

O TRATAMENTO DA MÍDIA A UMA MULHER CHEFE DE ESTADO



IV SICCAL

[GT 2 - COMUNICAÇÃO, CULTURA E DIVERSIDADE]

Carolina Leoni Fagundes

Universidade do Sul de Santa Catarina

Helena Iracy Cerquiz Santos Neto

Universidade do Sul de Santa Catarina

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

Este artigo inscreve-se no entremeio da análise discursiva pecheutiana com o jornalismo. Busca analisar discursivamente o tratamento midiático a uma mulher chefe de Estado, a fim de investigar os sentidos possíveis presentes nos corpora de análise, que integram as matérias da revista Istoé e Época para com a presidenta Dilma Rousseff, veiculadas em primeiro de abril de 2016 e 20 de agosto de 2015, respectivamente. Assim, temos como recorte de análise as marcas discursivas do feminino no poder, as condições de produção e a historicidade de cada revista, além dos sentidos de não pertencimento da mulher na política. Entendemos que ambas as matérias utilizam-se da memória discursiva para produzir um apagamento e silenciamento de sentidos. Essa memória propicia reportagens referentes a homens em cargos no executivo e mulheres como suas esposas, fazendo com que seus leitores percebam, assim, sentidos limitados à mulher no poder. Em geral, à sombra do homem e não como protagonista.

Palavras-chave: Jornalismo. Revista. Análise do discurso. Presidenta. Machismo.

This article seeks to discursively analyze the mediatic treatment of a female head of state, in order to investigate the possible meanings present in the analysis materiality, which are part of Istoé and Época magazine's articles for president Dilma Rousseff, published on April 1, 2016 and August 20, 2015, respectively. Thus, we have as a cut of analysis the discursive marks of the female in power, the conditions of production and the historicity of each magazine, besides the senses of not belonging of the woman in the politics. We understand that both materials use discursive memory to produce an erasure and silencing of meanings. This memory provides reports about men in positions of political power and women as their wives, making their readers perceive, thus, senses limited to the woman in the power. In general, in the shadow of man and not as protagonist.

Keywords: Journalism. Magazine. Speech analysis. President. Chauvinism.

Este artículo se inscribe en el marco del análisis discursivo pecheutiana con el periodismo. Busca analizar discursivamente el tratamiento mediático a una mujer jefe de Estado, a fin de investigar los sentidos posibles presentes en los organismos de análisis, que integran las materias de la revista Istoé y Época para con la presidenta Dilma Rousseff, publicadas el primero de abril de 2016 y 20 de agosto de 2015, respectivamente. Así, tenemos como recorte de análisis las marcas discursivas de lo femenino en el poder, las condiciones de producción y la historicidad de cada revista, además de los sentidos de no pertenencia de la mujer en la política. Entendemos que ambas materias se utilizan de la memoria discursiva para producir un borrado y silenciamiento de sentidos. Esta memoria propicia reportajes referentes a hombres en cargos en el ejecutivo y mujeres como sus esposas, haciendo que sus lectores perciban, así, sentidos limitados a la mujer en el poder. En general, a la sombra del hombre y no como protagonista.

Palabras clave: Periodismo. Revista. Análisis del discurso. Presidenta. Machismo.

Introdução

Quando pensamos em mulher na política, temos - ainda que fortes - poucos exemplos. Mesmo se pensando em âmbito global, a representatividade da mulher na política é muito baixa, segundo o site Inter-Parliamentary Union (2016), antes de 1945 apenas a Áustria tinha eleito uma mulher para presidir o parlamento do país. Em países como Argentina e Bolívia, presidentas existem desde 1970. Na Dinamarca, mulheres começaram a presidir em 1950 (IDEM).

Apesar de termos exemplos na história de princesas e rainhas que governaram, como Maria Leopoldina, Maria I e a princesa Isabel, o Brasil só veio a ter a sua primeira chefe do Executivo eleita em 2010. Já no Legislativo, ainda nenhuma mulher conseguiu chegar ao cargo mais alto desta instituição, principalmente pelo fato de a votação ser indireta.

O site Inter-Parliamentary Union, elaborou um quadro que mostra a representatividade das mulheres nos parlamentos de todos os países e as classificações desses, de acordo com a representatividade. O Brasil encontra-se em 154º em um ranking de 187 países que avalia a representatividade política da mulher. Apesar de ser um Estado em que, por lei, existam cotas para mulheres na política - todo partido tem que reservar 30% das vagas em todos os níveis - não é o suficiente para que as mulheres consigam votos e apoio para se elegerem.

Como afirma Miguel (2014): “a reserva de vagas de candidatura para mulheres, sem dar a elas condições para fazer campanha, alcança pouca efetividade”. Ou seja, apenas

abrir um espaço mínimo, sem dar chances para que se tenha uma competição justa, não irá promover uma redução visível da desigualdade, e o poder político continuará nas mãos do mesmo grupo minoritário, masculino e hegemônico.

A partir dessa exclusão, conseguimos pensar através da análise do discurso pecheutiana, como se perpetua a ideia de machismo presente na sociedade, e dos espaços da mulher, em especial dentro do poder. Tendo seu reflexo, principalmente dentro da imprensa, em veículos mais tradicionais, que mantém essa ideia, como iremos analisar discursivamente os tratamentos dados a uma mulher chefe de estado, nos corpora das matérias das revistas ISTOÉ e ÉPOCA.

Corpus e recorte

Courtine (2009, p. 57) define corpus como “princípio teórico, que é constituído por sequências discursivas, formando um corpora”. Aqui, nosso corpus de análise constituem-se nos seguintes corpora: as matérias veiculadas pelas revistas Istoé e Época, nas datas de primeiro de abril de 2016 e 20 de maio de 2015, respectivamente. Os corpora a serem analisados são, pela revista Istoé, a comparação que os jornalistas Débora Bergamasco e Sérgio Pardellas fazem da, na época, Presidenta Dilma Rousseff com a primeira rainha do Brasil, Maria I. Já o corpus a ser analisado da revista Época é um texto escrito pelo editor João Luiz Vieira, intitulado: “Dilma, se fosse seu amigo lhe diria: erotize-se.”

Dados os corpora, entramos na noção de recorte, que é definida por Orlandi (1984, p. 14) como “uma unidade discursiva, fragmentos de uma situação discursiva.

Tomando uma situação discursiva como processos discursivos, focos do analista”.

Assim, nosso recorte analisa como a mídia tradicional brasileira mantém e perpetua as marcas discursivas a respeito do feminino no poder. Assim, não só os sentidos gerados pelas matérias, como a sua historicidade, as condições de produção e principalmente de que forma o discurso machista e hegemônico atravessa o discurso jornalístico quando se trata de política, caracterizam o nosso recorte.

Discurso Jornalístico

De acordo com Mariani (1998), o discurso jornalístico “contribui na construção do imaginário social e na cristalização da memória do passado, bem como na construção da memória do futuro”. Ou seja, o discurso jornalístico está diretamente ligado às nossas memórias¹. Além disso, há outros discursos que atravessam o discurso jornalístico e nos ajudam a compreendê-lo melhor.

Ainda segundo a autora, podemos considerar o discurso jornalístico semelhante ao discurso pedagógico, autoritário, onde há apenas uma interpretação e uma veiculação de sentidos. Ou seja, o discurso jornalístico faz um apagamento de sentidos de uma notícia para o seu leitor, direcionando sua leitura sem que o mesmo perceba tal ocorrido. Isto porque, se pensarmos no que se utiliza o discurso

¹ Iremos discutir os conceitos de memória mais adiante.

pedagógico, podemos pensar no professor(a), que é considerado dentro da estrutura pedagógica o dono do saber, aquele que irá passar a partir de artifícios próprios, ou não, a única versão de um conhecimento para seus alunos, o que não os permite questionar, por aceitarem como verdade absoluta.

Por esta razão, o discurso pedagógico, assim como o jornalístico, possuem características autoritárias. Isto porque para Mariani (1998, p. 44 apud SANTOS NETO, 2015, p. 43), a mídia opera

[...] como um elemento fundamental na representação e re-produção dos ‘consensos de significação’”. Isto porque o tempo é um elemento crucial ao meio, numa área em que passado e presente e projeções do futuro entrecruzam-se a todo instante, num perpétuo tecer da história e da política do cotidiano “[...] na tentativa de explicar/didatizar os acontecimentos, ou seja, construindo um sentido ‘natural’ para a instabilidade do presente (IBIDEM).

Se pegarmos o exemplo da grade televisiva aberta, temos em média seis jornais ao dia. Se existe alguma informação que eles querem que esteja no imaginário das pessoas, que elas o tomem como verdade absoluta, a mesma notícia é repetida, da mesma forma, com as mesmas informações e edições em todos os seis jornais disponíveis. Ou seja, através da repetição constante, com a utilização dos mesmos signos incessantemente e até didaticamente, há um forte apagamento de todos os outros sentidos envolvidos na notícia veiculada.

Essa estratégia, podemos assim chamar, funciona por conta dessa estrutura,

já comentada, do discurso jornalístico. Segundo Mariani (1998): “Consideramos o discurso jornalístico como uma modalidade de *discurso sobre*. Um efeito imediato do *falar sobre* é tornar objeto aquilo sobre o que se fala.” Ou seja, a partir dessa visão o sujeito cria um distanciamento sobre o que está falando, provocando um efeito de imparcialidade, o que pode fazer com que a partir desse distanciamento, o sujeito produza juízos de valor e opiniões referentes ao objeto, do qual não esteve “envolvido”.

O discurso jornalístico pode operar de duas formas: inserindo o inesperado – ou seja, aquilo que ainda não há memória – ou o possível – que já existe uma memória do público em cima do assunto (IDEM).

A forma pincelada em que as notícias se apresentam em um jornal, ganham sentido quando se consegue fazer sua conexão. A partir dos fragmentos do assunto o leitor consegue chegar a um já-lá do objeto. Para exemplificar isso, imaginemos como exemplo a imagem da mulher na mídia: a porcentagem feminina na televisão, que é menor do que 20% e que costumeiramente veiculada

[...] em papéis de vítimas e donas de casa em noticiários, ou mesmo como e quando âncoras e repórteres, seguem o padrão de beleza imposto pela atual sociedade. Poucas vezes, aparecemos como especialistas em algo, causando até espanto, quando isso ocorre. Justamente por chocar uma imagem já construído, no imaginário, por essa mesma mídia (MORENO, 2012, p. 31)

Dessa forma, a mídia constrói o imaginário social, ou seja, a memória discursiva. Infelizmente, neste caso, memória está pautada pela memória metálica. Esses

conceitos serão melhor discutidos adiante, assim como o conceito fundante de formação discursiva.

Formação discursiva e ideologia

Outros pontos importantes para levantarmos para esse artigo, são os conceitos de formação discursiva e ideologia isto porque, quando falamos de um sujeito, precisamos situar qual formação discursiva o mesmo está inscrito, segundo Santos Neto (2015, p. 32), “É na formação discursiva que o sujeito se encontra socialmente, na relação consigo e com os demais, formulando a sua identidade”.

Ou seja, a formação discursiva representa o sujeito em si, a partir dela, conseguimos visualizar a postura do sujeito perante situação A, B ou C, conseguindo compreender também suas condições de produção e conseqüentemente, a ideologia do mesmo. Segundo Orlandi (2006, p.58), podemos considerar a formação discursiva como “o lugar da constituição do sentido e da identificação do sujeito”.

A partir disso, é importante termos a noção também do que é a ideologia:

O fato mesmo da interpretação, ou melhor, o fato de que não há sentido sem interpretação, atesta a presença da ideologia. Não há sentido sem interpretação, e além disso, diante de qualquer objeto simbólico o homem é levado a interpretar, colocando-se diante da questão: o que isto quer dizer? Nesse movimento de interpretação o sentido aparece-nos como evidência, como se ele estivesse já sempre lá. Interpreta-se e ao mesmo tempo nega-se a interpretação, colocando-a no grau

zero. Naturaliza-se o que é produzido na relação do histórico e do simbólico. (ORLANDI, 1999, p. 43)

Ou seja, os conceitos que temos já de alguma forma pré - estabelecidos em nossa vida, dependem diretamente da ideologia em que estamos inseridos. É a partir dela, que conseguimos significar e ressignificar algo. Essa noção é extremamente importante, principalmente, quando falamos de jornalismo:

Se por um lado a ideologia faz com que certos sentidos sejam naturalizados como únicos e permitidos no discurso em geral, e no discurso jornalístico em particular, também é possível que outros sentidos sejam silenciados e interditados quando se tem a ilusão de espelhar a realidade a partir da notícia. (SANTOS NETO, 2015, p. 31)

Ou seja, os mecanismos utilizados no discurso jornalístico, ajudam a manter a ideologia, permitindo a naturalização de diversos sentidos, assim como o silenciamento de tantos outros.

Memórias

A partir disso, podemos entrar no que chamamos de memória. Dentro da AD, nós temos a memória discursiva, a metálica e a de arquivo.

O que chamamos de memória discursiva, seria o que já está no nosso imaginário. Ou seja, acreditamos que estamos trazendo uma informação nova, mas na verdade, já foi dito, em algum outro momento, por outra pessoa, com esse mesmo conceito, como explica Orlandi(2006): A memória discursiva é trabalhada pela noção de interdiscurso: 'algo fala antes, em outro lugar e

independentemente'. Trata-se do que chamamos saber discursivo. É o já dito que constitui todo dizer.

Orlandi traz a noção de que toda memória discursiva é constituída pelo próprio esquecimento, causando assim a impressão de primeira vez da fala. A partir da memória discursiva podemos ter também a memória de arquivo, que seria a memória registrada, informações que guardamos de forma física, que temos documentada. Dessa forma, conseguimos trazer também a ideia de memória metálica, ou seja a memória da mídia.

Dentro da memória metálica, podemos ver dentro da mídia brasileira, a representação da mulher, envolvendo outras características:

E o discurso – quer verbal, quer imagético – nos apresenta sempre jovens (como se fosse crime ou vergonha envelhecer), quase sempre brancas (embora a nossa maior riqueza seja justamente a diversidade de raças e etnias que nos caracterizam), sempre magras (numa ditadura que se acen- tuou nos últimos anos, na contramão da realidade dos contornos corporais, tanto devidos a nossa mistura de raças quanto a alimentação moderna e a vida sedentária), preferencialmente loiras e de cabelos lisos (bem distante do padrão nacional) – no máximo, ondulados, e apenas em raros casos, cacheados. (MORENO, 2017, p. 32):

A partir disso, temos alguns pontos da violência midiática contra as mulheres expostos, pontos esses que quando atravessados pelo discurso jornalístico – por sua ordem de repetição e silenciamento – consegue criar estereótipos, especialmente

dentro da política. Isso porque, a partir do discurso jornalístico é possível esse atravessamento machista se insere no cotidiano.

Isto também é visto a partir do momento em que a mídia trata de mulheres políticas:

As mulheres políticas são tratadas de maneira distinta dos homens políticos; é inegável a influência da mídia sobre a opinião do eleitorado. As mulheres tendem a ser apresentadas sob uma luz mais negativa (assim colaborando com, e talvez até estimulando o afastamento do eleitorado das candidaturas femininas, contribuindo, com isso para o déficit de representação feminina) ou eventualmente contribuindo para uma relativa exclusão de suas ideias fruto de uma invisibilidade seletiva maior. (MORENO, 2017, p. 76)

Ou seja, há um estereótipo criado baseado em memórias machistas, que estão presentes tanto no imaginário social, quanto nas memórias metálicas e de arquivo.

Feminismo

Outro ponto importante para este artigo, é o feminismo e sua trajetória

Podemos categorizar o movimento em três a quatro ondas.

Com a primeira onda, temos o sufrágio feminino e a garantia de direitos básicos como acesso a educação. Já na segunda onda, o movimento alcança um segundo patamar e reivindica direitos para libertação do corpo da mulher, assim como sua segurança. A terceira onda é caracterizada pelo momento de revolução dentro do feminismo, com o foco de desconstrução da categoria mulher.

Nesse cenário, o movimento feminista negro tem se posicionado de maneira destacada. No Brasil, com seu passado histórico de exploração das mulheres negras, o ambiente é bastante necessitado da condução de tais debates. Um bom exemplo de uma coletividade nascida sob essas condições é o Geledés – Instituto da Mulher Negra. Criada em 1998, essa instituição tem o objetivo de reunir mulheres negras contra as práticas do racismo e do sexismo, denunciando assim os males encarados todos os dias por mulheres negras. Reivindicando a especificidade de suas próprias lutas, essas mulheres falam: as feministas sempre apregoaram que as mulheres precisavam se unir para derrubar o mito da fragilidade e ter direitos à política e ao trabalho; ora, nós nunca fomos consideradas frágeis: nossos corpos sempre foram explorados como força de trabalho escrava e açoitados pelo chicote dos feitores. As mulheres negras estão a afirmar que suas lutas não são iguais, e elas não mais serão invisibilizadas. (BARBOSA, 2015, p. 12)

Tendo essa compreensão, entramos no que seria dito por muitas estudiosas como a quarta onda do feminismo, ou ainda o feminismo atual. A luta do século 21, é pautada principalmente na diversidade dos feminismos, aceitando, reconhecendo, legitimando e lutando por grupos de minorias dentro do movimento, compreendendo e apoiando a necessidade de separações dentro do movimento.

Hoje podemos ver uma força muito grande para o movimento feminista negro e movimento feminista lésbico, grupos que mesmo dentro dessa luta eram extremamente excluídos e esquecidos nas ondas anteriores. Além desses, podemos ver várias divisões

como o feminismo radical, liberal, ecofeminismo, vertentes que se pautam em ideologias diferentes, muitas vezes até divergentes, mas que conseguem em sua maioria abranger a diversidade das mulheres atuais.

Muitos acreditam que essa diversificação podem representar o fim do movimento, por não haver uma definição certa do que o mesmo seria. Mas pode ser justamente o contrário, segundo Butler, em seu livro *Problemas de Gênero*, essa indefinição é uma das grandes “armas” que os feminismos têm a seu favor:

A presunção política de ter de haver uma base universal para o feminismo, a ser encontrada numa identidade supostamente existente em diferentes culturas, acompanha frequentemente a ideia de que a opressão das mulheres possui uma forma singular de uma estrutura universal ou hegemônica da dominação patriarcal masculina. A noção de um patriarcado universal tem sido amplamente criticada em anos recentes, por seu fracasso em explicar os mecanismos da opressão de gênero nos contextos culturais concretos em que ela existe. Exatamente onde esses vários contextos foram consultados por essas teorias, eles o foram para encontrar “exemplos” ou “ilustrações” de um princípio universal pressuposto desde o ponto de partida. (BUTLER, 1990, p. 20).

De fato, essa suposta desunião é o que agrupa e gera mais empatia dentro do movimento, a compreensão de diferenças está fazendo com que o movimento tenha cada vez mais adeptos, de todos os gêneros.

Outro fator para essa adesão é o menor silenciamento de casos de violência, de qualquer tipo, contra as mulheres.

Dentro do Brasil, além de estarmos completando em 2018, 12 anos da Lei Maria da Penha², em 2016 a então presidenta Dilma Rousseff, sancionou a lei do Femicídio³, que torna hediondo crimes praticados contra a mulher, pela motivação da mesma ser mulher. Outros movimentos pela segurança da vida das mulheres estão tornando cada vez mais populares os conceitos de equidade em todas suas pluralidades.

Análise

Ao nos deparar com as revistas que integram nossos corpora de análise, perceberemos que o período em que cada veículo está inscrito e publicou seus textos gera sentidos referentes aos mesmos. Mais do que isso, traz ao sujeito-leitor uma única possibilidade, com comprovações históricas que o justificam. Ou seja, uma historicidade. Esse conceito fica mais claro quando aplicado para essas instituições:

2 Lei Maria da Penha: é a lei nacional de 7 de agosto de 2006, que aumenta o rigor das punições sobre violências domésticas. a lei ganha esse nome em homenagem a Maria da Penha Maia Fernandes, vítima de violência doméstica durante seus 23 anos de casamento, além de ter sofrido duas tentativas de assassinato pelo marido. Uma das tentativas a deixou paraplégica. Seu marido só foi condenado depois de 19 anos de julgamento, e ficou apenas dois anos preso. (Essa condenação se deu antes da instituição da lei.)

3 Lei do Femicídio: Pode ser considerada uma das leis mais importantes da atualidade brasileira, fazendo com que crimes contra a mulher, como assédio, violência física, moral, patrimonial, doméstica ou menosprezo e discriminação contra a mulher, sejam crimes de qualificação hediondo dentro do Brasil.

A historicidade das instituições pode ser vista como resultante de processos discursivos que se tornam aparentes através de práticas e/ou rituais sociais, por meio da circulação de seus produtos e dos sistemas de normas e leis que se estabelecem de acordo com o discurso institucional, moldando-se e transformando-se, o que provoca um efeito universalizante de reconhecimento: em uma dada formação social as pessoas sabem ou deveriam saber o que é um jornal e uma igreja, entre outras instituições. Esse processo histórico de naturalização das instituições e dos sentidos funciona de modo a torná-las evidentes, legítimas e necessárias. (SANTOS NETO, 2015, p. 37)

Essa naturalização de sentidos, a partir das condições de produção de cada um, traz também um peso de legitimidade para esses veículos, que conseguem, dessa forma, credibilizar o que falam e torná-la de um único sentido, passando ao seu espectador/ leitor como uma única verdade.

Historicidades

A revista semanal IstoÉ surgiu em 1976, em uma parceria do empresário Domingo Alzugaray, o jornalista Luis Carta, ex-diretor da revista *Realidade*, e seu irmão Mino Carta, também fundador da revista *Veja* e *Carta Capital*. A IstoÉ foi criada em meio do governo militar de Geisel, quando começou a abertura política do Brasil, devido ao enfraquecimento dos militares, pela alta da inflação e também pelo assassinato de Vladimir Herzog.

A revista semanal normalmente aborda assuntos factuais, sem um grande aprofundamento histórico, relevantes

normalmente à política mundial e nacional. Outro fato importante para a construção da IstoÉ foi que a revista, em 2006, fechou parceria com o Grupo Time Inc. Pelo acordo, o conteúdo das revistas *People*, *Fortune* e *Time* passou a ser incluído em todas as revistas da IstoÉ, tendo seu público alvo,

[...] Segundo pesquisa recente 42% dos leitores de Istoé são homens, enquanto as mulheres representam 58%, 40% dos leitores são casados e 70% tem curso superior completo, desses 70% 30% já são pós graduados. A Istoé é uma revista relativamente elitizada, sendo assim 75% dos leitores pertencem às classes A e B, 30% assinam pelo menos 5 anos. A Istoé é uma revista que tem uma linguagem abrangente, dessa forma temos 60% dos leitores na faixa etária entre 21 e 52 anos, 29% tem até 19 anos e 16% tem mais de 50 anos de idade (MEMORIAL DESCRITIVO REVISTA ISTOÉ, 2009).

Nosso segundo objeto de análise é a revista *Época*. Criada em 1998 pela Editora Globo, pertence ao conglomerado Globo de Comunicação. A revista, também semanal, é baseada na internacional *Focus*, com um design que valoriza imagens e gráficos. Além disso, a *Época* é uma revista de abordagem segmentada sobre interesses gerais, voltada principalmente ao público que acendia na época de sua criação, caracterizado como:

[...] classe média, marcados pelos itens elencados na imagem referente ao orçamento familiar: restaurante, hospital, carro, escola, viagem e empregada. Além de elementos discursivos voltados à classe média, como o trecho porque a velha classe média é quem sofre mais... Na capa também temos acesso a uma conta mensal,

onde no local em que deveriam constar valores monetários são substituídos por comentários satíricos sobre os orçamentos. (SANCHES; SOUZA, 2015, p.13)

A partir disso, iremos analisar as condições de produção de cada uma.

Condições de Produção

Para podermos avaliar a historicidade de algo, precisamos levar em conta também, suas condições de produção:

[...] Em sentido estrito ela compreende as circunstâncias da enunciação, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato. No sentido lato, a situação compreende o contexto sócio-histórico, ideológico, mais amplo [...]. O sujeito da análise de discurso não é o sujeito empírico, mas a posição sujeito projetada no discurso. Isto significa dizer que há em toda língua mecanismos de projeção que nos permitem passar da situação sujeito para a posição sujeito no discurso. Portanto não é o sujeito físico, empírico que funciona no discurso, mas a posição sujeito discursiva (ORLANDI, 2015, p.17).

As condições de produção não são apenas o contexto em que está inserido o fato, mas também leva em consideração as questões sociais, históricas, econômicas e, principalmente, ideológicas. Além disso, é preciso considerar também, a posição sujeito, ou seja de onde, de que hierarquia e de que papel, de quem está analisando, assim como de quem está sendo analisado.

Análise

Com todos esses conceitos apresentados, podemos começar a análise das

sequências discursivas de referência. A matéria de primeiro de abril de 2016, de Sérgio Pardellas e Débora Bergamasco, *Uma presidente fora de si*, da revista IstoÉ, tem em sua base argumentos machistas e misóginos. O texto pouco cita a gestão política de Rousseff.

SDR 1

“Não é exclusividade de nosso tempo e nem de nossas cercanias que, na iminência de perder o poder, governantes ajam de maneira ensandecida e passam a negar a realidade. No século 18, o renomado psiquiatra britânico Francis Willis se especializou no acompanhamento de imperadores e mandatários que perderam o controle mental em momentos de crise política e chegou a desenvolver um método terapêutico composto por “remédios evacuantes” para tratar desses casos. Sua fórmula, no entanto, pouco resultado obteve com a paciente Maria Francisca Isabel Josefa Antônia Gertrudes Rita Joana de Bragança, que a história registra como “Maria I, a Louca”. Foi a primeira mulher a sentar-se no trono de Portugal e, por decorrência geopolítica, a primeira rainha do Brasil. O psiquiatra observou que *os sintomas de sandice e de negação da realidade manifestados por Maria I se agravaram na medida em que ela era colocada sob forte pressão*”.

Analisando essa sequência discursiva de referência da IstoÉ, podemos perceber o apagamento de sentidos e a eliminação da polissemia. Nas publicações das matérias da Istoé houve apagamentos de sentidos quando o discurso pedagógico mostra – se fortemente presente. Percebemos autoritarismo na comparação, referindo-se à Maria I.

O autor busca no imaginário dos seus leitores, a partir das memórias discursiva e de arquivo, a ideia formada de que Maria I foi deposta de seu cargo, assumindo seu filho porque ela era considerada insana.

Maria I não foi nada mais do que uma governante do povo em Portugal, abrindo bibliotecas e escolas para o acesso do povo português. No Brasil, Maria I tinha o intuito de fazer o mesmo, além de ter o costume de andar na rua como uma simples cidadã, tendo relações simpáticas com seus escravos. Por isso, foi deposta o mais rápido possível, apesar de alguns historiadores afirmarem que sua doença mental existiu, não existem vestígios do que realmente era, apenas afirmações de terceiros, e de seu próprio filho.

A comparação entre Maria I e Dilma Rousseff parece levar em conta uma fragilidade em doenças mentais. Afinal, em momento algum foi também confirmado o problema mental de Dilma. A comparação das duas volta-se sempre para o fato único de ter uma mulher - não entraremos aqui se competente ou não - em uma posição de máxima autoridade política. O que encontramos na matéria são inúmeras expressões articuladas das formas mais preconceituosas, exaltando a histeria de um ser feminino no poder. Entretanto, quando o ex-presidente Collor estava à beira do impeachment, a mídia não o colocou na postura de insano, muito menos de doente. As grandes manchetes iam para o delator, para o motorista, para todos que ajudaram na ação, mas nenhuma matéria contestou a sanidade mental do governante. Isso também se deve ao fato da própria construção do discurso jornalístico que traz essa memória de estereótipo feminino, como já citado, de que a mulher não deve estar na política.

Olhando pelo viés feminista, não se trata só da gestão, a partir do momento em que se questiona a sanidade mental de uma mulher e não se questiona a de um homem na mesma situação, existe então o chamado *gaslighting*, que é uma forma de abuso psicológico no qual informações são distorcidas para fazer com que a vítima acabe questionando sua própria sanidade mental. E foi exatamente o que a revista fez, não que chegue até a Presidenta e ela questione sua sanidade mental, mas em uma posição de dominação com os leitores, a revista quis atingir não só a ela como a todos esses sujeitos leitores dessa forma, com o *gaslighting*.

Na revista Época, a matéria do dia 20 de agosto de 2015, do jornalista João Luiz Vieira, não utilizou o *gaslighting*, mas sim a questão da sexualização da mulher como solução política.

SDR 2

“Dilma, se fosse seu amigo lhe diria: *erotize-se*”.

No mundo do entretenimento, a mulher é utilizada de forma sexualizada, muitas vezes, objetificada.

Nessa SDR2 o jornalista usa desse artifício para falar da gestão da Presidenta Dilma. Ele diz que a impopularidade da presidenta é devida não ao seu mandato e sim por ela não ser sexualizada o suficiente. Os argumentos utilizados na matéria são de que para Dilma ser levada mais a sério, ou para ser mais defendida pelo povo no momento de crise, ela deveria ser mais sexy, pois dentro desse meio a aproximação de uma mulher com a população se dá

pelo sexo. Isso também pode ser percebido na marca de linguagem da SDR, que carrega o sentido da erotização voltada para mulher, tentando transformar o local político assumido por uma mulher, para a ideia da mulher erotizada.

Conclusão

Ao término desta análise, como efeito de fecho, concluímos que ambas matérias utilizam-se da memória para produzir um apagamento e silenciamento de sentidos. Essa memória propicia matérias referentes a homens em cargos no executivo e mulheres como suas esposas, fazendo com que seus leitores percebam, assim, sentidos limitados à mulher no poder. Em geral, à sombra do homem e não como protagonista.

Este artigo é um início para nós, na posição sujeito de analistas jornalistas, poder haver um desdobramento de outros que temos interesse em realizar, abordando comparativos como os da ex-presidenta Dilma Rousseff e do ex-presidente Fernando Collor de Melo. Isto porque, após a análise dos nossos corpora, percebemos que o jornalismo brasileiro manteve as suas marcas de linguagem, pautadas pelo sentido autoritário e machista, repercutindo no imaginário nacional e nas decisões políticas nacionais. ■

[CAROLINA LEONI FAGUNDES]

Mestranda em Ciências da Linguagem (2018-), graduada em Jornalismo(2018) pela Universidade do Sul de Santa Catarina. Com experiência em Teoria da Comunicação e Linguística, atuando principalmente nos temas: feminismo, análise do discurso, reciclagem e jornalismo.
E-mail: carolinaleonifagundes@gmail.com

[HELENA IRACY CERQUIZ SANTOS NETO]

Doutora em Ciências da Linguagem (2015), graduanda em Marketing (2018-), graduada em Jornalismo (1997), mestra em Educação (2001) e em Ciências da Linguagem (2008) pela Universidade do Sul de Santa Catarina, onde é professora desde 1997.
E-mail: helena.santosneto@gmail.com

Referências

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COURTINE, Jean Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

INTER PARLIAMENTARY UNION. **Women in national parliaments**. Endereço eletrônico: <<http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.Htm>>. jun. 2018.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)**. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: UNICAMP, 1998.

MEMORIAL DESCRITIVO REVISTA ISTOÉ. **Centro universitário Belas Artes de São Paulo**. Endereço eletrônico: <<https://pt.scribd.com/doc/22806012/Memorial-Descritivo-Revista-Istoe>>. São Paulo, 2009. Data de acesso: dez. 2017.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política**. São Paulo: Boitempo, 2016.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado**. São Paulo: Publischer, 2012.

ORLANDI, Eni; RODRIGUES, Suzy Lagazzy. **Discurso e Textualidade**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2015.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

_____. Segmentar ou recortar? IN: **Linguística: questões e controvérsias**. Uberaba, MG: Faculdades Integradas de Uberaba, 1984.

PARDELLAS, Sérgio; BERGAMASCO, Débora. Uma presidente fora de si, **Revista IstoÉ**, 1 de abril de 2016.

SANCHES, Romário Duarte; SOUSA, Rayniere Felipe Alvarenga de. **Análise social e discursiva nas capas da revista época**. Departamento de Letras | Universidade Federal do Maranhão, Maranhão, v. 6, n. 10, 2015. Disponível em: <<http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/littera/article/view/3558/1594>>. Acesso em: jul. 2017.

SANTOS NETO, Helena Iracy Cerquiz. **Análise do Discurso Radiofônico: O Acontecimento Apagão em Florianópolis**. 2015. 290 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2015.

SÃO PAULO, Centro Universitário Belas Artes. Memorial Descritivo Revista IstoÉ. -, São Paulo, nov. 2009. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/22806012/Memorial-Descritivo-Revista-Istoe>>. Acesso em: mai. 2017.

VIEIRA, João Luiz. Dilma, se eu fosse seu amigo lhe diria: erotize-se. **Revista Época**, dia 20 de agosto de 2015.