



A BELA E A FERA: AS REVISTAS SEMANAIS E A MANIPULAÇÃO DA NOTÍCIA

Elizabeth Christina de Andrade Lima*

José Marciano Monteiro**

Maria Lucinete Fortunato***

Resumo: Este artigo propõe uma confluência entre três temas: gênero, política e mídia, tomando como caso para análise a visibilidade ou invisibilidade midiática da então presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, e da atual primeira-dama, Marcela Temer, nas revistas semanais *Veja* e *IstoÉ*, com o objetivo de problematizar como elas são enunciadas ao público-leitor e até que ponto as distintas imagens que se apresentam fortalecem e fazem perdurar os estereótipos de gênero a fim de constranger a disputa por espaços de poder, bem como a ação política e administrativa das mulheres e a visibilidade desta ação no noticiário jornalístico. Partimos da compreensão da mídia como um fator fundamental na produção de capital político nas sociedades contemporâneas, com base nos meios de comunicação de massa, e de que a mídia pode e deve ser pensada como esfera ou espaço privilegiado de difusão de representações do mundo social e que, portanto, pode se estabelecer como momento da representação de uma cultura política excludente, responsável por alijar as questões das mulheres e as de gênero do debate político e, conseqüentemente, da agenda pública e das relações socioculturais. Concluímos que as referidas revistas intentam, por meio de suas narrativas, oferecer “jeitos de ser” do feminino, por meio de uma série de estereótipos de gênero que precisam ser questionados e problematizados pelos leitores e não naturalizados, como parece ser o objetivo de tais narrativas.

Palavras-chave: Mídia. Gênero. Política. Revista. Cultura.

INTRODUÇÃO

Passada a euforia da segunda vitória da presidenta Dilma Rousseff nas eleições de 2014, em uma campanha marcada por denúncias e desrespeitos por parte dos candidatos, que

* Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFGC). Professora titular de Antropologia da Universidade Federal de Campina Grande (UFGC). *E-mail:* ecalima@terra.com.br

** Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFGC). Professor adjunto de Sociologia da Universidade Federal de Campina Grande (UFGC). *E-mail:* mlucinete@uol.com.br

*** Doutora em História Social pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professora Associada em História da Universidade Federal de Campina Grande (UFGC). *E-mail:* marcianouepb@hotmail.com

protagonizaram uma das campanhas mais vorazes e desconstrutivas para a democracia brasileira, em seu processo e na repercussão da própria eleição, um fato nos chamou a atenção: a forte presença da mídia escrita, televisiva e do *ciberespaço* na tentativa de desconstrução da imagem da então eleita presidenta Dilma Rousseff.

Fizemos questão de, na semana seguinte à posse da presidenta, vasculhar, por exemplo, a capa e o editorial de todas as revistas semanais brasileiras, pois acreditávamos que ao modo da primeira vitória, em 2010, ela seria comemorada pelo aspecto histórico que tal fato representava, afinal, marcava-se novamente o seu protagonismo: a primeira mulher reeleita à presidência do Brasil.

Infelizmente, nada disso ocorrera; só a revista *Veja* trouxe a presidenta na capa e, ainda assim, com a clara intenção de destacar os grandes desafios que ela teria de enfrentar, somada a uma grande parcela de dúvida se, de fato, ela conseguiria tal feito. As demais revistas, por exemplo, *IstoÉ* e *Época*, sequer fizeram menção ao fato em suas capas, dedicaram não mais que duas páginas para a notícia e escolheram tratar de outros temas em seus editoriais, implodindo assim, literalmente, qualquer possibilidade de destaque ao acontecimento histórico para a cultura da política brasileira. Mesmo a revista *Carta Capital*, que pode ser classificada com uma linha editorial de tendência ideológica mais de esquerda, fez menção a vitória da presidenta, mas não lhe dedicou a capa, foram apenas poucas laudas destinadas ao tema da reeleição.

Observamos por meio da leitura das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Carta Capital* uma tentativa extremamente competente de desconstruir, por parte das duas primeiras, uma imagem pública¹ positiva da presidenta. O que lemos durante a campanha presidencial no primeiro ano de seu governo, em toda a movimentação acerca da abertura do processo de *impeachment* (em 2 de dezembro de 2015), na sua saída definitiva da presidência (em 31 de agosto de 2016), foi uma enxurrada de críticas e uma tentativa de associar sua imagem à escândalos de corrupção, à ineficiência administrativa e à incompetência para governança do Brasil. Além dessa instância midiática, acompanhamos em outros *mass media*, como a internet, uma escala crescente de discursos e práticas que buscavam desqualificar a presidenta, seja no formato de manifestações públicas, ou em protestos contra a presidenta – pedidos de *impeachment* orquestrados e ocorridos no Brasil por manifestações de grupos que se autodenominavam "Revoltados on-line", "Vem pra rua", "Movimento Brasil Livre" (MBL) e "SOS Militares" –, que repetiam o discurso de repúdio e de misoginia a ela dirigidos.

1 - Utilizamos do conceito de imagem pública com base na definição de Wilson Gomes (2004, p. 242), segundo o qual deve-se levar em conta que imagem pública não diz respeito somente à pessoa física, corpórea, mas uma ideia ou fato cognitivo a respeito da pessoa e construído por meio da comunicação, produção e emissão de discursos junto aos receptores. Segundo Gomes (2004, p. 251), as imagens se fazem, principalmente, com discursos e ações.

Nunca se viu e se leu tantas manifestações de desrespeito a uma figura pública. Quando a presidenta assumiu o governo, as manifestações não cessaram, muitas vezes em forma de palavras altamente violentas.. Ela se viu isolada no poder e sua imagem foi, sistematicamente, desconstruída por uma saraivada de críticas, acusações e expressões de ódio que, a cada dia, ganhavam maior destaque e visibilidade midiática.

Soma-se a isso a publicação de um artigo veiculado pela revista *IstoÉ* que, na edição de 6 de abril de 2016, trouxe na capa a imagem de Dilma Rousseff, como se estivesse tendo um surto psicótico, acompanhada da manchete: "As explosões nervosas da presidente: em surtos de descontrole com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais para conduzir o País". Na matéria, Dilma Rousseff chega a ser comparada com Dona Maria I, a louca, mãe de Dom João VI.

Tal revista nos chamou atenção porque, ao comparar a sua narrativa com outra, veiculada pela revista *Veja* em abril de 2016, no formato de edição extra sobre a abertura do processo de *impeachment* da presidenta, que em sua página 28, traz uma matéria intitulada "Bela, recatada e 'do lar'", para fazer menção a atual primeira-dama do Brasil, Marcela Temer, percebemos duas narrativas totalmente distintas na forma de apresentar essas mulheres, Dilma e Marcela, e de como elas são enunciadas ao público leitor.

Com base no exposto, pretendemos partir de um recorte de gênero, com o objetivo de problematizar até que ponto essas duas narrativas tem por objetivo fazer perdurar os estereótipos de gênero, a fim de constranger a ação política e administrativa das mulheres, e a visibilidade desta ação no noticiário jornalístico, por meio de um processo que se retroalimenta. Em outras palavras, tentaremos propor uma espécie de confluência entre três temas: gênero, política e mídia. Embora saibamos que existe toda uma tradição de trabalhos acadêmicos para cada um dos pares de temas (como estudos sobre: gênero e política, política e mídia e gênero e mídia), a interseção das três temáticas ainda é campo pouco estudado no Brasil.

Acreditamos que propor tal cruzamento, tomando como caso para análise a construção da imagem pública de Dilma Rousseff e de Marcela Temer pelas mídias mencionadas, nos parece interessante na medida em que a visibilidade nos meios de comunicação de massa é um fator fundamental na produção de capital político nas sociedades contemporâneas. Em outras palavras, a mídia pode e deve ser pensada como uma esfera de representação, um espaço privilegiado de difusão de representações do mundo social e que, por isso mesmo, se estabelece como momento de uma representação especificamente política.

A DISPUTA DAS MULHERES POR ESPAÇOS DE PODER

É provável que um dos espaços públicos em que a mulher tem mais dificuldade de se inserir é o da política. A pouca representação feminina no cenário político pode ser justificada,

entre outros motivos, por vivermos ainda em uma sociedade marcada por fortes traços patriarcais. Estes baseiam as relações entre homens e mulheres, para além de suas diferenças biológicas, atribuindo papéis sociais para ambos. O patriarcado reservou às mulheres o lugar da submissão, do espaço privado do lar, o cuidado com os filhos e idosos, o de ser mãe. E aos homens foi dado o lugar da autoridade, o espaço público e o de prover as necessidades materiais da família.

Apesar dos avanços importantes nas lutas femininas por direitos e espaço dentro da sociedade, a divisão sexual do trabalho ainda dita a forma como homens e mulheres devem ocupar esse espaço. As mulheres, ou boa parte delas, já não estão mais reclusas em suas casas e obrigadas a obedecerem aos seus pais ou maridos. Porém, o lar e o cuidado da família e dos filhos ainda são responsabilidades que pesam mais sobre as mulheres do que sobre os homens. A cultura machista brasileira torna difícil o acesso a uma carreira profissional de sucesso para as mulheres, porque, além da divisão sexual do trabalho, a população feminina ainda tem de conviver com o machismo arraigado que define o que é e o que não é lugar para mulher.

A política é um espaço de disputa de poder, e o poder dentro de uma cultura dita patriarcal é uma categoria reservada aos homens, ou pelo menos é assim que a sociedade tenta se articular. É claro que, hoje, muitas mulheres ocupam cargos de chefia, seja em cargos públicos ou em grandes empresas. A questão é que a capacidade dessas mulheres é questionada, sistematicamente; a imagem delas deve corresponder às expectativas do que é ser mulher. Os papéis e comportamentos que o patriarcado atribui às mulheres correspondem ao ideal de uma espécie de "singularidade do ser feminino". A delicadeza, o cuidado, a submissão, o altruísmo, todas essas características são socioculturais e nada tem a ver com o biológico, portanto, não são naturais. Porém, dentro de uma realidade machista, possui uma significação que baseia a relação entre homens e mulheres. Desse modo, quando uma mulher opta por ter uma carreira política, ela rompe com a ideia de que o poder é algo masculino, mas, ao mesmo tempo, não pode fugir das expectativas do que a sociedade pensa sobre o que é ser do sexo feminino, ela não pode deixar de lado as "singularidades do feminino" (BARREIRA, 1998).

Na política, principalmente no que diz respeito ao momento das eleições, os candidatos e candidatas constroem suas imagens para convencer os eleitores e assim conquistar votos. Essas imagens precisam corresponder às expectativas do público para o qual se apresentam. A imagem pública, por relacionar-se à interpretação e ao entendimento que as pessoas produzem acerca dos atos e discursos dos políticos, é mutável, reajustável e possui limites imprecisos. Ela não está ligada somente aos atributos físicos de uma pessoa, nem a uma definição visualmente pautável e concreta. A imagem pública mantém a função de suplemento para obtenção da adesão popular, criando efeitos sobre a opinião pública, sobre as eleições e sobre a esfera pública de debate (GOMES, 2004).

Quando falamos de candidaturas femininas, a imagem pública apresentada por essas candidatas é baseada nas noções acerca do ser mulher, como aponta Irllys Barreira (1998, p. 106):

Pensar sobre a existência de uma simbologia das candidaturas femininas pressupõe também indagar se essas candidaturas trazem especificidades, sobretudo se comparadas a candidaturas masculinas. Mulheres na condição de candidatas ensejam a emergência de símbolos e estratégias discursivas ligados à moral, à ética ou valores femininos que lhe são atribuídos naturalmente tais como sensibilidade e sinceridade, entre outros. Existe, portanto, uma especificidade referida ao uso de atributos de gênero como forma de diferenciação política.

Segundo Barreira (1998), as candidaturas femininas possuem essa diferenciação baseada nas especificidades de gênero. Nestes termos, nos apropriamos da categoria de gênero formulada por Joan Scott (1995), que discorre sobre gênero afirmando que tal conceito refere-se a um sistema de relações de poder baseadas em um conjunto de qualidades, papéis, identidades e comportamentos opostos atribuídos a mulheres e homens. Gênero, seguindo a explicação de Scott (1995), difere de sexo, visto que o último refere-se às diferenças biológicas, ao passo que o primeiro diz respeito às diferenças sociais e culturais dentro de um contexto histórico.

Quando nos referimos à gênero no universo político, devemos salientar que a construção dos discursos e imagens por parte dos atores políticos depende da forma como se dão as relações sociais entre homens e mulheres. Dessa forma, as diferenças na maneira como os atores agem dentro da esfera política dizem muito sobre as expectativas da sociedade a respeito dos papéis sociais de mulheres e homens. As eleições representam um ambiente muito propício para a análise da construção social desses papéis sociais, visto que em espaços de disputa de poder ficam mais evidentes as diferenças culturais, sociais e políticas que norteiam as relações de gênero.

Como já exposto anteriormente, Dilma Rousseff representa um marco dentro da luta feminina por uma política brasileira mais igualitária, por uma democracia que, de fato, ofereça as mesmas oportunidades para homens e mulheres, respeitando suas diferenças biológicas e não reforçando práticas machistas que os colocam em desigualdade de gênero. No entanto, não vimos discursos midiáticos que chamassem atenção para esse inédito fato: a ascensão das mulheres nos espaços de poder. Ao contrário, o que vemos é um contínuo e contundente processo de desqualificação da mulher na política, em especial, daquela que chegou ao mais alto cargo político do Brasil.

Portanto, os meios de comunicação são uma esfera de representação política, o que significa compreendê-los como o espaço privilegiado de disseminação dos diferentes projetos e perspectivas dos grupos em conflito nas sociedades contemporâneas e de discursos que intencionam instituir formas de ver e de dizer as relações de poder (BIROLI, 2010).

A interseção entre gênero, política e mídia ganha, pois, novas formas a cada processo de disputa como, igualmente, sofre a influência da dinâmica da cultura, redirecionando seus rumos para se adequar ao modo como os sujeitos se expressam e se relacionam em cada contexto específico, definido não apenas em uma relação espaço-temporal, mas também no campo simbólico pela construção de cenários e representações (LIMA, 2004). A política, ao ser "vivida" e "experimentada" por meio das práticas rotineiras de interação social, entra em sintonia com os modos de pensar e agir de uma sociedade ou de grupos específicos que a compõem, sendo ressignificada pelo senso comum. Ao "corporificar" seu discurso na experiência cotidiana, o jogo político proporciona a construção de vínculos identitários entre os sujeitos envolvidos pela teia da cena eleitoral, rompendo a distância entre o "homem comum" e a redoma que o separa dos núcleos institucionais do poder.

Neste sentido, ao analisar o jogo político, temos de considerar que, principalmente no modelo da democracia representativa fundamentada no sufrágio universal, o poder político não é exercido apenas nas ações institucionais e na presença do Estado. Ele se expressa também por meio de práticas culturais e simbólicas, tendo sua legitimidade fundamentada na sedução retórica, sobretudo naquela instituída pelos meios de comunicação, nos momentos de campanha política, de vínculos e relações de identificação entre candidatos e eleitores, mesmo que estas relações também se estabeleçam, por diversas vezes, de forma contraditória e conflituosa.

Obviamente, não se pode considerar que a mídia, ou melhor, o sistema integrado de mídias, é o único fator decisivo na produção de representações em torno da política. Deve-se levar em consideração a conjuntura política e o contexto específico de cada acontecimento, ou seja, determinados discursos e valores podem ser percebidos de formas distintas de acordo com seu contexto, tomando diferentes significações que vão interferir na construção de dada imagem sobre um fato ou personagem político.

ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO E O ESPAÇO DA POLÍTICA

É no contexto de um sistema patriarcal, sexista e estruturado em uma divisão sexual do trabalho que as mulheres, apesar de sua presença nesses espaços, permanecem a enfrentar diversos obstáculos e estigmas quanto a sua legitimação frente a um cargo público. "As mulheres estão habituadas à exigência de superqualificação, imposta aos integrantes de grupos subalternos que ingressam em espaços privilegiados. Elas sabem, ainda que de forma intuitiva, que lhes é cobrada uma competência superior para que possam exercer tais funções" (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 94).

A ocupação de mulheres na vida política informal ou institucional tem sido compreendida pelos que se dedicam a essa temática – principalmente os intelectuais e o movimento femi-

nista – como um processo de transformação que transcorre entre o silêncio e a voz (PINHEIRO, 2007). Ou seja, há um entendimento de que a não participação feminina nas esferas de poder caracteriza a incompletude da democracia representativa.

Pinheiro (2007) destaca ainda que, ao se discutir a importância da presença feminina nos espaços de poder, são levantadas questões que perpassam pela formação dos papéis sociais moldados entre os sexos masculino e feminino, em que, muitas vezes, podem estar escondidas sob a justificativa e importância da mulher na vida política. A autora acredita que a ideia de defender a presença feminina na política baseia-se na lógica da "política de presença", na crença de que as melhores representantes para a população feminina são elas próprias.

Entretanto, para se inserirem na política e alterá-la ou ressignificá-la, imobilizariam inúmeras possibilidades de compreender as transformações impulsionadas por elas na esfera política. Pinheiro (2007, p. 21) assevera que não há nenhuma garantia de que a maioria feminina signifique pluralidade na defesa dos interesses femininos. Pelo contrário, com essa lógica, ocorre a naturalização de um fenômeno que é socialmente construído, mas que, mesmo demonstrando maior participação em áreas de grande vulnerabilidade da sociedade e nos papéis que exercem dentro da esfera privada, não significa a existência de uma espécie de vocação inata. Pinheiro (2007, p. 21) complementa:

A noção de gênero constitui-se em um elemento central para a explicação do comportamento das mulheres na política institucional. Assim, há reconhecimento da existência de construções sociais a definirem o que é ser homem e o que é ser mulher, e de que essas mesmas construções orientam o estabelecimento de relações sociais, construindo "preferências" que resultam em comportamentos e em representações diferenciadas entre os sexos.

Ao propor a utilização do termo gênero, Scott (1995) sugere que qualquer informação sobre as mulheres é necessariamente informação sobre os homens, que um implica no estudo do outro. A autora enfatiza que o mundo das mulheres faz parte do mundo dos homens, e que ele é criado nesse e por esse mundo masculino. O termo gênero designa, ainda, as relações sociais entre os sexos, rejeitando de maneira explícita explicações biológicas que são utilizadas para justificar diversas formas de subordinação feminina. Em contraposição, o termo gênero torna-se uma forma de indicar "construções culturais", a criação inteiramente social de ideias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres.

Scott (1995) também conclui que gênero é uma categoria analítica, ou seja, o conhecimento sobre a diferença sexual, sempre relativo, produzido por amplos e complexos quadros epistêmicos que, além de estarem presentes em ideias, estão em instituições, estruturas e práticas cotidianas, em tudo aquilo que constitui as relações sociais. A autora identifica que gênero é um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre

os sexos, como também é o primeiro modo de dar significado às relações de poder. Essas diferenças são símbolos culturalmente contidas em representações simbólicas, expressas em doutrinas religiosas, educativas, políticas e jurídicas.

Nestes termos, podemos identificar dois aspectos importantes na definição de gênero: primeiro, a ideia de que o biológico não é capaz de explicar os diferentes comportamentos de homens e mulheres, pois são produtos sociais, aprendidos, internalizados e reproduzidos; e, segundo, a distribuição desigual de poder entre os sexos.

No campo do gênero, os homens, como sujeitos pertencentes à estrutura social imposta, têm liberdade quase absoluta, desfrutam de autonomia e são dominantes nos espaços públicos e de decisão, não necessitando submeter-se a outra categoria de sexo para realizar seus projetos e desejos. Já as mulheres, também como sujeitos pertencentes à estrutura social vigente, precisam solicitar autorização à "primeira" categoria. Isso implica afirmar que se a autonomia, o poder de decisão e a maior ocupação de espaços privilegia apenas uma categoria social de sexo, ficam patentes a hierarquia e a desigualdade.

A categoria de gênero pode ser entendida como elemento essencial para compreender as formas de entrada das mulheres na política e os papéis desempenhados por elas quando se estabelecem nesse meio. Ela permite-nos, ainda, entender algumas peculiaridades referentes à relação entre mulheres e a prática política.

Claudia de Faria Barbosa (2008) compreende a exclusão social e política da mulher na esfera pública pela dimensão relacional em que homens e mulheres não se reconhecem como pares, mas como superiores e inferiores: "A invisibilidade política ou não presença provém da dimensão intrínseca de relações de domínio e subordinação, portanto de relações de gênero" (BARBOSA, 2008, p. 1).

Assim, as carreiras políticas das mulheres tornam-se reconhecidas e se legitimam baseadas na exaltação de certos "atributos e valores femininos", como exigência de uma sociedade pautada na reprodução e persistência do papel tradicional da mulher: mãe, esposa, dona de casa, cuidadora, abnegada, frágil e generosa. Dessa forma, essas mulheres se lançam nos espaços de poder com base na constituição de imagens públicas de mulheres competentes, independentes e, sobretudo, detentoras de um diferencial no que se refere ao padrão de gestão masculino. Por consequência, Miguel e Biroli (2011, p. 78) afirmam que as mulheres se utilizam do chamado "pensamento maternal" ou "política do desvelo", além de utilizarem valores e atributos que transitam nos espaços sociais, associando e identificando as mulheres aos signos e estereótipos culturalmente criados e aceitos.

Ao chegarem ao poder, estudos como os de Miguel e Biroli (2011) mostram haver uma espécie de sub-representação das mulheres nesses espaços, que continuam condicionadas a pautas de cunho social (educação, políticas públicas, direitos humanos etc.), reforçando e reproduzindo o papel social de cuidadora e de doação da mulher. Não que tais pautas se tratem de algo de menor importância ou relevância, mas acabam por privar a participação

das mulheres em meios de maior visibilidade, como é o caso das comissões de orçamento ou de política econômica.

Ao tornar-se uma figura pública, adquirir visibilidade e reconhecimento social, as mulheres políticas passam a integrar a agenda de notícias e reportagens dos meios de comunicação. Sobre esse aspecto, alguns estudos apontam para o papel de conformação do discurso midiático com o do senso comum, corroborando para a perpetuação da naturalização de noções definidoras de padrões e estigmas que envolvem as mulheres nas esferas privada e pública da vida social, na qual ocorre uma espécie de reprodução e tentativa de manutenção dos papéis socialmente destinados a elas. Quanto a isso, Paiva (2008) afirma haver nessa arena midiática manifestações estereotipadas sobre as mulheres que disputam ou que já ocupam cargos de poder:

A grande questão é que o jornalismo de declaração, porque vinculado ao jornalismo-espetáculo, desvia quase sempre a discussão dos programas de governo, propostas dos candidatos, valores morais etc., para se concentrar em mesquinhas políticas, assuntos menores, fofocas referentes, principalmente, à vida pessoal dos candidatos. Quando mulheres, então, logo se comentam o seu estado civil (se solteira, casada ou divorciada), a sua maneira de se vestir, o seu jeito de falar, os seus atributos físicos etc. (PAIVA, 2008, p. 20).

A tentativa dos *mass media* de estereotipar os gêneros, especialmente o feminino, permite a reprodução de certo modelo de "ser mulher" acrescido ao atributo de gestora ou parlamentar; e, muitas vezes, tais classificações, previamente concebidas em nosso sistema de significação coletiva, tenta impingir uma espécie de "jeito de ser" que pode ou não coadunar com o que se encontra cristalizado culturalmente.

"A BELA E A FERA" NA NARRATIVA JORNALÍSTICA

Na obra *Discurso das mídias*, Charaudeau (2006, p. 38) diz que "a linguagem é cheia de armadilhas" e nós acrescentaríamos, sobretudo, armadilhas simbólicas, pois o enunciado, antes de tudo, significa e, ao significar, oferece distintas possibilidades de interpretação.

No artigo da revista *Veja*, ao qual aludimos anteriormente, a esposa do então vice-presidente, Marcela Temer, é apresentada ao leitor como uma mulher, no mínimo, especial e, até certo ponto, destoante do modelo feminino do século XXI, ou seja, inserida no mercado de trabalho e disputando espaços de pertencimento e equidade com o homem. A narrativa se inicia com a seguinte formulação da jornalista Juliana Linhares (2016, p. 28): "A quase primeira-dama Marcela Temer, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice".

Temos aqui, de início, a construção que a narrativa jornalística pretende apresentar: a antítese da mulher liberada, moderna e que reivindica pertencimento no espaço público por meio da ocupação no mercado de trabalho e de disputas por espaços de poder, ou seja, Marcela Temer é apresentada como o protótipo da mulher bela, recatada e do lar. Inclusive, é considerada uma mulher de sorte por ser casada com Michel Temer que, mesmo com treze anos de casamento, continua a ser um homem romântico e apaixonado pela esposa. Para provar tal assertiva, a jornalista narra sobre a iniciativa de Temer de levá-la a um dos restaurantes mais caros de São Paulo, cujo ambiente foi esvaziado para que apenas os dois pudessem viver "uma romântica noite" e se tratarem pelos apelidos de "Mar" e "Mi".

A matéria continua afirmando que "Marcela é uma vice-primeira-dama do lar" e acrescenta:

Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma [...]. Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. "Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada", diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. "Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras", conta a estilista Martha Medeiros (LINHARES, 2016, p. 29).

Ainda segundo a matéria, o cabelereiro Marco Antônio de Biaggi chegou a afirmar que "Marcela tem tudo para ser a nossa Grace Kelly²" (LINHARES, 2016, p. 29). Para finalizar, a jornalista destaca outra qualidade de Marcela, como "o braço digital do vice", complementando: "Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana [...] e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe" (LINHARES, 2016, p. 29).

Dessa forma, Marcela Temer, que pouco se tinha notícia nas mídias, principalmente em revistas, passou a ter grande destaque como uma jovem mulher. Acrescente-se, ainda, que tal espaço midiático foi concedido nas páginas de uma edição extra da revista *Veja*, que tratava especialmente da abertura do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, no momento em que a Câmara de Deputados permitiu, em 17 de abril, com 367 votos para sim contra 146 para não, a admissibilidade do processo e, por consequência, que este passasse a ser tramitado e julgado pelo Senado Federal.

No sentido totalmente oposto ao "modelo de mulher" e de "comportamento feminino" proposto pela *Veja* ao utilizar Marcela Temer como uma espécie de arquétipo ideal do "ser

2 - Grace Patricia Grimaldi, nome de casada de Grace Patricia Kelly (Filadélfia, 12 de novembro de 1929 - Monte Carlo, Mônaco, 14 de setembro de 1982), foi uma premiada atriz norte-americana, vencedora do Oscar na categoria Melhor Atriz e, após seu casamento com Rainier III, príncipe-soberano de Mônaco, tornou-se a princesa de Mônaco. Alardeada por sua beleza estonteante e simplicidade no comportamento virou modelo a ser seguido pelas mulheres. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/grace_kelly/>. Acesso em: 15 maio 2017.

mulher", a revista *IstoÉ*, coincidentemente no dia 6 do mesmo mês, exatos 15 dias antes da publicação da *Veja*, estampou na capa a imagem da então presidenta Dilma Rousseff como se estivesse tendo um surto psicótico.

Na matéria de oito páginas assinada pelos jornalistas Sérgio Pardellas e Débora Bergamasco, o que vemos é a construção da imagem pública de uma mulher, no mínimo, à beira da loucura. Asseveram eles:

Os últimos dias no Planalto têm sido marcados por momentos de extrema tensão e absoluta desordem com uma presidente da República dominada por sucessivas explosões nervosas, quando, além de destempero, exhibe total desconexão com a realidade do País. Não bastassem as crises moral, política e econômica, Dilma Rousseff perdeu também as condições emocionais para conduzir o governo. Assessores palacianos, mesmo os já acostumados com a descompostura presidencial, andam aturdidos com o seu comportamento às vésperas da votação do *impeachment* pelo Congresso (PARDELLAS; BERGAMASCO, 2016, p. 34).

A narrativa construída pelos referidos jornalistas tenta desconstruir a imagem de Dilma, impondo a ela a característica de uma mulher desequilibrada que, por não "suportar as pressões" por "tantas denúncias" a ela dirigidas e na imanência de perder o cargo, reage da forma mais negativa e triste possível: destratando e desrespeitando os seus subordinados e deprimindo o patrimônio público. Com base em tal construção narrativa, cabe aqui apresentar o argumento formulado por Patrick Charaudeau (CHARAUDEAU, 2006, p. 39):

Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolhas de formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas.

O efeito de sentido esperado pelo texto da aludida revista não é outro senão o de desqualificar Dilma Rousseff de suas competências para continuar a exercer a presidência do país. Como o leitor pode continuar a apoiar uma gestora cuja saúde mental se encontra tão debilitada? A narrativa continua com suas denúncias de forma apócrifa, já que nenhuma fonte é citada sobre a veracidade das informações coligidas:

Segundo relatos, a mandatária está irascível, fora de si e mais agressiva do que nunca. [...] dispara palavras aos borbotões a cada nova e frequente má notícia recebida. [...] Há duas semanas, ao receber a informação da chamada "delação definitiva" em negociação por executivos da Odebrecht, Dilma teria, segundo o testemunho de um integrante do primeiro escalão do governo, avariado um móvel de seu gabinete, depois de emitir uma série de

xingamentos. Para tentar aplacar as crises, cada vez mais recorrentes, a presidente tem sido medicada com dois remédios ministrados a ela desde a eclosão do seu processo de afastamento: rivotril e olanzapina, este último usado para esquizofrenia, mas com efeito calmante. A medicação nem sempre apresenta eficácia, como é possível notar (PARDELLAS; BERGAMASCO, 2016, p. 34).

Quebrar móveis, depredar o bem público, "sustentar-se em pé" a base de calmantes, um deles, inclusive, utilizado para pacientes com esquizofrenia, é o quadro apresentado sobre a saúde mental da presidenta. O texto discorre sobre o seu descontrole mental, desta vez, segundo os jornalistas, amparando-se no saber médico:

O modelo consagrado pela renomada psiquiatra Elisabeth Kübler-Ross descreve cinco estágios pelo qual as pessoas atravessam ao lidar com a perda ou a proximidade dela. São eles a negação, a raiva, a negociação, a depressão e a aceitação. Por ora, Dilma oscila entre os dois primeiros estágios. Além dos surtos de raiva, a presidente, segundo relatos de seus auxiliares, apresenta uma espécie de negação da realidade (PARDELLAS; BERGAMASCO, 2016, p. 36-37).

Neste discurso, concretiza-se aquilo que Charaudeau (2006) denomina "efeito de verdade", ou seja, de que ele estaria baseado na convicção. "O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de credibilidade, isto é, aquilo que determina o 'direito à palavra' dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida" (CHARAUDEAU, 2006, p. 49). O saber médico, portanto, chancela o descontrole mental da presidenta, restando ao leitor, então, a convicção de que Dilma perdeu o equilíbrio emocional. Para completar esse raciocínio, a matéria acrescenta:

É bem verdade que Dilma nunca se caracterizou por ser uma pessoa lhana no trato com os subordinados. Mas não precisa ser psicanalista para perceber que, nas últimas semanas, a presidente desmantelou-se emocionalmente. Um governante, ou mesmo um líder, é colocado à prova exatamente nas crises. E, hoje, ela não é nem uma coisa nem outra. [...] Os surtos, os seguidos destemperos e a negação da realidade revelam uma presidente completamente fora do eixo e incapaz de gerir o País (PARDELLAS; BERGAMASCO, 2016, p. 37).

O artigo é completado pela narrativa de outro jornalista, Antonio Carlos Prado, que, de forma subliminar, faz uma comparação do comportamento transloucado da presidenta com o comportamento exibido por Dona Maria I, mãe do regente Dom João VI, que entrou para a História conhecida como Dona Maria, a louca.

Não é exclusividade de nosso tempo e nem de nossas cercanias que, na iminência de perder o poder, governantes ajam de maneira ensandecida e passem a negar a realidade. No século 18, o renomado psiquiatra britânico Francis Willis se especializou no acompanhamento de imperadores e mandatários que perderam o controle mental em momentos de crise política e chegou a desenvolver um método terapêutico composto por "remédios evacuan-tes" para tratar desses casos. Sua fórmula, no entanto, pouco resultado obteve com a pa-ciente Maria Francisca Isabel Josefa Antónia Gertrudes Rita Joana de Bragança, que a his-tória registra como "Maria I, a Louca". Foi a primeira mulher a sentar-se no trono de Portugal e, por decorrência geopolítica, a primeira rainha do Brasil. O psiquiatra observou que os sintomas de sandice e de negação da realidade manifestados por Maria I se agra-varam na medida em que ela era colocada sob forte pressão (PRADO apud PARDELLAS; BERGAMASCO, 2016, p. 39).

Tentando agora fazer um exercício de comparação entre as narrativas das duas revistas anteriormente descritas, chamou-nos a atenção o lugar do feminino na política, marcado pela fragilidade emocional e incapacidade de lidar com as pressões e adversidades, e na sociedade, quando as duas mulheres, Marcela e Dilma, são apresentadas: em primeiro lugar, as duas tem uma importância social bastante diferente em termos de exposição midiática. Sobre a primeira, pouco se sabe, e sobre a última, há um conjunto de informações sobre sua biografia, pessoal e pública; assim o novo e o velho se apresentam para o deleite do leitor. Neste caso, há pelo menos um agravante: a imagem de Marcela, nova nas mídias, é de uma mulher equilibrada, feliz e bem realizada em sua vida privada; já a de Dilma, velha na narra-tiva midiática e comumente representada como uma mulher "dura, exigente e de pouco trato com seus subordinados", além de solitária, por não ter um marido ao seu lado, é apre-sentada com uma inovadora faceta: a marca do descontrole emocional, chegando a ser, como vimos, comparada a Dona Maria, a louca.

Em termos simbólicos, uma representa o novo que o país "almeja" e o novo tempo, o novo Brasil, o novo governante e, por que não dizer, a nova mulher. No entanto, cabe indagarmos: o que de novo Marcela apresenta para o leitor? Ser bela, recatada e do lar, a rigor, não tem problema nenhum, mas como ponderou Diana Corso, psicanalista e escritora, em resposta ao site da revista *Donna*:

Acho que a pobre Marcela, que eu não conheço, tampouco li seu perfil na revista, acabou, pelas suas opções, que ela é livre para fazer, carregando com o ônus da onda de retrocesso na liberação de costumes, que esse movimento que coloca seu marido no poder que está esboçando. [...] Então essa reação à essa frase, essa trapalhada mal-intencionada da revista *Veja*, é uma reação feminista, que acaba até fazendo um certo *bullying* com a Marcela, que

acaba arcando com isso. Porque é uma reação das mulheres em defesa dos direitos adquiridos ainda nada afirmados e longe do ideal, mas é uma espécie de grande brincadeira. E quando brincamos, dizemos coisas sérias. Que nós não queremos ser recatadas, não queremos ser tomadas em nossa beleza como objeto de posse ou de consumo, e muito menos queremos ficar presas em nosso lar sem poder ter vida pública. Então, a existência dessa mulher, que é, digamos, um bem privado de um homem público (assim pelo menos ela foi pintada para opinião pública, talvez ela nem seja isso) nos coloca frente àquilo que temos lutado para não ter mais que ser. Queremos ter um lar, mas não ser do lar. Queremos ser recatadas quando bem entendermos e assim desejarmos. E caso não sejamos recatadas, queremos o direito de não sermos estupidadas. Queremos ser belas, sim, mas do nosso jeito, não como uma boneca inflável ("BELA...", 2016).

Ao ser assim apresentada, a revista tenta imprimir um retorno nostálgico a um tempo que não existe mais no Brasil, pois a mulher ainda pode desejar casar-se, constituir uma família, ter filhos, uma casa, mas, igualmente, almejar a ocupação do espaço público, seguir uma carreira profissional, prover seu próprio sustento e ter autonomia sobre seus desejos, seu corpo e seus sonhos de inserção nas vidas pública e privada. Estamos, portanto, muito longe do Brasil Império, quando as mulheres eram inseridas em uma estrutura de subordinação e restritas às atividades domésticas, e em que, sob forte influência do sistema patriarcal, poucas eram as que podiam lutar por seus direitos e emancipação (BATISTA, 2008).

As mulheres eram definidas como a "parte moral da sociedade", a base da família na qual o lar, o casamento e a maternidade estruturavam sua existência social, cabendo aos homens o desenvolvimento de possibilidades e ambições de uma vida pública. Caberia a mulher, enfim, suprir o homem, seu companheiro, de todas as condições necessárias para a sua ascensão social e ela deveria ficar à sombra, nunca à frente, servindo de suporte para este.

Em outra matéria encontrada na *web*, ao propor uma comparação entre Dilma Rousseff e Marcela Temer, a jornalista Nathali Macedo, do *Diário do Centro do Mundo*, assim se manifestou para sair em defesa do modelo de "mulher emancipada, livre e forte":

Ao contrário de Marcela, Dilma é tudo que o patriarcado não quer: não obedece aos padrões de beleza estabelecidos, não se curva diante da exigência de subserviência feminina que ainda persiste, não cultiva a delicadeza tradicionalmente feminina (afinal, não somos obrigadas!), luta com as próprias mãos, derrama o próprio suor, e o que é pior: é a mulher mais poderosa do país. No bom e velho nordestinês: uma mulher de grelo duro. A *Veja*, a direita e os golpistas (agora sendo redundante, já que se resumem à mesma coisa) não querem as mulheres poderosas. Eles querem mais Marcelas e menos Dilmas. Mas continuam só querendo (MACEDO, 2016).

Em contraposição a matéria produzida pela *Veja*, a revista *IstoÉ*, trouxe a presidenta Dilma Rousseff na capa e, apresentando-a como uma mulher que seria exatamente o oposto de Marcela: não é bela, tampouco recatada, nem é do lar e, ainda, como já visto, com um agravante ao encontrar-se psicologicamente perturbada, vivendo sob o uso de remédios para controlar a sua ansia nervosa.

Ao apresentar a imagem pública de Dilma como alguém "fora de controle", a intenção parece ser não só a de desconstruir e deslegitimar a então presidenta, mas, como consequência, deslegitimar a própria luta das mulheres por espaços de poder.

De acordo com Miguel e Biroli (2011, p. 18), "a mídia de massa [é] um espaço de representação da política" e, de fato, o é. A disputa pela imposição de imagens públicas se constitui na grande característica das disputas eleitorais e da formação da opinião pública e a história tem demonstrado que, infelizmente, as mulheres estão desiguais em relação aos homens quando o que está em jogo é a disputa por espaços de poder e, exemplos como os experienciados por Dilma Rousseff, no caso da matéria da revista *IstoÉ*, só corroboram com essa assertiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando Dilma Rousseff disputou pela primeira vez as eleições para presidente em 2010, teve de lidar com inúmeros desafios, o maior deles, talvez, foi o machismo. Sua imagem pública foi atacada de diversas formas: questionaram sua sexualidade, sua vida íntima, sua racionalidade e sua competência para governar o Brasil. Na disputa de 2014 não foi diferente, apesar de estar no cargo há quatro anos, Dilma sofreu os mesmos ataques da eleição anterior, com o diferencial do uso excessivo das mídias sociais para atingir sua imagem, culminando com seu afastamento definitivo do cargo ao completar um ano e oito meses de governo, no dia 31 de agosto de 2016, com base na votação de seu *impeachment* no Senado Federal, com 55 votos a favor, 22 contra, 1 abstenção e 3 ausentes.

Podemos afirmar que, no caso de candidaturas femininas, o processo de desconstrução ou retirada de legitimidade política, base da representação, é quase sempre feito sob a lógica machista da sociedade. As desconstruções que os políticos sofrem durante o processo eleitoral passam pelo recorte de gênero e as mulheres que se "atrevem" ao protagonismo no mundo público têm como desafio enfrentar a realidade machista.

Como vimos ao longo do artigo, não é fácil ser do gênero feminino em uma sociedade marcada pela dominação masculina; mais difícil ainda parece ser a disputa por espaços de poder político. Tal ambiente, marcado pela maioria do gênero masculino, não vê com "bons olhos" a convivência, o diálogo e o trabalho em comum com o outro gênero.

Pela primeira vez assistimos a ascensão de uma mulher ao mais alto cargo do Brasil, a presidência da república, e por ironia, assistimos igualmente a sua queda. Assim, como uma última reflexão, perguntamo-nos e, ao mesmo tempo, deixamos para análises posteriores, se

uma das causas que motivaram as práticas de misoginia e de desrespeito à mulher Dilma Rousseff eclodindo com o seu afastamento, para além dos interesses econômicos e dos embates sociais, não se deve à sua identidade de gênero?

O que foi exposto e o modo como a atual primeira-dama foi apresentada ao leitor brasileiro pelas revistas semanais analisadas, além de se configurar como um "golpe de estratégia de *marketing*", acabou servindo como interface das relações de gênero com o poder político, pela comparação e/ou exaltação de um modelo do "ser feminino" que se adequa sobremaneira a uma sociedade ainda marcada pelas práticas sexistas, que definem, apesar de todas as conquistas dos movimentos feministas, os lugares do feminino e do masculino. Neste caso, venceu o modelo da "bela, recatada e do lar", com todos os resquícios que acompanham o referido estereótipo, inclusive, no que diz respeito às correlações de forças do jogo político que ora vivencia-se no Brasil.

Beauty and the beast: the weekly magazines and the manipulation of the news

Abstract: This article proposes a confluence of three themes: gender, politics, and media, using as a case for analysis the visibility or media invisibility of the then president of Brazil, Dilma Rousseff, and now first lady Marcela Temer in the weekly magazines *Veja* and *IstoÉ*, with the objective of problematize how they are set to the reading public and to what extent the different presenting images strengthen and do endure gender stereotypes in order to embarrass the competition for positions of power and the political and administrative action of women and the visibility of this action in the journalistic news. We start from the understanding of the media as a key factor in the production of political capital in contemporary societies, from the mass communication media; and that the media can and should be thought as a sphere or a privileged space for the dissemination of representations of the social world and, therefore, can be established as a moment of a representation of an exclusionary political culture, responsible for getting rid of the issues of women and gender of the political debate and, consequently, of the public agenda and socio-cultural relations. We conclude that these magazines intend, through their narratives, to offer "ways of being" female through some gender stereotypes that need to be questioned and problematized by the readers and not naturalized, as seems to be the intention of such narratives.

Keywords: Media. Gender. Politic. Magazine. Culture.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. de F. Presença feminina na política: cidadania e os espaços "público e privado". *GT Política e Feminismo*. 2008. Disponível em: <<http://www.neim.ufba.br/site/arquivos/file/anais/anaispoliticaefeminismo.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

BARREIRA, I. A. F. *Chuva de papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil*. Rio de Janeiro: Relumê Dumará, 1998.

BATISTA, C. L. Análise histórica sobre os direitos políticos das mulheres no Brasil. *GT Política e Feminismo*. 2008. Disponível em: <<http://www.neim.ufba.br/site/arquivos/file/politica.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

"BELA, recatada e do lar": por que a expressão gerou tanta polêmica nas redes sociais? *Revista Donna*, Porto Alegre, 20 abr. 2016. Disponível em: <<http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/bela-recatada-e-do-lar-por-que-a-expressao-gerou-tanta-polemica-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

BIROLI, F. Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos. *Cadernos Pagu*, Campinas, SP, n. 34, p. 269-299, jan./jun. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644984/0>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

COELHO, L. M.; BAPTISTA, M. A história da inserção política da mulher no Brasil: uma trajetória do espaço privado ao público. *Psicologia Política*, v. 9, n. 17, p. 85-99, jan.-jun. 2009. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpp/v9n17/v9n17a06.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

LIMA, V. A. de. *Mídia: teoria e política*. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

LINHARES, J. Bela, recatada e "do lar". *Veja*, São Paulo, ano 49, v. 2.474, p. 28-29, 2016.

MACEDO, N. A ridícula tentativa da Veja de fazer de Marcela Temer a "primeira dama perfeita". *Diário do Centro do Mundo*, 19 abr. 2016. Disponível em: <<http://www.diariodocentrododomundo.com.br/a-ridicula-tentativa-da-veja-de-fazer-de-marcela-temer-a-primeira-dama-perfeita-por-nathali-macedo/>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. *Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

PAIVA, R. *Política: palavra feminina*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PARDELLAS, S.; BERGAMASCO, D. Uma Presidente fora de si. *IstoÉ*, São Paulo, ano 39, v. 2.417, p. 32-39, 2016.

PINHEIRO, L. S. *Vozes femininas na política: uma análise sobre mulheres parlamentares no pós-constituente*. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2007.

PRÁ, J. R. Reflexões sobre gênero, mulheres e política. In: PAIVA, D. (Org.). *Mulheres, política e poder*. Goiânia: Cãnone Editorial, 2011.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul./dez. 1995. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoe-realidade/article/view/71721/40667>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

Recebido em novembro de 2016

Aprovado em agosto de 2017