

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

As mulheres presidenciáveis

Uma análise da cobertura da mídia no período que antecede as
eleições presidenciais no Brasil e na Argentina

Regina Fiore Ribeiro
Novembro de 2015

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídia, Cultura e Comunicação na América Latina sob orientação do Prof. Dr. Alexandre Barbosa.

As Mulheres Presidenciáveis¹

Regina Fiore Ribeiro²

Resumo:

Esta pesquisa tem como foco a análise do conteúdo das manchetes apresentadas nas primeiras páginas dos jornais *Folha de S. Paulo*, no Brasil, e *Clarín*, na Argentina, durante a semana que antecedeu o segundo turno das eleições presidenciais que reelegeram as candidatas Cristina Kirchner e Dilma Rousseff, em 2011 e 2015, respectivamente. A discussão se dará em torno de como tais publicações retratam a candidatura de mulheres que se elegem para cargos majoritariamente ocupados por homens, mesmo depois de um século da aprovação do sufrágio universal e do aumento da participação feminina na política e em cargos públicos.

Palavras-chave: eleições presidenciais, mulher latino-americana, mídia, política.

Abstract:

This research aims to analyze the content of the headlines shown on the front pages of the newspapers *Folha de S.Paulo*, from Brazil, and *Clarín*, from Argentina, during the week preceding the presidential election's second round, which reelected candidates Cristina Kirchner and Dilma Rousseff, in 2011 and 2015, respectively. The discussion is about how these publications portray women who apply and are chosen to positions largely occupied by men, even after a century of universal suffrage adoption and the increase in women's participation in political and public office.

Keywords: presidential elections, Latin American women, media, politics.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Cultura e Comunicação na América Latina.

²Graduada em Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo, pela Faculdade Cásper Líbero – Fundação Cásper Líbero.

Resúmen:

Esta investigación tiene como foco el análisis de los titulares presentados en las primeras páginas de los periódicos *Folha de S. Paulo*, en Brasil, y *Clarín*, en Argentina, durante la semana que presidió las elecciones presidenciales que reeligieron a las candidatas Cristina Kirchner y Dilma Rousseff, en 2011 y 2015, respectivamente. La discusión se organizará en torno de cómo las publicaciones retratan a las mujeres que se presentaron como candidatas para cargos mayoritariamente ocupados por los hombres, incluso después de un siglo desde la aprobación del sufragio universal y del aumento de la participación femenina en la política y en los cargos públicos.

Palabras clave: elecciones presidenciales, mujer latinoamericana, medios de comunicación, política.

1. Panorama das mulheres na política latino-americana

Nos últimos dez anos, duas mulheres foram eleitas e reeleitas através de eleições diretas para o mais alto cargo do poder executivo, a Presidência da República, de dois países que estão entre os três maiores índices de Produto Interno Bruto da América Latina: Brasil e Argentina. Em mais de 200 anos, desde que os cargos de representação política passaram a ser eleitos por votos diretos, apenas oito mulheres ocuparam a cadeira da presidência: Maria Estela Martínez de Perón (Argentina: 1974-1976); Violeta Chamorro (Nicarágua: 1990-1997); Janet Jagan (Panamá: 1997-1999); Mireya Moscoso (Panamá: 1999-2004); Michelle Bachelet (Chile: 2006-2010); Cristina Fernández Kirchner (Argentina: 2007-2011 e 2012); Laura Chinchilla (Costa Rica: 2010-2013) e Dilma Rousseff (Brasil: 2011-2014 e 2015).

De acordo com dados de 2011, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 45% da População Economicamente Ativa são mulheres. Entre 1970 e 1990, o número de mulheres economicamente ativas triplicou. Dados divulgados em 2009 apontam que 49,7% das mulheres são economicamente ativas, sendo que a maioria delas, quase 23%, trabalha em profissões relacionadas à administração pública. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), feita em 2013, mostra que as mulheres ainda ganham 28% a menos que os homens para exercer funções semelhantes. Na Argentina, 50% das mulheres fazem parte da população economicamente ativa do país, sendo que o salário de uma mulher equivale a 95% do salário de um homem na região. Além disso, em toda a América Latina, as mulheres adultas apresentam uma desvantagem de quatro anos de educação formal em relação aos homens, o que acaba refletido também nos rendimentos monetários do trabalho.

Tendo em vista que, em uma sociedade capitalista e financeira, o mercado de trabalho e os rendimentos monetários são dois dos grandes indicadores sociais, a desigualdade de gênero entre mulheres e homens pode ser notada por meio da análise de alguns dados. No Brasil, por exemplo, quanto mais anos de estudo, maior a diferença de salários entre homens e mulheres – excluindo os casos em que os anos de estudos ultrapassam a casa dos 13, tendo em vista a população de 20 a 49 anos de idade, de acordo com levantamentos do IBGE. Na política, essa discrepância é ainda maior: ainda que as mulheres representem 51,5% da população brasileira e 50% da população argentina, apenas 15% dos cargos políticos, em média, são ocupados pelo sexo feminino. Apesar de o foco deste artigo não ser a desigualdade da mulher latino-americana em relação ao gênero masculino, é importante traçar um perfil populacional e social, ainda que deixemos alguns aspectos importantes para outras oportunidades de aprofundamento.

Jean-Jacques Rousseau, um dos principais filósofos do Iluminismo – corrente de pensamento que estabeleceu toda a noção de igualdade e liberdade ocidental –, escreveu em “O Contrato Social” que é necessário que exista “tal igualdade entre os cidadãos, que os coloca todos sob as mesmas condições e faz com que todos usufruam dos mesmos direitos” (ROUSSEAU, 2002, p.17). É importante ressaltar, no entanto, que as mulheres não faziam parte dessa equação, pois não podiam ter

propriedades produtivas e, apesar de fazerem parte da sociedade civil, não eram membros de pleno direito. Rousseau também escreveu que era necessário manter as mulheres sob dominação masculina para que suas opiniões enfraquecidas por “paixões imoderadas” não atrapalhassem seus julgamentos. Assim, a proteção do homem era necessária para enfrentar os desafios da política.

Na mesma linha de Rousseau, o filósofo e partidário do liberalismo James Mill (1978) propõe em seu artigo “Essay on Government”, publicado originalmente em 1920, a necessidade de excluir da política todas as pessoas cujos interesses estavam diretamente vinculados aos interesses de outras pessoas, como era o caso das mulheres com relação aos seus pais e maridos. Esses são apenas dois dos vários teóricos que defendiam o sufrágio somente para homens, brancos, maiores de idade, e que pudessem comprovar certo poder. Afinal a política estava diretamente pautada não pelos direitos civis, mas pela forma como o poder era exercido.

Até o século XX, o que estava ligado ao âmbito público dizia respeito apenas aos homens, enquanto o âmbito privado pertencia às mulheres. Mary Wollstonecraft (2015), escritora e filósofa inglesa do século XVIII, é autora de “Reivindicação dos Direitos das Mulheres”, publicado originalmente em 1792. Esse foi um dos primeiros textos a defender que as mulheres não são seres biologicamente menos inteligentes do que os homens, mas que é negada a elas a mesma educação que é direcionada aos homens. Assim, as mulheres acabam isoladas no cenário doméstico, sendo privadas de seu desenvolvimento como cidadãos de pleno direito. Wollstonecraft (2015) descreve ainda que homens e mulheres são seres racionais, e começa a pensar uma ordem social baseada na igualdade de gêneros – conceito que só vem a ser discutido muitos anos depois, pelas feministas americanas da década de 1970.

A luta das mulheres pela participação política se inicia com a primeira onda feminista, nas últimas décadas do século XIX, quando um grupo de representantes do gênero se organizou para lutar por seus direitos. A primeira grande reivindicação foi pelo direito ao voto. Assim, as sufragistas (ou *suffragettes*, como ficaram conhecidas essas mulheres), começaram o movimento na Inglaterra, onde fizeram grandes manifestações e greves de fome, e foram presas diversas vezes. Um dos

episódios mais marcantes da época foi a corrida de cavalo em Derby, em 1913, na qual Emily Davison se jogou à frente do cavalo do rei e acabou morrendo. Em 1918, finalmente, as mulheres conquistaram o direito ao voto na Inglaterra. Na América Latina, o primeiro país a reconhecer o direito ao voto feminino foi o Equador, em 1929. O Brasil foi o segundo país a garantir esse direito às mulheres, com o Novo Código Eleitoral de 1932, mas as mulheres já lutavam por esse direito no país desde 1910. Na Argentina, esse direito só foi concedido na década de 1940.

Em termos de representação política, já existem, tanto no Brasil quanto na Argentina, leis de cotas ou ações positivas com intuito de garantir uma maior presença feminina nos partidos políticos e no poder legislativo. Na Argentina, tais leis existem desde 1991. Já no Brasil, em 1996 as cotas foram aprovadas para representação municipal e, em 1998, para representação federal e estadual. No entanto, em nenhum dos dois países as cotas são plenamente respeitadas.

No Brasil, também chama atenção o fato de que apenas duas mulheres foram eleitas para chefiar o poder executivo no plano estadual, sendo que temos no país 26 estados e um Distrito Federal. Em setembro de 2009, foi aprovada pela Câmara dos Deputados uma reforma eleitoral para firmar novas regras para a participação feminina nas eleições de 2010, que obriga os partidos ou coligações a reservarem vagas de no mínimo 30% e no máximo 70% para cada um dos gêneros em relação às candidaturas. Historicamente, a América Latina é uma das regiões do mundo na qual a desigualdade de gênero aparece em mais evidência, e na qual são ainda mais evidentes as consequências oriundas dela, como a falta de representação política.

2. A mídia e as eleições

Lima (2004), professor de Ciência Política e Comunicação, escreveu em seu artigo “Os Mídia e a Política”, publicado inicialmente em 1998, as definições de mídia

e política que serão apropriadas para a presente análise. Segundo o autor, “mídia” é entendida como o conjunto das instituições que utilizam certas tecnologias para realizar o que chamamos de comunicação. A comunicação passa a ser mediatizada a partir do século XIX – um importante símbolo da modernidade. Os recursos tecnológicos utilizados para realizar a comunicação permitem que muitas pessoas tenham acesso à produção centralizada, unidirecional e integrada de conteúdos, o que caracteriza a chamada comunicação de massa. Já a política está associada ao exercício do poder e à ideia do que é público (LIMA, 2004).

Além disso, o filósofo político italiano Norberto Bobbio (1997), em seu texto “A Democracia e o Poder Invisível”, caracteriza a democracia como um governo do poder público em público, ou seja, um governo cujo poder diz respeito aos cidadãos e à coisa pública, o Estado.

Lima (2004) elabora sete teses sobre a relação entre a política e a mídia, duas delas relevantes para essa análise. A primeira tese afirma que a mídia ocupa uma posição central nas sociedades contemporâneas, permeando várias esferas da atividade humana, particularmente a esfera da política. O autor descreve como a mídia tem substituído aos poucos outras instituições, como a família, as igrejas e a escola, por meio do papel que desempenha em longo prazo como construtora da realidade através de representações dos diferentes aspectos da vida humana.

“É através da mídia – em sua centralidade – que a política é construída e simbolicamente, adquire um significado” (LIMA, 2004, p.51). O sociólogo Pierre Bourdieu (1997), em seu livro “Sobre a Televisão”, chega a comparar o jornalismo com a ágora grega – praça pública onde as pessoas se reuniam para discutir política –, como se o jornalismo moderno fizesse esse papel, inclusive com características em comum, como a urgência.

A segunda tese de Lima (2004) que é relevante para nossa análise é a constatação de que não há política sem a mídia nos regimes democráticos, já que a mídia é o que define o que é público ou não no mundo contemporâneo. Assim, os participantes da política e os diferentes campos políticos têm que disputar visibilidade favorável na mídia.

Luís Felipe Miguel (2004), em seu artigo de apresentação “Dossiê Mídia e Política”, publicado na Revista de Sociologia e Política, afirma que a ascensão da imprensa diária a partir do século XVIII transformou a leitura dos jornais em um ritual, principalmente para as classes urbanas letradas. A partir desse momento, ocorreu um fenômeno que dura até hoje: a mídia tornou-se o principal meio de contato entre os atores políticos e os cidadãos comuns, sendo responsável até mesmo pela produção da agenda pública das campanhas brasileiras, além de possuir o poder de formular as principais preocupações públicas no que diz respeito à sociedade (MIGUEL, 2004).

A mídia tornou-se um fator central do cotidiano político contemporâneo. A comunicação de massa exige que os agentes políticos assumam novas posições, já que todo o esquema eleitoral não é mais mediado apenas pelos partidos políticos. Na verdade, os partidos políticos perdem força, porque a mídia passa a ser a principal fornecedora de informações para que as pessoas se situem enquanto cidadãos na sociedade. Além disso, muitas das ações políticas são voltadas para a exposição midiática. Da mesma forma, ela fornece esquemas de narração dos fatos que permitem à população interpretar os acontecimentos, mas tais narrativas privilegiam algumas histórias em detrimento de outras. Para isso, existem alguns critérios do que é e do que não é notícia, sendo ela um artefato construído pela interação de pessoas, do sistema social, da cultura, do meio físico e tecnológico, da ideologia e da história.

De acordo com o pesquisador da comunicação Nelson Traquina (2004; 2005), os jornalistas são responsáveis por selecionar os acontecimentos que serão ou não notícia e construir a narrativa do que é selecionado. Primeiro, os acontecimentos são submetidos a critérios que avaliam o fato em termos de importância ou interesse ao público, chamados de critérios substantivos. Notoriedade (importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento), relevância (a capacidade de o acontecimento impactar a vida das pessoas ou do país), novidade (a primeira vez é sempre mais importante, por isso os acontecimentos mais novos têm maior valor), tempo (o valor da notícia tem a ver com a atualidade) e notabilidade (acontecimentos visíveis ou tangíveis têm mais valor para a cobertura jornalística) são alguns deles.

Além dos critérios já citados acima, a construção da notícia depende de uma seleção de elementos dentro do acontecimento que são inseridos na elaboração da notícia, ou seja, da abordagem que será dada à notícia. Traquina (2004; 2005) aponta alguns critérios que serão também levados em conta na presente análise: simplificação (escrever a notícia de forma mais simples), amplificação (quanto maior a amplitude do acontecimento, maior a possibilidade de a notícia ser notada), relevância (é papel do jornalista mostrar a importância do acontecimento ao público), personificação (valorização das pessoas envolvidas no fato como forma de prender o leitor), dramatização (reforçando o lado dramático dos acontecimentos) e consonância (inserindo novidades em um contexto mais amplo para tornar o acontecimento mais compreensível ao público).

Tendo em vista os parâmetros teóricos apresentados, o presente artigo se dedica a analisar a cobertura dos jornais *Folha de S. Paulo* – título mais vendido no Brasil, com mais de sete milhões de exemplares em circulação –, e *Clarín* – periódico de maior importância da Argentina. Podemos traçar um paralelo por meio da análise entre as eleições de Cristina Kirchner e Dilma Rousseff, que foram eleitas pelo voto popular democraticamente, e reeleitas no mandato seguinte na Argentina e no Brasil, respectivamente.

As duas candidatas tiveram apoio de dois ex-presidentes bastante populares em seus países durante o período eleitoral: Nestor Kirchner, na Argentina, e Luiz Inácio Lula da Silva, no Brasil. Ambos os países, com pouca representatividade feminina, reelegeram duas presidentes mulheres depois de campanhas eleitorais pautadas pela mídia, principalmente os grandes jornais diários de ambos os países. O principal foco da análise serão as matérias de capa dos jornais mencionados, na semana que antecede o segundo turno das eleições e no dia da realização da votação (23 de outubro de 2011, na Argentina, e 26 de outubro de 2014, no Brasil).

3. Análise do jornal *Folha de S. Paulo*

A partir das manchetes principais das primeiras páginas do jornal *Folha de S. Paulo*, publicadas entre os dias 21 e 26 de Outubro de 2014, será analisado o debate político que foi trazido à tona pelo veículo durante o segundo turno das eleições presidenciais. Serão analisados a abordagem de cada uma das principais manchetes e os critérios de notícia que transformaram aquela informação no destaque do jornal do dia em questão.

Manchete 1: Dilma atinge 52% e Aécio tem 48%, aponta Datafolha

Data: 21/10/2014



Figura 1: Capa da *Folha de S. Paulo* em 21 de outubro de 2014

Critérios:

Relevância: O tema afeta toda a população do país e se trata do evento nacional de maior importância. As eleições presidenciais são também um momento de reflexão e de posicionamento político, em que grande parte da população se envolve em debates e discussões sobre o assunto.

Tempo: Na análise em questão, faltavam apenas alguns dias para a realização do segundo turno, que decidiria quem seria o presidente da república pelos próximos quatro anos. A eleição também aconteceu em meio a um contexto de polarização partidária grande, e os resultados das pesquisas eleitorais apontavam para empates técnicos, já que Aécio Neves e Dilma Rousseff alternavam dia a dia a liderança bastante apertada dos índices de intenção de votos.

Conflito: O principal conflito que existe nessa manchete envolve uma questão que vai além dessa notícia em si. A disputa eleitoral de 2014 foi uma das mais acirradas que já aconteceram no Brasil desde a redemocratização. De acordo com as campanhas eleitorais, os candidatos representavam dois projetos de Brasil distintos.

Notabilidade: Toda a população brasileira estava naquele momento com as atenções voltadas para as eleições presidenciais. Houve muitos movimentos de apoio aos candidatos, vindo tanto dos partidos políticos (PSDB e PT) quanto da militância civil.

Abordagem:

A pesquisa foca principalmente no empate técnico dos candidatos (como a pesquisa trabalha como uma margem de erro de dois pontos percentuais, para mais ou para menos, 52% a 48% resulta em empate técnico), na avaliação do governo de Dilma Rousseff, candidata à reeleição, e no debate eleitoral que havia sido transmitido dois dias antes pela Rede Record de televisão com ambos os candidatos.

A manchete alega que a maioria dos eleitores não havia assistido ao debate, o que pode indicar que o empate técnico vem do desconhecimento da população

sobre os candidatos. Apesar de, mesmo dentro da margem de erro, Dilma Rousseff ocupar a primeira posição, o jornal enfatiza o empate.

Manchete 2: Otimismo com economia dispara e beneficia Dilma

Data: 22/10/2014



Figura 2: Capa da *Folha de S. Paulo* em 22 de outubro de 2014

Crítérios:

Relevância: Mais uma vez, as eleições são um evento que mobiliza grande parte da população brasileira, por isso o assunto é extremamente relevante para os leitores e para o jornal, como forma de informar o cenário que antecede o dia da votação. Além disso, a eleição presidencial de 2014 foi bastante disputada – uma das mais disputadas da história do país –, por isso as possibilidades de uma mudança no cenário eram diárias.

Tempo: Além de ser um tema atual, faltavam apenas cinco dias para as eleições acontecerem e todas as informações acerca do tema poderiam ser decisivas para eleger um dos candidatos.

Notabilidade: O país passava por uma situação econômica menos favorável, se compararmos com os anos anteriores. A conjuntura econômica do país foi usada muitas vezes durante a campanha, tanto durante as propagandas eleitorais de Dilma Rousseff quanto de Aécio Neves. A questão econômica foi um dos pontos que mais afetaram a campanha de Dilma Rousseff, por causa do baixo crescimento do PIB brasileiro, por exemplo. O otimismo na recuperação da economia afeta diretamente os números das eleições.

Abordagem:

A notícia aborda a questão econômica, que foi um dos principais motes para a campanha presidencial de 2014. O cenário econômico desfavorável, que começou durante o primeiro mandato de Dilma Rousseff, foi abordado tanto pela campanha da candidata do PT quanto pelo candidato do PSDB. A suposta crise econômica afetou de forma negativa a candidatura de Dilma Rousseff. Dessa forma, um cenário mais otimista em relação à questão econômica beneficia a candidata do PT.

Apesar de a notícia destacar o empate técnico entre os dois candidatos, o instituto de pesquisa Datafolha também mostrou que a maioria das pessoas estava, naquele momento, mais confiantes em relação a uma melhora na situação econômica do país. No entanto, a apresentação de vários dados contesta esse

otimismo, como por exemplo, o crescimento do PIB em relação ao ano anterior e a inflação acumulada em 12 meses.

Além dos dados apresentados, a notícia estampa também alguns gráficos, para mostrar a evolução dos números apresentados pelas pesquisas anteriores, e fotos de ambos os candidatos em comícios eleitorais.

Manchete 3: Governo adia divulgação de resultados negativos

Data: 23/10/2014



Figura 3: Capa da Folha de S. Paulo em 23 de outubro de 2014

Crêterios:

Notabilidade e Relevância: a divulga o dos resultados do ano afeta toda a popula o e interessa a todos os eleitores, principalmente porque tais informa es poderiam influenciar a decisão da elei o presidencial, já que Dilma Rousseff era candidata   reelei o e presidente em exercício. Portanto, os resultados de seu governo seriam um dos indicadores na disputa da preferência dos eleitores.

Tempo: Faltando apenas três dias para as elei es, o adiamento da divulga o dos resultados, que normalmente aconteceria antes de outubro,   a uma notícia que representa uma novidade para a popula o, e deixa clara a preocupa o do governo com a influência que os resultados teriam nas elei es presidenciais.

Conflito: Nessa notícia, o principal conflito está entre o interesse da popula o e os interesses do governo. Para a popula o, seria interessante que os resultados fossem divulgados antes da elei o. Para o governo, cuja principal representante, Dilma Rousseff, estava concorrendo   reelei o, divulgar resultados negativos poderia prejudicar os resultados da vota o nacional.

Abordagem:

A manchete deixa claro que os resultados do país na avalia o seriam negativos, apesar de ainda não terem sido divulgados. A notícia também coloca em evidência a inten o do governo em deixar que os resultados venham a público depois das elei es, para garantir que os efeitos negativos não influenciem a popula o no momento de decidir em que candidato votaria.

Dilma Rousseff   citada logo no in cio da notícia, para deixar clara a responsabilidade da presidente em rela o   decisão de adiar a divulga o dos resultados relacionados   educa o,   economia e ao meio ambiente, três aspectos relevantes para a popula o em geral. De acordo com a notícia, o governo deu algumas justificativas pouco convincentes para a não divulga o dos resultados anuais.

Manchete 4: Dilma abre 6 pontos sobre Aécio

Data: 24/10/2014



Figura 4: Capa da *Folha de S. Paulo* em 24 de outubro de 2014.

Crítérios:

Relevância: Mais uma vez, a apenas dois dias da eleição, o evento é colocado em destaque por meio da pesquisa realizada com a população sobre as intenções de voto. A candidata Dilma Rousseff volta a crescer nas pesquisas, e esse é o principal destaque da manchete.

Tempo: A aproximação das eleições é um dos fatores que mais influenciam no destaque da notícia.

Conflito e Notabilidade: Considerando o período analisado, é a primeira vez que Dilma Rousseff alcança uma vantagem em relação ao candidato que está disputando com ela as eleições, posicionando-se além da margem de erro da pesquisado Instituto Datafolha, de dois pontos percentuais. Além disso, em todo o período analisado nesta pesquisa, é a primeira vez que o jornal traça um perfil dos eleitores de cada um dos candidatos, mostrando por meio até mesmo de elementos gráficos a região de origem, a renda e o gênero dos eleitores de Dilma Rousseff.

Abordagem:

A publicação deixa claro que Dilma avançou nas pesquisas principalmente entre os eleitores com renda mais baixa e entre as mulheres, que seria o perfil da parcela da população que recebe um dos benefícios sociais que mais se destacaram no programa da campanha de reeleição de Dilma Rousseff – o Bolsa Família. Além disso, segundo a reportagem, as pessoas de renda mais baixa são as mais beneficiadas por outros programas do governo de Dilma, podendo abrir margem para a interpretação de que os programas sociais, de alguma forma, garantem mais eleitores para a candidata do PT.

O recurso visual usado pelo jornal deixa claro também que Dilma Rousseff vence com tranquilidade nas regiões Norte e Nordeste do país, locais onde vivem a maior parte dos beneficiários dos programas sociais do governo.

O texto também fala do quanto as mulheres contribuíram para o aumento das intenções de voto em Dilma Rousseff, mas não aborda a importância da representatividade política feminina, deixando de lado, por exemplo, a informação de que, entre as mulheres, Dilma Rousseff sempre esteve em primeiro lugar desde o início das campanhas pelo segundo turno das eleições.

Manchete 5: Doleiro acusa Lula e Dilma, que fala em terror eleitoral

Data: 25/10/2014



Figura 5: Capa da Folha de S. Paulo em 25 de outubro de 2015.

Crítérios:

Relevância: A reportagem fala sobre o possível envolvimento de Dilma Rousseff em um esquema de corrupção que estava sendo frequentemente relatado pela mídia na época. O suposto envolvimento da presidente fazia parte de uma grave acusação política, principalmente por causa da proximidade das eleições. A

acusação poderia mudar os rumos das eleições, uma vez que poderia modificar as intenções de voto de parte da população.

Tempo: A notícia inédita veio exatamente um dia antes da data marcada para que acontecesse o segundo turno das eleições.

Conflito: A manchete sugere o envolvimento da candidata Dilma Rousseff no escândalo, mas não explica qual seria o papel dela e do ex-presidente Lula no caso. A um dia da data do segundo turno das eleições, a notícia poderia mudar o cenário em que Dilma aparecia à frente do candidato Aécio Neves. Portanto, aqui o conflito envolve tanto o interesse da população quanto o interesse de ambos os candidatos.

Abordagem

A intenção da matéria pode ser deduzida por meio de algumas percepções: primeiro, a manchete fala de uma acusação contra Lula e Dilma Rousseff, mas só deixa clara qual é a acusação no texto da notícia. Existe uma grande diferença, por exemplo, entre saber do esquema de corrupção citado pela matéria e receber algum tipo de recurso financeiro que tenha vindo de algum tipo de desvio de dinheiro. Depois, a mesma manchete trata a fala de Dilma Rousseff como uma forma de justificar o que teria sido revelado pelo delator do esquema de corrupção.

Outro aspecto pode realçar a intenção da abordagem: o candidato da oposição é ouvido como fonte para a matéria, condenando, obviamente, a candidata à reeleição e o ex-presidente citados. A informação, divulgada um dia antes do pleito, poderia mudar o cenário das eleições, que apontava Dilma Rousseff como provável vencedora. Além disso, as informações da notícia foram retiradas de uma reportagem publicada pela revista Veja, que declarou estar apoiando o candidato Aécio Neves para as eleições presidenciais.

Manchete 6: Dilma e Aécio chegam ao dia da eleição em empate técnico

Data: 26/10/2014



Figura 6: Capa da *Folha de S. Paulo* em 26 de outubro de 2014.

Crítérios:

Tempo: O dia da eleição havia chegado e a última pesquisa havia sido divulgada, com resultados indicando novamente o empate técnico entre os candidatos Dilma Rousseff, do PT, e Aécio Neves, do PSDB. A notícia destaca que essa é a disputa eleitoral mais acirrada desde 1989.

Relevância: O segundo turno das eleições presidenciais foi o evento mais importante de 2014, já que as eleições foram extremamente disputadas e cada um dos votos faria a diferença. De acordo com a notícia, os dois candidatos ainda apresentavam empate técnico dentro da margem estabelecida de dois pontos percentuais, mas Dilma Rousseff estava na frente, com 52% dos votos.

Abordagem:

Apesar de Dilma Rousseff se mostrar à frente de Aécio Neves, mesmo que a margem de erro aponte para um empate técnico, a notícia deixa claro que o resultado das eleições ainda é imprevisível. A notícia destaca também que Aécio Neves ganhou pontos nos dois principais colégios eleitorais do país: São Paulo e Minas Gerais.

Os recursos gráficos utilizados também apontam para a intenção do veículo de mostrar que projetos importantes do governo de Dilma Rousseff seriam repetidos por Aécio Neves, como o Bolsa Família. As eleições de 2014, de acordo com a notícia, foram as mais acirradas desde 1989, portanto cada voto faria diferença para os candidatos.

Dessa vez, a notícia garante que 60% dos eleitores assistiram ao último debate e 36% julgaram que o candidato Aécio Neves havia tido um desempenho melhor, o que pode influenciar os eleitores que não assistiram ao debate a chegar à mesma conclusão.

Dilma Rousseff aparece sobre um fundo vermelho, cor símbolo do partido pelo qual concorria, enquanto Aécio Neves aparece sobre o fundo azul, cor usada como contraponto ao Partido dos Trabalhadores durante sua campanha presidencial. As cores também se tornaram emblemas do embate ideológico que serviu como pano de fundo para as eleições.

Comentários finais sobre a *Folha de S. Paulo*

Com base nas análises, é possível identificar que a cobertura feita pelo jornal *Folha de S. Paulo* foi voltada para prejudicar a candidatura de Dilma Rousseff, beneficiando, assim, o candidato Aécio Neves. Apesar de a questão de gênero não aparecer de forma explícita ao retratar os candidatos – a capacidade de governar ou não o país não foi questionada baseada no gênero dos candidatos, por exemplo – a tendência do veículo em apoiar Aécio Neves por si só é capaz de mostrar como a representação feminina é passível de ataques.

A análise mostra também que a mídia tradicional, aqui representada pelo jornal de maior circulação do Brasil, tende a apoiar o candidato do gênero masculino, contribuindo para a exclusão ou a baixa representatividade feminina dentro do cenário político brasileiro. A tendência em apoiar o candidato Aécio Neves por meio do ataque à Dilma Rousseff revela não só um posicionamento ideológico do jornal, mas também um posicionamento avesso à presença do gênero feminino na política nacional.

4. Análise do jornal *Clarín*

Será analisado o debate político fomentado pelo jornal *Clarín*, da Argentina, diante das eleições presidenciais, a partir das manchetes principais das primeiras páginas do veículo, publicadas entre os dias 18 e 23 de Outubro de 2011 (com exceção do dia 21, no qual a matéria de destaque não se relaciona com o tema proposto). Serão observados a abordagem de cada uma das principais manchetes e os critérios de notícia que transformaram aquela informação no destaque do jornal do dia em questão.

Manchete 1: Cristina defendió a Moreno ante las críticas del campo (Cristina defendeu Moreno contra as críticas do setor agrário).

Data:18/10/2011



Figura 7: Capa do Clarín em 18 de outubro de 2011.

Crítérios:

Relevância: A manchete fala de Guillermo Moreno, Secretário do Comércio Interior da Argentina de 2006 a 2013, quando renunciou. Moreno ficou conhecido na imprensa argentina por tomar medidas impopulares principalmente entre os empresários, como a estagnação de preços. O secretário foi acusado também de manipular alguns dados do Indec, instituto argentino similar ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A relevância do fato se dá principalmente porque Cristina Kirchner se posicionou a favor de Moreno, indo de encontro com os interesses da classe empresária, o que poderia impactar em sua reeleição para a presidência. Moreno também havia sido acusado de agressão contra um ativista do candidato que concorria com Cristina Kirchner, Hermes Binner.

Tempo: A proximidade das eleições torna praticamente todas as declarações de Cristina Kirchner relevantes, já que é a partir delas que o eleitor vai se decidir – principalmente aquela parcela do eleitorado que ainda não havia decidido em quem votaria. Nesse caso, alguns dias antes da votação, a candidata defendeu um dos mais polêmicos secretários de seu governo, que era visto com desaprovação por setores importantes da sociedade argentina.

Notabilidade: O fato de Guillermo Moreno estar envolvido em polêmicas acerca de suas decisões e declarações é potencializado pela defesa de Cristina Kirchner, como se ela estivesse defendendo o “indefensável”. O alcance da notícia é ainda maior se tratando de poucos dias antes do pleito.

Abordagem:

O fato de Cristina Kirchner sair em defesa de Moreno, tendo ele sido acusado de manipulação de dados, compromete sua imagem diante dos eleitores. Houve também uma acusação de agressão a um militante do partido da oposição contra Moreno, o que acaba colocando em questão quem são os aliados de Cristina Kirchner nesse momento. Dessa forma, é possível identificar a intenção do veículo de associar a imagem de Cristina Kirchner ao Secretário do Comércio de uma forma negativa.

De acordo com a manchete, Cristina Kirchner defendeu Guillermo Moreno das acusações. No entanto, sua declaração se limita à honestidade do secretário e ao bom cumprimento de suas tarefas. A manchete não deixa claro se a declaração da candidata estava relacionada às acusações feitas ao secretário, ou se ela apenas disse sua impressão de Guillermo Moreno em suas funções políticas; novamente, uma forma de vincular a imagem de Cristina Kirchner às polêmicas acerca do secretário.

Manchete 2: Movida en la CGT para buscarle um sucesor a Moyano (Confederação Geral do Trabalho se move para buscar um sucessor para Moyano)

Data: 19/10/2011



Figura 8: Capa do Clarín em 19 de outubro de 2011

Crítérios:

Relevância: Apesar de a notícia não estar ligada diretamente a Cristina Kirchner, Hugo Moyano, citado na notícia, fazia oposição ao seu governo por meio da Confederação Geral do Trabalho, que abrigava diversos sindicatos. Moyano passou 19 anos à frente da Confederação (de 1992 a 2011), por isso sua saída é relevante tanto para o momento das eleições, nas quais Cristina Kirchner está concorrendo, quanto para a população – que também é formada pelas pessoas que participam da Confederação, como é o caso dos caminhoneiros e garis. Além disso,

a saída de Moyano também é estratégica para o veículo, já que o sindicalista tentou impedir a circulação do jornal em 2010, por meio de piquetes em frente à gráfica responsável por imprimir o *Clarín*.

Tempo: A notícia surgiu apenas alguns dias antes da eleição, sinalizando que um dos opositores de Cristina Kirchner estava perdendo sua força política exatamente naquele momento.

Abordagem:

O veículo deu destaque e praticamente comemorou a saída de Hugo Moyano da liderança da Confederação Geral do Trabalho. A notícia ainda explica que mais da metade dos congressistas, dirigentes dos grêmios, queria a saída do sindicalista. Alguns deles exigiam que Moyano deixasse o cargo imediatamente.

A manchete não cita Cristina Kirchner nem os impactos positivos que a saída de Moyano poderiagerar para sua campanha, mas a ligação pode ser feita, já que a candidata e o sindicalista já haviam dado anteriormente declarações à imprensa que evidenciavam seus pontos de vistas e discordâncias políticas.

Manchete 3: Empezó la cuenta regresiva con el cierre de campañas (Começou a contagem regressiva com o encerramento de campanhas).

Data: 20/10/2011



Figura 9: Capa do *Clarín* em 20 de outubro de 2011

Critérios:

Notabilidade e Relevância: A apenas quatro dias da eleição, a agenda dos candidatos se intensifica e a disputa começa a apontar para o resultado final das eleições. A manchete destaca que os candidatos, entre eles Cristina Kirchner e Hermes Binner, estão se preparando para o dia do pleito.

Tempo: As eleições presidenciais se aproximam e a contagem regressiva para o dia da votação intensifica as agendas dos candidatos e a atenção que eles atraem diariamente.

Abordagem:

O veículo procura mostrar que os candidatos estão intensificando suas agendas e colocando esforços da campanha, já que o pleito está se aproximando. As eleições são tratadas como uma verdadeira competição, e o encerramento das campanhas, que é feito alguns dias antes do pleito, é visto como um momento decisivo para os resultados da votação.

Manchete 4: Fuerte intervención del Gobierno para contener el dólar (Forte intervenção do governo para conter o dólar).

Data: 22/10/2011



Figura 10: Capa do Clarín em 22 de outubro de 2011

Crêterios:

Relevância: Sendo a principal moeda de troca global, o valor do dólar   uma das grandes preocupa es econ micas na maioria dos países, principalmente nos países latino-americanos, que têm, em sua maioria, sua moeda desvalorizada em rela o   moeda americana. Outra questão   a interven o do governo para que o valor do dólar não suba, aumentando a desvaloriza o da moeda nacional. A interven o do governo muitas vezes   vista como oposi o ao livre mercado e, nesse caso, pode ser vista também como manipula o para que o valor do dólar não cresça a ponto de prejudicar a reelei o de Cristina Kirchner, que, além de candidata, era também Presidente da República naquele momento.

Tempo: Na data em questão, falta apenas um dia para as elei es presidenciais. Todas as decisões tomadas pelo governo nesse período são de extrema importância para a decisão da popula o.

Conflito e Notabilidade: A notícia comenta a inten o do governo de que o valor do dólar não aumente muito após as elei es, o que pode ser interpretado como previsão de uma possível desvaloriza o da moeda após a divulga o dos resultados do pleito, que apontavam a vitória de Cristina Kirchner. Os valores bastante altos estão ali expostos para reforçar a ideia de que o governo está preocupado com os reflexos da reelei o de Cristina Kirchner na economia do país.

Abordagem:

Por meio da análise,   possível interpretar que o veículo deixa transparecer a grande preocupa o do governo em mascarar certos indicadores, como a alta do valor do dólar depois das elei es, dando margem para a interpreta o de que a elei o de Cristina Kirchner, apontada como possível vencedora pelas pesquisas, prejudicaria o país economicamente.

Em nenhum momento o nome da candidata   citado, mas, por ela fazer parte do governo e por estar se reelegendo, de acordo com as pesquisas, a associa o da notícia com a imagem de Cristina Kirchner   imediata. A interven o do governo em

manter o valor do dólar mais baixo seria, de acordo com a interpretação da notícia, uma forma de conter os prejuízos que a reeleição de Cristina Kirchner traria ao país.

Manchete 5: Cristina, por la reelección y la mayoría del Congreso (Cristina, pela reeleição e a maioria do Congresso).

Data: 23/10/2011



Figura 11: Capa do Clarín em 23 de outubro de 2011

Crêterios:

Relevância e Tempo: O dia das elei es havia chegado, e a expectativa não são para quem seria o próximo Presidente da República, mas também para quem teria a maioria no Congresso,   o assunto mais relevante. A manchete destaca Cristina Kirchner como principal candidata, colocando as elei es sob o parâmetro de reeleger a presidente ou não. Não parece haver uma disputa, mas sim a d vida se Cristina Kirchner continuaria ou não no governo. Além de a notícia dar o parâmetro geral de como seria o pleito por todo o país, o texto foca no fato de a oposi o estar buscando equilíbrio por meio da disputa pela elei o de Deputados e Senadores. Dessa forma, a notícia coloca como previsível a vitória de Cristina Kirchner.

Abordagem:

A questão central para a notícia parece ser se a candidata Cristina Kirchner vai ser reeleita ou não, mas principalmente se ela terá a maioria no Congresso Nacional, elemento importante para garantir que os congressistas estejam ao lado da presidência na maioria das decisões a serem tomadas a partir de então.

Ao mesmo tempo, afirmando que a oposi o está buscando equilibrar o cenário através da elei o de Deputados e Senadores, a notícia aponta como certa a reelei o de Cristina Kirchner. Diferente da candidata brasileira, Dilma Rousseff, Cristina Kirchner não disputava as elei es com uma oposi o fortalecida.

Comentários finais sobre o *Clarín*:

Com base nas análises,   possível identificar que a cobertura feita pelo jornal Clarín foi voltada para levantar diversas questões sobre Cristina Kirchner, inclusive seus esforços para garantir que sua reelei o não prejudicasse o país. O veículo

não poderia ignorar os indicadores das pesquisas, que mostravam Cristina Kirchner a frente dos demais candidatos. Dessa forma, o jornal parece ter assumido uma postura hostil, sem negar que a candidata provavelmente seria reeleita.

A questão de gênero não aparece de forma explícita ao retratar a candidata – a capacidade de governar ou não o país não foi questionada baseada em seu gênero, por exemplo. Apesar de não ser explícita, há sutilezas que ajudam a compor um cenário maior de diferenças de tratamento.

Apesar de não apoiar o candidato da oposição – uma vez que as notícias destacadas pelo veículo mostram que a vantagem numérica de Cristina Kirchner sobre os outros candidatos e sua provável vitória não podiam ser negadas –, o veículo analisado colocou em questão durante o período a credibilidade da candidata, tanto por meio de suas decisões políticas ainda como presidente em exercício quanto por meio de suas declarações.

5. Considerações finais

As eleições presidenciais que ocorreram na Argentina, em 2011, e no Brasil, em 2014, tiveram vários aspectos pelos quais é possível traçar um paralelo por meio de comparações, principalmente porque era a primeira vez em ambos os países que duas mulheres concorriam à reeleição presidencial: Cristina Kirchner, na Argentina, e Dilma Rousseff, no Brasil. Tendo em vista a mulher latino-americana na política, a pouca representatividade feminina no cenário de ambos os países e a relação estabelecida ao longo das décadas entre a mídia, as discussões públicas e as eleições, o paralelo entre a cobertura da mídia em ambos os países fica ainda mais evidente.

Ambos os jornais citam as candidatas em quase todas as manchetes, principalmente por se tratarem na época não apenas de candidatas às eleições, mas

também atuais presidentes do Brasil e da Argentina. Assim, os jornais *Folha de S. Paulo* e *Clarín*, com perfil mais liberal e voltados para os leitores de classe média-alta, procuraram noticiar principalmente os fatos que poderiam, de alguma forma, influenciar a candidatura de Cristina Kirchner e Dilma Rousseff de forma negativa, deixando, muitas vezes, de dar destaque para as ações dos candidatos da oposição.

Os critérios de relevância, notabilidade e tempo são os mais evidentes dentro da análise, já que se tratam de notícias que antecederam as eleições presidenciais – o evento mais importante de ambos os países, que afeta toda a população e é de interesse de todos os eleitores. Ambos os países estavam com os olhares voltados para o pleito, e é de responsabilidade da mídia dar a devida atenção ao acontecimento, principalmente para informar os eleitores sobre as propostas de cada candidato para o país e sobre o que está acontecendo no cenário político nos dias que antecedem as eleições.

No entanto, pode-se deduzir, a partir das análises, que as intenções de ambas as publicações eram prejudicar a reeleição das candidatas e levar o leitor a optar pelos candidatos da oposição – principalmente devido à abordagem que os veículos escolheram para retratar o cenário político que precedeu em alguns dias o pleito. Em nenhum momento as publicações abordaram nas manchetes fatos negativos em relação aos candidatos da oposição, deixando de dar às eleições uma cobertura mais completa, e privando a população de mais informações que poderiam influenciar suas escolhas no momento da votação. Apesar disso, ambas as candidatas foram reeleitas em seus países, já que outros fatores além da mídia influenciam na decisão dos eleitores, como, por exemplo, a militância dos partidos políticos – ponto que pretendo trabalhar em estudos futuros.

A exposição da figura pública de ambas as candidatas e a desvantagem da representatividade feminina na política demonstram que as eleições presidenciais que reelegeram duas mulheres, tanto no Brasil quanto na Argentina, foram simbólicas, mas não refletem o verdadeiro cenário político dos países em questão. Além disso, apesar de existirem várias diferenças conjunturais entre o Brasil e a Argentina, as semelhanças de ambas as eleições levam à dedução de que os países latino-americanos apresentam ao longo da história diversas similaridades que

podem ser encontradas em aspectos sociais, econômicos e políticos, quando analisados.

6. Referências bibliográficas

ACERVO Folha de S. Paulo. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/>>. Acesso em 20 set. 2015.

ACERVO Clarín. Disponível em: <<http://www.clarin.com/ediciones-antteriores.html>>. Acesso em 22 set. 2015.

ANDI COMUNICAÇÃO E DIREITOS. **Mídia e democracia.** s/d. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/page/midia-e-democracia?page=10>>. Acesso em 12 set. 2015.

BOBBIO, N. **A Democracia e o Poder Invisível.** In: O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo. Tradução Marco Aurélio Nogueira. 6ª Edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão.** Tradução Maria Lúcia Machado. 6ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DEEPASK. **Consulte o percentual da população masculina e feminina economicamente ativa por país e sua posição no ranking mundial – ARGENTINA.** s/d. Disponível em: <<http://www.deepask.com/goes?page=argentina-Consulte-o-percentual-da-populacao-masculina-e-feminina-economicamente-ativa-por-pais-e-sua-posicao-no-ranking-mundial>>. Acesso em 29 ago. 2015.

GUARDIA, S. B. **Democracia e participação política das mulheres na América Latina**. Revista Diálogos do Sul. 19 abr. de 2015. Disponível em: <<http://www.dialogosdosul.org.br/democracia-e-participacao-politica-das-mulheres-na-america-latina/19042015/>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

JARDIM PINTO, C. R. **Feminismo, história e poder**. Revista de Sociologia e Política, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

LIMA, V. A. **Sete teses sobre mídia e política no Brasil**. Revista USP, São Paulo, n.61, p. 48-57, março/maio 2004.

MARQUES, R. M.; BARBOSA, E. C.; HUTZ, A. **A situação da mulher na América Latina e no Caribe**. Temporalis, Brasília (DF), ano 10, n.20, p.197-220, jul./dez. 2010.

MIGUEL, L. F. **Os meios de Comunicação e Prática Política**. São Paulo: Lua Nova Editora, 2002.

_____. **Apresentação: Dossiê Mídia e Política**. In: Revista de Sociologia e Política, n. 22, 2004. Disponível em <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/rsp/article/view/3657/2914>>. Acesso em 27 out. 2015.

MILL, J. **Essay on government**. In: LIVELY, R.; REES, J. (ed.). Utilitarianlogicandpolitics. Oxford: Clarendon Press, 1978.

MONOGRAFIAS BRASIL ESCOLA. **Política e mídia são inseparáveis**. s/d. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/historia/politica-midia-sao-inseparaveis.htm>>. Acesso em 12 set. 2015.

PACIEVITCH, T. **População da Argentina**.s/d. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/demografia/populacao-da-argentina/>>. Acesso em 29 ago. 2015.

PESQUISA Mensal de Emprego – PME Dia Internacional da Mulher. **A mulher no mercado de trabalho: Perguntas e respostas**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2015.

PINHEIRO, L. S. **Vozes Femininas na Política – uma análise sobre as mulheres parlamentares no pós-Constituinte**. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2007.

ROUSSEAU, J. J. **Do Contrato Social**. Tradução Rolando Roque da Silva. Edição eletrônica: Ridendo Castigat Mores. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cv00014a.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2014.

SINDICATO dos Empregados em Conselhos e Ordens de Fiscalização Profissional e Entidades Coligadas do Distrito Federal. **Mulheres brasileiras e o direito de voto**. Disponível em: <<http://sindecodf.org.br/site/2015/03/12/mulheres-brasileiras-e-o-direito-ao-voto/>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Santa Catarina: Editora Insular, 2004, v.1.

_____. **Teorias do Jornalismo**. Santa Catarina: Editora Insular, 2005, v. 2.

WOLLSTONECRAFT, M. **Reivindicação dos direitos das mulheres: o primeiro grito feminista**. Tradução Amanda Odélius, Andreia Reis do Carmo. São Paulo: Edipro, 2015.