



## Mídia, Gênero e Política: Breve Mapeamento de Horizontes Analíticos<sup>1</sup>

Rayza SARMENTO<sup>2</sup>

### Resumo

O objetivo deste trabalho é fazer um mapeamento sobre como a tríade gênero-mídia-política tem sido estudada. O gênero, como categoria analítica advinda dos estudos feministas, é uma preocupação dos (as) pesquisadores (as) de comunicação há mais de trinta anos. No entanto, o estudo da conexão mídia– gênero– política ainda é feito em menor escala se comparado às pesquisas desses temas em pares, afirmam Miguel e Biroli (2008; 2011). Em nossa sistematização, os três grandes fenômenos para os quais as pesquisas preocupadas com essa relação afluem são: a) a representação simbólica das relações de gênero nos produtos comunicacionais, a partir da perspectiva dos estudos culturais e do pós-estruturalismo; b) a construção midiática sobre a representação eletiva de mulheres e homens, conjugada com a literatura sobre dificuldade do acesso feminino aos cargos decisórios; e c) a relação entre ativismo feminista e meios de comunicação.

**Palavras-chave:** Gênero; Mídia; Política.

### Abstract

The objective of this work is to map how the triad genre-media-policy has been studied. The gender as an analytical category arising feminist studies, is a concern of (the) researchers (the) communication for over thirty years. However, the study of the connection-media-gender policy is still done on a smaller scale compared to research these issues in pairs, say Miguel and Biroli (2008, 2011). In our systematization, three major phenomena for which the research concerned with this relationship flock are: a) the symbolic representation of gender relations in communication products, from the perspective of cultural studies and post-structuralism, b) building media on elective representation of women and men, combined with the difficulty of the literature on women's access to decision-making positions, and c) the relation between feminist activism and media.

**Keywords:** Gender; Media; Politics.

### Introdução

*Quando nasci um anjo esbelto,  
desses que tocam trombeta, anunciou:  
vai carregar bandeira.  
Cargo muito pesado pra mulher,  
esta espécie ainda envergonhada.*

1 Trabalho apresentado à quinta edição da Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, publicação ligada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Paraná.

2 Mestrado em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil (2013). Bolsista de Doutorado da Universidade Federal de Minas Gerais , Brasil.

(...)

*Vai ser coxo na vida é maldição pra homem.**Mulher é desdoblável. Eu sou.**(Adélia Prado)*

O gênero, como categoria analítica advinda dos estudos feministas, é uma preocupação das (os) pesquisadoras (es) de comunicação há mais de trinta anos. No entanto, o estudo da conexão mídia-gênero-política ainda é feito em menor escala se comparado às pesquisas desses temas em pares, afirmam Miguel e Biroli (2008; 2011). A função deste trabalho, oriundo das discussões empreendidas em nossa pesquisa de mestrado, é fazer um mapeamento sobre como a tríade gênero-mídia-política tem sido estudada.

Os estudos preocupados com interseção entre gênero e mídia surgem na década de 1970 e as mulheres foram objetos e sujeitos das pesquisas até a década de 1980 (Gill, 2007; Mendes e Carter, 2008). O olhar sobre o masculino marca os anos 2000 e sua emergência também problematiza a construção, até então não questionada, da masculinidade nos espaços de visibilidade midiática. Os diferentes enfoques conceituais que marcam a segunda onda do feminismo<sup>3</sup> também contribuíram para a diversidade de pesquisas sobre gênero na Comunicação, mais próximas de particularidades (tais como feminismo negro, lésbico) e mais sensíveis às realidades nas quais estão inseridos (contextos pós-colonialistas) (MENDES e CARTER, 2008). Esses primeiros estudos, relatam Dow e Condit (2005), debruçaram-se sobre a televisão, em especial sobre as telenovelas, para mostrar a pouca presença das mulheres em tal meio e a construção estereotipada do feminino.

O estado da arte das pesquisas sobre gênero e comunicação foi mapeado por Dow e Condit (2005). De acordo com a compilação das autoras, cinco caminhos são percorridos por esses estudos, a saber: a) análise da comunicação pública de mulheres ou estudos que olham para a prática retórica de mulheres e sobre o discurso histórico do feminismo; b) análise de sexo e gênero como variáveis nos processos comunicativos, segundo as autoras, o tipo mais comum de estudo, sobre o modo como homens e mulheres são representados na mídia<sup>4</sup>; c) análise do papel

3 Seguindo a trilha analítica das ondas, com a obra de Celi Pinto (2003), no Brasil, assim como no contexto internacional, a primeira onda é marcada pela luta por direitos políticos, no final do século XIX e início do XX. A segunda desenvolve-se em meio a um regime militar, em meados de 1970 e 80, ao contrário dos países do norte global, que vivenciavam um clima favorável para o recrudescimento do feminismo. É nesse momento que temas como sexualidade, direitos reprodutivos e aborto entram nas discussões, bem como a marcação da diferença.

4 Dow e Condit (2005) defendem que um estudo voltado para o entendimento das relações de gênero só pode ser classificado como “feminista” quando a análise tem como foco a justiça de gênero. No Brasil, por exemplo, os estudos de Buitoni (1990; 2009) debruçam-se sobre o que a autora define como “imprensa feminina”, quer seja “aquela que é dirigida e pensada para as mulheres. A feminista, embora se dirija ao mesmo público, se distingue pelo fato de defender causas” (1990, p.17). Buitoni preocupou-se em dois grandes trabalhos (“A Mulher de Papel” e “Imprensa Feminina”) em analisar como é construída a imprensa feminina no contexto brasileiro e mapear as formas de representação das mulheres em tais revistas, bem como discutir o que caracterizada tal especialização jornalística, contudo sem estar vinculada aos questionamentos feministas. Seus relevantes trabalhos têm um viés descritivo. Embora discordemos da autora quando esta afirma que a imprensa feminista se dirige apenas para as mulheres, a diferença estabelecida por ela nos ajuda a entender as escolhas que fizemos no mapeamento desta pesquisa, esclarecendo que não nos voltamos apenas para a imprensa feminista e sim para reflexões feministas acerca de variadas práticas comunicacionais.

das práticas de comunicação na difusão das ideologias de gênero, especialmente preocupada com a recepção do público; d) análise das práticas de combate à injustiça de gênero nos *media* e do oferecimento de novos modelos de comunicação; e e) a construção de referenciais teóricos feministas na comunicação.

Tais categorias, entretanto, não dizem das lentes teóricas com as quais tais fenômenos são analisados, em função de uma diversidade e vastidão das formas como a relação entre gênero e comunicação é percebida e examinada em diferentes dispositivos (GILL, 2007; MENDES e CARTER, 2008). Neste trabalho não teríamos condições de fazer um mapeamento exaustivo de tais agendas. No entanto, buscamos perceber dentro de tal literatura como os estudos de mídia e gênero, também chamados de *feminist media studies*, dialogam com a política de forma mais direta. Agrupamos os trabalhos a partir de suas preocupações centrais, extrapolando objetos ou teorias específicas.

Nesta sistematização, os três grandes fenômenos para os quais as pesquisas sobre gênero, mídia e política afluem, seriam: a) a representação simbólica das relações de gênero nos produtos comunicacionais, a partir da perspectiva dos estudos culturais e do pós-estruturalismo; b) a construção midiática sobre a representação eletiva de mulheres e homens, conjugada com a literatura sobre dificuldade do acesso feminino aos cargos decisórios; e c) a relação entre ativismo feminista e meios de comunicação (BYERLY e ROSS, 2006; GILL, 2007; MIGUEL e BIROLI 2008, 2011; ROSS; SREBERNY, 2000; SREBERNY e VAN ZONEN, 2000). Passemos a cada um deles.

### A construção simbólica do gênero na mídia

Uma análise política da cultura, enquanto processo estruturado pelos sujeitos sociais e não deslocado da vida ordinária: foi dessa forma que os Estudos Culturais provocaram uma virada significativa no modo como as práticas culturais eram analisadas e promoveram uma compreensão da cultura enquanto processo social ativo e não passivamente assimilado pelos indivíduos. No interior dessa corrente, os meios de comunicação se tornaram objeto de estudo privilegiado. As relações de gênero, por sua vez, tornaram-se um foco importante e marcaram uma relação delicada e frutífera entre estudos culturais e teoria(s) feminista(s).

A origem dos estudos culturais é marcada pela construção do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), nos anos de 1960, tendo como precursores Richard Hoggart, Raymond Williams e E.P Thompson. Stuart Hall, afirma Escosteguy (2001b), mesmo não sendo considerado um dos fundadores do campo, é reconhecidamente um de seus expoentes. A cultura, para esses teóricos (ainda que com suas diferenças), é marcada pela intervenção social, pela prática dos sujeitos. “A extensão do significado da cultura propiciou considerar em foco toda a produção de sentido” (ESCOSTEGUY, 2001b, p. 157) e não apenas os artefatos produzidos

por ela. E, ainda, permitiu relacionar os processos culturais com as construções políticas e econômicas de uma determinada sociedade. Mesmo que pouco tematizados na Ciência Política, as principais bases dos culturalistas são as proposições marxistas e gramscianas, sobre ideologia e hegemonia, respectivamente.

Escosteguy (2001a) sintetiza as duas grandes mudanças provocadas por esses estudos:

(...) o padrão estético-literário de cultura, ou seja, aquilo que era considerado “sério” no âmbito da literatura, das artes e da música passa a ser visto apenas como *uma* expressão da cultura. Esta se refere, então, a um amplo espectro de significados e práticas que move e constitui a vida social. O fato de se alargar o conceito de cultura, incluindo práticas e sentidos do cotidiano, propiciou, por sua vez, uma segunda mudança importante: todas as expressões culturais devem ser vistas em relação ao contexto social das instituições, das relações de poder e da história (ESCOSTEGUY, 2001a, p. 26).

Da mesma forma, Kellner (2001) defende que os estudos culturais observaram, pela primeira vez, a complexidade de formas culturais consideradas inferiores, como televisão e música popular, criticadas e negligenciadas pelos teóricos frankfurtianos.

O foco político intensificou a ênfase nos efeitos da cultura e no uso que o público fazia das produções culturais, o que possibilitou estudar de maneira extremamente produtiva o público e a recepção, assuntos que haviam sido negligenciados na maioria das abordagens textuais à cultura (KELLNER, 2001, p. 55).

As teóricas feministas geraram profundas alterações nos Estudos Culturais ao questionarem o modo como o gênero é construído socialmente, deslocando a cultura da produção exclusivamente material. As imagens das mulheres nos meios de comunicação foram as preocupações iniciais dos estudos culturais com viés feminista, mostrando que a dominação não se dá apenas no nível da classe. Esse encontro é retratado na literatura a partir de uma tensão (ESCOSTEGUY, 2001b; HALL, 2003; MESSA, 2008).

Stuart Hall (2005) diz da entrada das feministas no campo como um “ladrão no meio da noite”, que tomou de surpresa as preocupações da época. Também relata um convite feito por ele para que as teóricas participassem das atividades do CCCS. Charlotte Brundson afirma, contudo, que as próprias autoras começaram a problematizar essa questão dentro do centro, influenciadas pelo movimento feminista de segunda onda, e descarta uma visão paternalista de Hall (ESCOSTEGUY, 2001b). As autoras constituíram dentro do Centro o “*Women's studies group*” tendo como primeira obra de fôlego “*Women take issue*” (1978). No Brasil, Messa (2008) e Escosteguy (1998, 2001a, 2001b, 2008) têm se dedicado à historiografia das críticas feministas de mídia dentro da perspectiva dos estudos culturais<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Messa (2008) realizou um valioso mapeamento dos estudos feministas de mídia sob a perspectiva dos estudos culturais nas décadas de 1970, 80 e 90, mostrando quais autoras e obras marcaram essa trajetória.

Lançando diferentes olhares a objetos múltiplos, as contribuições feministas a esses estudos podem ser entendidas a partir de cinco grandes eixos, sistematizados por Escosteguy (1998):

(...) a abertura para o entendimento do âmbito pessoal como político e suas consequências na construção do objeto de estudo dos Estudos Culturais; a expansão da noção de poder que, bastante desenvolvida, tinha sido apenas trabalhada no espaço da esfera pública; a centralidade das questões de gênero e sexualidade para a compreensão da própria categoria ‘poder’; a inclusão de questões em torno do subjetivo e do sujeito; e, por último, a reabertura da fronteira entre teoria social e teoria do inconsciente - psicanálise (ESCOSTEGUY, 1998, p. 2-3).

Para citar algumas obras, trazemos Janice Radway, considerada uma das autoras clássicas da relação entre feminismo e estudos culturais. “*Reading Romance: women, patriarchy, and popular literature*” reúne as grandes preocupações dos estudos culturais, tais como a análise da recepção e produtos culturais populares, com a apropriação feita desse tipo de literatura por mulheres americanas. Radway (1984) afirma que as mulheres da cidade de Smithton, estudada por ela, ao mesmo tempo em que demonstram certa adesão aos valores tradicionais expostos nas narrativas, também “envolvem-se em uma forma de comportamento que é, em si mesma, subversiva desses valores” (RADWAY, 1984, p. 118, tradução nossa).

Radway nos diz que a leitura de romances para essas mulheres é emancipatória. Trata-se da hora da construção de um espaço próprio, um momento de rompimento com suas funções maritais e domésticas – “a leitura do romance é uma declaração de independência e uma maneira de dizer aos outros “este é o meu tempo, meu espaço, agora me deixe em paz” (RADWAY, 1984, p. 213, tradução nossa).

Os estudos culturais, ao se preocuparem com as noções de hegemonia e contra-hegemonia, desvelaram assim o poder e a resistência dentre as práticas culturais. Nos anos de 1990, tais estudos além de focarem no gênero procuraram perceber seus imbricamentos com outras características que também conformam as relações sociais, como raça e etnia. bell hooks<sup>6</sup> (1996), em *Reel to real*, traz a experiência de espectadoras negras sobre filmes que tematizam a questão racial como um ato de resistência. As mulheres entrevistadas pela autora não se reconheciam nos filmes e, quando lá apareciam, seus corpos estariam a serviço de uma feminilidade branca ou do olhar falocêntrico. Hooks (1996) afirma que olhar para espectadora negra engendra um processo de contra memória nas formas como as representações são entendidas, em função de não terem sido pautadas pela maior parte das críticas feministas à época e por essas mulheres dizerem de uma experiência que não está posta, mas que se constrói junto à representação, para resistir a ela.

Em diálogo com os Estudos Culturais, outras correntes teóricas colaboraram para a

<sup>6</sup> A autora sinaliza a preferência pela escritura de seu nome em letras minúsculas.

construção de uma crítica feminista dos produtos midiáticos, tal qual a teoria pós-estruturalista de Jacques Derrida e Michel Foucault. É importante ressaltar que a perspectiva culturalista irá gradativamente se aproximar do pós-estruturalismo, em especial a partir do trabalho das teóricas feministas dentro dos estudos culturais.

Gill (2007) aponta algumas contribuições da corrente pós-estruturalista para os *feminist media studies* e especialmente para a construção simbólica do gênero nos *media*. Esses estudos ampliaram a ideia de que os meios de comunicação eram meras representações dos padrões e passaram a pesquisar “como funcionavam para produzir modos de subjetivação que estão disponíveis para as mulheres na cultura ocidental” (Thornham, 2007, p. 6, tradução nossa). Outra contribuição da psicanálise aos estudos de mídia e gênero foi a atenção ao desejo enquanto processo que constitui subjetividades, tirando o foco de um sujeito racional e unificado e entendendo-o como fragmentado e contraditório, de forma que aquilo que se repele nos produtos de comunicação também pode ser objeto de satisfação.

Os pós-estruturalistas também desestabilizaram as noções do significado e postularam que “em vez de haver uma realidade pré-existente de masculino e feminino, os meios de comunicação estavam envolvidos na sua produção” (GILL, 2007, p.12, tradução nossa). Ao tentarem descontruir noções sobre as possibilidades de significados dos produtos midiáticos, alegaram que não há “*a*” representação, pois o significado nunca é unívoco e total, mas permeado de fluidez, contradição e ambiguidade.

Como exemplo, trazido por Thornam (2007), temos o trabalho de Hilary Radner, de 1995, apoiada na discussão sobre corpos dóceis ou disciplinados de Foucault. A autora analisa a disciplinarização pública do corpo na cultura americana durante os anos 1980. Seu trabalho, *Jane Fonda's Workout*, debruçou-se sobre a ênfase na busca pelo corpo saudável (entre o exercício físico e a cirurgia plástica) e a autora argumenta que o corpo feminino tornou-se não mais domesticado na esfera privada, e sim objeto de uma disciplina pública midiatizada.

As teóricas feministas atualizaram os estudos culturais ao trazerem o gênero como categoria a ser analisada e ao politizarem o domínio privado. Os estudos de gênero e mídia inspirados por essa corrente e pela tradição pós-estruturalista desvelaram como as noções de poder estão incrustadas nas relações de gênero e como os meios de comunicação e o público atuam na negociação desses sentidos.

## Construção discursiva da representação política

Outro foco dos estudos sobre gênero, mídia e política direciona-se à forma como são representados no ambiente midiático os sujeitos candidatos ou eleitos ao sistema político formal. O diálogo dessas pesquisas é com os estudos sobre representação descritiva de mulheres, muito caros às teóricas feministas na Ciência Política. Phillips (1995; 2001) talvez faça a defesa mais

ampla do que chama de *política da presença*, ainda que sua ressalva seja de que a presença deve estar sempre concatenada à política de ideias.

Para essa autora, quando os representantes compartilham das demandas dos grupos, eles tendem a ser mais comprometidos com estas. Ao mostrar a necessidade da presença, Phillips (1995; 2001) argumenta em favor da justiça, entendendo que grupos historicamente excluídos precisam entrar na agenda política a fim de que sejam reparadas as negligências históricas sobre suas demandas. Além disso, também acredita na revitalização da democracia com a diversificação da representação, em especial aquela comprometida com a igualdade de gênero.

É partindo da necessidade de *representação política* igualitária que os estudos sobre representação discursiva de mulheres irão olhar para os meios de comunicação como instâncias importantes para construção do capital político feminino. Os enunciados sobre *mujeres políticas* inscritos no jornalismo se tornam, então, preocupação de autoras e autores que entendem a mídia não como mero reflexo da realidade, mas como agente engendrador da vida social.

Nesse sentido, Miguel e Biroli (2011, p. 15) argumentam que “os meios de comunicação tanto refletem a desigualdade quanto a promovem”, reforçando as assimetrias de gênero. Os autores defendem que os *media* são espaços de representação tão fundamentais quanto as esferas constitucionais e suas representações merecem ser observadas por serem dimensão fundamental do processo democrático contemporâneo. Do mesmo modo, Ross e Sreberny (2000, p. 80, tradução nossa) argumentam que “as representações injustas na mídia podem ser um fator para retardar a representação política justa”.

O primeiro grande retrato da (sub) representação de mulheres na mídia foi possível a partir do monitoramento do *Global Media Monitoring Project*, em 1995, e posteriormente em seus sucessivos acompanhamentos de tal questão. A pesquisa realizada em mais de setenta países, com análises de jornais, rádio e televisão, constatou em sua primeira versão que apenas 17% dos sujeitos das notícias eram mulheres; em 2000, o número passa para 18% e em 2005 para 21%. A Ásia e América do Norte teriam, respectivamente, o menor e o maior percentual de falas de mulheres, com 14% e 27%. Quando as mulheres são ouvidas estão predominantemente ligadas às questões de saúde feminina ou questões sociais (GILL, 2007).

No Brasil, de acordo com o levantamento de Escosteguy e Messa (2008), o primeiro estudo mais complexo sobre a tríade mídia-política-gênero foi feito por Brönstrup, em 2000, com sua tese “Gênero, política e eleições”. Recentemente, Miguel e Biroli (2011), na obra “Caleidoscópio convexo”, apresentam os resultados de uma longa pesquisa sobre a representação de mulheres e homens no jornalismo político brasileiro, com especial atenção à forma como os *media* atuam perpetuando desigualdades políticas. No cenário nacional, essa talvez seja a obra mais completa sobre a interseção entre os três âmbitos.

De acordo com Miguel e Biroli, como a presença feminina se dá de forma mais acen-

tuada em espaços de ação política que não os diretamente ligados às instituições do sistema político e a cobertura midiática, por sua vez, concentra-se no campo mais institucionalista, há um reforço da “compreensão de que mulheres não fazem política” (MIGUEL e BIROLI, 2011, p. 157). A pesquisa teve como corpus empírico jornais televisivos e revistas semanais<sup>7</sup>, durante os anos de 2006 e 2007, em períodos pré e pós-eleitoral. Foi constatado que nas matérias referentes à política, apenas 12,6% dos personagens que aparecem nos telejornais são mulheres, número que cai para 9,6% nas revistas.

A mídia não se limita a refletir uma realidade que a cerca, ela desempenha uma função ativa na reprodução de práticas sociais. Dessa forma, os telejornais e revistas semanais brasileiros não só descrevem uma situação de fato, que é o monopólio da atividade política pelos profissionais, com a exclusão das mulheres e o insulamento das poucas que rompem as barreiras em nichos temáticos de menor prestígio. Eles a naturalizam diante de seu público e contribuem para sua perpetuação (MIGUEL; BIROLI 2011, p. 165).

Em uma análise mais minuciosa do conteúdo das matérias sobre mulheres, ou com mulheres, os achados de Miguel e Biroli (2011) nos dizem que os meios de comunicação ratificam a dicotomia histórica contra a qual luta o feminismo, a restrição das mulheres ao mundo do privado. Elas aparecem majoritariamente em assuntos relativos aos cuidados, à educação dos filhos, à família, a partir de estereótipos e discursos essencializadores. Ao comparar o tratamento dado às mulheres e homens que estão na vida pública, os autores relatam que as matérias sobre *elas* se referem com maior frequência às questões da aparência física e das relações afetivas do que sobre sua atuação política. Os autores citam, ainda, a forma como a imprensa atribui valores quando comparadas as coberturas sobre duas mulheres, a partir do exemplo de Marina Silva e Luiza Erundina. A primeira, também tendo seus aspectos físicos evidenciados, era a dona de uma ‘*sólida família*’, enquanto a segunda era conhecida por sua ‘*solteirice*’.

Uma reflexão interessante trazida por esse estudo é sobre o fato de que se antes a inferioridade feminina como explicação para a exclusão política foi sustentada publicamente, inclusive na teoria política, tal justificativa não poderia mais pertencer ao “espaço do politicamente dizível” (MIGUEL e BIROLI, 2011, p. 168). Entretanto ainda que os discursos explícitos não sejam manifestados, os quadros com os quais as (poucas) *mujeres representantes* são representadas na mídia permanecem.

(...) O discurso do jornalismo não comporta mais expressões abertas de machismo, mas muitos de seus pressupostos seguem organizando as formas de ver o mundo e a política. Os discursos se modificaram, sem que a dualidade entre feminino e masculino que está em sua base deixasse de corresponder à dualidade entre a esfera doméstica e a pública com valores e prescrições de comportamentos a elas associados (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 169).

<sup>7</sup> Foram analisados o Jornal Nacional (TV GLOBO), Jornal da Band e Jornal do SBT, bem como as revistas: Veja, Época e Carta Capital.

Ainda que no Brasil tais pesquisas sejam mais recentes, o estudo dessa relação mobiliza as atenções especialmente de autoras americanas, há mais de duas décadas, com foco principal também na cobertura jornalística ordinária ou em época de campanha. Em ordem cronológica de publicação, entre as obras citadas com mais frequência nos estudos sobre essa relação, temos, em 1996, o livro “*Women politicians and the media*”, de Maria da Braden. No ano seguinte, há o livro “*Women, media and politics*”, organizada de Pipa Norris. Nos anos 2000, é publicada a coletânea “*Gender, politics and communication*”, com artigos empíricos de vários países, sob a organização de Annabelle Sreberny e Liesbet van Zoonen. Em 2002, Karen Ross lança “*Women, politics, media*” e em 2004, Diane Bystrom et. al publicam “*Gender and candidate communications*”.

A leitura de algumas obras nacionais e internacionais sobre a construção discursiva de mulheres políticas nos permitiu identificar similaridades em suas conclusões. Essas semelhanças apontam-nos para possíveis padrões de cobertura midiática acerca desses sujeitos específicos e nos ajudam a perceber a recorrência de estereótipos nas coberturas jornalísticas. De forma análoga, reiteradamente, os resultados das pesquisas sobre mulheres políticas na mídia convergem ao apontar que, quando não são invisíveis, as representações femininas enfocam cuidados domésticos e afetivos, aparência física, tensão entre família e vida pública e um modo peculiar de atuação política (SARMENTO, 2012).

Uma ênfase comum é no “malabarismo” feito para que possam conciliar o cuidado com os filhos e a carreira. “Quem está cuidando das crianças?” é uma questão sempre presente na representação midiática das mulheres eleitas ou candidatas, que, por vezes, esvazia a discussão sobre temas mais importantes (GILL, 2007). As mulheres sempre aparecem a partir da tensão entre suas carreiras públicas e a vida familiar. Nos homens, a família aparece como um apoio e, portanto, “não experimentam sentimentos de divisão entre o público e uma vida privada” (SREBERNY e VAN ZONEN, 2000, p.14).

Ross e Sreberny (2000) trazem um forte exemplo da cobertura diferenciada da mídia sobre a eleição de mulheres, baseado no estudo de caso sobre a campanha para a liderança do partido britânico, em 1994, na qual concorriam Tony Blair e Margareth Beckett. Entre as representações mais comuns, estava a de Blair como um ‘jovem de 40 e poucos anos’ e a de Beckett enquanto ‘uma mulher na menopausa’. Ele seria um homem casado e feliz; ela seria culpada por ter ‘roubado’ o marido de outra mulher. De acordo com as autoras, antes de seu trabalho político, as mulheres são sempre “descritas como mulheres, o sexo sempre está em exibição e é o descriptivo primário” (ROSS e SREBERNY, 2000, p.88, tradução nossa).

Ainda que em menor número, a discussão sobre a construção da(s) masculinidade(s) em carreiras políticas também é alvo de estudos. Jorgensen (2000) pesquisou, a partir do conceito de hegemonia gramsciana, como os meios de comunicação americanos constroem identidades

masculinas, e são influenciados pelas construções disponíveis no tecido social, na cobertura midiática sobre homens políticos. Ela afirma que o culto à masculinidade é uma característica muito forte da política americana, por isso há sempre críticas aos candidatos considerados como “soft male”.

A pesquisa de Jorgensen (2000) comparou a forma como os candidatos Bill Clinton e George Bush foram apresentados em duas grandes revistas americanas nas eleições de 1992. Segundo a autora, a cobertura é centrada no que chama de as ‘metáforas da representação da masculinidade’, são elas: a) os esportes – enfatizando a construção de um candidato atlético e saudável; b) a fraternidade – ou a relação menos emocional que se dá entre os homens na política; c) o militarismo – a partir da construção da virilidade ligada à guerra, a exclusão das mulheres desses espaços, bem como a condenação da homossexualidade; d) e os valores da família – com a representação do homem provedor. Essas metáforas aparecem de forma diferente entre os candidatos analisados, sendo Bush um retrato mais fiel de tais estereótipos e Clinton considerado à época um ‘típico novo homem dos anos 1990’.

Para a autora, ainda que haja mudanças na cobertura, persiste dificuldade em retratar a construção das masculinidades como um fenômeno fluído; assim como feminino, o masculino na política também é construído a partir de normalizações de comportamentos aceitáveis, para os candidatos e pelo público.

### O ativismo de mulheres na mídia

A análise do ativismo de mulheres nos meios de comunicação, entendendo estes como espaços fundamentais para vida democrática e de compartilhamento de reivindicações públicas, é um terceiro horizonte dentro do estudo da relação entre mídia, política e gênero. Tal tipo de ativismo, entretanto, não é uma especificidade do movimento de mulheres.

Waisbord (2000) é um dos teóricos que pensam a emergência dos chamados “*media movements*”, os quais, de posse de um diagnóstico de pouca atenção ao que chama de “questões cívicas”, como pobreza, educação e saúde, buscam salientar as deficiências dos meios de comunicação na promoção da cidadania e oferecem novas oportunidades para vozes excluídas da cena midiática. Esses movimentos operariam a partir de três estratégias. Uma primeira manifesta-se nas lutas por reformas nos sistemas midiáticos, com a aprovação de leis sobre a informação pública e regulação dos meios. A segunda seria a construção de meios alternativos, desvinculados de empresas ou estados. Tais dispositivos seriam ferramentas importantes para a ampliação da expressão das diversas lutas encampadas pelos movimentos sociais. A terceira estratégia, o *civic media advocacy*, caracteriza-se pela existência de organizações preocupadas em fornecer subsídios necessários para a melhoria da qualidade da cobertura de temas cívicos na grande imprensa.

Segundo o autor, desde a queda dos regimes autoritários na América Latina, grupos historicamente excluídos dos processos políticos estiveram ativamente na luta pela conquista de direitos na construção de uma sociedade civil organizada. Contudo, suas vozes ainda permaneciam invisíveis nos meios de comunicação. O *civic media advocacy* busca pautar essas demandas específicas, dar espaço de fala a quem é raramente ouvido, por perceber, tal qual fazem os representantes do sistema político formal, que a mídia é uma instância fundamental para a visibilidade de demandas, bem como de construção e desconstrução de preconceitos<sup>8</sup>.

De forma similar ao que aponta o autor e encampando questões relativas ao feminismo, tem-se a emergência do “ativismo de mulheres na mídia”, definido por Byerly e Ross (2006, p. 101, tradução nossa) como “qualquer esforço organizado por parte de mulheres para fazer mudanças no que está posto nas grandes empresas de comunicação (produtos/conteúdos) ou para criar novas estruturas de mídia com o objetivo de ampliar a voz das mulheres na sociedade”.

As autoras afirmam que desde as campanhas por direitos políticos no século XIX, as quais marcam o surgimento do feminismo, na Europa, Estados Unidos e posteriormente na América Latina, já havia reivindicações sobre maior participação feminina nos produtos midiáticos. Elas defendem, entretanto, que essa necessidade de visibilidade é uma característica essencialmente contemporânea e está diretamente vinculada à necessidade de expansão dos ideais feministas de valorização das mulheres. Para elas, o ato de comunicar se tornou, dentro do ativismo de mulheres, a forma de expandir as lutas, de se conhecerem em um contexto transnacional. Os eventos internacionais, tais como as Conferências da Organização das Nações Unidas voltadas para as mulheres, acentuaram a necessidade do intercâmbio de experiência entre as ativistas – “o ativismo na mídia tinha tomado o centro do feminismo global” (BYERLY e ROSS, 2006, p. 105, tradução nossa).

A terceira conferência da ONU voltada para as mulheres, ocorrida em Beijing, no ano de 1995, teve como um dos pontos de sua plataforma de ação a promoção das mulheres enquanto produtoras de conteúdo midiático e o estímulo à formação de redes de comunicação para a disseminação de discursos pró-igualdade de gênero (PRÁ e NEGRÃO, 2005).

Essas atividades, contudo, carecem de teoria específica. Ainda que o ativismo de mulheres tenha historicamente despertado os mais variados estudos dentro da teoria feminista, o fenômeno comunicacional que lhes acompanha não tem sido estudado (BYERLY e ROSS, 2006, p. 103). É diante dessa lacuna que Byerly e Ross (2000) buscam desenvolver um “*modelo de ação de mulheres na mídia*”, a fim de explicar a função e as características desse tipo específico de ativismo. Segundo as autoras, tal modelo não pretende ser uma teoria e nem teria a rigidez para tanto, mas pode ajudar a lançar luz sobre as diferentes formas que as mulheres

8 No Brasil, a agência de notícias Andi, criada em 1993, cuja atuação volta-se para a promoção dos direitos humanos, em especial infância e adolescência, nos meios de comunicação é um exemplo de *civic media advocacy*: <<http://www.andi.org.br/>>.

têm se apropriado dos meios de comunicação. Tal proposta se baseia na comunicação como um direito humano, presente desde a Declaração dos Direitos Humanos, de 1948.

As autoras realizaram uma pesquisa com 90 pessoas em países das Américas, África, Europa, Sul Asiático, Austrália e Oriente Médio e conseguiram estabelecer quatro caminhos para os quais convergem o ativismo de mulheres na mídia. O primeiro diz respeito à utilização dos meios como parte da atividade política feminista, com produções de conteúdo para diversos veículos de comunicação. O segundo compreende a estratégia de mulheres que trabalham nos meios de comunicação em usar de seu ambiente profissional para tentar expandir a produção de conteúdo crítica sobre questões de gênero.

Já a construção de agências de *advocacy* seria uma terceira via de atuação política, que envolve a pesquisa e análise sobre a relação das mulheres e a mídia, com a produção de relatórios, bem como de ações de mobilização pra melhorar a cobertura, próxima das formulações de Waisbord (2000). Por fim, o quarto caminho de ativismo de mulheres na mídia seria a construção de veículos de comunicação feminista, como agências de notícias, jornais, vídeos e livros. Camauër (2000) também buscou analisar como associações feministas de países nórdicos se apropriam dos meios de comunicação e afirma que, para entender essa relação, é preciso fazer uma análise triangular dos próprios meios de comunicação utilizados, das práticas de divulgação e da cobertura da grande imprensa.

O ativismo virtual também tem sido contemplado nas pesquisas sobre mulher, mídia e política. De acordo com Prá e Negrão (2005), na internet, as páginas de ativismo feminista têm várias conformações de conteúdo, tais como aquelas que buscam reconstruir a história das mulheres, denunciar as diversas violências sofridas, discutir as interseções sobre mulher e política, bem como representações culturais e questões relativas aos direitos sexuais. O trabalho de Mitra (2001) analisa *sites* nos quais as mulheres podem expressar-se publicamente e criar comunidades acerca de problemas comuns. Sua discussão enfatiza a necessidade de que oprimidas possam falar daquilo que lhes afeta, e a internet seria um espaço onde há convergência dessa necessidade de arguição sobre a opressão. Pudrovska e Ferree (2004) se debruçaram sobre o conteúdo de organizações não governamentais de mulheres na União Europeia, a partir da análise de redes de links na internet, entendendo-os como espaços que endossam a luta feminista. As autoras atestam que, no caso estudado, temas como política global, ativismo e direitos são mais pautados do que assuntos sobre família e saúde reprodutiva.

Prá e Negrão (2005, p. 288), citando Bonder (2002, p. 15), afirmam que essa presença ativista pode ser interpretada “como formas de resistência cultural online de mulheres” com a “intenção de demonstrar a importância das mulheres assumirem o controle da tecnologia e suas ferramentas”.

## Considerações finais

Nosso objetivo neste trabalho foi mapear, ainda que modestamente, os caminhos analíticos percorridos pelos estudos focados na tríade gênero-mídia-política. Esta compilação nasce, sobretudo, de um incômodo pessoal surgido durante a construção de nossa pesquisa de mestrado. No início, não sabíamos ao certo qual caminho trilhar para discutir o objeto da pesquisa, a cobertura midiática de uma legislação que buscava combater uma desigualdade de gênero<sup>9</sup>. Ali se interpôs para nós a necessidade de tentar aglutinar estudos que se preocupavam com a relação entre mídia, política e gênero, seja na Comunicação ou na Ciência Política. Percebemos que três grandes fenômenos concentram as atenções nas pesquisas sobre a tríade e buscamos discutir e exemplificar, neste trabalho, como são tematizados na literatura a a) representação simbólica do gênero na mídia, b) a construção discursiva da representação política e c) o ativismo de mulheres na mídia.

Entendemos que oferecer essa sistematização é interessante para mostrar o quanto o gênero fornece discussões extremamente relevantes para a subárea da comunicação e política. E o quanto enfrentar sua marginalização é tarefa para pesquisadoras (es) preocupadas com as injustiças de gênero nas práticas políticas mediadas.

## Referências

- BUITONI, D. **Imprensa feminina**. São Paulo: Àtica, 1990.
- \_\_\_\_\_. **Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Summus, 2009.
- ROSS, K.; BYERLY, C. Women and Media- International Perspectives, **Blackwell Publishing**, 2006.
- CAMAUER, L. Women's Movements, public spheres and the media: a research strategy for studying, women's movements' publicist practices. In: SREBERNY; Anabelle; VAN ZOONEN, Liesbet (orgs). **Gender, politics and communication**. Hampton Press, 2000, p. 161-182.
- PINTO, C. **Uma História do feminismo no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- DOW, B.; CONDIT, C. The State of the Art in Feminist Scholarship in Communication. **Journal of Communication**, p. 448-478, september 2005.
- ESCOSTEGUY, A. C. A contribuição do olhar feminista. **Intexto**, v.1, n.3, p. 1-11, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Cartografias dos estudos culturais: Uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001 a.

9 Nosso trabalho analisou o debate mediado sobre a Lei Maria da Penha em dois jornais impressos de circulação nacional, durante o período de 2001 a 2012. O mapeamento dos horizontes apresentados neste texto foi necessário para que pudéssemos tentar oferecer uma nova possibilidade analítica, a leitura deliberacionista das questões de gênero na mídia, enfrentando as tensões que atravessam a relação teórica entre feminismo e deliberação (SARMENTO, 2013).

\_\_\_\_\_. Os estudos culturais. In: HOHLFELDT, Antonio et. al (orgs). **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001b, p. 151-170.

ESCOSTEGUY, A. C.; MESSA. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina (orgs.) **Comunicação e gênero:** a aventura da pesquisa,— Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008, p. 14-29.

GILL, R. **Gender and the media.** Cambridge: Polity, 2007.Hall, 2003;

HALL, S. **Da diáspora:** Identidades e mediações culturais.Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HOOKS, B. The Oppositional Gaze: Black Female Spectators. In: \_\_\_\_\_. **Reel To Real: Race Sex, And Class At The Movies.** NY: Routledge, 1996, p.197-213.

KELLNER, D. **A cultura da mídia.** Florianópolis: EDUSC, 2001.

MENDES, K.; CARTER, C. Feminist and Gender Media Studies: A Critical Overview . **Sociology Compass.** v.2, n.6, p. 1701–1718, 2003.

MESSA, R. Os Estudos Feministas de Mídia: uma trajetória anglo-americana. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina (orgs.) **Comunicação e gênero:** a aventura da pesquisa,— Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008, p.38-61.

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

\_\_\_\_\_. **Gênero e política no jornalismo brasileiro.** Trabalho apresentado no GT “Comunicação e Política” do XVII Encontro da Compós, São Paulo, jun. 2008.

MITRA, A. Marginal voices in cyberspace. **New media e society.** vol.4, n.1, p. 29-48, 2001.

PHILLIPS, A. De uma política de ideias para uma política da presença? **Revista Estudos Feministas,** ano 9, p.268-290, 2001.

\_\_\_\_\_. **The Politics of Presence.** Oxford, Clarendon Press, 1995.

PUDROVSKA, T.; FERREE, M. Global Activism in “Virtual Space”: The European Women’s Lobby in the Network of Transnational Women’s NGOs on the Web. **Social Politics,** v 11, n 1, p. 117-143, 2004.

PRÁ, J.; NEGRÃO, T. Internet, um novo ambiente comunicativo e de empoderamento para as mulheres. In: FUNCK, Susana; WIDHOLZER, Nara (orgs). **Gênero em discursos da mídia.** Florianópolis: Editora Mulheres, 2005, p.273-302.

RADWAY, J. **Reading the romance.** Women, Patriarchy, and Popular Literature. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1984.

ROSS, K. SREBERNY, Annabelle. Women in the House: media representation of British politicians. In: SREBERNY; Annabelle; VAN ZOONEN, Liesbet (orgs). **Gender, politics and communication.** Hampton Press, 2000, p. 79-99.

SARMENTO, R. **Entre tempos e tensões:** o debate mediado sobre a Lei Maria da Penha (2001 a 2012). 2013.188f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

\_\_\_\_\_. “Quem faz a sua maquiagem? A senhora sabe cozinar?” Estereótipos sobre o feminino na entrevista de Dilma Rousseff à Patrícia Poeta. Trabalho apresentado no GT5 – Teorias e Temas Emergentes, **IV Encontro Nacional da ULEPICC-Br** – União Latina de Políticas da Informação, Comunicação e Cultura, Rio de Janeiro, 2012.

SREBERNY; A.; VAN ZOONEN, L. (orgs). **Gender, politics and communication.** Hampton Press, 2000.

THORNHAM, S. **Women, feminism and media.** Endinburg University Press, 2007.

JORGENSEN, K. Constructed Masculinities in U.S. Presidential Campaigns: The Case of 1992. In: SREBERNY; Annabelle; VAN ZOONEN, Liesbet (orgs). **Gender, politics and communication.** Hampton Press, 2000, p. 53-77.

WAISBORD, S. Watchdog journalism and the quality of democracy. In: WAISBORD, S. **Watchdog Journalism in South America.** News, Accountability, and Democracy. NY: Columbia University Press, 2009, p.185-242