

DCSO — Departamento de Comunicação Social
FAAC — Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Curso de Jornalismo

**A PRIMEIRA MULHER PRESIDENTE DO BRASIL.
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF PELA
REVISTA VEJA E O JORNAL FOLHA DE S. PAULO**

Bauru, 2017

THAIS ALVES VIANA

**A PRIMEIRA MULHER PRESIDENTE DO BRASIL.
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF PELA
REVISTA VEJA E O JORNAL FOLHA DE S. PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, do Departamento de Comunicação Social, da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso:
Prof^aAdj^a Maria Cristina Gobbi

Bauru, 2017

Às mulheres e a todos,
que (ainda) acreditam na política e lutam pela igualdade de gênero.

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais, madrasta e padrasto, que foram o início de tudo.

À Marianthi Boutsivaras, por ter me dado as oportunidades
que me trouxeram até aqui e por ser um exemplo de mulher
independente para mim.

A minha amiga Renata Nascimento,
por ser tudo o que é para mim.

As minhas quatro amigas: Amanda, Isabel, Isadora e Naiara,
pelo companheirismo nos dias de lutas e de glórias.

A minha orientadora professora Adj^a Maria Cristina Gobbi,
sem você nenhuma página deste trabalho teria sido concluída.

À UNESP que me deu o suporte necessário e fez possível toda essa experiência.

À FAPESP que me concedeu a bolsa para a pesquisa de Iniciação Científica.

Que nada nos limite, que nada nos defina, que nada nos sujeite. Que a liberdade seja nossa própria substância, já que viver é ser livre. Porque alguém disse e eu concordo que o tempo cura, que a mágoa passa, que decepção não mata. E que a vida sempre, sempre continua.

Simone Beauvoir

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. HISTÓRIA DA PARTICIPAÇÃO FEMININA NA POLÍTICA DO BRASIL	12
2.1 PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NA ELEIÇÃO DE 2016	22
2.2 A POSTURA DA MULHER NO AMBIENTE POLÍTICO.....	23
3. JORNALISMO E POLÍTICA	27
3.1 OUTROS CAMINHOS.....	34
4. A RELAÇÃO DA VEJA E FOLHA NO TRATAMENTO COM DILMA	37
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: A ANÁLISE DE CONTEÚDO	40
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
7. BIBLIOGRAFIA.....	84

RESUMO

A participação das mulheres na política do Brasil vem crescendo de modo lento desde a redemocratização do país no final dos anos 1980. Elas ainda são minorias nos cargos públicos, isso porque a sociedade brasileira ainda segue o modelo de família estruturado no patriarcado, onde o homem atua nos espaços públicos e as mulheres no espaço privado. Para as mulheres é destinado o “papel de dona de casa”, enquanto os homens são aqueles que trabalham para mantê-las financeiramente. Em 2010, de forma inédita, elegemos a primeira mulher para o cargo de presidente da república, Dilma Vana Rousseff com 56,05% dos votos válidos. Atualmente (2016) ela exerce o seu segundo mandato. Foi reeleita no final de 2014 com 51,64% (TSE). No entanto, em 31 de agosto de 2016, Dilma teve seu mandato cassado após um processo de impeachment aberto em dezembro de 2015. A participação da mulher cresceu em 46% em 2014, mas voltou a cair para 30% em 2016, mesmo após a aprovação das cotas em 2015 que buscam o aumento da participação (TSE). Neste contexto, as mulheres ainda não estão em condições de igualdade com os homens em muitas áreas, especialmente na atuação política. A presença delas ainda é muito inferior. Dessa forma, este projeto através de pesquisa bibliográfica e da análise de conteúdo, estudou como a revista *Veja* e o jornal *Folha de S.Paulo*, veículos de comunicação de maior circulação do país, estruturaram a imagem da primeira mulher eleita para o cargo mais importante do Brasil.

Palavras chaves: Jornalismo político. Representatividade. Dilma Rousseff. Participação feminina. Cotas para mulheres.

1. INTRODUÇÃO

A participação das mulheres na política do Brasil vem crescendo de modo lento desde a redemocratização do país no final dos anos 1980. Elas ainda são minorias nos cargos públicos devido à forma que a sociedade brasileira se organiza. O modelo de família estruturado no patriarcado, onde o homem atua nos espaços públicos e as mulheres no espaço privado. Para as mulheres, no passado era destinado o “papel de dona de casa”, enquanto os homens eram aqueles que trabalhavam para mantê-las financeiramente. A partir dos anos 1970, o movimento feminista procurou romper com essa ordem reivindicando mais espaço na política e discutiam temas que abordavam diferenças sociais. Assim, temas como racismo, classe social e econômica começaram a aparecer na pauta dos movimentos feministas. (HOLANDA, 2003 apud VAZ, 2008, p. 29)

Anteriormente, um movimento muito marcante no Brasil e com resultado positivo no cenário dessas lutas foi a conquista do voto feminino no final dos anos 1920 e início dos 1930, porém não se preocupando em romper de forma radical com os papéis de gêneros impostos pela sociedade. É possível afirmar que a luta a favor dos direitos das mulheres, de forma mais participativa e com mais vigor, começou a ocorrer com chegada de brasileiras educadas no exterior, a partir da segunda metade do século XIX, como trataremos com mais detalhes no próximo capítulo.

Apesar deste atraso na participação feminina, o Brasil elege a primeira mulher para o cargo de presidente da república. Dilma Vana Rousseff foi eleita por duas vezes consecutivas em 2010 e 2014. Sua vitória na primeira eleição foi atribuída à influência de seu padrinho político e presidente da época Luiz Inácio Lula da Silva.

É importante mencionar que o segundo mandato (2014) da então presidenta Dilma já começou com certa fragilidade, resultado e consequência das denúncias de corrupção na Petrobrás, que não a envolviam diretamente, bem como por problemáticas ligadas a crise econômica, que já se anunciavam, apesar das diversas negativas realizadas durante a campanha.

Outro detalhe importante de ser mencionado, especialmente no segundo mandato, é que foi uma disputa bastante acirrada. Dilma foi eleita com uma diferença de pouco mais de 3% dos votos válidos sobre o candidato Aécio Neves do PSDB. Este resultado assinala a oposição enfrentada por ela, desde a disputa eleitoral, por parte da chamada “elite política do país”. A vitória apertada e a oposição trouxeram reflexos importantes para os primeiros meses de seu segundo governo. Uma rejeição aberta e ampla por parte da opinião pública, “[...]”

registrada em pesquisas oficiais e em manifestações de rua; pouco e dificultoso diálogo com o Congresso; a prisão de aliados políticos, inclusive do então chefe do Governo no Senado, Delcídio do Amaral”, (BOROSKI, 2016, p. 1-2), entre outras situações não menos danosas para o Governo Dilma.

Em um clima de instabilidade econômica e política, as denúncias de corrupção de membros que faziam parte do governo recém-eleito não paravam de acontecer. Com baixa popularidade e resultado de uma briga política com o então Presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB), que posteriormente foi cassado, o mesmo acatou uma denúncia contra a Presidenta, solicitando a abertura do processo de impeachment no mês de dezembro de 2015. “Em maio de 2016, o processo foi admitido no Senado Federal, afastando-a do cargo para julgamento, enquanto seu vice, Michel Temer (PMDB), assumia interinamente a presidência em seu lugar” (BOROSKI, 2016, p. 1-2), por 180 dias.

As dificuldades do segundo governo de Dilma não pararam por aí. O processo de cassação teve continuidade e foi julgado pelo Senado Federal, culminando com o impeachment, assumindo seu vice Michel Temer que deverá permanecer no cargo até 2018.

Todos os acontecimentos políticos, desde a disputa eleitoral, a eleição, as denúncias de escândalos, os processos políticos, julgamentos, as movimentações político-partidárias e da sociedade civil foram alvo da cobertura jornalística nacional, não somente na televisão, rádio, mas na mídia impressa (jornais e revistas de informação) e a compreensão sobre a imagem da presidenta construída pela mídia foi um dos estímulos para o desenvolvimento dessa pesquisa.

Retomando a temática sobre a conquista feminina, as mulheres ainda não estão em condições de igualdade com os homens em muitas áreas, especialmente na atuação política. A presença delas ainda é muito inferior. Dessa forma, este projeto, através de pesquisa bibliográfica e da análise de conteúdo, estudou como a revista Veja e o jornal Folha de S. Paulo, veículos de comunicação de grande circulação do país, estruturaram a imagem da primeira mulher eleita para o cargo mais importante do Brasil.

A seleção das matérias para compor a análise foi realizada de forma minuciosa e cuidadosa. O primeiro critério, objetivando tornar a pesquisa viável, foi a escolha de matérias dos dois veículos 3 meses antes da eleição (2010 e 2014) e três meses depois da posse (2011 e 2015), nos dois mandatos de Dilma (2010 e 2014). O método de Análise de Conteúdo, amparado em Bardin (1988) foi o procedimento utilizado. Compuseram as análises aquelas capas que retratavam Dilma Rousseff a partir da menção da ex-presidenta feita de forma direta ou indireta. Cada matéria selecionada apresentava Dilma como personagem, mesmo

quando a referência era feita por meio de chamada, título, caixa de diálogo, nota, fotografia e/ou legenda. Um conjunto 274 matérias da Folha de S. Paulo e 23 da Revista Veja, no período de 01 de agosto de 2010 até 31 de março de 2015, atendiam a esse critério e foram elegidos. O material foi selecionado com a técnica de “semana e mês construído” (RIFFE, AUST, LACY, 1993) e os critérios de noticiabilidade (WOLF, 2003, p 200). Assim, para a análise final foram selecionadas metodologicamente 12 dias da Revista Veja e 65 dias do jornal Folha de S. Paulo. Porém, nem todos os dias do intervalo saíram matérias de capa com Dilma e em outros casos havia mais de uma matéria por dia selecionado. Depois do manejo com o material selecionado no período e se valendo das escolhas metodológicas, o total final foi o de 41 dias para a Folha e 8 dias da Revista Veja, perfazendo o total de 18 matérias da Veja e 55 da Folha de S. Paulo.

A partir do conhecimento do material coletado, o mesmo foi organizado em categorias mutuamente excludentes, definidas a partir da reunião de todo o conjunto de informações coletadas e sistematizadas. Esta primeira inserção observou os aspectos positivos e negativos, bem como os assuntos pautados, formatos, estratégias, características, especificidades do texto (cor, tamanho da letra, local onde aparecem, adjetivos etc.). Igualmente, o método escolhido possibilitou o entendimento de que as produções selecionadas pertencem a um contexto social e histórico e a partir disso foram separadas em categorias, descritas de forma detalhada no capítulo da metodologia.

Através deste esforço espera-se conhecer a imagem que a primeira mulher presidente do Brasil teve propagado na mídia massiva e compreender como esta imagem foi construída em um período de doze meses que abrangem os meses de janeiro, fevereiro e março de (2011 e 2015) e agosto, setembro e outubro (2010 e 2014).

Períodos estrategicamente escolhidos levando em consideração a campanha política e os três primeiros meses após a posse.

Considerando que o objetivo central do trabalho que foi a de verificar como os dois veículos comunicativos (Veja e Folha de S. Paulo) construíram a imagem de Dilma Rousseff nos dois mandatos, não se pode deixar de mencionar que inicialmente a hipótese era de que as duas publicações desqualificaram a imagem da presidenta, explorando uma representação negativa ligada, especialmente, a uma questão de gênero.

Para atender as análises o trabalho foi dividido em cinco capítulos. Os dois primeiros apresentam tópicos teóricos, abordando a participação feminina na política, a questão de gênero e a relação política e midiática. O quarto e o quinto capítulos são as incursões

realizadas a partir do material coletado nos veículos analisados, apresentando os aportes metodológicos e as análises realizadas. As considerações finais retomaram os conceitos tratados nos aportes teóricos, bem como os objetivos e a hipótese, considerando os achados resultantes dos dados empíricos coletados e analisados.

Este projeto é resultado de uma pesquisa de Iniciação Científica fomentada pela FAPESP, que teve sua produção durante o sétimo semestre do curso, no período de junho a dezembro de 2016.

2. HISTÓRIA DA PARTICIPAÇÃO FEMININA NA POLÍTICA DO BRASIL

A redemocratização (1988) do Brasil é um evento recente. Após o golpe de Estado de 1964, que culminou com a ditadura militar no país, a recuperação foi um processo lento. Cerca de 32 anos com as “DIRETAS JÁ” o povo brasileiro pode conquistar o direito de decidir novamente seus governantes.

Antes e durante a ditadura militar, as mulheres ocuparam poucos cargos de importância na política. Podemos dizer que os movimentos feministas brasileiros tiveram extrema importância na luta em favor dos direitos políticos das mulheres e na redemocratização do país, apesar de elas não terem ocupados cargos expressivos no sistema político até aquele momento e muito depois da democracia reconquistada.

A atuação dos movimentos feministas no campo político até a redemocratização pode ser dividido em duas partes. A primeira etapa teria começado no final do século XIX e acalmado após o Estado Novo imposto por Getúlio Vargas, em 1937. Neste período o feminismo era constituído por mulheres da elite brasileira, isso se deve ao fato que só foi permitido que elas tivessem acesso à graduação em 1879, dessa forma as mulheres que encabeçavam os ideais de emancipação feminina em geral eram mulheres brasileiras que haviam estudado em universidades estrangeiras e por isso tiveram contato com ideias feministas. No Brasil, a educação das mulheres naquela época era considerada desnecessária. Este era um dos motivos que privavam a mulher de atuar fora do lar, segundo Saffioti(1976).

Entre os anos de 1860 a 1890 foram criados jornais por mulheres que abordavam a conquista da educação como um dos passos para a autonomia feminina. Com a implantação da República as defensoras dos direitos femininos acreditavam que os direitos políticos das mulheres estariam garantidos. Porém, a Assembleia Nacional Constituinte de 1890 não incluiu as mulheres nos direitos políticos.

No início do século XX, uma das figuras de destaque na luta pelo voto foi a brasileira Bertha Lutz, que era filha do cientista brasileiro Adolfo Lutz e da enfermeira inglesa Amy Fowler Lutz, tendo ela então recebido educação europeia e, portanto, tido contato com as ideias sufragistas na Europa, na época. Bertha iniciou sua campanha em favor dos direitos das mulheres no Brasil em 1918, através de cartas a revistas e formando um ano depois a Liga para Emancipação Intelectual da Mulher.

Em 1922 alguns congressistas e a opinião pública começaram a se solidarizar com a reivindicação do voto feminino. Isto, porque a Liga para Emancipação Intelectual das Mulheres foi substituída pela Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, que era

composta por mulheres que faziam parte da elite – esposas, filhas e amigas de homens que exerciam poder público.

Entre idas e vindas no tratamento do congresso brasileiro com as causas das mulheres, elas conquistaram o direito de voto em 24 de fevereiro de 1932 no governo de Getúlio Vargas por meio do Decreto nº 21.076 do Código Eleitoral Provisório. No entanto, só poderiam votar as mulheres que tivessem autorização do marido. As viúvas e solteiras deveriam ter renda própria. (HOLANDA, 2003 apud VAZ, 2008)

Em 1934, essas restrições ao voto feminino foram retiradas do Código Eleitoral. Porém com o Estado Novo, a Ditadura da Era Vargas, as mulheres só puderam votar pela primeira vez em 1946. Apesar do direito de voto feminino tardio no país, a primeira mulher eleita para um cargo político foi no ano de 1928. Graças a uma mudança no código eleitoral do estado do Rio Grande do Norte, Alzira Soriano aos 32 anos foi eleita para o cargo de prefeita da cidade de Lajes, com 60% dos votos. Importante salientar que a Alzira era filha e esposa de pessoas influentes. Seu pai era coronel e preparava o marido de Alzira, que era fazendeiro e advogado, para o cargo de governador. Com a morte do marido, ela foi incentivada por seu pai e por Bertha Lutz a concorrer ao cargo de prefeita. O desfecho da história, contada pelo portal da Prefeitura de Lajes – RN, é que ela teria exercido o mandato por um ano, mas a comissão do senado cassou os seus votos por considerar a emenda ilegítima, tornando-se então “[...] a primeira mulher a ser defenestrada do Poder, com a perda do mandato ganho nas urnas [...]”. (Diário de Natal, 28.04.1996)

'Americanized' Town Elects Brazil's First Woman Mayor

Special Cable to THE NEW YORK TIMES.

SAO PAULO, Brazil, Sept. 7.—

A woman has been elected Mayor of a town in the interior of the State of Rio Grande do Norte, according to news received here today, and one newspaper publishes the item on the front page with the sarcastic suggestion that the State of Rio Grande do Norte is in danger of becoming Americanized.

Rio Grande do Norte is the first Brazilian State to adopt woman suffrage, which was granted early this year. To stimulate interest in voting the State was toured by a campaign committee under the leadership of Miss Berthaluts, President of the Brazilian Federation of Women's Progress. She has visited the United States and her speeches and articles contain many references to the conditions of independence of North American women.

Imagem 1 – Alzira foi mencionada no jornal americano New York Times, pelo fato inédito.

Fonte: Jornal New York Times, 1928

Na segunda parte das atividades dos movimentos feministas, a partir do início da segunda metade do século passado, já não se fazia necessário a reivindicação do direito de voto, porém como o acesso a esse direito foi tardio isso resultou em uma fraca aderência da participação feminina na ocupação de cargos políticos.

A partir de 1970, os movimentos feministas começaram a atuar contra a ordem política vigente no país desde 1964, que era o regime ditatorial. As mulheres passaram a formar grupos feministas para discutir a atividade política e introduzir questões sobre a condição da mulher. Neste período temas que abordavam diferenças sociais como racismo e classes social e econômica começaram a aparecer na pauta dos movimentos feministas. (HOLANDA, 2003 apud VAZ, 2008)

Podemos considerar 1975 um ano importante para a luta feminista no Brasil, pois até este momento ele estava restrito a grupos privados, porém com a decisão Organização das Nações Unidas (ONU) em tornar aquele ano como o Ano Internacional da Mulher, a questão da participação da mulher entrou na cena política da sociedade brasileira.

O movimento feminista também participou ativamente na campanha de anistia e da reforma partidária pela redemocratização. Todas essas articulações ajudaram que a participação da mulher no campo político fosse mais respeitada. Uma das provas foi a criação do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, em 1985, no governo de José Sarney, época de transição de eleições indiretas para diretas.

Com o processo de democratização no país, os movimentos Feministas e de mulheres conquistaram uma interlocução o Governo dando início outra fase, a de reconhecimento do Estado de que as discriminações e desigualdades nas relações de gênero constituem umas questões para ser enfrentada por meio da legislação e de políticas públicas. O marco fundamental nesse processo foi à criação do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, em 1985 (RODRIGUES, 2005, p.30).

As mulheres contribuíram na Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988. Participaram do pleito 26 mulheres das 144 que se candidataram. A bancada feminina elaborou uma carta reivindicando direitos que deveriam fazer parte da nova constituição para uma sociedade mais justa. O movimento ficou conhecido como o “Lobby do batom” e representou grande avanço nas conquistas sociais para as mulheres. Elas tiveram 80% de aprovação nas mais de 3 mil emendas apresentadas. As conquistas estavam relacionadas a direitos trabalhistas como licença maternidade, direito a creche e educação pré-escolar, igualdade de salários entre homens e mulheres e proteção contra violência nas relações familiares. (SENADO FEDERAL, 2004).

Nos grandes debates que transcorreram durante o processo constituinte, as mulheres se fizeram ouvir, logrando o reconhecimento, por exemplo, dos mesmos direitos e deveres para homens e mulheres na esfera do matrimônio, a inclusão do planejamento familiar, o aperfeiçoamento do conceito de família, a proteção ao trabalho exercido pela mulher. (SENADO FEDERAL, 2004, p.48-49).

Somente no ano 1989 a eleição para a presidência da república teve a aparição das mulheres como candidatas. Naquele ano Livia Maria Lêdo Pio de Abreu do Partido Nacionalista teve 0,25% votos válidos, não alcançando o posto. Fernando Collor de Mello foi eleito com 53,03% no segundo turno contra 46,97% de Lula. (TSE, 2010)

O Brasil, com relação à participação da mulher na vida política, até o ano de 2010 teve apenas governantes do sexo masculino, mudando esta situação após as eleições daquele ano, quando Dilma Vana Rousseff do Partido dos Trabalhadores (PT), sucessora do então presidente Luís Inácio Lula da Silva foi eleita com 56,05% dos votos válidos no país. Devido à tímida atuação das mulheres na política este fato foi considerado inédito. (TSE, 2010)

Até 2015 apenas sete mulheres se aventuraram em lançar candidatura à presidência –

Livia Maria Abreu (1989), Thereza Ruiz (1998), Ana Maria Rangel (2006), Heloisa Helena (2006), Marina Silva (2010 e 2014), Dilma Rousseff (2010 e 2014) e Luciana Genro (2014). (TSE, 2010).

O Inter-Parliamentary Union (IPU) em setembro de 2015 classificou o Brasil no ranking de participação das mulheres no congresso como o 118^o colocado dentro de uma lista de 190 países avaliados. Ficando atrás de países como Ruanda em 1º lugar, Sudão do Sul em 46º e Serra Leoa 107º. A instituição avaliou somente a ocupação feminina para os cargos de deputadas federais, portanto as mulheres ficaram representando apenas 9,9% de participação em cargos políticos no Brasil. (IPU, 2015)

Esta atuação fraca das mulheres é reflexo de uma sociedade patriarcal, cenário em que o papel do homem e da mulher na vida pública e política ainda é muito diferente. O homem atuava (e ainda atua) na esfera pública e chefiava a família, ficando a cargo da mulher a obrigação de zelar pelo lar e o bem-estar da família, o que a fazia protagonista e comprometida com as obrigações que fossem de competência da esfera privada. Este modelo de família que prejudica a atuação das mulheres no espaço público serve de referência para quase todos os países ocidentais, com algumas exceções. (AVELAR, 2002).

No geral são explicações ligadas às estruturas familiares, à vida pessoal, aos sistemas econômicos, às estruturas do Estado, aos tipos de regimes políticos e ao grau de tradicionalismo e religiosidade dos respectivos países. Outras dizem respeito às relações entre movimentos e partidos políticos, cujo argumento central é o de que a participação e o ativismo local não resolvem o problema da exclusão da política da mulher. Outras ainda, sob enfoques institucionalistas, afirmam sobre a dificuldade de se conseguir dos partidos a adoção de desenhos institucionais que mudem os princípios da representação democrática (AVELAR, 2002, p. 151)

Este modelo resultou em uma sociedade onde as mulheres tiveram seus direitos políticos atrasados, o que se reflete até hoje (2017).

A mulher atualmente representa 52% da população eleitora. No entanto, seus direitos ainda são votados e decididos pela maioria dos homens que estão no Congresso. (IBGE, 2015)

¹O Brasil caiu no ranking do Inter-Parliamentary Union (IPU). Em janeiro de 2017, a posição caiu para 155º. Mantendo a mesma porcentagem 9,9% e 51 deputadas, isso comprova que a participação das mulheres aumentou em outros países. O Ranking internacional só avalia o número de cargos na Câmara de deputados. (IPU, 2015)

[...] É difícil negar a existência de uma divisão moral de trabalho entre razão e sentimento, identificando masculinidade com razão e feminilidade com sentimento. Esta é a base da socialização que se manifesta na justificativa de que a política é um lugar privilegiado dos homens, um lugar desapaixonado, enquanto na família, no mundo privado, é que os sentimentos e as emoções podem se manifestar. (AVELAR, 2002, p. 153)

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres em 2014 representavam 51,4% da população brasileira e 37,3% eram responsáveis economicamente pelas famílias. Apesar dessas mudanças observadas na estrutura familiar, a situação econômica de muitas delas impõe dificuldades para que ela atue em cargos que não sejam relacionados com a manutenção e a proteção de sua família.

Sabemos hoje que, no Brasil, há uma infinidade de “tipos” de famílias conforme as várias regiões do país ou os diferentes segmentos de classe. Mas, sem sombra de dúvida, o padrão valorativo de uma família brasileira é muito mais tradicional, com papéis definidos diferencialmente conforme o sexo. É nesse sentido que tal padrão se encontra relacionado com o menor ativismo político das mulheres e, conseqüentemente, com a menor presença feminina na elite política. Com o aumento das taxas de famílias chefiadas por mulheres, particularmente nas áreas metropolitanas (IPEA, 1994), tal situação soma-se a outras para impedir a entrada das mulheres na política. (AVELAR, 2002, p154)

Após 78 anos da conquista do voto, chegou ao poder a primeira mulher eleita para a presidência. Candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) Dilma Rousseff aos 63 anos foi eleita para o seu primeiro mandato com 56,5% dos votos, derrotando o seu adversário José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Formada em Economia, ela tinha liderado os Ministérios de Minas e Energia no primeiro mandato do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e no segundo mandato de Lula foi nomeada como ministra-chefe da Casa Civil, após a queda de José Dirceu que estava envolvido no escândalo do Mensalão².

Eleita neste contexto de pouca presença feminina na política teve apoio do então presidente Lula para ser sua sucessora no cargo mais alto da Nação. Seu padrinho político foi eleito duas vezes e fechou o seu mandato de oito anos tendo aprovação de 80% da população, segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE).

Segundo de acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), quando Dilma começou

²Mensalão foi um esquema de compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional entre os anos de 2005 e 2006 e aconteceu entre os dois mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Este escândalo político envolveu membros do Partido dos Trabalhadores (PT), Popular Socialista (PPS), Trabalhista Brasileiro (PTB), República (PR), Socialista Brasileiro (PSB), Republicano Progressista (PRP) e Progressista (PP). Dados disponibilizados na mídia brasileira.

a exercer seu primeiro mandato em 2011, encontrou 7.233 ³mulheres em cargos políticos como vereadoras, prefeitas, deputadas estaduais, deputadas federais, deputada distrital e senadoras, sendo que deste número 45 eram deputadas federais e sete senadoras. Foram indicadas nove mulheres para assumir ministérios, naquela época ainda eram 37 pastas, representando 24% do total.

A ocupação da mulher em todos os cargos políticos desde vereadora a presidenta da república é importante para que exista igualdade de gênero neste setor, mas a presença igualitária aos dos homens em cargos elevados como deputada federal, senadora e ministra garantem a participação e a representação das mulheres de forma mais direta. Pois são desses cargos que saem as propostas e políticas que serão implementadas para o melhoramento das condições sociais, políticas e educacionais etc. do país.

Cabe aos ministros, membros do Poder Executivo, elaborarem normas e aplicarem os recursos dentro de sua pasta. Os senadores federais com os deputados federais fazem parte do Poder Legislativo. Os senadores dentre algumas de suas atribuições fiscalizam o orçamento da União (quanto será investido pelo país nos setores de educação, infraestrutura, saúde, segurança, etc.), elaboram, discutem e votam em projetos de leis. Já os Deputados Federais têm como principais funções elaborar e votar leis, isso na instância federal. O mesmo se aplica nas instâncias estaduais e municipais (para o caso de vereadores).

Nas eleições de 2014, Dilma foi reeleita em segundo turno com 51,64% de votos válidos contra seu adversário Aécio Neves do PSDB que teve 48,38% de votos válidos. Concorreram três mulheres no primeiro turno para o cargo da presidência, Dilma Rousseff, Luciana Genro e Marina Silva, porém somente Dilma chegou ao segundo turno.

Segundo os dados do TSE, em 2014 candidataram se para a eleição 8.131⁴mulheres contra 18.040⁵homens para cargos de governador de estado, deputados, senadores e presidente. As mulheres atualmente (2016) ocupam 8.499⁶cargos políticos. Sendo 51 como deputadas federais, 115 deputadas estaduais, 5 deputadas distrital, 11 senadoras, uma governadora, 657 prefeitas, 7654 vereadoras e uma presidenta. Contra 56212⁷homens divididos em 462 deputados federais, 920 deputados estaduais, 19deputados distrital, 70 senadores, 26 governadores, 4908 prefeitos e 49780 vereadores. Além disso, são quatro mulheres a frente de ministérios, enquanto os outros ficam a cargo de 27 homens no governo

³Dados consultados no portal do TSE em março/2016

⁴Dados consultados no portal do TSE em março/2016.

⁵Dados consultados no portal do TSE em março/2016.

⁶Dados consultados no portal do TSE em março/2016.

⁷Dados consultados no portal do TSE em março/2016.

de Dilma. As mulheres correspondem, a cerca de 13% de participação total em todos os cargos políticos do país.

Apesar dessa diferença em números, a Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) da Presidência da República divulgou no início de 2015 que a participação da mulher cresceu em 46,5%⁸ em 2014 quando comparada a 2010.

Para equilibrar essa disparidade, existem leis que garantem uma cota para participação feminina. As discussões sobre as cotas começaram em 1995, após a IV Conferência Mundial Sobre a Mulher realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em Pequim. Nesta conferência foram discutidas medidas que garantiriam a igualdade nos direitos para as mulheres e as nações participantes se comprometeram em aprovar leis para atingir estas metas.

No mesmo ano, a deputada Marta Suplicy propôs e conseguiu aprovar a lei nº 9.100/95 que determinava que os partidos políticos deveriam reservar no mínimo 20% das vagas para as eleições municipais de 1996 para esse seguimento. É importante destacar que por se tratar de uma reserva, o partido não era obrigado a preencher essas vagas caso as mulheres não manifestassem interesse. No entanto, a forma como esta lei foi redigida causou muitas indagações, “[...] deu margem ao questionamento sobre a inconstitucionalidade do artigo, pois estabeleceu um tratamento diferenciado para o sexo feminino”. (ALVES; CAVENAGUI, 1999)

Desta forma em 1997 foi apresentado uma nova lei. A Lei nº 9.504/97 estabeleceu que os partidos deveriam reservar o mínimo de 30% e o máximo de 70% para os dois sexos.

Até esse momento como observado, a forma como a Lei foi redigida deixava brechas que permitiam que os partidos burlassem a cota. O texto pedia que as vagas fossem reservadas, mas caso não aparecesse alguma mulher interessada em se candidatar o partido não seria punido. Portanto, em 2009, a Lei nº 1.234/09 mudou isto. Em vez de reservar, a partir daquele momento os partidos foram obrigados a preencher as vagas com no máximo 70% e, no mínimo 30% de cada gênero.

Recentemente o Senado Federal aprovou uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC). A PEC nº 98/2015 assegura um mínimo de representação feminina nas três próximas legislaturas: 10% das cadeiras na primeira legislatura, 12% na segunda legislatura e 16% na terceira. A medida vale para Câmara dos Deputados, Assembleias Legislativas, Câmara

⁸Os dados mudaram após a saída de Dilma da presidência. Números atuais serão apresentados mais adiante.

Legislativa do Distrito Federal e Câmaras Municipais. Legislatura é o período que compreende quatro anos, um intervalo de tempo em que o Congresso Nacional eleito tem competência para exercer o Poder Legislativo. Época que coincide com o mandato de Deputado Federal e equivale à metade da duração de Senador da República que é de oito anos.

Apesar dessas conquistas no país, não há a cultura da igualdade e do respeito entre os gêneros em muitos setores da sociedade brasileira, ainda mais na política. As mulheres levaram cerca de 40 anos para conquistarem seu direito de voto e 119 anos para eleger a primeira mulher para o cargo da presidência da república. Um exemplo interessante desse descaso foi o anúncio feito pelo Senado brasileiro em janeiro de 2016, que após 55 anos da inauguração do plenário da casa, seria construído o primeiro banheiro feminino.

No momento, 2016, o país deixou de ter uma mulher como presidente. A ex-presidenta Dilma perdeu o seu mandato após a conclusão de um processo de impeachment. Assumindo em seu lugar, o vice Michel Temer do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) que deve ficar até 2018, quando ocorrerão novas eleições.

O processo de impeachment da ex-presidenta iniciou-se com a aceitação do pedido em 2 de dezembro de 2015, pelo presidente (na ocasião) da Câmara de Deputados, Eduardo Cunha (que posteriormente também perdeu o mandato). O processo passou pela Câmara dos Deputados e no Senado Federal, tendo sido aprovado nas duas casas. Dilma foi julgada pelo crime de responsabilidade, que inclui desrespeito à lei Orçamentária e à lei de Improbidade Administrativa.

O artigo 85 da Constituição Federal e a Lei 1. 079/1050 serviram de base para a elaboração do pedido. A justificativa principal dizia respeito à violação, por parte da presidenta, de leis relativas ao orçamento e ao controle fiscal, como a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e a Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF). Essa infração teria sido cometida com a edição de decretos de créditos suplementares sem a aprovação do Congresso Nacional e a realização de operação de crédito com instituição financeira controlada pela União.

No dia 31 de agosto de 2016 a ex-presidenta foi afastada por definitivo de seu cargo, considerada culpada e teve o julgamento fatiado.

A bancada do PT, partido da ré, pediu o destaque do texto da votação referente a penalidade aplicada ao presidente que sofre impeachment. O texto prevê a exoneração do cargo e a perda dos direitos políticos por oito anos, ou seja, a inabilitação para o exercício de

funções públicas. O requerimento do partido pediu que ocorressem duas votações, uma para cada item da sentença. Os senadores deveriam votar a favor ou contra: A) a perda do mandato da presidenta e B) a perda dos direitos políticos.

A reivindicação do partido foi aceita pelo presidente da mesa do julgamento, o ministro e presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Ricardo Lewandowski. Portanto após as duas votações Dilma foi destituída de seu cargo, mas preservou seus direitos políticos. Essa separação do julgamento causou uma intensa discussão entre especialistas da área, políticos e jornalistas, sendo considerada uma manobra inconstitucional por vários deles.

Dessa forma ela poderá exercer cargos públicos nos próximos anos. Isto significa que apesar de ter sido condenada, poderá ter cargos públicos, se candidatar nas próximas eleições e manter dois veículos oficiais com motoristas pagos pela Presidência da República (benefício garantido a ex-presidentes). O mesmo Senado que a condenou por 61 votos a favor e 20 contra, permitiu que mantivesse os direitos políticos por 42 votos a favor e 36 votos contra.

Se a atuação das mulheres à frente dos ministérios já era pequena, com a saída de Dilma os ministérios foram reduzidos de 32 para 23 e as mulheres de quatro para apenas uma. Temer nomeou em setembro deste ano a primeira ministra de seu governo, Grace Mendonça, para o comando da Advocacia-Geral da União (AGU).

O impeachment sofrido por Dilma causou impactos negativos em relação à imagem da mulher no espaço político. Se a presença de uma mulher no cargo mais elevado não conseguiu igualar a participação feminina, a destituição menos ainda. Em 2014 a participação da mulher cresceu em 46%, contudo, em 2016, mesmo com nova aprovação de cotas a participação não passou de 30%, de acordo com o TSE. Além deste problema, o tratamento da mídia em relação ao processo de impeachment foi permeado por ataques machistas.

A vitória da presidente Dilma Rousseff no ano de 2010, como a primeira presidente mulher eleita, não trouxe avanço específico na agenda feminista e o processo de impeachment confirma o quanto elas ainda são discriminadas na política e o quanto os meios de comunicação fazem comparações entre o trabalho exercido por elas com os mais primários discursos estereotipados do que é ser mulher, como “louca”, “histórica”, “sem condições psicológicas”, “sem condições emocionais” e até mesmo “uma presidente fora de si”. Querem manter a tradição patriarcal presente em nosso país desde a colonização. “A decisão sobre leis e políticas que afetam diretamente as mulheres é feita no Brasil, ainda hoje e como foi ao longo de toda a nossa história, por homens” (BIROLI; MIGUEL, 2014, p.13 apud CARDOSO; SOUZA, 2016, p. 3).

Durante todo o processo de cassação foram produzidas reportagens com aspectos que

não eram relevantes na justificativa de acusação. Temas como o humor, peso e saúde foram usados para reforçar que um impeachment era necessário.

Uma das reportagens mais polêmicas neste quesito foi publicada em abril de 2016 pela revista ISTOÉ do grupo Abril. Acerca da reportagem, os autores Cardoso e Sousa (2016) analisaram que o estado emocional da ex-presidente foi usado como justificativa para o afastamento e nada foi abordado em relação aos crimes apontados pela peça de cassação do mandato,

A matéria tem como título “Uma Presidente Fora de Si” com o subtítulo “Bastidores do Planalto nos últimos dias mostram que a iminência do afastamento fez com que Dilma perdesse o equilíbrio e as condições emocionais para conduzir o país”. Ao longo do texto, os jornalistas exemplificam de forma bastante pejorativa os motivos pelos quais Dilma não pode mais conduzir o Brasil. Em momento algum, eles citam na reportagem o porquê dela ser afastada e não deram informação sobre o andamento do processo. O texto se concentrou apenas no estado emocional da presidente, em que eles destacaram bastante os “acessos de fúria dela”. Afirmam-se ainda que o Planalto estava sendo marcado por muita tensão pelas sucessivas explosões nervosas da presidente, que além, do destempero, mostrava total desconexão com a realidade do país. Segundo a revista, os assessores estavam aturdidos pelo estado dela, eles afirmaram que ela tinha perdido o total controle emocional, não podendo assim dominar o país. Em nenhum momento a revista cita fontes para respaldar suas informações, os fatos noticiados são feitos com base em no “que se diz pelos corredores do Planalto”. (CARDOSO; SOUSA, 2016, p.15)

Além dessas afirmações foram feitas comparações entre Rousseff e Maria Francisca Isabel Josefa Antónia Gertrudes Rita Joana de Bragança – Maria I, a Louca. Por questões geopolíticas, Maria I foi a primeira mulher a assumir o trono de Portugal e por consequência a primeira rainha do Brasil. A comparação aconteceu em questões de personalidade e a excepcional conquista de poder. A Louca (Maria I) veio às pressas para o Rio de Janeiro com a Família Real diante da invasão de Portugal. “Aqui, ela tinha por hábito usar longos vestidos pretos e passava horas correndo pelos corredores palacianos gritando palavrões desconexos”. (CARDOSO; SOUSA, 2016)

2.1 Participação das mulheres na eleição de 2016

Em outubro (2016) após as eleições para prefeito e vereador em todo o território nacional, o TSE afirmou que os partidos não investiram e a participação da mulher continuou baixa. As coligações cumpriram apenas a cota mínima de 30% de candidaturas femininas. O que significa que apenas 3 em 10 candidatos eram mulheres, foram 158.445 candidatas, sendo

cerca de 32% de todas as candidaturas (prefeito, vice e vereador) para as eleições.

Ao final das eleições o TSE concluiu que quanto mais importante o cargo menos mulheres candidatas. Foram 153.314 candidatas, contra 310.061 homens disputando as cadeiras da Câmara dos vereadores. Essa discrepância aumenta de forma visível para os cargos de prefeito e vice-prefeito. Para vice-prefeito, foram 13.964 candidatos, contra 2.988 candidatas. Para prefeitos foram 14.418 homens e 2.149 mulheres. (TSE, 2017)

Para as eleições municipais de 2016 foram eleitas 640 prefeitas, sendo 454 brancas, 168 pardas, 5 da raça amarela, 10 pretas e uma indígena. Entre as 7811 vereadoras eleitas, 4879 são brancas, 2544 pardas, 329 pretas, 38 da raça amarela e 21 indígenas. (TSE, 2017)

Além destes números baixos e historicamente predominantes em todas as eleições, outro debate importante é a questão da representatividade em relação à raça. Um estudo de novembro de 2016, elaborado pelo Centro Feminista de Estudo e Assessoria (CFEMEA) afirmou em que as mulheres negras serão o grupo social com menor representatividade no legislativo municipal nos próximos quatro anos. Pretas e pardas correspondem a 5% das cadeiras nas Câmaras de Vereadores. Este resultado é cinco vezes menor que a proporção de negras na população do país. Foram eleitas 2.873 pretas e pardas para um total de 57.592 cadeiras nas Câmaras de Vereadores. Em relação às prefeituras, o estudo afirma que serão predominantemente brancas. Cerca de 70,3% dos eleitos (homens e mulheres). (PORTAL CFEMEA, 2016)

O relatório deste estudo revelou que a candidatura de pessoas negras representa 49% do total das pretensões política, porém elas não saem vitoriosas da disputa eleitoral. Os motivos são por falta capital político, recursos financeiros escassos, pouco apoio do eleitorado e pouco investimento dos partidos políticos. Outro fator determinante é igualdade material. O censo do IBGE de 2010 apontou que os rendimentos médios mensais de homens e mulheres brancos e amarelos equivalem cerca do dobro do valor relativo aos grupos de homens e mulheres pretos, pardos e indígenas. (CFEMEA, 2016)

2.2 A postura da mulher no ambiente político

Além desta discussão sobre a fragilidade da presença da mulher na política, há ainda questões sobre as suas ações no âmbito político. Mesmo que mulheres atuem nesses espaços, espera-se dela a mesma postura que ela tem adotado por anos nos ambientes familiares. A problemática está em que as mulheres mais uma vez assumam um papel que a sociedade planejou para ela. É importante destacar que maior presença feminina no congresso, não

significa automaticamente mais defesa dos interesses femininos. Lembrando que nem sempre mais assistência social em relação à manutenção de uma família signifique os interesses individuais de uma mulher. Pautas como o aborto, fácil acesso a métodos contracepcionais que não agredam o corpo da mulher (quando ela não tem filhos), incentivo para mulheres empreendedoras, igualdade de salários para mulheres e projetos educativos que busquem abolir o sexismo, não são temas que recebem grande apoio neste ambiente. A mulher nem sempre é enxergada como um ser individual, mas um indivíduo sempre acompanhado da família, portanto a maioria de suas pautas são sempre relacionadas a manutenção da família.

As funções da mulher na política têm sido construídas socialmente. É fato que as mulheres concentram sua atuação em áreas específicas relacionadas ao atendimento à população mais vulnerável e aos papéis que tradicionalmente exercem no mundo privado. (PINHEIRO, 2007, p. 15)

Para Avelar (2001), a postura da mulher na política não pode ser considerada totalmente conservadora.⁹ Quanto mais escolarizadas elas forem, mais pautas progressistas elas apoiaram.

[...] A primeira de todas é que as mulheres não são, definitivamente, nem política nem eleitoralmente, mais conservadoras do que os homens, a não ser aquelas menos urbanizadas, menos escolarizadas e presa aos valores do universo doméstico. Mas, mesmo assim, esta condição se altera quando elas conseguem ultrapassar as barreiras impostas pela marginalização do sistema educacional (AVELAR, 2001, p. 92)

Como a autora concluiu, as mulheres mais escolarizadas são as menos conservadoras e que conseqüentemente apoiariam pautas mais progressistas. Porém, a escolaridade entre as mulheres no campo político é também uma barreira. Nas eleições municipais de 2016, apenas 37% das candidatas tem ensino superior completo e 33% ensino médio completo. Os homens que possuem ensino superior completo são 63% e 67% de ensino médio completo. (PORTAL TSE, 2017)

Os dados relacionados ao grau de instrução dos candidatos eleitos em 2016 e 2014 (para candidaturas também) não estão disponíveis no portal do TSE. O que torna difícil a

⁹O conservadorismo é um conceito amplo, no sentido que seu significado não pode ser delimitado facilmente. O comportamento conservador está ligado a continuidade da ordem estabelecida, sendo contra as atitudes de mudança de algo estabelecido. Adorno definiu algumas tendências como conservadoras: apego à organização social vigente; falta de questionamentos às autoridades constituídas; resistência a mudança social; oposição às novas formas políticas e econômicas; apoio genérico à ideologia político-econômica vigente, tendendo a enxergar os problemas sociais como causa de incompetência individual e não reflexos da estrutura política e condução governamental; ações baseadas no individualismo econômico, considerando-se “radicais” as reivindicações de classe em relação ao equilíbrio de poder entre capital, trabalho e Estado (1965). (AVELAR, 2001, p. 92)

conclusão na análise da influência da escolaridade nas ações políticas das mulheres que estão na política brasileira atual.

Além disso, a atuação delas no congresso tem a ver com o capital político que elas carregam — familiar, de movimentos sociais, outros campos ou ocupação de cargos na estrutura do Estado. (PINHEIRO, 2007).

Para entender o que é este capital político que interfere na forma da mulher agir e influenciar em seu espaço é necessário compreender a noção de campo. Pierre Bourdieu (2004), sociólogo francês, definiu o campo como um espaço social com posições definidas, que são ocupadas por indivíduos e instituições em disputa, numa teia de relações objetivas e subjetivas cuja finalidade é o estabelecimento de uma visão do mundo. Dentro deste campo existem diversas relações que definiram quem são os dominantes ou pretendentes. Os dominantes são aqueles que possuem posição hierárquica superior, desta forma os que buscam uma colocação mais elevada seriam os pretendentes. Essa diferença indica que há uma disputa de forças neste campo entre os que querem manter sua posição e os que querem conquistá-la. Como definiu o Bourdieu, “Todo campo (...) é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças”. (2004)

Assim, deve-se compreender que será o capital social que ditará a posição dos agentes neste espaço de dominantes e pretendentes. O capital social, segundo Bourdieu (2004), é a existência de recursos reais ou potenciais que um indivíduo possui no mundo social e que estão “[...] ligados a posse de um conjunto durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento” (MARTINO, 2003)

Desta forma, o montante acumulado (material ou simbólico) reconhecido dentro da esfera do grupo atuante que definirá a posição do indivíduo ou instituição dentro do campo. A posição e influência do agente será proporcional ao seu acúmulo de poder simbólico. (BOURDIEU, 2004).

Sendo assim, a política pode ser definida com um campo social hierarquizado, conforme os autores Miguel e Biroli definiram (2010, p. 695). Neste campo social está em disputa a capacidade de influência dos agentes que usaram seu capital político para se destacar.

Portanto, qualquer que seja a posição da mulher na política é importante analisar o que a levou ali. No caso da ex-presidenta, seu capital político usado nas eleições estava associado a relações com um líder carismático, sua atuação em cargos políticos como ministra nos governos anteriores e a sua atuação militante no passado que criou uma identificação com

movimentos sociais e ideologias. Como já comentado anteriormente a maioria das mulheres que alcançaram cargos de destaque já possuíam influência advinda de relações como a família e amigos políticos. Este foi o caso da primeira prefeita do Brasil, a Alzira Soriano que o seu pai e marido já faziam parte da política e a atual deputada federal do Maranhão, Roseana Sarney do PMDB, que em 1994 se tornou a primeira mulher eleita a governar um Estado do país. Roseana, tem em suas relações o seu pai José Sarney, ex-presidente da República, além de uma família que tem como tradição a carreira política. Lembrando que a primeira mulher a governar um Estado, foi Iolanda Flemming em 1983 e só o fez porque era vice-governadora. A oportunidade de governar o Acre veio após o então governador Nabor Júnior renunciar para se candidatar ao cargo de senador.

Mesmo que a participação da mulher cresça é importante avaliar o contexto para sabermos se as leis de cotas são efetivas e se suas ações no congresso são aplicadas.

Diante deste cenário em que as mulheres ainda são minoria na política, mesmo tendo o direito de voto, participação garantida pela constituição e ações afirmativas para candidatura a cargos políticos, este estudo tem a intenção de analisar a construção da imagem da primeira presidenta do Brasil. A partir das capas da revista Veja e as chamadas de capa do jornal Folha de S. Paulo analisaremos como a imagem da primeira mulher presidenta do Brasil foi construída pela mídia tradicional do país.

3. JORNALISMO E POLÍTICA

Para entender como funciona a mídia brasileira e a sua relação com o Estado, é necessário compreender como o jornalismo e as grandes empresas desta área se desenvolveram no país.

A comunicação no Brasil funciona por meio de concessões, que são autorizações cedidas pelo governo para que as empresas de comunicação possam atuar na legalidade. As normas para os meios de comunicação como TV e rádio surgiram nas primeiras décadas do século XX. O governo Getúlio Vargas lançou no início da década de 1930 dois decretos que firmaram as bases do modelo de regulação da mídia no país. Os decretos 20.047 de 27 de maio de 1931 e 21.111 de 1º de março de 1932 definiram o rádio como serviço de interesse nacional e de competência da União, podendo ser explorado pelo Estado ou por emissoras privadas de finalidade comercial, para isso bastava obter uma licença do governo. (VALENTE. 2013)

Com o Estado Novo imposto por Getúlio Vargas a mídia brasileira sofreu censura realizada pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que chegou a cassar concessões também. O DIP foi um órgão criado em dezembro de 1939 por decreto do presidente Getúlio Vargas. Este departamento deveria regular tudo o que fosse publicado pela imprensa e serviu de instrumento para Getúlio se manter no poder durante o seu governo ditatorial. Além disso, Vargas investiu no seu próprio aparato de comunicação para fazer propaganda de seu governo que teve como símbolo de destaque a Rádio Nacional. Mesmo assim houve incentivo à iniciativa privada na área. O governo Getúlio foi uma época de expansão das emissoras comerciais de rádios. (VALENTE. 2013)

Em 1962 o modelo brasileiro de regulação da mídia se consolidou com a aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). O código enfatizou a lógica da exploração privada por meio de autorizações do Estado e definiu regras para as telecomunicações com a criação do Sistema de Telecomunicações Brasileiras (Telebrás). A Telebrás foi criada em 1972 com a incumbência de centralizar, padronizar e modernizar as diversas empresas de telecomunicações concessionárias de serviços públicos que existiam no Brasil. (VALENTE. 2013)

Os trâmites para aprovação do CBT revelaram a influência que o empresariado exercia para defender seus direitos neste campo. A Lei 4.117/62 foi sancionada com 52 vetos pelo presidente João Goulart. No entanto, todos eles foram derrubados pelo Congresso Nacional, devido interesse de políticos e empresários. Essa articulação deu origem à Associação

Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert). A Abert foi fundada em 1962 e é uma associação sem fins econômicos criada pelo setor privado para defender os interesses das empresas de radiodifusão do país. Segundo os registros históricos no portal da associação, ela (Abert) “[...] nasceu da luta contra os vetos do presidente João Goulart ao Código Brasileiro de Telecomunicações, aprovado pelo Congresso Nacional, em 1962”. Os jornalistas Roberto Marinho (Rádio Globo do Rio de Janeiro), Nascimento Brito (Rádio Jornal do Brasil) e João Medeiros Calmon, que além de jornalista era presidente do Sindicato de empresas de Radiodifusão do Rio de Janeiro e deputado federal pelo Partido Social Democrático (PSD) criaram um grupo de trabalho para discutir os vetos pelo presidente Goulart. Este grupo reuniu representantes de 213 empresas de comunicação em um encontro em Brasília, no Hotel Nacional.

Estabeleceu-se com os decretos nº52.795 de 1963 e nº263 de 1967 as regras para a radiodifusão, que definiu o limite de cinco emissoras para todo o território nacional na faixa VHF (até o canal 13) e o tempo de concessão de 15 anos para TV e 10 para rádio.

Com a Constituição Federal de 1988 vieram algumas novidades para a regulação da mídia brasileira.

Fruto de um embate que envolveu lobbies pesados do empresariado e pressão também por parte da sociedade civil, o capítulo da comunicação trouxe avanços e problemas. Entre os avanços estão a proibição das práticas de oligopólio e monopólio; a promoção da produção regional e independente; o princípio da complementaridade dos sistemas público, privado e estatal e a criação do Conselho de Comunicação Social (apesar de sua limitação como órgão auxiliar do Congresso Nacional e não como espaço de elaboração e acompanhamento de políticas públicas, por exemplos seus congêneres nas áreas da saúde e da assistência social). Entre os problemas estão o alto quórum para não renovar as concessões e a definição do prazo das licenças (o que em geral é estabelecido em normas infraconstitucionais). (VALENTE, 2013, p. 37)

Apesar de o autor afirmar que as práticas de monopólio e oligopólio foram proibidas pela Constituição brasileira, elas continuam a acontecer. Basta observar o número ampliado e significativo de famílias que comandam veículos de comunicação de grande cobertura nacional e diversidade de produtos no ramo, como a família Marinho (Organizações Globo) e a família Civita (PORTAL EDITORA ABRIL).

A partir dos anos 1990, os governos brasileiros tiveram um posicionamento neoliberal, de apoio a diminuição do papel do Estado na garantia de direitos e na mercantilização dos serviços, com isso a área de comunicação teve mudanças em sua estrutura mercadológica.

A privatização do Sistema Telebras abriu o setor para o capital estrangeiro. Em 1995,

a Emenda Constitucional nº 8 separou a radiodifusão das telecomunicações, dessa forma a última teria seu próprio órgão regulador, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Na mesma década aconteceu a consolidação da regulação da TV por assinatura com a aprovação da Lei nº8997 em 1995. (VALENTE. 2013)

Como comentado anteriormente, as práticas de monopólio e oligopólio são proibidas pela legislação, mas a proibição não é respeitada. Isso acontece porque a lei afirma que um mesmo grupo não pode ter mais de cinco emissoras de TV na faixa VHF e mais de 10 na UHF em território nacional. A VHF (Very High Frequency) é um faixa de radiofrequência comumente utilizada para transmissão de rádio FM e transmissões televisivas, sendo ideal para comunicações terrestres de curta distância e é recomendada para áreas abertas e zonas sem urbanização pois o formato de onda desta radiofrequência é de propagação curta. A UHF (Ultra High Frequency) segue a mesma lógica, sendo uma faixa de transmissão para longas distâncias, é uma frequência usada para grandes centros urbanos, pois possui capacidade de reflexão e penetração em obstáculos como aço e concreto dos prédios, pontes, etc. É também uma frequência comum para propagações de sinais de televisão e de canais em HDTV, rádio, transceptores, bluetooth e redes wireless. (VALENTE. 2013)

Além disso, uma mesma empresa não pode ser contemplada com mais de uma concessão do mesmo serviço na mesma localidade. Apesar destas regularidades, os conglomerados podem colocar grupos com quadros societários diferentes criando diversas pessoas jurídicas, com a criação de canais para públicos diferentes e a filiação em rede, que permite a associação com grupos regionais, desta forma aumentando a projeção da marca em todo o território nacional. A Rede Globo possui cinco emissoras conforme a lei autoriza, nas cidades de Brasília, Belo Horizonte, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo, com as afiliações e diversos canais na TV por assinatura atinge mais de 90% do território nacional.

Além deste problema, existe outro em relação aos donos das emissoras. Segundo a Constituição, o serviço pode ser explorado por qualquer brasileiro nato ou naturalizado há mais de 10 anos ou pessoa constituída no país, conforme o art. 222. Porém, políticos como deputados e senadores não podem “[...] ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada” conforme está previsto no art.54 da Constituição Federal. Entretanto, em 2011 o jornal Folha de S. Paulo publicou que 56 dos 594 congressistas eram proprietários de emissoras. Nas eleições de 2014, o portal UOL revelou que diversos candidatos daquele ano eram donos ou acionista de 32 empresas de televisão, 141 rádios e 16

jornais impressos.

Essa relação entre políticos e meios comunicação é um aspecto crucial que não pode ser descuidado pelas autoridades que regulam a imprensa no país. O acesso à informação e a liberdade de imprensa são elementos imprescindíveis para a manutenção da democracia, mas essas ações que contribuem podem ficar comprometidas quando veículos de comunicação que deveriam servir a população estão subordinados a políticos.

Uma das áreas onde essa influência é mais preocupante é a política. Jornais, rádios e emissoras de TV transformaram-se em peças centrais da disputa política e eleitoral. Em um debate em março de 2010, a então presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Judith Brito, fez uma declaração cristalina a respeito dessa atuação: “Na situação atual, em que os partidos de oposição estão muito fracos, cabe a nós dos jornais exercer o papel dos partidos. Por isso estamos fazendo [isso]” (Folha de S. Paulo, 2010). No Brasil, há diversos episódios que registram esse tipo de comportamento. Um caso célebre foi o apoio de emissoras como a Rede Globo e jornais como a Folha de S. Paulo, o Estado de São Paulo e O Globo ao golpe militar que resultou em mais de 20 anos de ditadura no Brasil (1964-1985). O editorial de O Globo do dia 2 de abril de 1964 celebrou a derrubada do presidente João Goulart pelas Forças Armadas (VALENTE. 2013, p. 11)

A mídia impressa e a internet não fazem parte desta discussão acerca da regulamentação. O Art. 220 da Constituição afirma no 6º parágrafo que “A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade”. Portanto, qualquer pessoa pode produzir e distribuir seus jornais e revistas sem quaisquer restrições. Dessa forma, empresas que já detém concessões de rádios e TVs podem produzir e distribuir material na mídia impressa e no ambiente digital. Essa combinação de um mesmo grupo de comunicação atuar em diferentes plataformas é conhecida como propriedade cruzada. É um conceito que trata exclusivamente do mercado econômico de comunicação. A propriedade cruzada é definida como o domínio, pelo mesmo grupo, para operar diferentes plataformas como radiodifusão, mídia impressa, televisão e segmentos na web, de mesmo mercado, seja local, regional ou nacional.

Este modelo econômico é proibido em outros países, mas o Brasil nunca criou nenhuma lei que regulamente diretamente esta prática. Sendo assim, os conglomerados de mídia do país controlam diferentes tipos de meios de comunicação. Uma proposta de iniciativa popular foi lançada em 2013. A proposta quer regulamentar os artigos 5, 21, 220, 221, 222 e 223 da Constituição que estão relacionados a esse assunto. (EBC, 2014)

A propriedade cruzada pode ser considerada danosa para a sociedade, pois é como se um mesmo grupo controlasse grande parte da informação, repetindo a informação

continuamente em todas as suas plataformas sem que exista um espaço para que o receptor possa receber diferentes informações, assimilá-las e construir uma opinião crítica além daquela apresentada.

Atualmente (2017), os veículos de comunicação de destaque no país estão concentrados nas “mãos” de nove grupos. Sendo que os dois veículos (Veja e Folha de S. Paulo) que analisamos nesta pesquisa ocupam respectivamente o segundo e terceiro lugar em faturamento anual no país, ficando atrás apenas do Grupo Globo que faturou 16 bilhões de reais em 2015 e pertence à família Marinho. (UOL, 2016) O Grupo Abril pertencente à família Civita, que tem em sua marca a revista Veja, que é a revista mais lida no país, lucrou 4,5 bilhões de reais, seguida do Grupo Folha da família Frias, que em 2010 teve um lucro de 2,7 bilhões de reais, cujo o jornal Folha de S. Paulo é o de maior circulação no território nacional. (ABRIL, EXAME, 2013)

Como dito anteriormente, para entender a influência de um veículo de comunicação, é preciso avaliar a sua relação com o Estado. Em 2014, o governo do estado de São Paulo renovou 8.526 assinaturas semestrais divididas entre da revista Veja e o jornal Folha de S. Paulo, para serem distribuídas em escolas do estado. (DIÁRIO OFICIAL, 2014)

O financiamento de veículos de comunicação do sistema privado por órgãos públicos pode interferir no conteúdo e alinhamento político dessas mídias. Ainda que o financiamento seja feito com o dinheiro público, ele simbolicamente representa a compra executada por um cliente e nas entrelinhas pode ser prejudicial financeiramente falar mal de seu financiador.

A notícia, assim, resulta das interferências e inserções negociadas entre os atores políticos e o jornal/jornalista a partir do que foi apurado, declarado, constatado e afinal transposto à publicação. Todas essas instâncias de apuração, declaração, constatação e publicação são momentos negociais, envolvem relações de convergências ou confrontações de interesses. (BARRETO, 2006, p.12)

Acreditamos que os políticos também procuram estreitar laços com veículos que correspondam aos seus interesses e mesmo alinhamento político, desenvolvendo uma relação simbiótica que é mutuamente vantajosa para os envolvidos.

Já existem discussões acerca do assunto que prevê uma modificação nas estruturas vigentes até o momento. No entanto, essas mudanças têm sido encaradas por alguns grupos de forma negativa e outros afirmam que as mudanças buscam ferir a liberdade de imprensa.

A questão da regulamentação da mídia foi levantada em 2010, no final do governo Lula. O jurista Fábio Konder Comparato e o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) ingressou no STF com uma Ação de Inconstitucionalidade por Omissão (ADO) visando a

regulamentação de artigos da Constituição Federal relativos à Comunicação. Em 2012, a Procuradoria Geral da República (PGR) deu um parecer favorável em relação a ação. A PGR entendeu que há a necessidade de disciplina legal da vedação ao monopólio e oligopólio dos meios de comunicação, assim como uma atuação promocional do Estado na democratização dos meios de comunicação — em referência às finalidades da programação de rádio e TV previstas no Artigo 221. (EBC, 2016)

Ademais a discussão em torno do monopólio, há também que se preocupar com o conteúdo propagado pelos veículos. Há casos envolvendo programas de TVs que cometeram ofensas a culturas diversas. As emissoras de televisão Rede Record e Rede Mulher foram condenadas pela Justiça Federal em São Paulo a exibir programas de televisão como direito de resposta às religiões de origem africanas que foram ofendidas nos programas Mistérios e Sessão de descarrego.

Há quem acredite que essas punições caracterizem o cerceamento da liberdade de expressão, mas é certo que a liberdade de expressão não pode ofender e nem ferir direitos do próximo que são garantidos pela constituição.

No início do segundo do mandato de Dilma (2014), o governo chegou a sinalizar interesse em propor discussões acerca da regulação econômica a fim de acabar com o monopólio e oligopólio, mas o então Ministro da Comunicação, Ricardo Berzoini, afirmou que o governo não tinha projeto pronto para a regulação.

Em novembro de 2016, Temer pediu ao STF que declarasse como legais as concessões de parlamentares. A defesa do presidente, representada pela AGU, afirma que os serviços de radiodifusão estão submetidos a atos reguladores próprios, e a participação de parlamentares não está proibida pela Constituição. “O artigo 222 da Constituição, que traz limitações à propriedade e ao quadro societário dessas empresas, não faz nenhuma referência ao fato de determinado sócio ser detentor de mandato eletivo”, sustenta. “E se não há restrição constitucionalmente estabelecida nesse sentido, não pode sequer a lei fazê-lo”. (PORTAL CONJUR, 2016)

Com base nesta afirmação, a AGU pede que o Supremo declare inconstitucional todas as decisões que têm impedido a outorga ou a renovação de concessões de rádio e TV a detentores de mandato eletivo.

Atualmente no Brasil, a posição ideológica dos principais veículos de comunicação nem sempre são claramente demarcadas, mas podem ser interpretadas devido ao seu histórico.

Historicamente algumas das características mais notáveis do nosso sistema de mídia permanecem imutáveis: o monopólio familiar e a propriedade cruzada nos meios de comunicação de massa, a pequena diversidade externa do ponto de vista político e o viés conservador, a baixa circulação dos jornais associada ao baixo número de leitores e, como consequência, no campo da grande imprensa, um jornalismo orientado prioritariamente para as elites e permeável à influência dos públicos fortes. Deve-se lembrar ainda o surgimento tardio da imprensa e dos jornais comerciais em nosso país e a centralidade e hegemonia da televisão em nosso sistema de mídia. Some-se a tudo isto, no campo político, os ciclos autoritários, o retorno relativamente recente da democracia e da liberdade de imprensa e a atual presença de um pluralismo polarizado (moderado) e teremos um quadro que em características mais gerais se encaixam perfeitamente, tanto no que diz respeito ao sistema de mídia quanto ao sistema político, no modelo mediterrâneo¹⁰. (AZEVEDO; 2006; p. 89)

Acerca dessa discussão faz-se necessário conhecer a história dos dois veículos analisados para esta pesquisa. Dessa forma, acreditamos que será facilitada a compreensão do contexto das notícias selecionadas.

A Revista VEJA, pertencente ao Grupo Abril da família Civita, foi fundada em 1968 pelos jornalistas Mino Carta e Roberto Civita. Atualmente é a revista de maior circulação nacional. Sua primeira edição foi publicada no dia 11 de setembro de 1968 e a capa trazia a seguinte manchete: “O grande duelo no mundo comunista”. A capa tinha o fundo vermelho com o símbolo comunista: um martelo e uma foice se cruzando. Nos anos 1990, após o falecimento de Victor Civita, seu filho Roberto assumiu a presidência do Grupo Abril. (PORTAL ABRIL, 2014)

A revista não se posiciona claramente acerca de sua posição política no histórico apresentado no seu portal.

A Folha de S. Paulo é resultado da junção dos três títulos do grupo, lançado nos anos 1920 e 1940. Folha da Manhã, Folha da Tarde e Folha da Noite se fundiram em 1º de janeiro de 1960.

Fundada em 1921 por Olival Costa e Pedro Cunha, sua direção mudou 1962, passou a ser comandada por Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho.

O jornal não aborda em seu portal sua posição política nos anos de Ditadura Militar, apenas afirma que em 1976, criou “a seção ‘Tendências/Debates’”, pautada pelo princípio da pluralidade. A publicação de artigos de todos os matizes ideológicos desempenha papel importante no processo de redemocratização do Brasil”. (PORTAL FOLHA DE S. PAULO,

¹⁰O sistema de mídia brasileiro vis-à-vis o sistema político apresenta um conjunto de características que permitem classificá-lo, de acordo com os modelos propostos por Hallim e Mancini, como um sistema mediterrâneo ou pluralista polarizado (AZEVEDO, 2006, p. 89)

2016)

Segundo o jornal, sua linha editorial busca um jornalismo crítico, apartidário e pluralista.

Dados esses breves perfis é importante reforçar que para se fazer um jornalismo mais democrático e transparente é preciso uma reestruturação no modelo de regulação das mídias brasileiras.

3.1 Outros caminhos

Além da regulamentação das concessões e dos conteúdos propagados, estão surgindo alternativas para quebrar o monopólio. O jornalismo independente é uma modalidade que está despontando no país desde 2013.

Essa alternativa é em decorrência da crise que a imprensa vem enfrentando desde os meados do séc. XX. A queda no consumo de mídia impressa tem refletido na queda da publicidade, que é uma das principais fontes de renda de empresas jornalísticas e que consequentemente aumenta as demissões de profissionais do setor. (RAMOS; SPINELLI, 2015)

A queda do consumo de veículos impressos de comunicação está relacionada ao acesso à internet e a mudança do fazer jornalístico. A prática tem sofrido modificações e “queimado etapas” antes tão necessárias para a produção, devido ao acesso a tecnologias eficientes e de baixo custo.

Entre 2012 e novembro de 2016 ocorreram cerca de 1.642 demissões de jornalistas em redações e 5.744 demissões totais em empresas de mídias. Os jornais são responsáveis por 49% dessas demissões, rádio e TV correspondem à 24%, revistas despediram 16% e o meio online 9%. Este levantamento foi realizado pela agência independente de jornalismo Volt Lab e tem seus dados atualizados diariamente. (VOLTALAB, 2016)

O Instituto Verificador de Comunicação (IVC) constatou que a circulação de jornais digitais pode ultrapassar o impresso ainda este ano. O crescimento do digital em 2015 foi de 27% quando comparado a 2014 e a queda da circulação do impresso foi de 13% para o mesmo período. No caso de alguns jornais, a diferença da circulação está diminuindo, na Folha de S.Paulo, circularam 146 mil exemplares digitais pagos em 2015, contra 189 mil do impresso. O Correio Braziliense, teve apenas 21 mil exemplares a frente do digital e aumentou 76,5% em 2015 em comparação a 2014. (IVC, 2016)

Desde 2013 as vendas avulsas caíram 7,6%. As assinaturas digitais cresceram 7,5% e

as edições digitais subiram para 118% em 2015, segundo o IVC de 2016.

Esses números mostram como é cada vez maior a participação das edições digitais no total de circulação. Outro dado a ser levado em consideração é o volume de acesso às páginas de notícias via dispositivos móveis (tablets e smartphones), que em janeiro de 2014 representava 13% do total e, em dezembro já era 27%, mais que o dobro, considerando que o consumidor passou a substituir os tablets pelos smartphones devido ao aumento das telas dos celulares. (IVC, 2016)

Esse enxugamento também resultou no sucateamento da produção e na sobrecarga de profissionais. A acumulação em diversas funções pode gerar o “empacotamento das notícias, ou seja, o reaproveitamento de conteúdo inicialmente produzido para um meio em outros meios, o que coloca em risco a credibilidade e a qualidade do jornalismo.” (RAMOS; SPINELLI, 2015)

Essa mudança na lógica de consumo que refletiu no mercado forçou a busca por alternativas que pudessem comportar o jornalismo em suas transformações e abarcar esses profissionais que ficaram sem emprego.

Dessa forma para romper com o que vinha sendo feito pelo jornalismo tradicional e para se tornar um atrativo dentro do mercado do jornalismo, os profissionais da área de comunicação precisaram desenvolver o seu lado empreendedor e usar a internet como ferramenta principal na nova proposta que queriam oferecer.

Na busca por um jornalismo sem fins lucrativos e apartidário, muitos jornalistas empreendedores vieram da grande mídia e por algum motivo, demissão, falta de identidade com o veículo, motivação para empreender em seu próprio negócio, saíram de seus empregos e tentam consolidar projetos independentes. “Sobreviver autonomamente é, ao mesmo tempo, um mérito e uma imposição de sua condição, que impõe características peculiares na definição de todos os âmbitos de sua atividade, da escolha de conteúdos até a abordagem de público-alvo, passando pelo tamanho dos custos de pessoal e infraestrutura” (SERVA, p. 21 apud RAMOS; SPINELLI, 2015,p.116).

Portanto, desta iniciativa surgiram diversas agências de jornalismo, que procuraram diversificar seu trabalho além do texto, investindo em jornalismo investigativo, jornalismo dedados, análises críticas e FactChecking¹¹. Portanto, oferecendo alternativas além do Hard News utilizado pelos veículos tradicionais na internet e no impresso diário. O Hard News é definido como o relato objetivo de fatos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana

¹¹ Checagem de declarações públicas. No Brasil ficou popular através do Truco da Agência Pública, que checava as afirmações de candidatos políticos no dia seguinte aos debates. A plataforma Aos Fatos começou a checar em tempo real nas eleições de 2016

que não tem por característica um aprofundamento das ideias, mas apenas um modo rápido de informar.

Esse modelo de produto jornalístico oferecido por essas agências integrou equipes multidisciplinares, formadas por designers, programadores, especialistas em estatísticas e administradores, além dos profissionais de comunicação.

A agência Pública, uma das agências de maior destaque no país, que já coleciona prêmios, listou um mapa do jornalismo independente e até o momento já são mais de 70 veículos neste seguimento.

O modelo de negócio destes veículos independentes está baseado na desvinculação a grandes empresas de comunicação e no financiamento coletivo através de seus leitores. Dessa forma não ficam com o conteúdo comprometido com políticos e empresas anunciantes, tendo mais liberdade para atuar em pautas de interesse da população, sendo assim mais polêmicas para o interesse de indivíduos políticos e o empresariado.

As convenções jornalísticas consolidadas ao longo dos anos no segmento político trouxeram uma série de limitações e debilidades. O jornalismo político se transformou em um espaço repleto de vícios excludentes onde apenas alguns “escolhidos” podem transitar. “A maioria das coberturas políticas é sobre políticos, e não sobre as coisas com que me preocupo e com as medidas que eu poderia vir a tomar” (STRAY, 2015, apud TORRES, 2016, web).

Essa mudança na estrutura do jornalismo é importante para a manutenção da democracia, ainda mais quando se trata da esfera política. As acusações seletivas não podem pautar o jornalismo, quando se trata de investigações, escândalos que envolvem desvio de dinheiro e corrupção, que são causas que afetam diretamente a população. Analisando a relação que a mídia tradicional tem desenvolvido com figuras políticas e o empresariado é possível afirmar que falta franqueza em relação ao que é publicado ou deixa de vir a público. Sendo assim, esta postura abre cada vez mais espaço para o jornalismo independente atuar

Feito esse caminho do panorama da mídia nacional, importante para compreender as análises que foram desenvolvidas com relação à imagem construída da primeira mulher presidente do Brasil, o nosso próximo capítulo traz a relação que essa mídia tradicional estabeleceu com o nosso objeto de pesquisa.

4. A RELAÇÃO DA VEJA E FOLHA NO TRATAMENTO COM DILMA

Em 2010 o Brasil, pela primeira vez, teve a oportunidade de ter uma mulher à frente da Presidência da República. Analisando todo o contexto histórico da participação feminina na política brasileira, que atualmente não passa de 13% em todo o território nacional, este acontecimento requer uma avaliação aprofundada. A fraca participação se deve a forma com que a sociedade se organizou nos últimos anos, especialmente a partir da segunda metade do sec. XX em relação aos papéis cotidianos e participação social.

A vitória de Dilma Rousseff foi possível, acreditamos, por seu capital político e as relações estabelecidas neste meio. Mesmo com a chegada da mulher ao poder a participação feminina não dobrou ou aumentou significativamente, passou apenas por oscilações nas últimas três eleições, conforme demonstrado anteriormente

Este estudo quer conhecer a participação feminina na política e a maneira de fazer isso é analisando, de forma geral, como os meios de comunicação construíram a imagem da presidenta.

A análise da construção da imagem da mulher no campo político está intrinsecamente relacionada ao estudo dos papéis de gêneros na sociedade. O gênero é definido como “[...] um campo estruturado e estruturante, uma construção social e política que determina relações entre os homens e as mulheres”, e os diversos jogos de poder e de interesse neste espaço político e social. (MATOS; PINHEIRO, 2012)

Desta forma a atuação da mulher em relação ao homem, na esfera política, acontece dentro do tradicionalismo, sendo subalterno e hierárquico. Sendo que um desempenho diferente do esperado poderá ser questionado pelas esferas da sociedade.

As autoras Stocker e Dalmasso (2016) apontaram em sua pesquisa que os questionamentos realizados por leitores do jornal Folha de S. Paulo em duas notícias publicadas em 2015 nas redes sociais foram todos relacionados ao papel de gênero do sexo feminino.

Os modos de desqualificar ou criticar o trabalho de uma mulher que ocupa posição de poder, neste caso a presidência da República, retratam uma face permeada por construções históricas e culturais relativas ao gênero [...] É através da linguagem que se instituem significados aos gêneros e que se demarcam os lugares de cada um na sociedade. As adjetivações diferenciadas atribuídas aos sujeitos femininos e masculinos não servem apenas para transmitir e expressar relações de poder, mas também ajudam em sua produção e instituição. (STOCKER; DALMASSO, 2016 p. 680)

O tratamento da mídia em relação à pessoa pública está relacionado a construção do

sujeito. A midiatização é um processo de referência para esta concepção, que tem papel importante na construção e na validação de valores morais, sociais e direitos civis e das questões de gênero. (BRAGA, 2007)

Em relação ao que é produzido pela mídia é importante avaliar quais aspectos morais norteiam a elaboração de notícias por profissionais da comunicação.

Os critérios de noticiabilidade, valores notícia, escolha de pauta e fontes são inerentes as visões pessoais, valores dos profissionais e da empresa de comunicação.

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia [...] Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que dever ser inserido e de que modo dever ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção (WOLF, 2003, p.200)

Sendo assim, serve como análise da construção de imagem o tratamento que os veículos de comunicação estabelecem com o sujeito construído.

Quando Dilma tomou posse em 2010, ela pediu que o substantivo “presidente” tivesse sua forma flexionada e que ela fosse chamada formalmente como “presidenta”. O termo “presidenta” é reconhecido gramaticalmente pela Academia Brasileira de Letras e foi usado pelo escritor Machado de Assis em sua obra Memórias Póstumas de Brás Cubas, publicado em 1880. Segundo especialistas da equipe do Dicionário Aurélio, o termo é reconhecido pelo menos desde 1872 e existia no dicionário Cândido de Figueiredo, em 1899. Apesar disso, os veículos de comunicação optaram por não usar a palavra.

A Folha de S. Paulo em 2 de janeiro de 2011, após a posse do primeiro mandato de Rousseff, publicou uma nota esclarecendo que os dois termos estavam gramaticalmente corretos e amparados pela norma culta da língua portuguesa, mas que a palavra “presidenta” não seria usada no tratamento para não causar estranheza aos leitores.

Essa estranheza do uso da palavra deve ser relacionada ao fato de que a eleição de uma mulher para o cargo da presidência da república não havia acontecido anteriormente, sendo necessária uma naturalização do uso da palavra pela população quando a oportunidade viesse a calhar.

A Veja não declarou um posicionamento em relação ao uso do substantivo, mas o colunista Augusto Nunes classificou, no portal da revista, o pedido de Dilma como “[...]”

exotismo que virou distintivo dos sabujos, dos vassalos, dos servis, dos bajuladores e de outras ramificações da tribo dos subalternos incuráveis”. (NUNES, 2016, PORTAL ABRIL)

Desenhado o cenário do tratamento dado a Dilma pelos dois veículos analisados, que justifica também a escolha. Nas próximas etapas da pesquisa estão evidenciados os procedimentos metodológicos e os dados empíricos coletados, que objetivam demonstrar a maneira como a imagem da ex-presidenta foi construída pela Folha de S. Paulo e pela Revista Veja.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: A ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para este estudo foram adotadas as estratégias metodológicas da Análise de Conteúdo (FONSECA JUNIOR, 2005). A Análise de Conteúdo (AC) é um método das Ciências Humanas e Sociais que investiga os fenômenos simbólicos por meio de diversas técnicas de pesquisa. Devendo ser levado em consideração os seguintes marcos de referência: os dados, o contexto dos dados, o conhecimento do pesquisador, o objetivo da análise de conteúdo, a inferência como tarefa intelectual básica e a validade como critério de sucesso.

A pesquisadora francesa Laurence Bardin (1988) estruturou o método da AC em cinco etapas: Organização da análise, a codificação, a categorização, a inferência e o tratamento informático.

Sendo assim, são atribuídas três fases cronológicas: 1) Pré-análise, 2) Exploração do material e 3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

Portanto, atendendo a estrutura definida por Bardin (1988) a organização das etapas da pesquisa foi organizada seguindo a metodologia. A pré-análise foi executada a constituição do corpus, que é a definição do conjunto de documentos a serem submetidos à análise. Para isso foram selecionadas notícias relacionadas a Dilma Rousseff em um período de 12 meses que compreendeu três meses antes das eleições e três meses após a posse nos dois mandatos de Dilma (meses: agosto, setembro e outubro de 2010; janeiro, fevereiro e março de 2011; agosto, setembro e outubro de 2014 e janeiro, fevereiro e março de 2015). Este período abarcou 23 notícias da revista Veja e 274 notícias do jornal Folha de S. Paulo.

As notícias selecionadas foram somente as que estavam relacionadas diretamente a Dilma Rousseff e estavam localizadas na capa de ambos os veículos.

Para a escolha de quais notícias deveriam ser analisadas dentro deste período de seleção foi utilizada como instrumento a técnica “semana e mês construídos” (RIFFE, AUST, LACY, 1993). Esta técnica busca iniciar o trabalho da análise de conteúdo em um determinado dia da semana e na semana seguinte dar a sequência utilizando o dia posterior até que o período de datas coletadas esteja esgotado.

Desta forma foram analisadas 18 reportagens da revista Veja e 55 notícias do jornal Folha de S. Paulo.

Foram incluídas excepcionalmente 1 notícia da Veja e 19 notícias da Folha de S. Paulo que não seguiram o critério da “semana construída”, para essas notícias foi usado o critério de valor notícia que é atribuição um valor subjetivo que visa determinar a importância que um fato/acontecimento tem para ser publicado. (WOLF, 2002)

Para estabelecer a “semana e mês construído”:

- Nos meses de agosto e setembro (2010 e 2014), analisamos a segunda e a quarta semana. Sendo assim, a segunda semana de agosto e a quarta semana de setembro.
- Nos meses de janeiro a março (2011 e 2015), analisamos a primeira, a terceira e quinta semana. Sendo assim, a primeira semana de janeiro, a terceira de fevereiro e a quinta de março.

Para o mês de outubro (2010 e 2014) usamos o critério de valor notícia:

- Foram analisadas notícias do dia anterior as eleições, o dia da eleição e o dia após, em ambos os turnos eleitorais.
- As tabelas incluíram manchetes de capa e títulos de notícias dentro do caderno, para que posteriormente pudéssemos identificar diferenças.

As tabelas de 1 a 8 demonstram datas, manchetes/títulos, tema, personagem, tamanho da fonte e lugar de destaque/Cor que as manchetes/títulos obtiveram.

Tabela 1 - Capas revista Veja e jornal Folha de S. Paulo – 2010

Capas revista Veja – 2010 (agosto, setembro e outubro)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Lugar de destaque/Cor
11/08/2010	Não houve publicação	Não houve publicação	Não houve publicação		
22/09/2010	Não houve publicação	Não houve publicação	Não houve publicação		

06/10/10	As grandes propostas para o Brasil feitas na campanha presidencial: A partir da página 88 as questões essenciais das quais os candidatos fugiram	Campanha política e personalidade	Campanha Dilma e adversários	Pequena	Canto inferior direito / Cor vermelha
27/10/10	“Não aguento mais receber pedidos da Dilma e do Gilberto Carvalho para fazer dossiês. [...] Eu quase fui preso com um dos alopados”	Investigações ilegais do governo	Dilma e Lula	Média	Manchete no meio da página destaque de balão de fala/ Cor branca
03/11/10	“Meu compromisso com o país: valorizar a democracia em toda a sua dimensão” Dilma Rousseff	Posse de Dilma	Governo Dilma		
Capas jornal Folha de S. Paulo – 2010 (agosto, setembro e outubro)					
Data	Títulos	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Tamanho de destaque/Cor
08/08/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
09/08/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
10/08/10	Dilma defende alianças de seu partido com Sarney e Collor Posta contra a parede Dilma recorreu a tergiversações	Aliança do governo Postura de Dilma	1) Dilma e Aliados 1) Governo Dilma	Média	Tamanho pequeno/ Cor preta

11/08/10	Tucano de MG critica ataques ao passado de Dilma Rousseff Para presidente, faltou gentileza no tratamento do 'JN' à petista	Ataques a campanha de Dilma Cobertura da mídia	Campanha Dilma Dilma e Lula	Média	Tamanho médio/ Cor preta
12/08/10	Voltei! E a Dilma não tira a peruca da Marge Simpson	Aparência de Dilma	Campanha Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/Cor preta
13/08/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
14/08/10	Dilma ultrapassa Serra e fica a 3 pontos da vitória no 1º turno Toda vez que a candidata cola em Lula, ela sobe Lulismo abriu as portas do paraíso para ex-ministra	Pesquisa de desempenho em campanha política Pesquisa de desempenho em campanha política Lulismo	Campanha Dilma e adversários Campanha Dilma e Adversários Dilma e Lula	Grande	Tamanho médio / Cor preta
19/09/10	Dilma diz que não sabia de esquema na Casa Civil	Corrupção	Dilma e Escândalos	Grande	Tamanho grande/ Cor preta
20/09/10	Planalto manda TV estatal filmar comícios de Dilma	Illegalidades do governo	Dilma e órgãos de governo	Grande	Tamanho médio / Cor preta
21/09/10	Em evento, Dilma acusa Folha de parcialidade	Parcialidade da mídia	Dilma e Imprensa	Média	Tamanho médio / Cor preta
22/09/10	Dilma nega ter indicado Erenice para Casa Civil	Lobby no governo	Dilma e Escândalos	Média	Tamanho médio / Cor preta

23/09/10	Com escândalos, cai vantagem de Dilma, mostra o Datafolha	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma	Grande	Tamanho grande / Cor preta
24/09/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
25/09/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
02/10/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
03/10/10	Dilma tem menor índice em 50 dias; 2º turno segue indefinido	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma e Adversários	Grande	Tamanho grande / Cor preta
04/10/10	Subida de Marina força 2º turno entre Serra e Dilma	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma e Adversários	Grande	Tamanho grande / Cor preta
30/10/10		Não houve publicação	Não houve publicação		
31/10/10	Dilma Rousseff deve vencer hoje, diz Datafolha	Eleição 2º turno	Campanha Dilma e Adversários	Grande	Tamanho grande / Cor preta
01/11/10	Dilma é a eleita Dilma presidente	Eleição de Dilma Governo Dilma	1) Governo Dilma 1) Governo Dilma	Grande	Tamanho grande / Cor preta

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 2 – Capas revista Veja e jornal Folha de S. Paulo – 2011

Capas revista Veja – 2011 (janeiro, fevereiro e março)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Lugar de destaque/Cor
05/01/11	A batalha dos 100 dias: As oportunidades e os riscos na largada	Análise dos primeiros 100 dias do Governo Dilma	Governo Dilma	Grande	Direita ao centro, inferior direito e inferior esquerdo/ Variedade de tamanhos/ variedades de cores
16/02/11		Não houve publicação			
30/03/11		Não houve publicação			
Capas jornal Folha de S. Paulo – 2011 (janeiro, fevereiro e março)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Tamanho do destaque/Cor
01/01/11	Desafios da presidente	Posse Dilma	Governo Dilma	Média	Tamanho médio/ Cor preta
02/01/11	Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida Novo governo começa com corte de Orçamento Difícil será preencher o vazio de líder carismático	Promessas de governo Medidas do governo Governo anterior	Governo Dilma Governo Dilma Dilma e Lula	Grande	Tamanho grande/Cor preta
13/02/11		Não houve publicação	Não houve publicação		

14/02/11	Dilma limita campo de ação do PMDB fisiológico	Disputas governo	Dilma e Aliados	Pequeno	Tamanho pequeno/Cor preta
15/02/11		Não houve publicação	Não houve publicação		
16/02/11	Dilma e Obama assinarão tratados de cooperação A dieta de Dilma	Acordo internacional Economia	Dilma e Economia Dilma e Economia	Grande	Tamanho médio/Cor preta
17/02/11	Dilma enquadra PMDB e mínimo será de R\$ 545	Disputa partidária	Dilma e Aliados	Grande	Tamanho grande/Cor Preta
18/02/11		Não houve publicação	Não houve publicação		
19/02/11	Presidente mostra mais poder que os seus antecessores Para Aécio Neves, Dilma começa de forma 'autoritária'	Governo Dilma Postura de Dilma	Governo Dilma Dilma e Adversários	Pequena	Tamanho médio/Cor preta
27/03/11		Não houve publicação	Não houve publicação		
28/03/11	Dilma quer diplomacia de resultados do Itamaraty	Relações diplomáticas	Dilma e órgãos do governo	Pequena	Tamanho médio/Cor preta
29/03/11		Não houve publicação	Não houve publicação		
30/03/11		Não houve publicação	Não houve publicação		

31/03/11	Adeus: Ao lado de Dilma, Lula chora no velório de José Alencar	Velório de Alencar	Dilma e Lula	Foto: Dilma e Lula. Lula chora e Dilma olha para o caixão. Legenda pequena	Foto no centro/ Tamanho médio/Legenda preta
----------	--	--------------------	--------------	--	--

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 3 – Capas revista Veja e jornal Folha de S. Paulo – 2014

Capas revista Veja – 2014 (agosto, setembro e outubro)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Lugar de destaque/Cor
06/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
10/09/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
08/10/14	A cartada final: Mariana e Aécio travaram no debate da Globo o último duelo para decidir quem enfrenta Dilma no segundo turno	Campanha política 2º turno	Campanha Dilma e Adversários	Média	Centro Superior/ Tamanho grande/Cor branca

29/10/14	Eles sabiam de tudo – O doleiro Alberto Yousseff, revelou a polícia federal que Lula e Dilma tinham conhecimento das transações na estatal	Corrupção na Petrobras	Dilma, Lula e Escândalos	Grande	Centro superior/ Tamanho grande/ Cor vermelha e branca
Capas jornal Folha de S. Paulo – 2014 (agosto, setembro e outubro)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Tamanho de destaque/Cor
03/08/14	Dilma lança PAC 3 sem concluir 30% de obras do PAC 1	Medidas do governo	Governo Dilma	Grande	Tamanho médio / Cor preta
04/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
05/08/14	Campanha para TV ver	Foto: Campanha Eleitoral	Campanha Dilma	Dilma com bebê em campanha política/ Legenda pequena	Quadrado centro superior/ tamanho médio/ Cor preta
06/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
07/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
08/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
09/08/14		Não houve publicação	Não houve publicação		

21/09/14	Adversários da presidente usam erro de IBGE para criticar petista Disputa entre Marina e Dilma é mais acirrada na classe média	Críticas de adversários de Dilma Disputa de eleitorado	Campanha Dilma Campanha Dilma e Adversários	Pequena	Tamanho pequeno/ Cor preta
22/09/14	Falta a Aécio a fome que tem Dilma e Marina	Análise de campanha política	Campanha Adversários	Pequena	Tamanho pequeno/ Cor preta
23/09/14	Em entrevista na TV, Dilma erra dados da economia	Entrevista Dilma	Campanha Dilma	Pequeno	Tamanho médio/ Cor preta
24/09/14	Dilma tem 9 pontos a mais que Marina, aponta Ibope	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/Cor preta
25/09/14	Dilma usa fala nas Nações Unidas para exaltar sua gestão	Discurso ONU	Campanha Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/ Cor preta
26/09/14		Não houve publicação	Não houve publicação		
27/09/14	Dilma sobe e abre 13 pontos sobre Marina no 1º turno Se Dilma ganhar terá de agradecer aos ataques de Aécio contra Marina	Pesquisa de desempenho em campanha política Campanha Aécio	Campanha Dilma Campanha de Adversários	Grande	Tamanho médio/ Cor preta
04/10/14	Candidatas têm problemas de voz no fim da campanha	Saúde dos candidatos	Campanha Dilma e Adversários	Pequena	Tamanho pequeno/ cor Preta

05/10/14	Dilma lidera, Aécio acelera ascensão, e Marina recua	Desempenho do governo Dilma	Campanha Dilma	Grande	Tamanho médio/ Cor preta
06/10/14	Dilma e Aécio vão ao segundo turno e reavivam polarização entre PT e PSDB	Resultado eleição 1º turno	Campanha Dilma e Adversário	Média	Faixa superior/ tamanho médio/ cor preta
25/10/14	Doleiro acusa Lula e Dilma, que fala em terror eleitoral Corrupção e ataques mútuos dão o tom do último debate	Corrupção na Petrobras Debate Eleitoral	Governo Dilma Campanha Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/Cor preta
26/10/14	Dilma e Aécio chegam ao dia da eleição em empate técnico Em 12 anos, mudamos o Brasil para que ele possa mudar muito mais	Pesquisa de desempenho em campanha política Promessas governo Dilma	Campanha Dilma e Adversários Dilma por Dilma	Grande	Tamanho médio/ Cor preta
27/10/14	Dilma vence com margem apertada e promete diálogo	Resultado 2º turno	Governo Dilma	Grande	Tamanho grande/ Cor preta

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 4 – Capas revista Veja e jornal Folha de São Paulo – 2015

Capas revista Veja – 2015 (janeiro, fevereiro e março)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Lugar de destaque/Cor
07/01/2015	O poder e o saber: com eles juntos, temos uma chance de atravessar o tempestuoso 2015. Se duelarem, o Brasil perde	Posse Dilma/Economia	Governo Dilma	Grande	Inferior direito/tamanho médio/Cor branca e amarela
11/02/15	PT 35 anos A ventania de denúncias que apagou o brilho da festa de aniversário do partido de Lula e Dilma	Aniversário PT	Dilma e Escândalos	Grande	Inferior direito/tamanho médio/Cor branca e amarela
18/03/15	Domingo 15 de março de 2015	Manifestações de março / Apenas Dilma vendada na capa	Governo Dilma	Pequena	Centro direito/tamanho pequeno/Cor preta
Capas jornal Folha de S. Paulo – 2015 (janeiro, fevereiro e março)					
Data	Manchetes	Tema	Personagem	Tamanho da fonte	Tamanho de destaque/Cor
01/01/15	Dilma usará posse para explicar ajuste na economia E agora um deprimente novo ministério feito a base do velho loteamento	Posse Dilma/Crise Econômica Análise governo Dilma	Governo Dilma Governo Dilma	Grande	Tamanho médio/ Cor preta

02/01/15	Dilma promete ajustar economia ‘com o menor sacrifício possível’ Anuncio de ajuste é para Dilma como a indigestão de engolir um sapo-boi	Discurso de posse Dilma Análise de ajuste de Dilma	Dilma por Dilma Dilma e Economia	Grande	Tamanho grande/Cor preta
03/01/15	Palavras e atos de Dilma têm falta de conexão perigosa	Análise do discurso Dilma	Governo Dilma	Pequena	Tamanho médio/Cor preta
03/02/15*	Ajustes não trarão recessão, diz Dilma aos congressistas Há base jurídica para um pedido de impeachment	Ajustes na economia Impeachment	Dilma e a economia Governo Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/cor preta
15/02/15		Não houve publicação	Não houve publicação		
16/02/15		Não houve publicação	Não houve publicação		
17/02/15	Poupada – Para evitar vaias, boneca gigante de Dilma fica fora de desfile em Olinda	Carnaval	Dilma por Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/cor branca com destaque laranja
18/02/15		Não houve publicação	Não houve publicação		
19/02/15	Dilma atrasa repasses para cursos técnicos	Repasses cursos técnicos	Governo Dilma	Grande	Tamanho médio/ cor preta

20/02/15		Não houve publicação	Não houve publicação		
21/02/15	Dilma responsabiliza PSDB por corrupção na Petrobrás	Corrupção	Dilma e Escândalos	Pequena	Tamanho médio/Cor preta
29/03/15	1) Dilma é genuína, mas nem sempre efetiva, diz Levy 2) Levy é parte do desajuste de ideias com as quais Dilma decretou que o país está em crise	Crítica de Levy Análise Governo	Dilma e Aliados Governo Dilma	Grande	Tamanho grande/cor preta
30/03/15	Projeto de Dilma para a construção de creches trava	Problemas nas creches	Governo Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/cor preta
31/03/15	Presidente afirma que fala de Levy foi mal interpretada Dilma diminui em 72% gastos federais contra desmatamento	Confusão Levy Gastos contra desmatamento	Dilma por Dilma Governo Dilma	Pequena	Tamanho pequeno/cor preta

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 5 – Matérias revista Veja e jornal Folha de S. Paulo /2010

Matérias revista Veja/2010 (agosto, setembro e outubro)			
Data	Título	Tema	Personagem
11/08/10	Não houve publicação		
28/09/10	Não houve publicação		

06/10/10	Insosso, insípido e inodoro Apadrinhada, favorita e cheia de mistério	Debate Perfil de Dilma	Campanha de Dilma e Adversários Campanha Dilma
27/10/10	Intrigas de Estado	Espionagem ilegal do governo Lula	Dilma e Lula
03/11/10	Dilma, presidente do Brasil	Eleição de Dilma	Governo Dilma
Matérias Folha de S. Paulo /2010 (agosto, setembro e outubro)			
Data	Título	Tema	Personagem
08/08/10	Não houve publicação		
09/08/10	Não houve publicação		
10/08/10	No “JN”, Dilma defende apoios de Sarney e Collor Exposta às contradições, petista recorre à tergiversação	Alianças do governo Postura de Dilma	Dilma e Aliados Campanha Dilma
11/08/10	Tucano Anastasia admite voto ‘Dilmasia’ em Minas Lula reclama de como Dilma foi tratada no ‘JN’ e critica tucanos	Cobertura da mídia Ataques a campanha de Dilma	Campanha Dilma Dilma e Lula

12/08/10	Voltei! Pra votar no Tiririca (Voltei e Dilma não tira a peruca)	Campanha política	Campanha Dilma
13/08/10	Não houve publicação		
14/08/10	Dilma avança Três pontos Perto do paraíso	Editorial Análise crítica: Desempenho eleitoral Análise crítica: Desempenho eleitoral	Campanha Dilma Campanha Dilma e Adversários
19/09/10	Dilma afirma que não sabia de lobby na Casa Civil, e Erenice alega ter sido traída Para Serra, Dilma é má gestora ou cometeu crime	Escândalo no governo Lula Escândalo no governo Lula	Dilma e escândalos Dilma e escândalos
20/09/10	TV estatal manda cinegrafista registrar comícios de Dilma sem identificar canal	Irregularidades de órgão do governo	Dilma e órgãos de governo
21/09/10	Dilma ataca a Folha e nega favorecimento	Parcialidade da mídia	Dilma e Imprensa
22/09/10	Dilma nega ter indicado Erenice ao cargo	Escândalos do governo	Dilma e Escândalos
23/09/10	Vantagens de Dilma ante rivais cai 5 pontos	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma
24/09/10	Não houve publicação		

25/09/10	Não houve publicação		
02/10/10	Não houve publicação		
03/10/10	Petista volta a perder votos na classe C	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma e Adversários
04/10/10	Subida de Marina força 2º turno entre Serra e Dilma	Pesquisa de desempenho em campanha política	Campanha Dilma e Adversários
30/10/10	Não houve publicação		
31/10/10	Dilma promete relação 'íntima' com Lula Dilma tem 55% dos validos, e Serra, 45%	Governo Dilma Desempenho eleitoral	Dilma por Dilma Campanha Dilma
01/11/10*	Editorial Folha: Dilma presidente O campo da oposição Primeira mulher eleita tem 56% dos votos	Eleição Dilma	Governo Dilma Governo Dilma

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 6 – Matérias revista Veja e jornal Folha de S. Paulo/2011

Matérias revista Veja/2011 (janeiro, fevereiro e março)			
Data	Título	Tema	Personagem
05/01/11	O primeiro (e ótimo) dos 100 dias	Análise dos primeiros 100 dias do governo Dilma	
	Palavra de Dilma	O discurso de posse	Governo Dilma
	A regra da multiplicação das pastas	Números de ministérios	Dilma por Dilma
	Dentro da festa da posse	A cerimônia de posse	Dilma e Aliados
	Dez desafios na política	Desafios políticos que Dilma enfrentará	Governo Dilma
	Dez desafios na economia	Desafios econômicos que Dilma enfrentará	Governo Dilma
	Estilo tolerância zero	Estilo Dilma de governar	Dilma e Economia
	100 desejos para Dilma	Desejo dos brasileiros para o novo governo	Dilma e imprensa
16/02/11	Não houve publicação		
30/03/11	Não houve publicação		
Matérias jornal Folha de S. Paulo/2011 (janeiro, fevereiro e março)			
Data	Título	Tema	Personagem
01/01/11	Editorial Folha: Desafio da presidente	Análise do governo Dilma	Governo Dilma
	Filhos de imigrantes	Maioria dos presidentes do Brasil são filhos de imigrantes	Governo Dilma
	Dilma toma posse e foca a erradicação da miséria		Dilma e Imprensa
		Metas governo Dilma	Governo Dilma
			Dilma e Lula

02/01/11	Análise crítica: Voto de confiança Dilma diz que será 'rígida' com corrupção Folha adotará termo 'presidente' para se referir a Dilma Discursos acenam com o fim da crispação No congresso, Dilma diz que irá consolidar obra de Lula Cortes de gastos serão foco de início do governo Modelo clássico teve blazer e vestido com pérolas e amuleto contra inveja	Apostas no governo Dilma Postura de Dilma O tratamento da imprensa Postura de governo Dilma Dilma e Lula Medidas do governo Dilma Roupa de Dilma	Governo Dilma Dilma por Dilma
13/02/11	Não houve publicação		
14/02/11	Análise crítica: Cirurgia eletiva	Disputas governo	Dilma e Aliados
15/02/11	Não houve publicação		
16/02/11	Dilma e Obama vão assinar acordo para destravar comércio Análise crítica: A dieta de Dilma	Acordo comercial do governo Dilma Medidas econômicas do governo Dilma	Dilma e economia Dilma e economia

17/02/11	Com 100% do PMDB, Dilma aprova mínimo de R\$ 545	Ajustes do governo Dilma/Disputas partidárias	Dilma e Aliados
18/02/11	Não houve publicação		
19/02/11	Análise crítica: O poder de Dilma Aécio vê 'autoritarismo' de Dilma no mínimo; PT reage	Liderança de Dilma é forte Postura de Dilma incomoda oposição	Governo Dilma Dilma e adversários
27/03/11	Não houve publicação		
28/03/11	Dilma cobra do Itamaraty diplomacia de resultados	Relações diplomáticas	Dilma e órgãos do governo
29/03/11	Não houve publicação		
30/03/11	Não houve publicação		
31/03/11	Lula, Dilma e 8 mil se despedem de Alencar	Velório de Alencar	Dilma e Lula

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 7 – Matérias revista Veja e jornal Folha de S. Paulo/2014

Matérias revista Veja/2014 (agosto, setembro e outubro)			
Data	Título	Tema	Personagem
06/08/14	Não houve publicação		
10/09/14	Não houve publicação		

08/10/14	O último lance Uma eleição a cada semana	Debate Desempenho político	Campanha Dilma e Adversários Campanha Dilma e Adversários
29/10/14	Youssef: “O planalto sabia de tudo!” Delegado: “Quem do planalto?” Youssef: “Lula e Dilma”	Corrupção na Petrobras	Dilma, Lula e Escândalos
Matérias jornal Folha de S. Paulo/2014 (agosto, setembro e outubro)			
Data	Título	Tema	Personagem
03/08/14	Dilma relança PAC com 30% das grandes obras inacabadas	Lançamento do PAC	Governo Dilma
04/08/14	Não houve publicação	Não houve publicação	Não houve publicação
05/08/14	Campanha para a TV ver – Foto de Dilma com um bebê	Campanha política	Campanha Dilma
06/08/14	Não houve publicação		
07/08/14	Não houve publicação		
08/08/14	Não houve publicação		
09/08/14	Não houve publicação		

21/09/14	Rivais de Dilma exploram erro do IBGE para criticar gestão petista Disputa Dilma-Marina é bem mais dura na classe média intermediária	Críticas de adversários de Dilma Disputa de eleitorado	Campanha Dilma Campanha Dilma e adversários
22/09/14	Aécio e Neném Prancha	Campanha de Aécio	Campanha Adversários
23/09/14	Na tv, Dilma erra dados econômicos e é contestada	Entrevista de Dilma	Campanha Dilma
24/09/14	Dilma abre 9 pontos no 1º turno, diz Ibope	Desempenho em campanha política	Campanha Dilma
25/09/14	Em discurso na ONU, Dilma aborda temas de campanha	Discurso de Dilma na ONU	Campanha Dilma
26/09/14	Não houve publicação		
27/09/14	Dilma aumenta vantagem sobre Marina no 1º turno A mãozinha de Aécio a Dilma	Desempenho em campanha política Desempenho de Dilma	Campanha Dilma Campanha adversários
04/10/14	Garganta no volume morto	Saúde dos candidatos	Campanha Dilma e Adversários
05/10/14	Dilma tem pior desempenho de um líder nos últimos 20 anos	Desempenho de campanha política	Campanha Dilma
06/10/14	Dilma lidera e enfrenta Aécio, que arranca com votos de SP	Desempenho de campanha política	Campanha Dilma e Adversários

25/10/14	1) 'Não há nenhuma prova', diz Dilma 2) Doleiro acusa Lula e Dilma; PT fala em terrorismo, e Aécio, em caixa dois 3) Na TV, ¼ do tempo foi destinado a ataques	Corrupção na Petrobras Corrupção na Petrobras Debate político	Dilma por Dilma Dilma e Escândalos Campanha Dilma e adversários
26/10/14	Dilma e Aécio chegam ao dia do pleito com disputa mais acirrada desde 1989 Fizemos muito, mas faremos muito mais	Desempenho em campanha política Carta de Dilma aos leitores da Folha	Campanha Dilma e adversário Dilma por Dilma
27/10/14	Editorial Folha: Os desafios de Dilma	Os desafios do governo Dilma	Governo Dilma

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 8 – Matérias revista Veja e Folha de S. Paulo/2015

Matérias revista Veja/2015 (janeiro, fevereiro e março)			
Data	Título	Tema	Personagem
07/01/15	Mandato novo, problemas velhos	Análise do novo Governo Dilma	Governo Dilma
11/02/15*	O homem da mochila	Escândalos no governo	Dilma e Escândalos

18/03/15	As saídas possíveis para Dilma Até a presidente fala em Impeachment A falácia de culpar a crise externa pela recessão brasileira	Governo Dilma Impeachment Crise econômica	Governo Dilma Dilma por Dilma Dilma e Economia
Matérias jornal Folha de S. Paulo/2015 (janeiro, fevereiro e março)			
Data	Título	Tema	Personagem
01/01/15	Análise crítica: Feliz ano velho Dilma usa festa da posse para defender ajuste na economia	Crítica ao governo Dilma Problemas na economia	Governo Dilma Governo Dilma
02/01/15	Oposição diz que Dilma é ‘escapista’ ao falar de estatal Análise crítica: Dilma assumiu papel de chefe de um governo sob ataque Análise crítica: Dilma entre dois amores	Corrupção na Petrobras Crise econômica Crise econômica	Dilma e escândalos Governo Dilma Governo Dilma
03/01/15	Outras intenções Análise crítica: O critério da verdade	Posse de Dilma Medidas do governo Dilma	Governo Dilma Governo Dilma
03/02/15*	1) Ajustes não trarão recessão, diz Dilma aos	1) Crise econômica	Dilma e a economia Governo Dilma

	congressistas 2) A hipótese de culpa para o impeachment	2) Impeachment	
15/02/15	Não houve publicação		
16/02/15	Não houve publicação		
17/02/15	Para evitar vaia, réplica de Dilma fica de fora de desfile em Olinda	Desfile de carnaval	Dilma por Dilma
18/02/15	Não houve publicação		
19/02/15	Governo Dilma atrasa pagamento do Pronatec	Atrasos de pagamento do Governo Dilma	Governo Dilma
20/02/15	Não houve publicação		
21/02/15	Dilma culpa PSDB por corrupção na estatal FHC e Aécio rebatem Dilma sobre corrupção	Escândalo na Petrobras Escândalo na Petrobras	Dilma e Escândalos Dilma e Escândalos
29/03/15	Dilma nem sempre age de forma eficaz, afirma Levy Levy diz que frase foi tirada de contexto e lamenta interpretação Análise crítica: Desajuste	Crise no governo Crise no governo Crise econômica	Governo Dilma Governo Dilma Dilma e a economia
30/03/15	Promessa de Dilma, programa	Problemas em projetos do	Governo Dilma

	de creches fica estagnado e será revisto	governo	
31/03/15	Dilma diz ter clareza de que Levy foi 'mal interpretado' Com Dilma, verba anti desmatamento tem corte de 72%	Crise no governo Corte de investimento	Dilma por Dilma Governo Dilma

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Na segunda fase cronológica da pesquisa, que é a Exploração do material, que consiste em realizar a análise proposta do material e codificá-lo. Portanto, após a leitura de todas as manchetes e notícias selecionadas, separamos as notícias em categorias temáticas. A partir destas categorias atribuímos qualidades.

Criamos 14 categorias que foram atribuídas a 3 qualidades:

- Campanha Dilma: textos que abordavam a campanha de Dilma realizada nos dois períodos.
- Campanha adversária: textos que abordavam a campanha de adversários de Dilma realizada nos dois períodos.
- Campanha aliados: textos que abordavam a campanha de aliados de Dilma realizada nos dois períodos.
- Campanha de Dilma e adversários: textos que abordavam a campanha de Dilma e adversários realizada nos dois períodos. Ex: Desempenho em pesquisas eleitorais
- Dilma e Adversários: textos que abordavam Dilma e seus adversários nos quatro períodos.
- Dilma e Aliados: textos que abordavam Dilma e seus aliados nos quatro períodos.
- Dilma e Economia: textos que abordavam a Dilma e temas políticos nos quatro períodos.
- Dilma e Escândalos: textos que abordavam Dilma e escândalos do governo nos quatro períodos.
- Dilma e Lula: textos que abordavam Dilma e Lula nos quatro períodos.
- Dilma e imprensa: textos que abordavam Dilma e a imprensa nos quatro períodos.
- Dilma e órgãos de governo: textos que abordavam Dilma e órgãos do governo nos quatro períodos.
- Dilma por Dilma: textos que abordavam falas de nos quatro períodos.
- Dilma, Lula e Escândalos: textos que abordavam Dilma, Lula e escândalos do governo

nos quatro períodos.

- Governo Dilma: textos que abordavam medidas do governo Dilma nos quatro períodos.

Como atributo de qualidade foi elencado três classificações: Positivo, Negativo e Neutro. Igualmente, para possibilitar uma análise mais detalhada, optamos por incluir a subcategoria “Gênero” para cada um dos atributos analisados. Assim, foi possível verificar quando o enquadramento da notícia está ligado ao valor feminino. Sendo que notícias positivas são as que favorecem a imagem da presidenta, as negativas são as que prejudicam e as neutras não causam efeito algum.

Para avaliar os aspectos positivos e negativos de uma reportagem foi levado em consideração o título e a matéria. Em algumas situações em que o título parecia neutro, a reportagem foi levada mais em consideração para a atribuição de qualidade. No entanto, textos que não apresentavam características negativas, mas traziam um título com aspectos negativos foram avaliados como negativos. Este critério segue a premissa de que o título dá angulação do texto. Sendo assim, texto com chamadas negativas causam uma sensação não positiva desde o início da leitura da informação.

Nesta etapa codificamos separadamente as manchetes de capas e as notícias e títulos contidos dentro do material. Esta separação teve a intenção de encontrar diferenças entre a apresentação da notícia de forma superficial na capa e o desenvolvimento dela dentro do caderno.

As tabelas de 9 a 16 demonstram o número de qualidades atribuídas as categorias temáticas:

Tabela 9 – Categorias temáticas capas – 2010

Total:	Categorias temáticas	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
1	Dilma e órgãos de governo				1		
6	Campanha Dilma		2	1	3		
	Campanha adversária						
	Campanha aliados						
3	Dilma e Lula				2		1

1	Dilma e imprensa				1		
	Dilma por Dilma						
	Dilma e Economia						
2	Dilma e Escândalos				1		1
4	Governo Dilma		3		1		
3	Campanha de Dilma e adversários		1		2		
	Dilma, Lula e Escândalos						
	Dilma e Adversários						
1	Dilma e Aliados				1		
	Total:	0	6	1	13	0	2

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 10 – Categorias temáticas capas – 2011

Total:	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
1	Dilma e órgãos de governo						1
	Campanha Dilma						
	Campanha adversária						
	Campanha aliados						
2	Dilma e Lula				1		1
	Dilma e imprensa						
	Dilma por Dilma						
2	Dilma e Economia	1	1				
	Dilma e Escândalos						
5	Governo Dilma		3		1		1
	Campanha de Dilma e adversários						
	Dilma, Lula e Escândalos						
1	Dilma e Adversários				1		

2	Dilma e Aliados				2		
	Total:	1	4	0	6		3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 11 - Categorias temáticas capas – 2014

Total:	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
	Dilma e órgãos de governo						
10	Campanha Dilma		5		4		1
2	Campanha adversária		1		1		
	Campanha aliados						
	Dilma e Lula						
	Dilma e imprensa						
1	Dilma por Dilma		1				
	Dilma e Economia						
	Dilma e Escândalos						
3	Governo Dilma		1		2		
3	Campanha de Dilma e adversários				1		2
1	Dilma, Lula e Escândalos				1		
	Dilma e Adversários						
	Dilma e Aliados						
	Total:	0	8	0	9	0	3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 12 – Categorias temáticas capas – 2015

Total:	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
	Dilma e órgãos de governo						
	Campanha Dilma						
	Campanha adversária						
	Campanha aliados						
	Dilma e Lula						
	Dilma e imprensa						
3	Dilma por Dilma		2		1		
2	Dilma e Economia		1		1		
2	Dilma e Escândalos		1		1		
10	Governo Dilma				10		
	Campanha de Dilma e adversários						
	Dilma, Lula e Escândalos						
	Dilma e Adversários						
1	Dilma e Aliados				1		
	Total:	0	4	0	14	0	0

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 13 – Categorias temáticas matérias – 2010

Total:	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
1	Dilma e órgãos de governo				1		
6	Campanha Dilma		2	1	3		
	Campanha adversária						

	Campanha aliados						
3	Dilma e Lula			1	2		
1	Dilma e imprensa				1		
1	Dilma por Dilma			1			
	Dilma e Economia						
3	Dilma e Escândalos				2		1
5	Governo Dilma	1		1	1		2
4	Campanha de Dilma e adversários		1		2		1
	Dilma, Lula e Escândalos						
	Dilma e Adversários						
1	Dilma e Aliados						1
	Total:	1	3	4	12	0	4

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 14 – Categorias temáticas matérias – 2011

Quant.	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
1	Dilma e órgãos de governo				1		
	Campanha Dilma						
	Campanha adversária						
	Campanha aliados						
2	Dilma e Lula						2
1	Dilma e imprensa			1			
2	Dilma por Dilma		2				
1	Dilma e Economia				1		
	Dilma e Escândalos						
14	Governo Dilma		5	1	2		6

	Campanha de Dilma e adversários						
	Dilma, Lula e Escândalos						
1	Dilma e Adversários		1				
3	Dilma e Aliados				3		
	Total	0	8	2	7	0	8

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 15 – Categorias temáticas matérias – 2014

Quant.	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
	Dilma e órgãos de governo						
13	Campanha Dilma		4		5		2
1	Campanha adversária		1				
	Campanha aliados						
	Dilma e Lula						
	Dilma e imprensa						
1	Dilma por Dilma		1				
	Dilma e Economia						
1	Dilma e Escândalos				1		
2	Governo Dilma				2		
3	Campanha de Dilma e adversários				2		1
1	Dilma, Lula e Escândalos				1		
	Dilma e Adversários						
	Dilma e Aliados						
	Total:	0	6	0	11	0	3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Tabela 16 – Categorias temáticas matérias – 2015

Quant.	Categorias	Positivo		Negativo		Neutro	
		Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)	Gênero (s)	Gênero (n)
	Dilma e órgãos de governo						
	Campanha Dilma						
	Campanha adversária						
	Campanha aliados						
	Dilma e Lula						
	Dilma e imprensa						
3	Dilma por Dilma		1		2		
3	Dilma e Economia				3		
4	Dilma e Escândalos				4		
14	Governo Dilma				14		
	Campanha de Dilma e adversários						
	Dilma, Lula e Escândalos						
	Dilma e Adversários						
	Dilma e Aliados						
	Total:	0	1	0	23	0	0

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Finalmente, no Tratamento dos resultados obtidos e interpretação, realizou-se a terceira etapa da constituição da pesquisa. Nesta fase os resultados obtidos após a separação de categorias temáticas e atribuição de qualidade foram interpretados e analisados a luz da revisão teórica realizada.

Analisamos por ordem cronológica, as capas e depois as reportagens relacionadas. Assim podemos apontar como primeiros resultados,

Quadro 1 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

CAPAS 2010			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	1	0
Gênero (n)	6	13	2

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Quadro 2 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

MATÉRIAS 2010			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	1	4	0
Gênero (n)	3	12	4

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Em 2010, o período que compreendeu os meses de agosto, setembro e outubro, ocorreu a campanha política para a eleição presidencial com posse em 2011. Dilma Rousseff do PT disputava o cargo da presidência com José Serra do PSDB e Marina Silva do PV¹²(na época). Dilma enfrentou Serra no segundo turno e saiu eleita.

O número de manchetes (chamadas de capa) não será exatamente igual ao número de notícias. Pois, uma manchete apenas pode gerar mais de um título diferente dentro do caderno. Sendo assim a manchete um tema apresentado na capa.

As notícias de aspectos positivos em sua maioria estão relacionadas ao desempenho da candidata nas pesquisas políticas realizadas por órgãos como os próprios veículos de comunicação ou institutos de pesquisa. Das 6 notícias positivas apresentadas na capa, 4 são relacionadas ao desempenho e 2 a eleição de Dilma, sendo que 1 tem cunho associado ao gênero, quando faz menção a primeira mulher presidente. Dentro do caderno são apresentadas apenas 4 notícias positivas, isso porque 2 delas que estavam na capa perderam o aspecto positivo, tornaram-se neutras. Isso acontece porque nem sempre as notícias do caderno possuem o mesmo título que as suas manchetes de capa. Observa-se que tanto na capa quanto nas notícias a imagem que se tem formada pende para o aspecto negativo. Sendo mais que o dobro do resultado do aspecto positivo.

¹²Partido Verde.

As manchetes e notícias de cunho negativo estão relacionadas a cinco temas: queda na intenção de voto, escândalos políticos, críticas de adversários, questões de gênero e independência de Lula para a atuação política.

Neste período Dilma foi relacionada a dois escândalos políticos: a) supostos pedidos de dossiês¹³; investigativos de adversários, e b) suposta indicação de Erenice Guerra¹⁴ para chefiar a Casa Civil

Todas essas acusações foram negadas por Dilma durante campanha e debates. No entanto, esses acontecimentos repercutiram de forma negativa na construção de sua imagem neste período (agosto, setembro e outubro de 2010)

A definição de escândalo político foi definida pelo sociólogo John B. Thompson como “[...] ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública”. (THOMPSON, 2002, p.40).

Segundo o autor, existem cinco características que determinam algo como escândalo:

1. Seu evento ou existência está relacionado ao descumprimento de certas normas, valores ou códigos morais padronizados pela sociedade.
2. Este evento envolve ocultação de informações que são conhecidos por indivíduos não envolvidos na ocorrência.
3. As ações ou acontecimentos deste evento transgressor é passível de desaprovação pelos não participantes.
4. Os não-participantes expressam sua desaprovação denunciando publicamente as transgressões.
5. A exposição pública e/ou condenação desses atos podem refletir negativamente na imagem dos indivíduos relacionados ao evento transgressor.

Dessa forma, mesmo que Dilma tenha negado envolvimento nesses escândalos, as notícias que relacionavam seu nome a eles repercutiram de forma negativa em sua imagem.

Além disso, seu desempenho na campanha política (que apresentou se como positivo)

¹³Os pedidos tinham intenção de vazar informações comprometedoras que pudessem atrapalhar o desempenho de adversários em campanhas políticas. (FOLHA DE S. PAULO, 2010)

¹⁴Erenice Guerra foi acusada de favorecer seu filho Israel Guerra em intermediações de contratos entre órgão públicos e empresários. (VEJA, 2011)

e especulações sobre sua atuação como presidenta foram sempre relacionadas a imagem de Lula. Seu crescimento nas pesquisas foi atribuído ao alto índice de aprovação dele e os questionamentos a respeito de sua atuação como presidenta estavam relacionados a dependência de Lula e a falta de experiência com cargos neste seguimento. Em 6 de outubro de 2010, a Veja publicou a matéria “Apadrinhada, favorita e cheia de mistério”. A Folha, em 14 de agosto de 2010 trouxe na capa as manchetes de análises críticas “Toda vez que a candidata cola em Lula, ela sobe” e “Lulismo abriu as portas do paraíso para ex-ministra”.

Dessa forma, a imagem de Dilma Rousseff na sua primeira campanha presidencial em 2010 pode ser definida como negativa e desprovida de confiança.

Em relação ao gênero não é possível afirmar que as 4 notícias negativas deste aspecto tenham pesado mais que 12 ou 13 notícias negativas não relacionadas ao gênero. No entanto, a desconfiança quanto à experiência de Dilma pode ser justificada pela falta de mulheres atuando em cargos importantes na política, que é uma problemática ligada aos papéis de gêneros na sociedade.

Quadro 3 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

CAPAS 2011			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	1	0	0
Gênero (n)	4	6	3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Quadro 4 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

MATÉRIAS 2011			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	2	0
Gênero (n)	8	7	8

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Em 2011, que abarcou o período de janeiro, fevereiro e março, é nítido a redução de matérias publicadas que mencionassem a presidente. Este período de 90 dias está incluso nos “100 primeiros dias” de mandato, que é definido como o período de Lua de Mel. A Veja definiu essa temporada como “Um tempo de trégua, de bandeira branca, em que eles

(governantes) são poupados das batalhas encarniçadas com a oposição e da cobrança feroz da opinião pública” (VEJA, 5 de janeiro de 2011).

Neste período a imagem de Dilma parece ser mais equilibrada. Os números de notícias positivas e negativas são próximos. A relação numérica entre manchetes de capa e matérias não é igual, as manchetes renderam mais assunto dentro dos cadernos. Mesmo assim, a quantidade de notícias negativas é maior tanto na capa quanto no caderno.

A notícia positiva relacionada a gênero focou na representatividade da mulher e no evento excepcional: O editorial da Folha “Desafio da presidente” falou de ajustes que poderiam ser tomados por Dilma e exaltou o fato inédito (mulher presidente) no país. Ela está inclusa somente na análise da capa porque o editorial saiu em destaque na mesma.

As notícias neutras são as que analisaram friamente as medidas que Dilma poderia tomar para dar seguimento ao crescimento do país. Essas notícias não apresentaram desconfiança / confiança em relação à ação da presidenta.

As negativas foram relacionadas com a postura, roupas da posse e medidas impopulares do governo. Em relação à postura, a Veja publicou a reportagem “Estilo tolerância zero”, que descreveu uma Dilma sem paciência para lidar com subordinados, já a Folha de S. Paulo destacou a reclamação de Aécio Neves (senador na época) “Aécio vê ‘autoritarismo’ de Dilma no mínimo; PT reage”.

A imagem de Dilma foi desassociada da figura materna que a sociedade tradicional espera que a mulher desempenhe. Essa ruptura de Dilma (lembrando que as reportagens afirmam que ela nunca foi diferente disto que eles descrevem) com a figura maternal, dócil e resignada causaram certo mal-estar entre os seus aliados e adversários na arena política, conforme observado na matéria e no acompanhamento dos noticiários de modo geral.

Neste período as notícias diminuíram. Essa ausência de notícias de Dilma na mídia é enquadrada dentro da Teoria de agendamento (MCCOMBS e SHAW, 1970). Esta teoria propõe que é a mídia quem determina os assuntos que serão parte do interesse dos consumidores. Esta hipótese defende que o público é sujeito a conferir mais importância a determinados assuntos guiados pela mídia. Portanto, a mídia seria responsável por selecionar o tema e colocá-lo em evidência na sociedade.

Dessa forma, a ausência de notícias e o aspecto equilibrado decorrente da avaliação das notícias imprimiram em Dilma uma imagem neutra em relação ao seu governo, deixando os aspectos negativos serem mais ressaltados em sua postura pessoal.

Quadro 5 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

CAPAS 2014			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	0	0
Gênero (n)	8	9	3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Quadro 6 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

MATÉRIAS 2014			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	0	0
Gênero (n)	6	11	3

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Na segunda campanha política de Dilma, a eleição foi disputada entre ela, Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB na época, hoje é da REDE), que compreendeu agosto, setembro e outubro de 2014, apresentou números semelhantes a campanha anterior. A diferença notável é que não houve nenhuma notícia positiva, negativa ou neutra em relação ao gênero.

Mais uma vez, o número de manchetes é diferente do número de notícias do caderno. As notícias de aspectos positivos estão relacionadas ao desempenho de intenção de voto, a carta que Dilma publicou na Folha e a promessas no discurso de posse.

As publicações negativas são advindas de escândalos de corrupção e problemas na economia e na gestão do governo. A de maior destaque neste período foi a da Veja, que publicou uma matéria que ligava Lula e Dilma ao esquema de desvio de dinheiro da Petrobras¹⁵. “Eles sabiam de tudo” foi a manchete da capa de 29 de outubro de 2014. O conteúdo afirma que tanto Rousseff quanto seu antecessor sabia das ilegalidades ocorridas na estatal. A notícia gerou um impacto negativo na campanha da presidenta (na época). A Veja adiantou a publicação da capa da revista em uma semana, para que ela circulasse antes do segundo turno das eleições. Tal ato da revista foi contestado pela campanha de Dilma, que

¹⁵O Petrolão, é como ficou conhecido o esquema de desvio de dinheiro da Petrobras e é investigado pela operação Lava-Jato que é considerada a maior investigação de corrupção do Brasil. As investigações revelaram ligação de cerca de 70 políticos de diversos partidos, os principais envolvidos são PT, PSDB e PMDB.

teve o direito de resposta concedido¹⁶.

Apesar de Dilma conseguir conquistar a eleição do segundo mandato, a disputa ficou marcada como difícil e a Folha classificou a eleição como a “mais acirrada desde 1989”. (FOLHA, 26 de outubro de 2010).

Esse destaque da mídia aos escândalos de corrupção deve ser compreendido como um produto midiático que é enquadrado nos “critérios de noticiabilidade”, que identifica o potencial noticioso da informação no mundo real. A noticiabilidade consiste em um conjunto de critérios, operações e instrumentos que as informações são submetidas para serem escolhidas cotidianamente dentre uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2002, p.196)

Dessa forma as notícias em relações aos casos de corrupção e má gestão do governo Dilma passaram no crivo de seleção do valor notícia e superaram quaisquer notícias que pudessem ser positivas em relação ao governo.

Além disso, o valor notícia é separado em duas categorias: os critérios de seleção e os critérios de construção.

Como já explicado anteriormente, os critérios de seleção podem conter julgamento de grau de importância subjetivo, interesse público, contexto do acontecimento e alinhamento do veículo de comunicação.

Os critérios de construção definem a forma como as notícias serão produzidas e veiculadas.

A imagem de Dilma neste período ficou marcada de forma bastante negativa, para a composição das notícias foram usadas palavras que deram um sentido de um governo incompetente e perdido. As matérias “Dilma relança PAC com 30% das grandes obras inacabadas” e “Na TV, Dilma erra dados econômicos e é contestada”, publicadas em agosto e setembro de 2014 dão o tom da imagem construída. Desta forma, ela entra em seu segundo mandato com uma imagem muito desgastada, conforme a notícia “Dilma tem pior desempenho de um líder nos últimos 20 anos” publicada pela Folha em 10 de outubro de 2014.

¹⁶A edição nº 2397 da Revista VEJA, que deveria ser lançada como de costume na quarta-feira, dia 29 de outubro, teve sua capa e um trecho da matéria principal divulgada na internet, na quinta-feira, dia 23 de outubro de 2014. Na sexta-feira, 24 de outubro, a matéria já estava disponível na internet para os assinantes e no IBA, uma plataforma paga de leitura online. A revista foi lançada às vésperas do segundo turno das eleições presidenciais que ocorreria no domingo, dia 26 de outubro. A ação foi considerada como manobra eleitoral, e o TSE concedeu o direito de resposta ao Partido dos Trabalhadores alegando que a publicação foi ofensiva e em “tom de certeza”

Quadro 7 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

CAPAS 2015			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	0	0
Gênero (n)	4	14	0

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

Quadro 8 – Revista Veja e jornal Folha de S. Paulo

MATÉRIAS 2015			
	Positivo	Negativo	Neutro
Gênero (s)	0	0	0
Gênero (n)	1	23	0

Fonte: desenvolvido pela autora, 2017

O último período analisado, que corresponde ao segundo mandato da ex- presidenta Dilma, compreende os meses de janeiro, fevereiro e março de 2015.

Em comparação ao período semelhante (janeiro, fevereiro e março de 2011) do primeiro mandato o volume de notícias praticamente dobrou. Em relação ao número de manchetes e notícias, a proporção ficou parecida.

Notamos que notícias consideradas positivas na capa, se tornaram negativas dentro do caderno, devido à angulação do texto. Este período em comparação com os outros, exceto 2011, teve a mesma média de notícias, mas em 2015 elas ficaram menos equilibradas.

Foi considerado de aspecto positivo notícias em que Dilma afirmou que as medidas de seu governo seriam efetivas e seguras: “Ajustes não trarão recessão, diz Dilma aos congressistas” e “Dilma usa festa da posse para defender ajuste na economia” publicadas pela Folha em janeiro e fevereiro de 2015. A Veja não publicou nenhuma matéria positiva neste período analisado.

Mais uma vez nenhuma notícia relacionada a gênero no período analisado foi publicada.

Este foi o período mais consistente em relação à construção da imagem de Dilma, não houve nenhuma publicação que pudesse ser considerada neutra.

As notícias de aspectos negativos foram numerosas e ficaram concentradas nos temas:

Crise econômica, crise política entre aliados da base do governo, crises no governo, cortes de investimentos e impeachment. Neste período as notícias de mais impacto são “A hipótese de culpa para o impeachment”, que cita o tema pela primeira vez no período analisado em três de fevereiro de 2015 e “Dilma nem sempre age de forma eficaz, afirma Levy” que causou um mal-estar no governo e insegurança no mercado econômico, foi publicada em 29 de março de 2015.

Sem dúvidas este foi período mais negativo em relação à construção da imagem de Dilma. Nos outros períodos, o número de notícias negativas era superior também, mas apareceram de forma mais equilibrada, devido à publicação de notícias de aspectos positivos e neutros.

Essa onda negativa está relacionada a baixa popularidade de Dilma Rousseff, que foi registrada em 12% de aprovação em março de 2015 (CNI-IBOPE, 2015) e as denúncias de corrupção que envolveu seu partido, governo e aliados. Apesar dela não ter sido considerada ré em escândalos de corrupção da Petrobrás isso respingou sobre a sua imagem e foi ampliado através da mídia.

O processo de construção de imagem da ex-presidenta do Brasil nos 4 períodos analisados pode ser definido em quatro aspectos:

2010 – Desconfiança: A candidata à presidência era constantemente associada ao seu padrinho político, tendo sua proposta de programa de governo questionada e subordinada a figura de Lula.

2011 – Apagamento do governo e destaque negativo de sua postura: “Os primeiros 100 dias” foi o período em que os veículos analisados menos publicaram notícias relacionadas ao governo e destacaram que Dilma era “tolerância zero” com seus subordinados e que “Dilma não possui traquejo para a seara partidária”. Essas características foram apontadas como um problema para o governo ter uma boa relação com a câmara de deputados, apesar de Dilma ter mais aliados do que seu antecessor.

2014 – Associação da imagem da presidenta a corrupção e problemas econômicos: As notícias negativas deste período estão todas relacionadas a corrupção, crise econômica e queda no desempenho das pesquisas eleitorais. A imagem de Dilma começa a ficar impopular, a notícia “Para evitar vaias, boneca gigante de Dilma fica fora de desfile em Olinda (no carnaval) ”, sintetiza essa queda da popularidade. Apesar de Dilma não ter se tornado ré e nem existido provas concretas de envolvimento direto em escândalos de corrupção, sua imagem foi muito deteriorada por causa do envolvimento de seu partido e de aliados.

2015 – Governo em crise e perda da confiança em Dilma: Foi o período mais crítico em relação a construção da imagem. As notícias não foram equilibradas e através delas é possível perceber que havia um desajuste entre Dilma e seus aliados. Dilma ganhou a imagem de uma líder confusa e isolada, principalmente quando aconteceu o evento de má interpretação da fala de seu ministro da Fazenda, Joaquim Levy, acerca das ações de Dilma para melhorar a economia, que foi repercutida por pelos principais jornais e causou insegurança no mercado econômico.

Quanto à questão de gênero, analisando somente as notícias de aspecto negativo que envolviam características do sexo feminino, não é possível afirmar neste contexto noticioso que a imagem negativa da ex-presidenta Dilma seja uma questão de gênero. Isto porque notícias deste aspecto no período ocorreram em menor número e somente em dois, dos quatro momentos analisados. A partir desta coleta podemos afirmar que houve ocorrências machistas, mas que não foi o tom de toda a questão. Essa observação parte apenas da análise das notícias. Porém, quando verificamos o contexto político de poucas mulheres neste ambiente, as relações das mulheres que atuam neste campo com os seus colegas de bancada e a interação dos leitores com as notícias, como observado anteriormente no capítulo 4 deste trabalho, é possível afirmar que o machismo também atribui adjetivos negativos a imagem da ex-presidenta.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como observado a participação da mulher havia crescido em 46% em 2014, ano de eleição do segundo mandato da ex-presidenta Dilma Rousseff. No entanto, nas eleições municipais de 2016, ocorridas após o processo e impeachment de Dilma, a participação voltou a cair e ficou estagnada em 30%, apesar do congresso em 2015 ter aprovado a PEC nº 98/2015 que assegura um mínimo de representação feminina nas três próximas legislaturas: 10% das cadeiras na primeira legislatura, 12% na segunda legislatura e 16% na terceira.

Além deste problema da pequena participação, é observado que a representatividade de raça é muito fraca. Nas eleições municipais foram eleitas apenas 10 prefeitas pretas. Com tudo isso, a participação feminina na política brasileira, no âmbito internacional, é uma das menores. O Inter-Parliamentary Union (IPU) em setembro de 2015 classificou o Brasil no ranking de participação das mulheres no congresso como o 118º colocado dentro de uma lista de 190 países avaliados. Porém, em janeiro de 2017 o Brasil caiu para a 155ª posição.

É neste cenário que contextualizamos o estudo da construção da imagem da primeira presidenta do Brasil.

Como observado na coleta de notícias não é possível afirmar que a construção negativa da imagem de Dilma esteja diretamente ligada a questão de gênero. Como destacamos houve ataques relacionados ao gênero, mas somente nos dois primeiros períodos analisados e em menor quantidade. Apesar disso, acreditamos que mesmo em pequena quantidade não deveria existir notícias deste cunho. Os ataques ao seu gênero ficaram por conta da interação dos leitores com os veículos de comunicação, como citado aqui anteriormente com base em outros estudos, mas esta interação foge de nossa responsabilidade de análise.

As cores e destaques para as notícias na capa da revista Veja não tiveram peso, em todas as edições usaram diversas cores e tamanho. Sendo que uma análise mais detalhada deverá ser feita semioticamente, o que foge de nossa alçada. Quanto às cores e o destaque das manchetes do Jornal Folha de S. Paulo, não foi possível identificar um padrão de destaque, sendo que títulos referentes a escândalos podiam estar no topo ou não da página. Em relação às cores, o preto é a cor utilizada em todas as matérias, exceto a de carnaval que recebeu uma diagramação diferente.

Inicialmente, a imagem de Dilma foi desenvolvida diretamente ao lado do ex-presidente Lula, com uma sombra de desconfiança acerca de seu plano de governo. Após isso, sua

imagem passou a ser sempre ligada a temas de problemas nacionais, como corrupção e economia. Esses temas construíram um governo de pouca postura política, com certo apagamento nas medidas governamentais e um destacamento das características pessoais de Dilma, que foram apontadas como as principais causas dos problemas de governo.

A ascensão de Dilma melhorou a participação das mulheres, mas a sua saída de forma prematura no segundo mandato reforçou estereótipos ligados a produtividade da mulher em ambientes públicos e aumentou a desconfiança na capacidade de uma mulher gerir responsabilidades pertencentes a cargos altos. As próximas eleições dirão se a mulher conseguirá romper com este tabu.

7. BIBLIOGRAFIA

ABRIL, EXAME. **Dilma tem a maior queda de popularidade entre reeleitos**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/dilma-tem-a-maior-queda-de-popularidade-entre-reeleitos/>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

ABRIL, EXAME. Abril S.A. **eleva base de assinantes e fatura R\$ 3 bi em 2012**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/abril-s-a-eleva-base-de-assinantes-e-fatura-r-3-bi-em-2012/>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

ALVES, José Eustáquio Diniz; CAVENAGHI, Suzana Marta. **Mulheres sem espaço no poder**. Rio de Janeiro: IPEA, 2007.

ARAÚJO, Clara. **Mulheres e representação política**: A experiência das cotas no Brasil. In: Revista Estudos Feministas, vol. 6, n. 1. Rio de Janeiro, 1998.

AVELAR, Lúcia. **Mulheres na elite política brasileira**. UNESP, 2002

AZEVEDO, Fernando. Mídia e democracia no Brasil: Relações entre o sistema de mídia e o sistema político. In: OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988

BARRETO, Emanuel. **Jornalismo e política**: A construção do poder. In: Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. III No 1, 2016

BEZERRA, Maria do Nascimento. In: **Jornal Diário de Natal**. Natal, n. 07, 28 mar. 2004, 13 p. [Coleção Leituras Potiguanas].

BOARINI, Maria Lúcia. Higiene Mental. **Ideias que atravessaram o século XX**. Maringá: EDUEM, 2012.

BOROSKI, Marcia; CARVALHO, Fernanda Cavassana de. A presidência tem gênero: O conteúdo relacionado à Dilma Rousseff nas capas de revistas durante o segundo mandato. In: **Comunicon 2016** (13 a 15 de outubro de 2016). Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Identidade, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016. Disponível em http://anaais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT4/GT04-MARCIA_BOROSKI.pdf, acesso jan de 2017.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2004

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000

CARDOSO, Yasmin; SOUZA, Rafael. ‘Dilma, uma presidente fora de si’: O impeachment como um processo patriarcal, sexista e midiático. In: **Revista Pauta Geral** – Estudos em jornalismo, vol. 3, n.2, p. 45-65. Ponta Grossa, 2016

CFEMEA. **Mulheres negras são grupo social com menor representatividade no legislativo municipal.** Disponível em: <<http://-mulheres-negras-sao-grupo-social-com-menor-representatividade-no-legislativo-municipal>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

CONJUR. **Michel Temer vai ao Supremo a favor da concessão de rádio e TV a parlamentares.** Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2016-nov-11/temer-stf-favor-concessao-radio-tv-politicos>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

DIÁRIO OFICIAL; **Conselho Estadual de educação.** Contrato:15/00201/14/04, p. 50 São Paulo, 17 de abril de 2014

DIÁRIO OFICIAL; **Conselho Estadual de educação.** Contrato: 15/00200/14/04, p. 50 São Paulo, 17 de abril de 2014

EBC. **REGULAÇÃO DA MÍDIA.** Disponível em:<<http://www.ebc.com.br/regulacao-damidia>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. **HISTÓRIA DA FOLHA.** Disponível em:<http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm>. Acesso em: 07 dez. 2016.

FONSECA JUNIOR, Wilson. Análise de conteúdo. In: DUARTE Jorge, BARRO Antônio, NOVELLI, Ana Lúcia. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, São Paulo: Atlas, 2005, p. 280-303

GRUPO ABRIL. **Quem Somos:** Roberto Civita, uma vida dedicada à liberdade de expressão. Disponível em: <<http://www.grupoabril.com.br/pt/quem-somos/roberto-civita/biografia>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. O estranho horizonte da crítica feminista no Brasil. In: SUSSEKIND, Flora; DIAS, Tânia; AZEVEDO, Carlito (Orgs.). **Vozes femininas: gênero, mediações e práticas de escrita.** Rio de Janeiro: 7 Letras/Fundação Casa Rui Barbosa, 2003.

MARQUES, Vitor. **A construção do escândalo político midiático na Folha de S. Paulo.** Bauru, 2015

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico.** São Paulo: Paulus, 2003

MATOS, M.; PINHEIRO, M. B. Dilemas do conservadorismo político e do tradicionalismo de gênero no processo eleitoral de 2010: o eleitorado brasileiro e suas percepções. In: ALVES, J. E. D. A.; PINTO, C. R. J.; JORDÃO, F. (orgs.). **Mulheres nas eleições 2010.** São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2012.

OBSERVATORIO DA IMPRENSA; LIMA, Venício. **EXISTE JORNALISMO INDEPENDENTE?** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/existe_jornalismo_independente/>. Acesso em: 07 dez. 2016.

OBSERVATORIO DA IMPRENSA; TORRES, Ricardo. **O jornalismo político está matando a política.** Disponível em:<<http://www.cohttp://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-jornalismo->

politico-esta-matando-a-politica/njur.com.br/2016-nov-11/temer-stf-favor-concessao-radio-tv-politicos>. Acesso em: 07 dez. 2016.

PINHEIRO, Luana. **Vozes femininas na política: uma análise sobre mulheres parlamentares no pós-Constituinte**. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2007. (Série Documentos) 224 p

PINTO, Celi Regina Jardim. Mulher e Política no Brasil: os impasses do feminismo enquanto movimento social, face as regras do jogo da democracia representativa. In: **Revista de Estudos Feministas**. Rio De Janeiro, CIEC/ECO/UFRJ, v. 2, n. 2 p. 256- 270, 1994.

PINTO, Celi Regina Jardim. Paradoxos da participação política da mulher no Brasil. In: Revista USP, São Paulo, v. 49, p. 98-113, 2001.

RAMOS, Daniela. SPINELLI, Egle. Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina. In: **Extraprensa** (USP) Ano IX - nº 17, julho - dezembro 2015.

RIFFE, D.; LACY, S.; FICO, F. **Analyzing media messages: using quantitative content analysis in Research**. 2. ed. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2008.

RODRIGUES, Almira. Lugar de mulher é na política: um desafio para o século XIX. IN: SWAIN, Tania Navarro e MUNIZ, Diva do Couto Gontijo. (orgs.). **Mulheres em ação: práticas discursivas, práticas políticas**. Florianópolis: Ed. Mulheres; Belo Horizonte: PUC Minas, 2005, p. 30.

SENADO FEDERAL. **Proposições legislativas sobre questões femininas no Parlamento Brasileiro, 1826-2004**. Brasília: SENADO FEDERAL (org.). Comissão temporária do ano da mulher: Senado Federal. Subsecretaria de Arquivo, 2004.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos em Jornalismo e mídia**, v.2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p.95-107.

STOCKER, Pâmela; DALMASO, Silvana. **Uma questão de gênero: ofensas de leitores à Dilma Rousseff no Facebook da Folha**. In: Estudos Feministas, Florianópolis, 24(3): 679-690, setembro-dezembro/2016

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Trad. de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

UOL. **Grupo Globo fatura R\$ 16 bilhões e aumenta lucro em 30% em 2015**. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/03/30/grupo-globo-fatura-r-16-bilhoes-e-aumenta-lucro-em-30_porcento-em-2015-97869.php>. Acesso em: 07 dez. 2016.

VAZ, Gislene. **A participação da mulher na política brasileira: a lei de cotas**, 2008. Disponível em <<http://www2.camara.leg.br/responsabilidade-social/edulegislativa/educacao-legislativa-1/posgraduacao/arquivos/publicacoes/banco-de-monografias/pl-2a-edicao/GislenedeAlmeidaVazMonografiacursoPL2ed.pdf>> Acesso em: Dezembro/2015.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo, 2013

WOLF, Mauro. **Teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003