



# 2º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE DEMOCRACIA E DESIGUALDADES

Brasília, 7 a 9 de maio/2014

## **Revista *Veja*: uma análise sobre quatro décadas de representação das mulheres políticas**

Kátia Azambuja<sup>1</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa analisa matérias, ao longo das últimas quatro décadas, que foram publicadas na revista *Veja* e que abordam a atuação das mulheres no campo político. Com isso, investiga-se modos de representação discursiva da *Veja* sobre mulheres que têm atuado na política nacional e internacional entre 1969 e 2010. Observando também quais são os elementos que compõem os estereótipos organizados pela *Veja*, e como eles são (re)arranjados nos textos publicados pela revista, buscamos colocar em discussão sua interferência, no contexto brasileiro, sobre a construção da imagem da mulher na política. Constituiu-se, desse modo, um *corpus* analítico com um universo de 316 matérias, entre notas, artigos e entrevistas. Exemplificando com matérias sobre as dez protagonistas que mais apareceram durante o período analisado, a saber: Dilma Rousseff, Zélia Cardoso de Mello, Margaret Thatcher, Hillary Clinton, Marina Silva, Rosane Collor, Marta Suplicy, Michelle Obama, Angela Merkel e Cristina Kirchner. Conclui-se que as referências às mulheres envolvidas na política seguem constantes, de modo a corporificá-las, a dar destaque a suas vidas privadas e a insinuar a existência de uma feminilidade universal dentro da qual elas deveriam atuar.

**Palavras-chave:** estereótipos de gênero; teoria política feminista; revista *Veja*; mulheres na política; dicotomia público e privado.

**ABSTRACT:** This research analyzes articles, over the past four decades, which were published in the magazine *Veja* and which address the role of women in the political field. With that, investigates discursive representation modes of *Veja* about women who have been worked in national and international politics between the years 1969 and 2010. Noting also what are the elements that make up the stereotypes organized by *Veja*, and how they are rearranged in the texts published by the magazine, we seek to put into discussion their interference, in the Brazilian context, about the construction of the image of women in politics. It was thus a *corpus* of contents with a range of 316 stories, among notes, articles and interviews. Exemplifying with stories about the ten protagonists who appeared during the analysis period, they are: Dilma Rousseff, Zélia Cardoso de Mello, Margaret Thatcher, Hillary Clinton, Marina Silva, Rosane Collor, Marta Suplicy, Michelle Obama, Angela Merkel and Cristina Kirchner. It is concluded that the references to women involved in politics follow constants, in order to embody them, to give prominence to their private lives and implying the existence of a universal femininity within which they should act.

**Keywords:** gender stereotypes; feminist political theory; *Veja* magazine; women in policy; public and private dichotomy.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Ciência Política pela UnB.

## **Resumo expandido**

### **Introdução**

Durante as últimas quatro décadas, a revista *Veja* representou discursivamente mulheres que atuam no campo político. Nesse trabalho, indica-se como isso tem sido feito, analisando matérias publicadas em diferentes sessões que abordam a atuação de mulheres na política. Para subsidiar a análise do material empírico, utiliza-se da Teoria Política Feminista, acompanhada de estudos relacionados à mídia e à reprodução de estereótipos de gênero. As protagonistas dessas matérias são tanto mulheres detentoras de cargos públicos (eletivos ou não) e candidatas a cargos, quanto primeiras-damas. As matérias compreendem o período entre fevereiro de 1969 e dezembro de 2010. A *Veja* foi escolhida como objeto de análise por ser a revista semanal de maior circulação no Brasil e por estar em terceiro lugar no mundo – depois das estadunidenses *Time* e *Newsweek*. Também por essa relevante circulação, ela exerce grande influência na opinião pública, chegando a interferir em pautas políticas nacionais de forma contundente.

### **Objetivos**

Pretende-se analisar, discutir e indicar os modos como a revista *Veja* representou e representa mulheres presentes no campo político nacional e internacional nas últimas quatro décadas, identificando se há mudanças (ou não) nessa representação ao longo desse período e, com isso, visa-se a ampliar a compreensão sobre a construção e a consolidação da imagem da mulher, em especial, no que tange a sua atuação política no Brasil.

### **Metodologia**

Para analisar os mais de 40 anos de publicação da revista *Veja*, desde sua fundação, em setembro de 1968, até dezembro de 2010, optou-se por fazer um recorte temporal que contemplasse anos de eleições nacionais e viradas de década. Assim sendo, foram analisadas todas as edições de 1969, 1970, 1979, 1980, 1989, 1990, 1999, 2000, 2009 e 2010. Constituiu-se, desse modo, um *corpus* analítico com um universo de 316 matérias, entre notas, artigos e entrevistas.

### **Discussão e resultados**

O trabalho aqui apresentado – parte da pesquisa com o material empírico de minha dissertação – indica as mudanças que ocorreram (ou não) ao longo das quatro

décadas analisadas e discute como os elementos que compõem os estereótipos foram organizadas pela *Veja* e como contribuíram para a construção, no contexto brasileiro, da imagem da mulher na política. Para melhor fazer essa análise, exemplifica-se a partir de matérias sobre as dez protagonistas que mais apareceram durante o período analisado, Dilma Rousseff, Zélia Cardoso de Mello, Margaret Thatcher, Hillary Clinton, Marina Silva, Rosane Collor, Marta Suplicy, Michelle Obama, Angela Merkel e Cristina Kirchner.

As mulheres ganharam espaço e, atualmente, estão presentes no cotidiano das manchetes jornalísticas, seja na televisão seja na mídia impressa. Mas como elas se fazem presentes? Como é essa representação? Conclusão: elas são referidas por sua docilidade e feminilidade – naturalizadamente ligada ao sexo feminino -, quando seguem o padrão socialmente construído de comportamento; ou como duras e inapropriadas, quando se destacam de forma não esperada ou ‘não condizente’ com a postura que uma mulher deva ter em público.

Utilizando-se de preconceitos ou lançando mão de fatos da vida privada, trazendo-os a público, a mídia tenta deslegitimar mulheres políticas que tenham comportamentos que rompam com as expectativas. Assim, observa-se descrições que exaltam papéis tradicionais de gênero, desempenhados pelas mulheres públicas como, por exemplo, a maternidade. Como o contrário também acontece, nota-se que desvio e normalidade complementam-se, constituindo representações comuns da dualidade público-privado, em seus aspectos de gênero (MIGUEL e BIROLI, 2011, p. 173). Em comparação com homens de vida pública, esse tipo de matéria raramente ocorre.

O resultado da dicotomia público-privado é bem marcado quando se observa a participação das mulheres na política institucional e constata-se o baixo *quórum* delas nos espaços de poder e deliberação, acentuando assim a desigualdade entre mulheres e homens na esfera de mando. A vida doméstica e a divisão sexual do trabalho doméstico são nefastos para a participação política das mulheres e acabam por entrar em contradição com o exercício da cidadania. Como diz Phillips (2011), essa questão da divisão sexual do trabalho tem que ser tratada como uma questão política e não somente social, pois o impedimento ou a grande dificuldade das mulheres em participar da política é prejudicial à democracia. Além do mais, nesses espaços existem demandas e ‘traquejos’ que as mulheres não dominam, pois historicamente lhes foi negado acesso a esses espaços.

A mídia, enquanto campo, utilizando estratégias de construção simbólica, aliada a outras formas simbólicas de dominação e a questões estruturais da experiência concreta do campo político, funciona como um elemento no processo de masculinização das funções públicas e do fazer político, assim construindo ‘padrões ideais’. Padrões esses normalmente associados à figura masculina de um líder. “Associações mentais sobre líderes não cancelam associações sobre mulheres e homens. O gênero influencia as expectativas sobre os papéis profissionais já que os estereótipos de gênero são acionados automaticamente pela mente, pela mera classificação de uma pessoa em homem e mulher” (MAVIN; BRYANS; CUNNIGHAM, 2010, p. 555 *apud* BIACHI, 2013, p.29). Ou seja, essa relação direta entre liderança e o masculino está internalizada nos indivíduos, não necessariamente de forma acrítica, mas sim vinculada aos papéis tradicionais de gênero naturalizados na sociedade.

Na análise que se tem, até o momento, observa-se que nas quatro décadas analisadas há certa recorrência no modo de se referenciar às mulheres: de maneira corporificada, dando destaque a suas vidas privadas e enquadrando-as em uma feminilidade universalizante e naturalizada. Na parte da análise específica das dez protagonistas, utilizarei palavras-chave sobre como elas foram representadas pela *Veja*.

#### **10 protagonistas mais noticiadas durante o período analisado:**

**Dilma Rousseff** (2009 e 2010): dureza, não autônoma, desviante.

**Zélia Cardoso de Mello** (1989 e 1990): vida privada, descrédito.

**Margaret Thatcher** (1979, 1980, 1989 e 1990): primeiro-ministro, “Dama de ferro”.

**Hilary Clinton** (1999, 2000, 2009 e 2010): vida privada, desviante, naturalização.

**Marina Silva** (2009 e 2010): novidade, negação da negritude, honestidade.

**Rosane Collor** (1989 e 1990): infantilidade.

**Marta Suplicy** (1999, 2000, 2009 e 2010): vida privada, “PT cor-de-rosa”.

**Michelle Obama** (2009 e 2010): estilo, estética, normatização.

**Angela Merkel** (2009 e 2010): sisudez, seriedade (humor e responsabilidade).

**Cristina Kirchner** (2009 e 2010): Peronismo, assistencialismo, governo partilhado.

#### **Referências Bibliográficas**

- BIROLI, Flávia. (2011) - Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº6. Brasília, julho – dezembro de 2011, pp. 71-98.
- BIROLI, Flávia. (2010) - Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos. *Cadernos Pagu*, nº 34, janeiro - junho de 2010, pp. 269-299.
- ELSHTAIN, Jean Bethke. (1993) - *Public Man, Private Woman: women in social and political thought*. New jersey, Princeton University Press.
- FINAMORE, Claudia Maria, CARVALHO, João Eduardo Coin de. (2006) - Mulheres Candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. *Revista de Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 14, n. 2, pp. 347-362, 2006.
- MIGUEL, Luis Felipe e BIROLI, Flávia. (2011) - *Caleidoscópio Convexo: mulheres, política e mídia*. São Paulo: *Editora Unesp*.
- OKIN, Susan Moller. (2008) - Gênero, o público e o privado. In: *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, vol. 16, nº 2, maio/agosto 2008, pp.305-332.
- PATEMAN, Carole. (1989) - *Feminism Critiques of the Public/Private Dichotomy*. In: *The Disorder of Women. Democracy, Feminism and Political Theory*. Stanford University Press. Stanford, California.
- PHILLIPS, Anne. (2011) - O que há de errado com a democracia liberal? In: *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº6. Brasília, julho-dezembro de 2011, pp. 339-363.
- THOMPSON, John B. (1995) - *Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis- RJ, Editora Vozes.
- YOUNG, Iris Marion. (1990) - *Justice and the politics of difference*. Princeton: Princeton University Press.
- YOUNG, Iris Marion. (2006) - Representação Política, Identidade e Minorias. *Revista Lua Nova*, São Paulo, 67: 139-190.