelho é graduanda do 8º período do curso de Comunicação da Facom-UFJF, bolsista do PET-SESU-MEC da Facom-UFJF. [inabotelho@gmail.com](mailto:inabotelho@gmail.com)

<sup>4</sup> Daniela Auad é Pedagoga formada pela Universidade de São Paulo (FEUSP). Na mesma Universidade, realizou Doutorado e Mestrado em Sociologia da Educação. Na Universidade de Campinas (Unicamp), concluiu pós-doutorado no Departamento de Sociologia e, atualmente, é Professora da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), onde é docente permanente do Programa de Pós-Graduação Educação e Saúde na Infância e na Adolescência. [auad.daniela@gmail.com](mailto:auad.daniela@gmail.com)



fonte da *Folha*, comenta, em comunicado, uma pesquisa de 2006 segundo a qual as mulheres representam menos de 20% das pessoas citadas em reportagens em 70 países. Por um lado, essa subrepresentação na mídia é espelho do que se tem na sociedade. No Brasil, em um ranking da desigualdade entre os sexos, no qual foram verificados 134 países dentre as maiores economias mundiais, o país ficou na 82ª posição em 2009, atrás de Gana e Tanzânia entre outras nações. As mulheres são 52% do eleitorado brasileiro, mas ainda uma minoria na política institucional (Agência Patrícia Galvão, 2011). Por outro lado, a subrepresentação na mídia reforça a desvalorização da mulher. No livro *Política: palavra feminina*, Raquel Paiva (2008) relata a conclusão de uma pesquisa, iniciada em julho de 2006, que teve como delineamento a análise dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* durante o período eleitoral, que contava com a candidatura de duas mulheres ao cargo de presidente, Ana Maria Teixeira Rangel (PRP) e Heloísa Helena Lima de Moraes Carvalho (PSOL), além de entrevistas realizadas com várias mulheres brasileiras inseridas na política partidária. Conforme a autora foi marcante perceber como a mídia lidou com a imagem dessas mulheres durante suas campanhas à Presidência do Brasil. Em entrevistas para a pesquisa, Ana Júlia Carepa, primeira mulher a governar o estado do Pará, Cristina Almeida, ex-candidata ao senado, Denise Frossard Loschi, eleita deputada federal com a maior votação para o cargo nas eleições do Rio de Janeiro, Heloísa Helena, eleita a primeira senadora por Alagoas, dentre outras, testemunharam, umas com maior intensidade e frequência, outras menos, a dificuldade de acesso a cargos de poder no Brasil pelas mulheres e a forma desrespeitosa e preconceituosa com que a grande mídia trata sua imagem.

É nesse sentido, de entender a importância da comunicação para a cidadania e a necessidade de refletir com vistas a mudanças a situação de desigualdade de gênero na sociedade, inclusive no tocante à mídia, que desenvolvemos a pesquisa “Comunicação, Política e Relações de Gênero: análise da presença da mulher, em um veículo local da grande imprensa e em um alternativo, no período eleitoral”. Dentro das ações desta investigação, elaboramos um estado da arte sobre o trinômio Comunicação, Política e Relações de Gênero. Como ação de pesquisa, foram analisados artigos entre 2003 e 2010, apresentados nos congressos nacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e, também, trabalhos publicados nas revistas científicas da Intercom e da Compós – *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* e *E-Compós*. Vale mencionar que estas são as principais



entidades aglutinadoras de pesquisadoras e pesquisadores de Comunicação do país, que realizam anualmente os maiores e mais importantes congressos da área.

O período definido é o mesmo dos dois governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) – que foi sucedido pela primeira mulher eleita presidenta da República, Dilma Rousseff, sua candidata. Entre outras ações pela igualdade de gênero, no primeiro dia do governo Lula foi instituída por medida provisória a Secretaria de Políticas para as Mulheres, com status de ministério ([www.sepm.gov.br](http://www.sepm.gov.br)). Com o apoio da Secretaria, em dezembro de 2010, no Rio de Janeiro, foi realizada a sétima edição do Seminário Nacional Mulher e Mídia. Em 2010, ocorreu o 6º. Prêmio Construindo a Igualdade de Gênero, organizado pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), que integra o Programa Mulher e Ciência da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. O prêmio tem como objetivo estimular a produção científica e a reflexão acerca das relações de gênero, mulheres e feminismo no país e promover a participação das mulheres no campo das ciências e carreiras acadêmicas ([www.cnpq.br](http://www.cnpq.br)).

Com a finalidade de cumprir os objetivos da pesquisa “Comunicação, Política e Relações de Gênero”, a busca foi por artigos que tinham como palavras-chave: mulher, relações de gênero, sindicalismo, política, imprensa sindical, comunicação sindical, eleições. Ressaltando que o foco principal eram pesquisas que tratavam da figura feminina na política. Uma vez feita a busca junto a trabalhos na Intercom e na Compós, foram analisados principalmente os seguintes aspectos: em que anos os artigos foram publicados; quais os principais autores e autoras referenciados; definições sobre relações de gênero. A seguir, apresentamos uma reflexão sobre a temática Comunicação para a Cidadania e Relações de Gênero. Depois, o estado da arte sobre Comunicação, Política e Relações de Gênero – o trinômio desta pesquisa – tendo como base os anos de 2003 a 2010 e os artigos publicados pela Intercom e pela Compós.

### **Comunicação para a Cidadania e Relações de gênero**

A comunicação é central na sociedade atual, pois, a partir dela, teremos informações sobre direitos fundamentais, como, por exemplo, a igualdade de direitos considerando gênero, orientação sexual, raça e classe social. Tais informações asseguram o respeito, a observância, a manutenção e atualidade dos direitos de cidadãs e cidadãos. O exercício e a ampliação dos direitos dependem do acesso à informação. Para fazer cumprir direitos é preciso saber sobre sua existência e as maneiras como, em



sociedade, encontramos caminhos para assegurá-los. Nesse sentido, a defesa da informação como um direito e o direito à informação não são apenas bons trocadilhos. Tais máximas significativas tanto na área de Comunicação quanto na transversal temática dos Direitos Humanos expressam como os meios massivos e os alternativos são determinantes para a construção e manutenção da cidadania democrática e da configuração e reconfiguração de identidades.

Alexandre Barbalho (2005) reflete sobre a necessidade de atualização dos direitos, no contexto atual da importância da comunicação. Para o autor, é preciso se estabelecer políticas culturais que valorizem a diversidade, assim como é preciso ter uma atuação do Estado no sentido da democratização da comunicação. O reconhecimento de nossas identidades tem dois níveis, não opostos e que se relacionam. Um nível é de caráter individual, privado e tem relação com a forma como elaboramos nosso encontro com os outros, a partir da construção da nossa subjetividade, ao longo do processo de socialização. O outro nível é relacionado com o diálogo com a coletividade e diz respeito ao que se convencionou chamar de esfera pública, onde atua a política da diferença e a construção da cidadania. Para Barbalho (2005), um pré-requisito para que as discussões por reconhecimento encontrem ressonância é a sua presença nas estruturas de comunicação. Conforme o autor, a mídia hoje detém o maior poder de dar a voz, de fazer existir socialmente os discursos. Então, ocupá-la torna-se primordial para a política da diferença. Afinal, segundo Barbalho, a cidadania, para as minorias, começa com o acesso democrático aos meios de comunicação. Assim pode dar visibilidade e viabilizar uma outra imagem sua que não a feita pela maioria.

Nessa perspectiva, o presente texto, parte da percepção da mídia massiva como espaço público e como locus de construção das identidades configuradas e reconfiguradas. Nos dizeres de Stuart Hall (2002, p. 71), “a identidade está profundamente envolvida no processo de representação” e esses ocorrem, principalmente, a partir dos meios de comunicação de massa. Vale notar ainda que o conceito de “minorias”, trabalhado por Barbalho e assumido no presente texto, é definido por Muniz Sodré (2005), a partir de quatro características básicas: vulnerabilidade jurídico-social; identidade *in statu nascendi*; luta contra-hegemônica; estratégias discursivas. Desenvolvemos um pouco mais essas duas últimas características, conforme o autor. Quanto à luta contra-hegemônica, SODRÉ (2005, p. 13) escreve que “uma minoria luta pela redução do poder hegemônico, mas em princípio sem objetivo de tomada poder [...], a mídia é um dos principais ‘territórios’ dessa luta”. Quanto às



estratégias discursivas, Sodré escreve que “estratégias de discurso e de ações demonstrativas (passeatas [...], revistas, jornais, programas de televisão, campanhas pela internet) são os principais recursos de luta atualmente”. Na mesma direção de Sodré, Joan Scott, em *O enigma da Igualdade* (2005, p. 18), assevera que é devido às diferenças de poder entre homens e mulheres que as feministas têm se referido às mulheres como uma minoria, ainda que elas sejam mais da metade da população. Para Scott, os eventos que determinam que as minorias são minorias o fazem através da atribuição do status de minoria a algumas qualidades inerentes ao grupo minoritário, como se essas qualidades fossem a razão e também a racionalização do tratamento desigual. Assim, a maternidade, por exemplo, é oferecida comumente como a explicação para a exclusão das mulheres, e a raça como a razão da sujeição dos negros e negras. Importante notar que Scott aponta que a relação de causalidade é, de fato, inversa: os processos de diferenciação social produzem exclusões e sujeições que são justificadas por características percebidas no corpo das mulheres ou pela raça.

Há de destacar que o referencial teórico adotado no presente texto corresponde à abordagem fundamental dos estudos de gênero. Assim, embora com variadas apropriações e diferentes níveis de penetração nos estudos produzidos no Brasil, Joan Scott (1990) e Christine Delphy (1991) são autoras referenciais para entender o modo como a categoria gênero é assumida no presente texto e como as produções dessas autoras podem ser uma valiosa contribuição nas pesquisas na área de Comunicação. Como é amplamente sabido, ao chegar à América Latina, o texto escrito por Joan Scott — *Gênero: uma categoria útil de análise histórica* (1990) — contribuiu para que setores da área de Ciências Humanas reconhecessem a importância das relações sociais que se estabelecem com base nas diferenças percebidas entre o masculino e o feminino. Não obstante, a abordagem sobre a categoria gênero proposta pela francesa Christine Delphy também potencializou a percepção da desigualdade entre o masculino e o feminino e entre mulheres e homens, como uma construção social. A apropriação dos escritos de Scott e de Delphy permite notar que as relações de gênero, do modo como estão organizadas em nossa sociedade, produzem desigualdades. Os escritos dessas autoras permitem elucidar como as visões naturalistas sobre mulheres, meninas, homens e meninos representam travas para a superação dessa situação. Ao considerar as relações de gênero como socialmente construídas, nota-se que uma série de características tidas como “naturalmente” femininas ou masculinas corresponde às relações de poder. Repetidamente praticadas, contadas e reproduzidas, estas relações vão ganhando a



feição de “naturais”. Segundo se percebe no âmbito da abordagem adotada, tais características são construídas historicamente, a partir do modo como as relações de poder entre o feminino e o masculino foram e vão se engendrando socialmente. Christine Delphy afirma o gênero como “um produto social que constrói o sexo”. Assim, na abordagem do presente texto, sexo e gênero não são sinônimos, embora se relacionem. Há de se considerar que se as relações de gênero não existissem do modo como são conhecidas, o que se percebe como sexo não seria valorizado como importante. Não fossem os arranjos de gênero vigentes socialmente, as diferenças percebidas como anatômicas entre homens e mulheres não teriam nenhuma significação valorativa em si mesmo. O gênero — como um conjunto de símbolos e significados sobre o masculino e sobre o feminino — cria uma determinada percepção sobre o sexo, este percebido na maioria das vezes como um dado anatômico incontestável. Desta forma, *ter* pênis ou *ter* vagina determina quais serão as informações utilizadas para *organizar* os sujeitos a partir de diferenças hierarquizadas em uma desigual escala de valores.

No que se refere ao escopo teórico adotado no presente texto, as relações de gênero correspondem ao conjunto de representações construído em cada sociedade, através de sua história, para atribuir significados, distinções e oposições para cada um dos sexos. As características conhecidas como biológicas entre homens e mulheres são interpretadas segundo as construções de gênero de cada sociedade. Ou, em outras palavras, o gênero faz com que percebamos o sexo, pois as características e diferenças anatômicas são enxergadas e valorizadas do modo como são, e não de outro(s) modo(s), graças à existência das relações de gênero socialmente construídas. Assim, gênero é um constructo que inaugura a percepção de determinadas características em detrimento de outras, incluindo as consideradas biológicas e físicas. Desta maneira, as desigualdades são construídas a partir das diferenças percebidas segundo relações entre o masculino e o feminino, nas quais são atribuídos lugares e valores hierarquizados para homens e mulheres. Nesse sentido, gênero representa uma categoria que remete, em um só tempo, à construção de identidades e à definição de política de Joan Scott: “a negociação de identidades e dos termos das diferenças entre elas” (p.29, 2005). No que se refere à profícua combinação entre igualdade e diferença, Joan Scott aponta como um dos paradoxos acerca da igualdade o fato desta estar relacionada ao modo como as diferenças serão ora minimizadas, ora maximizadas. Perceber sujeitos a partir da categoria gênero não permite que se elimine a diferença. Ao contrário, considerar gênero na construção da percepção dos sujeitos conduz ao reconhecimento das



diferenças e exige a decisão sobre se tais diferenças serão ignoradas ou levadas em consideração.

Tecidas as considerações sobre o pano de fundo teórico da pesquisa, a seguir, apresentamos o estado da arte sobre Comunicação, Política e Relações de Gênero. Este, que é a figura do presente texto, revela como objeto de pesquisa artigos publicados na Intercom e na Compós, em congressos nacionais e em suas revistas, no período de 2003 a 2010.

### **Congressos nacionais da Intercom**

Dos artigos analisados em congressos nacionais da Intercom, a partir dos critérios selecionados, foram encontrados nove no total. Destes nove, um tratava sobre propaganda eleitoral e dois sobre as eleições presidenciais de 2006. Como não estavam relacionados ao tema de pesquisa, por não envolverem candidatas ao governo, foram descartados. Dos seis que restaram, quatro tratavam sobre imprensa sindical: “A Imprensa Sindical em Campinas: um estudo da comunicação do Sindicato dos Metalúrgicos de Campinas e Região”, apresentado por Bruno Fuser e Cláudia Regina Lahni; “A ausência do trabalhador na imprensa sindical de Campinas e de Juiz de Fora”, também apresentado por Bruno Fuser e Cláudia Lahni; “Imprensa sindical na (des)construção da identidade dos trabalhadores na sociedade contemporânea: uma análise de conteúdo de jornais sindicais em Juiz de Fora – MG”, apresentado por Nelson Toledo Ferreira; e por fim “Comunicação Sindical e as Relações Públicas Populares: um Estudo Comparativo da Comunicação do Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas de 2008 a 2010” apresentado por Maurília de Souza Gomes e Luiza Elayne Azevedo Luíndia. Assim como os outros três artigos, estes quatro também foram descartados para nossa análise, por não estarem relacionados diretamente com o tema de pesquisa. Por fim, restaram dois artigos que se enquadraram na proposta inicial. Em 2003, foi encontrado o artigo “A Mulher nas Eleições 2002”, apresentado por Marcus Assis Lima, Leonardo Ferreira e Marcela Vieito, do Centro Universitário de Belo Horizonte. E, em 2010, o artigo “Estratégias midiáticas de construção de uma candidata à presidência – Uma proposta metodológica”, apresentado por Mariana Bastian e Pedro Gilberto Gomes, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Rio Grande do Sul.

O artigo “A Mulher nas Eleições 2002” constrói um percurso em que é pretendida a compreensão do espaço ocupado pela mulher, representante da intimidade



e da esfera privada, na sociedade, e como os jornais impressos, construtores da realidade social e representantes da esfera pública, representam essa mulher. Essa análise se faz levando-se em conta a representação da mulher candidata a um cargo político na eleição carioca de 2002, no jornal O Globo, durante o mês de setembro. O texto trata relações de gênero como um “dos elementos de reflexão acerca da instabilidade que paira sobre a definição do sujeito” - a sociedade ocidental foi construída por um conjunto de suposições profundamente enraizadas nas diferenças de gêneros. As relações de gênero são abordadas, no referido trabalho, nos espaços públicos e privados, entendendo o público como um espaço culturalmente destinado aos homens e o privado, destinado às mulheres. E estas diferenças são claramente visíveis na esfera política. No entanto, vê-se que ao longo da história a mulher busca um posicionamento de destaque na política. A participação da mulher, assim como outros grupos sociais, no debate político da esfera pública conduziu a sociedade ao surgimento de uma cidadania mais esclarecida, que deriva de um consentimento da diversidade e da educação emocional, no qual direitos e opiniões alheias ganham consideração igualitária e justa no debate público.

Entretanto, ainda que tenha ocorrido a evanescente emancipação feminina dos laços que prendiam a mulher exclusivamente à esfera privada, seu papel no público ainda carrega características íntimas. O jornal, como constituinte e legitimador da esfera pública, ainda situa a mulher no espaço da casa, retomando conceito utilizado por Roberto Damatta em 'A Casa & a Rua', que caracteriza esse espaço como o lugar do íntimo, do privado, do confiável e do que deve ser resguardado. (Lima, Ferreira e Vieito, 2003, p.4)

Já o artigo “Estratégias midiáticas de construção de uma candidata à presidência – Uma proposta metodológica”, busca analisar a figura da candidata à Presidência Dilma Rousseff, representada nos jornais *Folha de S. Paulo* e *Zero Hora*, sob três dimensões: o campo da comunicação, o campo político e a questão de gênero (feminino). O conceito de relações de gênero apresentado se assemelha ao do primeiro artigo, no entanto é trabalhado de forma diferente. A questão do gênero foi tratada na esfera das diferentes representações da candidata pela mídia – a candidata, que tem o apoio especial do presidente Lula, em alguns momentos aparece como um elemento de afirmação da mulher e dos atributos tradicionalmente femininos, nesse lugar de disputa de poder, que antes era essencialmente masculino. A mídia vai reconstruir a dimensão simbólica do corpo de Dilma, trabalhando o inconsciente do leitor valorizando o corpo feminino, a partir de uma negação do real que ele conhece (pré-candidata) e instaurando uma nova realidade via outras nomeações, como ‘mãe do PAC’, ‘madrinha do PAC’,



‘afilhada de Lula’. Ou ainda, em alguns casos, denominada de ‘ex-guerrilheira’, ‘comunista’. Tais adjetivos, por um lado (e geralmente o lado positivo), relacionam-se com a conhecida percepção da mulher como civilizadora, maternal e abençoada por uma entidade masculina de poder superior ao seu. Remonta a noção de empoderamento feminino tal como o poder de Maria, mãe de Jesus, mulher que, ao aceitar árdua missão, fez-se protagonista para o bem da Humanidade, em razão de especial relação parental (ou quase parental) com um homem de especial destaque, carisma e liderança. Por outro lado, os adjetivos ‘guerrilheira’ e ‘comunista’, que eram exatamente aqueles que não se relacionavam com o que é tradicionalmente atribuído às mulheres, estavam geralmente relacionados com uma representação não positiva da candidata. Tais tratamentos serão objeto de aprofundamento de estudos, e serão apresentados em momento a partir do qual se tenha ampliado o escopo teórico da pesquisa, bem como a comparação de seus resultados com outras produções teóricas.

### **Revistas da Intercom**

Com as palavras chaves citadas, nas revistas da Intercom do anos 2003 a 2010, apenas três artigos foram encontrados, mas que não se enquadram especificamente no tema central da pesquisa. São eles: “Imprensa e saúde da mulher: a abordagem das revistas semanais brasileiras”, de Mariella Silva de Oliveira, Lucia Helena Costa Paiva, José Vilton Costa e Aarão Mendes Pinto-Neto, de 2009; “Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006” de César Ricardo Siqueira Bolaño e Valério Cruz Brittos, de 2010; e “El derecho de las mujeres a la Comunicación: La transversalización de la legislación de medios com perspectiva de género”, de Aimée Vega Montiel, de 2009.

Embora esses artigos tratem do tema mulher, no caso do primeiro e terceiro citados, e política, no caso do segundo citado, eles não se enquadram como objetos de estudo definidos para a presente pesquisa, em razão dos já mencionados critérios definidos para composição do estado da arte.

### **Congressos da Compós**

Dos artigos pesquisados nos congressos da Compós foram encontrados nove no total. Não foi achado qualquer texto que tratasse da imprensa sindical ou de sindicalismo em geral. Dos nove artigos, oito tratavam de política, eleições e



partidarismo, mas nenhum destes atendia ao tema da pesquisa. Restou somente um que se relacionava exatamente com o proposto no projeto.

Em 2008, o artigo “Gênero e política no jornalismo brasileiro” foi apresentado por Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli, da Universidade de Brasília. Neste *paper* é analisada a representação da mulher na política brasileira a partir do 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 três diferentes períodos de três meses cada, entre 2006 e 2007. O conceito de relações de gênero no artigo é visto ao se discutir as esferas públicas e privadas da sociedade:

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. (Biroli e Miguel, 2008, p 4)

O artigo procura avançar na discussão sobre de que forma a sobrevivência das relações de gênero e a hierarquização entre o masculino e o feminino – com especial valorização do masculino – constroem 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 as relações de gênero tradicionais, arcando com o ônus simbólico de assumir uma postura “desviante”, ou adequar-se aos modelos consagrados pela tradição, entendendo que seu caminho para as posições centrais do campo político será mais longo, incerto e atribulado.

### **Revistas da Compós**



Já nas revistas da Compós foram oito os artigos resultantes da busca, sendo que um deles é uma resenha do livro “Política, Palavra Feminina”, de Raquel Paiva, 2008. Desses oito artigos somente a resenha aborda especificamente o tema principal “mulheres e política”. A publicação é de Alexandre Barbalho: “Política, apenas uma palavra feminina?”, mas por ser uma resenha, também não se encaixa como objeto da presente busca. Os outros sete textos são: “A opinião pública distribuída: blogs e jornalismo nas Eleições Brasileiras de 2006”, de Fábio Malini, 2007; “Sobre jornalismo e homofobia ou: pensa que é fácil falar?”, de Bruno Souza Leal e Carlos Alberto de Carvalho, de 2009; “Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino”, de Elisa Reinhardt Piedras, de 2008; “Ciber-Cultura Feminina: interação social em um weblog”, de Adriana Braga, de 2007; “*A favorita*, entre o dramalhão e o lúdico - Experimentos na representação de gêneros, ousadia no retrato das relações familiares e descaso do verossímil”, de Sandra Fischer e Geraldo Carlos Nascimento, de 2009; “As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo”, de Márcia Rejane Messa, de 2007; “Self Help, Media Cultures and the Production of Female Psychopathology”, Lisa Blackman, de 2004.

O texto de Fábio Malini dá conta das eleições de 2006, mas em nenhum momento uma mulher específica é assunto prioritário. Já no artigo de Bruno Souza Leal e Carlos Alberto de Carvalho há discussão sobre relações de gênero, com maior ênfase à análise de como a homofobia aparece na grande imprensa. Assim, também não se encaixam no tema principal, a partir dos critérios estabelecidos na pesquisa. Percebe-se, como uma tendência nos *papers* pesquisados, uma busca por analisar e retratar a mulher na indústria do entretenimento e em estudos de mídia. Conclui-se, logo, que há certa escassez de estudos sobre a mulher na política, na área de comunicação, conforme pôde ser comprovado a partir da busca de textos com as palavras chaves relações de gênero, sindicalismo, política, imprensa sindical, comunicação sindical, eleições.

### **Considerações finais**

Com o desejo de construir um estado da arte de pesquisas com o tema mulher na política, na área de comunicação, foi possível perceber que, embora haja tradição de trabalhos acadêmicos de temas como gênero e política, política e mídia, gênero e mídia, a intersecção das três temáticas ainda é um campo pouco estudado na comunidade acadêmica, na área de comunicação. Vale mencionar que os trabalhos encontrados não apresentam referenciais teóricos comuns, especialmente no tocante a gênero. Em outras



palavras, os artigos não apresentam em suas referências bibliográficas autoras e autores que sejam estudiosas e estudiosos de gênero já consagradas no Brasil e no exterior como responsáveis pela consolidação e fortalecimento da categoria nas Ciências Humanas, tais como as citadas Joan Scott e Christine Delphy. Autoras como essas e outras – como Guacira Lopes Louro ou Judith Butler – são básicas para os estudos de gênero e cabe questionar se o silenciamento desses referenciais remonta eventual lacuna na formação ofertada nos programas de pós-graduação em comunicação, em andamento, hoje, em nosso país. Um reflexo da não consideração da categoria gênero, a partir das autoras citadas e consagradas como estudiosas de gênero, é a presença marcante da polaridade entre esferas pública e privada, pessoal e política, nos textos analisados, bem como em outras tantas produções recorrentemente citadas na área de Comunicação. Tais oposições binárias são comumente desconstruídas na medida em que se adota o referencial de gênero, seja para estudar a situação da mulher em variados *locus* – política, mídia, poder – seja para estudar o modo como o feminino é representado, a despeito do sexo dos sujeitos de quem se fala. A maneira como se produz pesquisa na área de Comunicação, assim como se forma tanto jornalistas quanto pesquisadores e pesquisadoras na área, é uma questão central, na medida em que a visibilidade nos meios de comunicação de massa é um fator fundamental na produção de capital político nas sociedades contemporâneas e as pesquisas sobre o tema focam e refletem sobre o mesmo, potencializando sua melhoria. A mídia é entendida, assim, como uma esfera de representação; um espaço privilegiado de difusão de representações do mundo social e que, por isso, se estabelece como momento de uma representação especificamente política.

Enfim, ao considerar a centralidade e importância da comunicação, avaliamos a necessidade de se fomentar mais estudos sobre a mulher em sua relação com a política e a mídia, em prol de uma comunicação e sociedade mais igualitárias. Assim como avaliamos a necessidade de estudos que conheçam como o feminino e o masculino, a despeito do sexo de quem se fala, são representados na mídia, quando relacionados com a política. É urgente, portanto, pensar, como um desafio de formação e como uma agenda de pesquisa, em incentivos específicos para a produção de conhecimento sobre relações de gênero e política, na área da comunicação. Os incentivos representados pelas edições número seis do Prêmio Construindo a Igualdade de Gênero e sete do Seminário Nacional Mulher e Mídia, além dos oito anos da Secretaria de Políticas para as Mulheres, parecem não ter sido suficientes para séculos de Comunicação e Política



produzidas, debatidas, discursadas e mantidas no masculino e por uma maioria composta por homens. O pequeno resultado numérico dos artigos encontrados e o conteúdo estudado nesse breve *corpus* bibliográfico que compôs o estado da arte informam que muito há ainda a ser feito para que as minorias se reconheçam na mídia e a percebem como um espaço para chamar de seu. Tanto em pesquisa quanto em formação de pesquisadores, pesquisadoras e jornalistas parece que há muito a ser conhecido e considerado para que oposições binárias e hierarquias entre o masculino e o feminino sejam questionadas, assim como há muito ainda que se caminhar no tocante à consolidação de noções mais igualitárias e democráticas sobre mulheres e homens, na Comunicação e na Política.

### Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, A. M.; GOMES, I. M. A. M. **O discurso do medo versus o discurso da esperança: a disputa de sentidos decisiva das Eleições 2002**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, São Bernardo do Campo, 2004. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_569.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_569.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- ALMEIDA, J. **O PT-governo na TV – 2004**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Niterói, 2005. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_796.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_796.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- ALMEIDA, J. **Lula, Serra e a disputa pelo discurso da "Mudança"**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_933.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_933.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- ALMEIDA, V.; MARIA, R. **Propaganda Política: Construindo Imagens para a Legitimação do Poder**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP03\\_almeida.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP03_almeida.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- AUAD, Daniela; LAHNI, Cláudia Regina ; WERNECK, L. . **Direito à comunicação e cidadania das e para as mulheres lésbicas: uma primeira mirada de gênero sobre L Word**. In: 8º Encontro Regional de Comunicação, 2010, Juiz de Fora. Anais do 8º Encontro Regional de Comunicação. Juiz de Fora : Produtora de Multimeios - UFJF, 2010. v. 1. p. 1-15.
- AUAD, Daniela. **Igualdade e diferença nas políticas públicas: gênero e raça no município de Guarulhos**. Seminário Internacional Fazendo Gênero 9: Diásporas, Diversidades, Deslocamentos. UFSC, Florianópolis, 2010.
- AZEVEDO, F. A. **Imprensa, Partido dos Trabalhadores e eleições presidenciais (1989-2006)**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, São Paulo. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_307.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_307.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- BARBALHO, A. **Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo** In: PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (orgs). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.
- BARBALHO, A. **Política, apenas uma palavra feminina?** In: Revista E-Compós, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/317/281>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- BASTIAN, M.; GOMES, P. G. **Estratégias midiáticas de construção de uma candidata à presidência – Uma proposta metodológica**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1406-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.



- BLACKMAN, L. **Self Help, Media Cultures and the Production of Female Psychopathology.** In: Revista E-Compós, 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/194/195>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. **Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006.** In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/6083/5380>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- BRAGA, A. **Ciber-Cultura Feminina: interação social em um weblog.** In: Revista E-Compós, 2007. Disponível em: [http://www.compos.org.br/files/06ecompos09\\_AdrianaBraga.pdf](http://www.compos.org.br/files/06ecompos09_AdrianaBraga.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- COLLING, L. **O "Estado da Arte" Dos Estudos sobre Mídia e Eleições Presidenciais de 1989 a 2002.** In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, 2007. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_696.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_696.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- DELPHY, Christine. **Penser le genre.** In: HURTIG, Marie-Claude; KAIL, Michèle; FERREIRA, N. T. **Imprensa sindical na (des)construção da identidade dos trabalhadores na sociedade contemporânea: uma análise de conteúdo de jornais sindicais em Juiz de Fora – MG.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1127-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- FIGUEIREDO, M.; ALDÉ, A. **Intenção de Voto e Propaganda Política: Efeitos e gramáticas da propaganda eleitoral. Notas para um debate.** In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_936.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_936.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- FISCHER, S.; NASCIMENTO, G. C. **A favorita, entre o dramalhão e o lúdico - Experimentos na representação de gêneros, ousadia no retrato das relações familiares e descaso do verossímil.** In: Revista E-Compós, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/441>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- FOLHA DE S. PAULO. **Folha de S. Paulo.** São Paulo: 8 de março de 2011, página A10.
- FUSER, B.; LAHNI, C. R. **A Imprensa Sindical em Campinas: Um estudo da comunicação do Sindicato dos Metalúrgicos de Campinas e Região.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP12\\_fuser.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP12_fuser.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- FUSER, B.; LAHNI, C. R. **A ausência do trabalhador na imprensa sindical de Campinas e de Juiz de Fora.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R0777-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- GOMES, M. S.; LUÍNDIA, L. E. A. **Comunicação Sindical e as Relações Públicas Populares: Um Estudo Comparativo da Comunicação do Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas de 2008 a 2010.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2797-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- LAHNI, Cláudia Regina, AUAD, Daniela *et al.* **Gênero e Comunicação: a caminho de um Estado da Arte.** In: Encontro Regional de Comunicação. Juiz de Fora: Facom-UFJF, 2010.
- LEAL, B. S.; CARVALHO, C. A. **Sobre jornalismo e homofobia ou: pensa que é fácil falar?** In: Revista E-Compós, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/214/353>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- LIMA, M.A.; FERREIRA, L.; VIEITO, M. **A Mulher nas Eleições 2002.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 2003. Disponível em:



- [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP13\\_lima\\_marcus.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP13_lima_marcus.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- MALINI, F. **A opinião pública distribuída: blogs e jornalismo nas Eleições Brasileiras de 2006.** In: Revista E-Compós, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/181/182>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- MESSA, M. R. **As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo.** In: Revista E-Compós, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/137/138>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- MIGUEL, L. **"A palavra aperfeiçoada": o discurso do Partido dos Trabalhadores nas eleições de 2002.** In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Niterói, 2005. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_696.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_696.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. **Gênero e política no jornalismo brasileiro.** In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, São Paulo. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_418.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_418.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- MONTIEL, A. V. **El derecho de las mujeres a la Comunicación: La transversalización de la legislación de medios com perspectiva de gênero.** In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/5786/5145>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- NUNES, M. V.; BRAGA, R. S. **Horário Eleitoral Gratuito na Campanha à Presidência da República em 2006: Participação Popular ou Estratégia de Marketing?** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0841-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- OLIVEIRA, M. S.; PAIVA, L. H. C. *et al* **Imprensa e saúde da mulher: a abordagem das revistas semanais brasileiras.** In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/5614/5058>. Acesso em 07 jan. 2011.
- PAIVA, Raquel. **Política: palavra feminina.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- PIEDRAS, E. R. **Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino.** In: Revista E-Compós, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/306>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- RUBIM, A. A. C. **Cultura e política na eleição de 2002: as estratégias de Lula presidente.** In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_930.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_930.pdf). Acesso em: 07 jan. 2011.
- SANTOS, J. G. R. **A cobertura da eleição presidencial de 2006 nas revistas Veja e Carta Capital: a disputa entre Cenários de Representação da Política.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0487-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2011.
- SCOTT, Joan W. **O Enigma da Igualdade.** Revista de Estudos Feministas, Florianópolis, Santa Catarina, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica.** Educação e Realidade, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, n.º 16, p. 5-22, 1990.
- SODRÉ, Muniz. **Por um conceito de minoria.** In: PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (orgs). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005, p. 11-14.

#### Sites consultados:

- [www.agenciapatriciagalvao.org.br](http://www.agenciapatriciagalvao.org.br) – acesso em 03 de abril de 2011.  
[www.cnpq.br](http://www.cnpq.br) – acesso em 03 de abril de 2011.  
[www.sepm.gov.br](http://www.sepm.gov.br) – acesso em 03 de abril de 2011.