



## **A construção da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT) na disputa presidencial de 2010 no HGPE sob o prisma da identidade feminina<sup>1</sup>**

Mariele Velloso<sup>2</sup>

Luiz Ademir de Oliveira<sup>3</sup>

Juliana Millen<sup>4</sup>

Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, MG

### **RESUMO**

A disputa pela Presidência da República em 2010 trouxe uma novidade para o cenário político e eleitoral – a presença de duas mulheres como candidatas, sendo uma delas Dilma Rousseff (PT), favorita no pleito, e a outra Marina Silva (PV), senadora que surpreendeu ao terminar o primeiro turno com quase 20 milhões de votos. Em função deste fenômeno que se relaciona com a própria dinâmica da vida política e social brasileira, o artigo, resultado de uma pesquisa de iniciação científica financiada pela FAPEMIG, tem como objetivo analisar, neste primeiro momento, a construção da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT) nos programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), a fim de identificar como foram trabalhados os atributos pessoais, políticos e administrativos a partir da problemática relacionada à identidade feminina.

**PALAVRAS- CHAVES:** Eleição 2010, HGPE, identidade feminina, mídia e política, papéis sociais

### **1. Introdução**

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) foi instituído em 1962 para ser um espaço para os partidos políticos divulgarem suas propostas e seus candidatos nas emissoras de rádio e TV do país. Mas, com o golpe militar de 1964, os programas do HGPE passaram a ser controlados e, até 1985, as regras permitiam apenas que se apresentasse o nome, o número e uma fotografia do candidato, além de informar o local e o horário dos comícios. Tais regras ocorreram pela intervenção do regime militar na legislação eleitoral, por meio da lei 6.339 de 1º de julho de 1976 - Lei Falcão.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no Intercom Júnior 8 - Estudos Interdisciplinares do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012, como resultado da pesquisa de iniciação científica do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/FAPEMIG/UFSJ), intitulado “As estratégias midiáticas das candidatas Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PV) na disputa presidencial de 2010: a identidade feminina”, que tem como bolsista Mariele Velloso e como orientador professor Luiz Ademir de Oliveira.

<sup>2</sup> Mariele Velloso é graduanda do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei e bolsista do Programa Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/FAPEMIG/UFSJ),

<sup>3</sup> Luiz Ademir de Oliveira é docente e pesquisador do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), doutor em Ciência Política pelo IUPERJ e coordenador do projeto de iniciação científica “As estratégias midiáticas das candidatas Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PV) na disputa presidencial de 2010: a identidade feminina”,

<sup>4</sup> Juliana Millen é docente do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), doutoranda em Estudos Literários pela UFJF.



Com o processo de redemocratização do país, a partir de 1985, o HGPE tornou-se um espaço competitivo para os partidos e candidatos. Na eleição presidencial de 1989, os programas do Horário Eleitoral foram fundamentais nas estratégias dos candidatos. Desde então, tem sido um dos principais palcos das disputas políticas.

Em 2010, a democracia brasileira teve um fato inédito: a eleição da primeira presidenta da República, com a eleição no segundo turno da candidata Dilma Rousseff (PT), que obteve 56% dos votos contra José Serra (PSDB). Durante a campanha, além de explorar bastante o argumento de um governo de continuidade às gestões do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Dilma trabalhou como um dos pontos centrais na construção da sua imagem: o fato de ser mulher e que isso significaria mais um grande avanço para a nossa democracia. Outro fato importante é que a ex-senadora Marina Silva (PV) ficou em terceiro lugar, com quase 20 milhões de votos.

A construção da imagem de Dilma Rousseff, reforçando a questão da identidade feminina, está relacionada a uma série de transformações que ocorreram no mundo ocidental e no Brasil desde a década de 60, com a emergência do movimento feminista. Quanto ao fato de as candidatas utilizarem, preferencialmente, o espaço da mídia para construir a sua imagem política refere-se ao papel estratégico da comunicação na atualidade. A instância midiática transformou-se, desde os anos 80 do século XX, num palco privilegiado para as disputas políticas. As campanhas eleitorais contratam profissionais e empresas especializadas em marketing político, tendo em vista a importância do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), a partir do qual boa parte do eleitorado conhece os candidatos, acompanha a disputa e faz a sua escolha.

A partir dessas premissas, a proposta do artigo é desenvolver uma análise sobre a construção da imagem da candidata Dilma Rousseff à Presidência da República em 2010, no HGPE, com o intuito de investigar como foi trabalhada a identidade feminina nas três dimensões de construção da personagem – atributos pessoais, políticos e administrativos.

## **2. Revisão de literatura**

### **2.1 A adaptação da política à lógica midiática**

Parte-se do pressuposto de que o ser humano é um ser político, que age de forma simbólica na construção social da realidade via linguagem e atua de forma dinâmica, transformando-a permanentemente (Berger e Luckmann, 1998). Com a centralidade que os meios de comunicação passaram a ter na modernidade (Rodrigues, 1990), grande



parte de tais mudanças ocorre utilizando estratégias de visibilidade na instância midiática, já que a comunicação, conforme Rodrigues, tornou-se um campo de mediação social, em que os demais campos sociais buscam legitimar suas ações.

Lima (2006) aponta a centralidade da mídia para a política, principalmente no caso do Brasil em que grandes conglomerados políticos e econômicos controlam os meios de comunicação. Segundo o autor, nove grupos dominam a mídia brasileira. Por isso, o autor define sete teses para explicar tal relação imbricada entre mídia e política: (1<sup>a</sup>) a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas; (2<sup>a</sup>) não existe política nacional sem a mídia; (3<sup>a</sup>) *mass media* exercem hoje funções tradicionais dos partidos políticos; (4<sup>a</sup>) a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais em função da crescente profissionalização; (5<sup>a</sup>) as empresas de mídia são hoje atores econômicos fundamentais e integram grandes conglomerados empresariais articulados em nível global; (6<sup>a</sup>) as condições sociais em que os *mass media* foram implantados no Brasil no período da ditadura militar, em que os índices de exclusão social e analfabetismo eram muito elevados; (7<sup>a</sup>) as condições políticas e históricas do surgimento da mídia no período de regimes autoritários.

Para alguns autores, há uma clara diferenciação entre o campo da política e a esfera da mídia. Tanto Gomes (2004) como Lima (2004) afirmam que a política refere-se à *polis* – campo entendido como o espaço da argumentação, da imprevisibilidade e do discurso baseado na racionalidade, enquanto o campo da mídia é regido pela lógica industrial e pela previsibilidade na busca de lucro e audiência. Apesar de tal distinção, Gomes (2004) afirma que há uma tensão entre os dois campos, mas duas premissas explicam a necessidade de a política recorrer ao campo midiático: (1) numa democracia de massas, é a mídia que facilita o contato entre os líderes políticos e o grande público; (2) os meios de comunicação suprem uma demanda cognitiva sobre o atual estado do mundo. No entanto, para que tal ligação ocorra, a política, segundo Gomes (2004), precisa acomodar-se à lógica midiática, recorrendo aos três subsistemas de funcionamento da mídia: (1) drama – com a crescente personalização da política; (2) diversão – dando um caráter de entretenimento e lúdico à política; (3) ruptura das regularidades – criar a ideia do novo, os factóides, os escândalos que dão vida à política. Trata-se, portanto, para Gomes, da política-espetáculo.

## **2.2 A gramática do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)**



Hoje, com a democracia brasileira, está cada vez mais evidente a tese do professor Afonso de Albuquerque (1999) que, na década de 90, já defendia que existe um modelo brasileiro de propaganda política, contestando a ideia de que seria uma cópia do que era feito nos Estados Unidos. Em sua tese de doutorado, o autor cria uma tipologia sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), apontando as especificidades da propaganda política brasileira ao tomar como *corpus* de análise os programas televisivos do HGPE de três candidatos à Presidência da República em 1989 – Fernando Collor de Mello, então candidato do PRN e eleito presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, que disputou pelo PT e Afif Domingues, então candidato do Partido Liberal (PL), que mais tarde se tornou o Partido da República (PR). Albuquerque analisa o estilo das estratégias comunicativas do Horário Gratuito, define três tipos de mensagem – as mensagens de campanha (que tratam do conteúdo político da campanha, como segmentos de construção da imagem do candidato, ataque aos adversários, discussão de temas políticos), as mensagens de metacampanha (segmentos que tratam do próprio andamento da campanha (pesquisas de opinião pública, cenas de campanha, pedagogia do voto, apoio de líderes políticos e celebridades etc.) e mensagens auxiliares (segmentos que dão identidade à campanha, como as vinhetas e os *jingles*).

Figureiredo *et alli* (1998), por sua vez, analisam como a retórica das campanhas é de natureza ficcional, já que os candidatos criam mundos possíveis que têm verossimilhança com a realidade. Os autores afirmam que há uma disputa entre dois mundos: o mundo criado pelo candidato da situação que tende a frisar que o mundo atual está bom e pode ficar melhor caso vença e aponta o risco da mudança, e, por outro lado, o mundo criado pelo candidato da oposição que tende a frisar que o mundo atual está ruim, mas pode ficar melhor caso haja mudança e aponta o risco da continuidade. O discurso que melhor convencer o eleitorado, obviamente, tem maiores chances de vitória, como ocorreu com a candidata Dilma Rousseff que construiu o discurso da continuidade do governo Lula, que tinha altos índices de aceitação junto ao eleitorado.

### **2.3 A representação de papéis sociais e os riscos da visibilidade**

Como o foco do artigo é trabalhar a imagem da candidata Dilma Rousseff, é importante tecer considerações acerca dos conceitos de papel social, representação, articulando com os riscos da visibilidade gerados pela mídia. Erving Goffman (1999) afirma que as interações sociais (face a face ou mediadas pelos meios de comunicação) são estabelecidas a partir de um jogo de representação de papéis. Ou seja, o autor frisa



que, dependendo do contexto social, político, cultural ou econômico, o indivíduo assume papéis sociais diferenciados, como se fossem máscaras, em que se representa o tempo todo, daí concluir que a vida cotidiana pode ser compreendida como um palco, é teatralizada. Isso pôde ser claramente evidenciado na campanha de 2010, quando, por exemplo, a candidata Dilma Rousseff, a partir de um trabalho de marketing, teve que assumir diferentes posturas – teve que abandonar uma postura mais dura para se tornar mais simpática ao eleitor. De gestora impessoal, assumiu a figura de mãe e avó num tom mais emotivo para gerar empatia no público.

No jogo de representações, segundo Goffman (1999), o sujeito oscila entre dois pólos – ou está convencido do seu ato e vivencia plenamente a realidade que encena ou é cínico a respeito de si próprio e não crê na sua própria atuação e não se interessa pela repercussão de sua encenação. O autor argumenta que, para o exercício da representação, é necessário um equipamento expressivo. Isso inclui, por exemplo, o cenário em que ocorre o ato de representar, que pode ser a mobília, a decoração, a disposição física. O cenário é fundamental numa campanha política, porque contribui para construção da imagem da candidata. Dilma, quando quis passar a imagem de uma mulher mais ligada à família, aparecia em ambientes domésticos na posição de avó. Quando criava-se a ideia de uma líder política, o ambiente era ligado ao Palácio do Planalto e nas negociações com outros políticos.

Outra questão importante aponta por Goffman (1999) diz respeito à “fachada pessoal”, ligada ao vestuário, características raciais, aparência, expressões faciais, gestos corporais, altura etc. Alguns deles são relativamente fixos, como as características raciais do indivíduo e outras relativamente móveis que podem variar, como a expressão facial, por exemplo. Retomando o exemplo de Dilma, ela teve que mudar o semblante de mulher durona e aparecer sorrindo.

Apesar de Goffman (1999) discutir a representação não levando em conta a existência da mídia, as suas teses são extremamente ricas para se analisar a representação que é feita na esfera midiática. Thompson (1998) analisa a importância da visibilidade dos líderes políticos na mídia e aponta os chamados paradoxos da visibilidade. Tomando como ideia a representação, Thompson (1998) afirma que hoje os políticos podem ter eficientes estratégias de marketing para administrar a visibilidade e as aparições públicas, mas, mesmo assim, correm os riscos da exposição pública, os chamados riscos da visibilidade: os escândalos, o vazamento de informações



comprometedoras, gafes e acessos explosivos. Mesmo com um eficiente trabalho de marketing, Dilma Rousseff (PT) não conseguiu se livrar de várias denúncias que envolvia o governo Lula e até assessoras dela enquanto fora Ministra da Casa Civil. O caso Erenice Guerra, que foi sua assessora e depois assumiu a Casa Civil, foi bem ilustrativo. As denúncias de tráfico de influência fizeram com que Erenice Guerra tivesse que sair do governo, repercutindo de forma muito negativa na campanha de Dilma, um dos fatores que contribuiu para levar a disputa para o segundo turno.

#### **2.4 O sujeito pós-moderno e a identidade feminina**

Na atualidade, face às transformações, alguns autores acreditam que o conceito de identidade pode ser alterado por identificações, já que o indivíduo oscila cada vez mais de papéis sociais e está em mutações sobre valores, condutas, nos mais diferentes campos sociais – político, religioso e até mesmo em relação à sexualidade. Nas disputas eleitorais, ficam evidentes, principalmente, quando há um trabalho de construção da imagem dos candidatos, como foi o caso de Dilma Rousseff (PT).

Stuart Hall (2005) explica estas transformações que vêm ocorrendo no campo da identidade que se efetivam, principalmente, a partir do final do século XX. O autor argumenta que houve uma fragmentação da vida social e as concepções que se tinha de classe social, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade perderam o seu significado ou se tornaram relativos. A globalização e a mundialização da cultura, por exemplo, põem em xeque a idéia de nacionalidade. O quadro de referência se esvaziou e deixou o indivíduo numa permanente busca de identificações. Stuart Hall afirma que essa perda do eu pode ser conceituada como descentramento do sujeito. O autor argumenta que se deve trabalhar com a ideia de que há a emergência de um novo sujeito, o sujeito pós-moderno, que não está atrelado a identidades fixas, mas que está em permanente mutação de papéis sociais diante a uma dinâmica acelerada da vida social. Nesse contexto, a própria identidade tende a ser compreendida a partir da noção de mobilidade. Tais mudanças, segundo Hall, podem ser explicadas pela própria emergência do movimento feminista nos anos 70 que começa a gerar transformações na concepção de identidade. Até então, a mulher tinha um papel muito bem definido.

Castells (1999), ao discutir a identidade, desenvolve um estudo sobre os movimentos sociais do final do século XX e trata em determinado momento do movimento feminista. O autor discute a identidade como uma multiplicidade de papéis representados no cotidiano de cada indivíduo. Castells propõe três formas de origem da



construção de identidades: (1) Identidade legitimadora – que se pauta na autoridade, nas instituições já bem consolidadas na sociedade e que tende a querer manter a ordem vigente; (2) Identidade da resistência – refere-se àqueles que procuram resistir aos princípios dominantes da sociedade vigente, por estarem, muitas vezes, fora dos padrões estabelecidos; (3) Identidade de projeto – parte da noção reflexiva e de que os indivíduos podem planejar e alterar as suas vidas, buscando novos comportamentos e novos valores frente aos modelos vigentes.

Para discutir a identidade feminina, Castells (1999) remete à discussão sobre o patriarcalismo, autoridade imposta pelo pai sobre a mulher e os filhos, como responsável pela estruturação das sociedades ao longo da história, bastante presente nas sociedades atuais. O autor explica que, para que os patriarcas mantivessem o poder, fez-se necessário que o patriarcalismo permeasse as diferentes instâncias da sociedade – não somente à família, mas a esfera do consumo, da política e até da cultural.

Com amplo domínio até a década de 60 do século XX, a sociedade patriarcal começa a ser questionada a partir de movimentos sociais da contracultura, como os movimentos feministas. Mudanças no papel da mulher ao se inserir no mercado de trabalho são bastante representativas. Ao contribuírem para o orçamento doméstico, as mulheres ganham poder também em termos decisórios. Nesse sentido, a entrada maciça das mulheres no mundo do trabalho gerou grandes transformações, que hoje são bastante visíveis. Mas, é claro, que as mudanças são lentas e graduais e as mulheres ainda sofrem muitos preconceitos no mercado de trabalho, tendo uma remuneração inferior a dos homens, em muitos casos. Além disso, muitas vezes, mesmo com capacitação, são colocadas para ocupar cargos menores por uma questão de poder.

No próprio mundo político, apesar da presença de duas fortes candidatas na eleição de 2010, os números ainda apontam para uma presença pouco expressiva das mulheres no poder. Mesmo tendo a legislação que obriga os partidos a terem, no mínimo, 30% das cotas destinadas a mulheres em suas candidaturas, dificilmente as siglas partidárias conseguem e poucas se engajam e são eleitas. No entanto, a vitória de Dilma e o fato de uma mulher ocupar pela primeira vez a Presidência da República no país apontam para uma nova visão do cidadão brasileiro. Nesse sentido, pode-se afirmar que a construção da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT) no Horário Gratuito Político Eleitoral (HGPE) foi reforçada no poder crescente das mulheres na sociedade. Além disso, exploraram suas experiências pessoais, administrativas e políticas.



### **3. Análise das estratégias de construção da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT) sob o prisma da identidade feminina**

#### **3.1 Metodologia de análise**

Para analisar as estratégias utilizadas nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), focadas na candidata Dilma Rousseff (PT), foram realizados alguns procedimentos metodológicos. Primeiramente, foi feita uma pesquisa bibliográfica, em que se discutiu a relação mídia e política, as especificidades do HGPE, o conceito de papel social e a visibilidade midiática e, por fim, a identidade feminina. Outra técnica utilizada foi a pesquisa documental, com a gravação dos programas de televisão do HGPE em DVDs.

A disputa ficou polarizada entre Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB), mas a candidata Marina Silva (PV), apesar de ter pouco mais de um minuto no HGPE, conseguiu emplacar a sua candidatura e, de forma surpreendente, teve quase 20 milhões de votos, ficando em terceiro lugar e sendo uma das responsáveis pela disputa no segundo turno entre Dilma e Serra, quando a petista venceu com 56% das intenções de voto. Por isso, pretende-se, neste artigo, analisar o conteúdo dos programas da candidata Dilma a partir de três categorias de construção da imagem, apontadas por Albuquerque: (a) os atributos pessoais; (b) os atributos administrativos; (c) os atributos políticos. Dilma, por ter o apoio de 10 partidos contou, no primeiro turno, com 10 minutos e 38 segundos no HGPE, o maior tempo.

#### **3.2 As estratégias da candidata Dilma Rousseff no HGPE: do âmbito familiar ao papel de gestora competente e líder política**

##### **3.2.1 Os atributos pessoais**

Filha do engenheiro e poeta búlgaro Pétrar Russév (naturalizado brasileiro como Pedro Rousseff) e da professora brasileira Dilma Jane Silva, Dilma Vana Rousseff fez a pré-escola no Colégio Isabela Hendrix e, a seguir, ingressou em um dos colégios mais tradicionais do Brasil, o Sion, de influência católica, ambos em Belo Horizonte. Aos 16 anos, transferiu-se para uma escola pública, o Colégio Estadual Central (hoje Escola Estadual Governador Milton Campos).

Em 1967, já cursando a Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, Dilma passou a militar no Colina (Comando de Libertação Nacional), organização que defendia a luta armada. Na campanha, a imagem de



“guerrilheira” foi trabalhada de forma positiva. Isso foi um desafio, já que os opositores tentavam usar contra ela e muitos eleitores conservadores viam o fato de forma negativa.

Outra imagem explorada na campanha foi a de Dilma Rousseff como mãe. Paula Rousseff é a única filha de Dilma e de seu ex-marido, Carlos Araújo. Paula graduou-se em direito e é funcionária pública federal concursada ocupando o cargo de Procuradora do Trabalho em sua cidade natal. Ela é casada, desde 2008, com o administrador de empresas Rafael Covolo.

Em 9 de setembro de 2010, Paula deu à luz o primeiro neto de Dilma, Gabriel Rousseff Covolo, nascido em Porto Alegre, enquanto a avó já estava em campanha presidencial. No primeiro turno, após o último debate entre os quatro principais candidatos, em 30 de setembro, na cidade do Rio de Janeiro, Dilma viajou para Porto Alegre para o batismo de Gabriel em 1º de outubro de 2010. O nascimento de seu neto foi um fator positivo na campanha, que reforçava outra representação feminina: a avó. A figura da mulher é exaltada em toda a campanha de Dilma. No HGPE do dia 2 de setembro de 2010, o programa eleitoral de Dilma começa com o depoimento de uma costureira chamada Marilane Dantas dizendo o seguinte:

*Marilane Dantas: A minha história é a história de qualquer brasileiro comum. De qualquer mulher, né? Da mulher mãe, da mulher filha, da mulher provedora, da mulher trabalhadora, da mulher que não quer se acomodar, da mulher que tem momentos de tristeza sim, por que não? Mas que amanhã acorda acreditando eu posso, eu vou conseguir. (HGPE, 02/09/2010)*

Logo em seguida, uma música é tocada no vídeo exaltando mais uma vez a mulher. Ao fim da música, aparece a imagem de Dilma, bem no momento em que a música diz “Queremos mulher”.

*Música tocada em off: Mulheres são fortalezas divinas, são belas bailarinas, são preto no branco guerreiras de fé. Mulher. Mulheres são pulso firme mas com a voz e o amor de mãe, são predestinadas a vencer. Assim é a mulher. Contra a insegurança. Mulheres. A favor do Brasil. Mulheres. A favor da ordem, a favor do progresso. Queremos mulher.*

No programa eleitoral do dia 19 de agosto de 2010, ocorreu a exibição do vídeo de um comício no qual Lula tornou público seu apoio à candidatura de Dilma, dizendo que estava orgulhoso de passar o a faixa presidencial a uma companheira de seu partido



e, principalmente, a uma mulher. Em resposta, Dilma afirmou: “É em nome de todas as mulheres do Brasil e em especial da minha mãe e da minha filha que recebo essa homenagem e essa indicação para concorrer à Presidência da República (ROUSSEFF, HGPE, 19/08/2010).

### **3.2.2 Os atributos administrativos**

Carlos Araújo (PDT) e Dilma dedicaram-se com afinco na campanha de Alceu Collares à Prefeitura de Porto Alegre, em 1985, sendo que em sua casa foi preparada grande parte da campanha e do programa de governo. Eleito prefeito, Collares nomeou Dilma titular da Secretaria Municipal da Fazenda, seu primeiro cargo executivo. Dilma permaneceu à frente da Secretaria da Fazenda até 1988, quando se afastou para se dedicar à campanha de Araújo à Prefeitura de Porto Alegre, mas foram derrotados na eleição, e o PDT perdeu os cargos no Executivo.

Em 1990, Alceu Collares foi eleito governador do Rio Grande do Sul, indicando Dilma para presidente da Fundação de Economia e Estatística (FEE), na qual ela estagiara na década de 1970. Permaneceu ali até fim de 1993, quando foi nomeada Secretária de Energia, Minas e Comunicações, sustentada pela influência de Carlos Araújo e seu grupo político. Permaneceu no cargo até final de 1994. Em 1995, terminado o mandato de Alceu Collares, Dilma afastou-se dos cargos políticos e retornou à FEE, passando a ser editora da revista Indicadores Econômicos. Em 1998, o petista Olívio Dutra ganhou as eleições para o governo gaúcho com o apoio do PDT no segundo turno, e Dilma retornou à Secretaria de Minas e Energia.

O PDT ganhara alguns cargos no primeiro escalão, mas Leonel Brizola entendia que seu partido tinha pouco espaço no governo, administrando parcela ínfima do orçamento. Por não conseguirem mais espaço, os pedetistas foram pressionados a entregar seus cargos. A composição da chapa para a prefeitura de Porto Alegre nas eleições de 2000 acentuou a briga entre os dois partidos, pois o PDT indicava Alceu Collares e o PT, Tarso Genro. Dilma defendeu a manutenção da aliança que elegera Olívio Dutra e apoiou a candidatura de Tarso Genro, por não aceitar "alianças de direita". Genro venceu Collares no segundo turno e Dilma filiou-se ao PT.

O problema no setor elétrico e a presença firme de Dilma Rousseff marcaram a sua inserção definitiva no campo da política. Na gestão de Dilma na Secretaria de Minas e Energia do governo Dutra, a capacidade de atendimento do setor elétrico subiu 46%, com um programa emergencial de obras que reuniu estatais e empresas privadas. Em janeiro de 1999, Dilma viajou a Brasília e alertou as autoridades do setor elétrico de



que, sem investimentos em geração e transmissão de energia, os cortes que o Rio Grande do Sul enfrentara no início de sua gestão ocorreriam no resto do país. Na crise do apagão elétrico no final do governo Fernando Henrique Cardoso, os três estados da Região Sul não foram atingidos, não sendo imposto qualquer racionamento, pois não houve estiagem na região. Ainda assim, houve economia voluntária de energia e Dilma tentou obter compensação, como se concedia nas demais regiões.

Durante o programa eleitoral do dia 16 de setembro de 2010, Olívio Dutra, ex-governador do Rio Grande do Sul, deu um depoimento sobre a competência administrativa de Dilma. “A Dilma tem uma sensibilidade a flor da pele e tem também objetividade e uma capacidade muita grande de compreender ritmos diferenciados de uma equipe que tem que atuar em conjunto para alcançar um objetivo” (OLÍVIO DUTRA, HGPE, 16/09/2010).

Em seguida, aparece a fala do narrador e do então presidente Lula.

*Narrador em off:* Graças ao trabalho de Dilma o Rio Grande se livra do racionamento de energia que parou o país naquela época. E Lula, recém eleito presidente quis conhecê-la.

*Lula:* Num belo dia em 2002, entra na minha sala uma mulher com um laptop na mão, secretária de Minas e Energia do Rio Grande do Sul e nós fizemos aquela reunião. Quando terminou a reunião me veio na cabeça a certeza que eu tinha encontrado a pessoa certa para o lugar certo. Em apenas uma reunião a Dilma conseguiu me convencer que eu já tinha a ministra de Minas e Energia do Brasil.

Os assuntos relacionados à área de Minas e Energia na plataforma do candidato Lula eram discutidos em reuniões coordenadas pelo físico e engenheiro nuclear Luiz Pinguelli Rosa. Este, como Ildo Sauer, outro destaque do grupo, era totalmente contrário às privatizações no setor, que, em sua visão, eram as responsáveis pelos problemas energéticos que o país passava. Convidada por Pinguelli a participar do grupo em junho de 2001, Dilma chegou tímida para integrar uma equipe com vários professores, mas logo se sobressaiu com sua objetividade e bom conhecimento do setor. Para todos no grupo, contudo, era evidente que Pinguelli seria o ministro de Minas e Energia, caso Lula vencesse a eleição em 2002.

Foi grande a surpresa quando Lula, eleito, escolheu Dilma para titular da pasta. Teria pesado muito a simpatia que Antonio Palocci nutria por Dilma, reconhecendo que teria trânsito muito mais fácil junto ao setor privado do que Pinguelli, além de ter apoiado a Carta aos Brasileiros, concordando com as mudanças no partido. Olívio Dutra



diz que também foi consultado e elogiou os méritos técnicos de sua secretária de Minas e Energia

A sua gestão no ministério foi marcada pelo respeito aos contratos da gestão anterior, como pelos esforços em evitar novo apagão e pela implantação de um modelo elétrico menos concentrado nas mãos do Estado, diferentemente do que queriam Luiz Pinguelli Rosa e Ildo Sauer. Convicta de que investimentos urgentes em geração de energia elétrica deveriam ser feitos para o país não sofrer um apagão já em 2009, Dilma travou um sério embate com a ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, que defendia o embargo a várias obras, preocupada com o desequilíbrio ecológico que poderiam causar. José Dirceu, então ministro-chefe da Casa Civil, teve que criar uma equipe de mediadores entre as ministras para tentar resolver as disputas.

Ao assumir o ministério, Dilma defendeu uma nova política industrial para o governo, fazendo com que as compras de plataformas pela Petrobras tivessem um conteúdo nacional mínimo, com o que poderiam gerar cerca de 30 mil novos empregos no país. Argumentou que não era possível que uma obra de 1 bilhão de reais não fosse feita no Brasil. Assim, em 2008, a indústria naval passou a empregar 40 mil pessoas, marca extraordinariamente superior comparada às 500 pessoas empregadas em meados da década de 1990, fato que seria decorrente da exigência de nacionalização, e que levou a indústria naval à condição de sexta maior do mundo em 2009.

Como ministra de Minas e Energia, Dilma Rousseff tinha o apoio de dois dos principais ministros do governo Lula: Antonio Palocci e José Dirceu. Quando Dirceu saiu do ministério devido ao escândalo do Mensalão, em vez de ficar enfraquecida, novamente Lula surpreendeu escolhendo-a para a chefia da Casa Civil. Gilberto Carvalho, secretário particular do presidente, diz que Dilma chamou a atenção de Lula pela coragem de encarar situações difíceis e pela capacidade técnica. A competência administrativa de Dilma é sempre ressaltada no HGPE. E principalmente o destaque que ela teve ao ocupar cargos que nunca foram ocupados por mulheres. Como no trecho abaixo:

*Narrador em off:* Dilma foi a primeira mulher a ser secretária de Finanças de Porto Alegre e secretária de Minas e Energia do Rio Grande do Sul. Foi a primeira mulher a ser ministra de Minas e Energia e a presidir o Conselho de Administração da Petrobrás. E graças a sua competência, se tornou a primeira mulher a ser ministra chefe da Casa Civil, o cargo mais importante do governo, depois do presidente do Brasil (ROUSSEFF, HGPE, 21/08/2010).



### 3.2.3 Os atributos políticos

A vivência política de Dilma Rousseff iniciou-se na resistência à ditadura militar como militante e guerrilheira, o que tornou um assunto polêmico na eleição presidencial. Em 1967, já cursando a Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, Dilma passou a militar no Colina (Comando de Libertação Nacional), organização que defendia a luta armada. Vivendo na clandestinidade, em 1969, Dilma usou vários codinomes para não ser encontrada pelas forças de repressão aos opositores do regime. No mesmo ano, o Colina e a VPR (Vanguarda Popular Revolucionária) se uniram, formando a Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares). Em julho, a VAR-Palmares roubou o "cofre do Adhemar", que teria pertencido ao ex-governador de São Paulo Adhemar de Barros. A ação ocorreu no Rio de Janeiro e teria rendido à guerrilha US\$ 2,4 milhões. Dilma negou ter participado dessa operação, mas há quem afirme que ela teria, pelo menos, ajudado a planejar o assalto. Dilma foi presa em 16 de janeiro de 1970, em São Paulo. Ela ficou detida na Oban (Operação Bandeirantes), onde foi torturada. Depois, enviada ao Dops. Condenada em 3 Estados, em 1973 já está livre, depois de ter conseguido redução de pena no STM (Superior Tribunal Militar). Mudou-se, então, para Porto Alegre, onde cursou a Faculdade de Ciências Econômicas, na Universidade Federal do RS. No HGPE do dia 19 de agosto de 2010, Dilma contou de sua experiência de quando começou a lutar contra a ditadura e de quando foi presa:

*Narrador em off:* Aos 17 anos, Dilma ingressa no Colégio Estadual de Belo Horizonte e encontra uma nova realidade.

*Dilma:* Quando eu cheguei no Estadual Central, era simplesmente no mês do golpe que deu origem à ditadura militar. Era 64. O Estadual Central era uma efervescência. Me senti como um peixe dentro d'água. Achei ali o máximo. Achei aquele negócio de o Brasil tem que mudar.

*Narrador em off:* Dilma inicia então sua luta contra a ditadura. Sua luta por um Brasil melhor. Ela é presa em 1970 e transferida para o presídio Tiradentes em São Paulo.

Depois destas falas, o vídeo exibiu o depoimento de algumas amigas de Dilma da época da ditadura contando seu amor pelo país e sua luta constante. Esse trecho mostra de forma dramática da luta de Dilma contra a ditadura. Aqui, pode-se recorrer ao argumento de Gomes (2004) sobre a dramatização nas campanhas.



Com o processo de transição para a redemocratização, Dilma, então, filiou-se ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), fundado por Leonel Brizola em 1979. Na campanha, um dos pontos de ataque dos adversários era referente à pouca experiência política de Dilma, já que não tinha se candidatado a cargos eletivos, apesar de se destacar em sua experiência administrativa. Então, buscou-se resgatar a trajetória de luta de Dilma Rousseff na ditadura militar, procurando convencer os eleitores de que ela tinha perfil para ser uma líder política.

No programa eleitoral do dia 19 de agosto de 2010, a história de Dilma é contada fazendo um comparativo com a história de Lula. O fator em comum de ambos terem lutado na ditadura foi destacado.

*Narrador em off* : Lula nasceu pobre em Pernambuco e criança veio para São Paulo. Tornou-se líder sindical, foi preso pela ditadura e fundou o PT. Dilma nasceu numa família de classe média de Minas e bem jovem enfrentou e foi presa pela ditadura. Recomeçou a vida no Rio Grande do Sul. Casou, tornou-se mãe economista e a primeira mulher a ser secretária de Finanças da prefeitura de Porto Alegre e depois secretária estadual de Minas e Energia. Um dia essas histórias se uniram. Lula se tornou o primeiro operário presidente e Dilma a primeira mulher ministra de Minas e Energia, presidente do Conselho de Administração da Petrobrás e ministra chefe da Casa Civil. Lula deu rumo ao Brasil . Dilma coordenou todo o ministério e programas como o “PAC”, “Minha casa, minha vida” e o “Luz para todos”. Lula está encerrando o mandato como o melhor presidente da nossa história. Inovou, rompeu barreiras, mudou o país. Não por acaso, quer passar a faixa a primeira mulher presidente do Brasil.

Mais uma vez, foi ressaltada a imagem de Dilma como a primeira mulher ministra de Minas e Energia, presidente do Conselho de Administração da Petrobrás e ministra chefe da Casa Civil. Além disso, o objetivo do comparativo é mostrar semelhanças entre a candidata e um dos presidentes mais populares do Brasil.

### **Considerações Finais**

Articulando os argumentos teóricos e conceituais com as evidências empíricas extraídas dos programas exibidos na televisão no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), pode-se chegar a considerações importantes para uma pesquisa que ainda está em sua fase inicial. Em primeiro lugar, fica evidente a nítida ligação entre o campo da política e da mídia. A candidatura de Dilma Rousseff (PT), para emplacar, precisou recorrer a eficientes estratégias de marketing, tanto para torná-la conhecida do grande público como para mudar a sua imagem – de uma gestora dura e de difícil



relacionamento com os seus pares para uma líder política mais simpática e capacitada para governar o país. Isso foi trabalhado intensamente nos programas de televisão.

Quanto à representação e papéis sociais, percebe-se que a mídia torna cada vez mais estas transfigurações. Dilma pôde mostrar as suas várias facetas a partir do trabalho de marketing político – a de gestora eficiente, a de líder política até se chegar a questões familiares, mostrando o seu lado afetivo como mãe e avó. Contribuiu ainda a coincidência do nascimento do neto em plena campanha eleitoral. Isso evidencia, como afirma Hall (2005), uma identidade que se transforma, de acordo com o contexto e com os interesses. No contexto da disputa eleitoral, foi importante enfatizar determinados atributos de Dilma, principalmente a sua habilidade política e a sua sensibilidade feminina, questões que pesavam de forma desfavorável a ela até então.

Ao analisar os programas, pôde-se perceber um eficiente trabalho de construção da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT), quando se explorou, de forma intensa, os atributos pessoais, políticos e administrativos, procurando mostrar para o eleitor que a candidata estava preparada para assumir a Presidência por contemplar bem esta multiplicidade de papéis sociais.

## Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. *‘Aqui você vê a verdade na tevê’*. A propaganda política na televisão. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação - MCII) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1999.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.

FIGUEIREDO, Marcus *et al.* “Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias. Uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral” *Opinião Pública*, Campinas, v.IV, n.3, p.109-120, 1997.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2004.

LIMA, Venício de. *Mídia*. Crise política e poder no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). 2010. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2010/normas-e-documentacoes-eleicoes-2010>>. Acesso em 02 de fev. 2012.

<http://educacao.uol.com.br/biografias/dilma-rousseff.jhtm>- último acesso 09/04 11:05