

**Gênero e política nas revistas brasileiras:
uma análise do conteúdo midiático sobre a presidenta Dilma Rousseff**

*Gender and politics in Brazilian magazines:
an analysis of media content about the president Dilma Rousseff*

Fernanda Cavassana de CARVALHO¹
Marcia BOROSKI²

Resumo

Este artigo identifica e discute quais termos foram utilizados para criticar o segundo mandato do governo Dilma sob a perspectiva de gênero nas capas das revistas semanais, sendo o corpus composto por 89 capas de *Época*, *Veja* e *IstoÉ*, de 2015 e 2016. A metodologia é a análise quantitativa de conteúdo, por meio de métodos clássicos e automatizados. Como aporte teórico, exploram-se estudos sobre as interfaces entre mídia, política e gênero, com ênfase na cobertura jornalística sobre mulheres na política pelas revistas brasileiras. Discute-se como esta imprensa atua na construção social de gênero por meio de seus discursos midiáticos. Os resultados indicam que a cobertura negativa à presidenta sob a perspectiva de gênero esteve vinculada ao seu governo e à imagem masculina de seu vice-presidente, Michel Temer.

Palavras-chave: Gênero e mídia. Gênero e política. Dilma Rousseff.

Abstract

This article identifies and discusses which terms were used for to critic the second mandate of Dilma Rousseff's govern under gender's perspective in Brazilian magazines covers. The corpus totalizes 89 covers of *Época*, *Veja* e *IstoÉ*, in 2015 and 2016. The methodology is the quantitative content analysis, with classical and automatized methods. How theoretical base, it explores studies about relations between media, politics and gender, with emphasis which on news coverage of women in politics by Brazilian magazines. It discusses how this press type acting in the social gender construction by means of their media discourse. The results show negative coverage of the president under gender's perspective was linked to her government and the masculine image of her vice president, Michel Temer.

Keywords: Gender and media. Gender and politics. Dilma Rousseff.

¹ Doutoranda em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bolsista CAPES. Membro do Grupo de pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP), da UFPR.

E-mail: cavassanaf@gmail.com.

² Doutoranda em Comunicação pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professora dos Cursos de Comunicação do Centro Universitário Internacional (Uninter). Integrante do Grupo de pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (Incom), da UTP.

E-mail: boroskimarcia@gmail.com.

Introdução

A crítica ao segundo mandato do governo Dilma Rousseff foi basilar para os rumos que tomaram a política brasileira em 2016. Já na posse, em 2015, houve muita pressão de partidos como o PSDB, no sentido de deslegitimar as eleições presidenciais, com vazão de tal discurso para a imprensa. O cenário de tensão agravou-se a cada mês, com investidas da mídia brasileira na cobertura pré-impeachment, com posições de não reconhecimento e de trato hostil à presidenta. Nesta conjuntura, este artigo discute e investiga como a crise do governo Dilma foi abordado midiaticamente evidenciando, para além do papel de governante nacional, sua imagem enquanto mulher.

Partimos da seguinte pergunta: quais termos foram utilizados nas capas de revistas para criticar o governo da presidente Dilma Rousseff sob a perspectiva de gênero durante seu segundo mandato? Nosso objetivo é identificar como o discurso midiático crítico à presidenta Dilma Rousseff foi construído textualmente nas revistas de informação sob a perspectiva de gênero. Para isso, metodologicamente, recorre-se à análise de conteúdo como estratégia para a investigação. Empiricamente, o trabalho investiga 89 capas das revistas *Época*, *IstoÉ* e *Veja*, que faziam referência explícita à Dilma e que circularam entre janeiro de 2015 e abril de 2016, totalizando um recorte temporal de 15 meses.

Justifica-se esse artigo pela relevância das discussões acadêmicas nas interfaces entre mídia, política e gênero, além de abordar a atuação de três veículos de imprensa nacional na cobertura negativa à presidenta do país, durante o segundo mandato do seu governo, que terminou com o impeachment da governante. O artigo também contribui metodologicamente com os estudos sobre linguagens midiáticas ao explorar a análise léxica de conteúdo automatizada, um método de análise quantitativa que possibilita a interpretação de conjuntos temáticos no corpus textual, bem como a quantificação, ocorrência e associação dos termos utilizados.

A partir daqui o artigo segue dividido em cinco tópicos. O primeiro volta-se às relações entre de gênero, poder e mídia. Neste aspecto, discorre sobre como a comunicação midiática contribui com a construção das questões de gênero na sociedade, incluindo a cobertura das revistas semanais. Depois, o tópico seguinte é dedicado especificamente à cobertura da imprensa semanal sobre os governos de Dilma e o que se

tem registrado na literatura sobre a construção da imagem da mulher política nesses veículos. A seção três explicita os aspectos metodológicos da pesquisa, indicando os procedimentos convencionais e automatizados adotados para a análise de conteúdo textual das capas das revistas. Depois, são apresentados e analisados os resultados. Por último, tecemos nossas considerações finais.

1 Relações entre poder, gênero e mídia

Ainda que encontremos variações na conceituação, mesmo em estudos relacionados à comunicação e mídia, ao presente trabalho faz sentido abordar gênero, minimante, pelos seguintes vieses: de que o conceito expressa-se de forma relacional (SAFFIOTI, 1979) e de que ele é uma construção social (BEAUVOIR, 1980). Scott (1990), por exemplo, ao advogar que gênero é uma categoria de análise da sociedade, chama atenção para que, junto de raça e classe social, poderia se fazer uma análise das relações sociais desiguais, estruturadas por meio das relações de poder.

As relações de poder implicadas nas instituições não são inauguradas pelos estudos de gênero, entretanto. Althusser (1983) é responsável pela concepção da construção da ideologia no cerne das instituições da sociedade, como a escola, a família, a igreja, a justiça. Tributária desta discussão, Lauretis (1994) propõe uma discussão acerca da relação entre tais relações de poder e as relações de gênero. Assim, as representações de gênero seguiram as mesmas lógicas dominantes destas instituições, num movimento compulsório para os sujeitos ocuparem lugares e papéis determinados, além de legitimações de violências as mais diversas. (LAURETTIS, 1994, p. 207).

Saffioti (1979) apresenta-se então como tributária de Scott (1990), no sentido da compreensão de sexo como um tipo de estratificação social, tal como etnia e classe social. A intenção majoritária, de ambas, era a visada de compreender os acontecimentos sociais e políticos, bem como os processos de organização e estruturação social, e, conseqüentemente, os comunicacionais, como, por exemplo, a cobertura midiática. Vale destacar, ainda, que para Scott (1990), gênero seria a primeira instância de articulação do poder, porém não a única. Relações de poder, as quais, estariam difundidas de tal forma na sociedade que implicariam as instâncias conjugais,

fraternais, políticas, trabalhistas, financeiras. Scott (1990) explica ainda que a circulação deste poder seria desigual e hierárquica.

Na mesma esteira de investigar as relações de poder, partindo da perspectiva das instituições, Mota e Biroli (2014) evidenciam que a falta de representatividade amplifica as desigualdades ligadas às questões de sexo e gênero, além de reiterar as convenções. O que, por sua vez, conta com a contribuição da mídia.

A divisão sexual do trabalho, conectada a estereótipos que definem papéis, pertencimentos e habilidades distintas para mulheres e homens, se transforma em expectativas quanto a sua atuação nas diferentes esferas sociais. Embora não exista uma única compreensão dos papéis de gênero ou de relação entre mulheres e atividade política, a forma como a mídia representa as mulheres é um desdobramento das formas atuais da dualidade entre privado/doméstico/feminino e público/político/masculino (BIROLI; MOTA, 2014, p.4)

Verificamos ainda o pontual interesse da própria academia sobre o tema. No caso dos estudos de gênero e mídia, dentro do campo da Comunicação, Escosteguy e Messa (2006) indicam escassez e enfoques limitados. Encontraram, principalmente, trabalhos ligados ao discurso das telenovelas, estudos de recepção e mediação e, só a partir dos anos 2000, expressão dos estudos de representações femininas. De acordo com as autoras, estudos relacionando gênero e universo masculino ou gênero e raça foram pontuais, o que indica a necessidade de desenvolverem-se mais pesquisas abordando gênero e mídia na Comunicação (ESCOSTEGUY; MESSA, 2006). Justificando, portanto, estudos como este.

Aqui, cabe atenção ao jornalismo. Embasado na defesa pela legitimidade de sua prática, como ideais de objetividade e imparcialidade, o jornalismo se coloca como um campo representativo da realidade social, enquanto acaba por concentrar poder midiático a determinadas perspectivas e levar à marginalização pontos de vistas e grupos conflitantes (MIGUEL; BIROLI, 2011). É importante compreendê-lo como agente ativo na construção da realidade social. Assim, o estudo de narrativas, conteúdos e enquadramentos no jornalismo, enquanto organizadores do conteúdo e do discurso midiáticos, importam para compreender a atuação da imprensa na construção da percepção pública sobre gênero. Necessário também destacar a pesquisa de Marcia Veiga da Silva (2010) que identificou que o processo de produção da notícia (incluindo aqui critérios de noticiabilidade, valores notícia, endereçamento de pautas a repórteres,

escolha de fontes, hierarquia de notícias e repórteres) é alinhado às normatividades vigentes, reproduzindo os lugares de poder convencionados e hegemônicos. Assim, a organização segue “valores e marcadores sociais, tais como classe, raça, sexualidade, religião, e, principalmente, gênero” (SILVA, 2010, p. 236).

O jornalismo de revista é interpretativo, mais próximo dos gêneros opinativos do que informativo. Apresenta reportagens mais aprofundadas e textos mais longos (VILLAS BOAS, 1996). A cobertura não só se distancia do que se espera normativamente da imprensa independente, por exemplo, a narrativa de objetividade e imparcialidade, como o próprio contrato de leitura estabelecido entre os veículos e seus consumidores está desvinculado desses preceitos. Há elevada sintonia de identificação e fidelidade com o público leitor, que costuma compartilhar os mesmos valores e visões de mundo que as linhas editoriais desses veículos (SCALZO, 2013). Contudo, cabe ressaltar que as revistas impressas representam a mídia menos consumida pelos brasileiros e elevada desconfiança, de modo geral na população (BRASIL, 2014), justamente por se conhecer o posicionamento dos veículos nas disputas políticas e ideológicas no país.

É importante destacar que o texto, enquanto organização de elementos para a produção de sentido, no jornalismo de revista deve ser compreendida a partir da perspectiva multimodal. As imagens nas revistas representam um grande peso para a construção das narrativas nas notícias e do discurso midiático. Nessa mídia, a fotografia também se afasta do gênero informativo do fotojornalismo e tende a ser explorada na criação de sentidos de forma a complementar a redação interpretativa e opinativa (SANTOS, 2011). Especificamente nas capas dessas revistas, o discurso midiático é construído a partir da mobilização de elementos verbais e visuais para construção do sentido (PUZZO, 2012; VAZ; TRINDADE, 2011), como é visível na figura abaixo.

Figura 1 – Exemplos da linguagem verbo-visual em capas de revistas sobre Dilma



Fonte: Rocha, Boroski e Carvalho (2017).

Nesta pesquisa, consideramos essa discussão sobre gênero, poder e mídia para analisar a construção do discurso midiático das revistas brasileiras sobre a presidenta Dilma Rousseff, a partir de elementos verbais nas capas dos veículos. Antes da análise empírica, o tópico a seguir ainda discorre sobre algumas características da relação entre a política e a mídia brasileiras, especialmente sobre as revistas semanais e Dilma Rousseff.

2 Dilma, a primeira presidenta do país, na imprensa brasileira

Somente em 1982, o Brasil teve uma mulher a ocupar um cargo de primeiro escalão no Governo Federal brasileiro, quando Esther de Figueiredo Ferraz esteve à frente do Ministério da Educação e Cultura no governo de João Figueiredo. Assumindo a pasta, passou a estar presente na cobertura jornalística, que ressaltava, de maneira direta, a oposição da sua vida pública versus sua vida privada (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 169). A exclusão da mulher no espaço público por meio de leis, decretos, exploração como mão de obra barata em postos e funções com menor prestígio, dificuldade de acesso à educação básica e superior e, conseqüentemente, restrições a determinadas profissões e qualificações suplementavam as explorações no espaço privado e as desigualdades de gênero na sociedade brasileira alimentadas ainda pela cultura do patriarcado (ROCHA, BOROSKI, CARVALHO, 2017). De acordo com França e Corrêa (2012), a história política brasileira está embebida pelo masculino no

campo político. Desde formação do regime republicano até a legitimação do primeiro governo Dilma, ancorado dentro de uma lógica patriarcal a partir da figura masculina de Lula, seu patrono político.

Neste trabalho, interessa-nos, especificamente, a relação das revistas brasileiras nas questões de gênero relacionadas à Dilma Rousseff, o que já vem sendo registrado pela literatura. Biroli (2010), por exemplo, investigou as relações entre gênero e política no noticiário das revistas *Veja*, *Época* e *CartaCapital*, encontrando uma qualificação do papel da mulher na vida política condicionada por estereótipos de gênero. Considerando as mulheres políticas com maior visibilidade midiática nos anos 2006 e 2007 (Dilma Rousseff, Heloisa Helena e Marta Suplicy), a autora indica que elas são representadas por gênero no noticiário, chegando a estereótipos. São constantemente julgadas no âmbito público por marcas de gênero consolidadas socialmente à mulher na esfera privada, enquanto a competência política na vida pública é representada como vinculada a atitudes que seriam masculinas. Há “uma oscilação entre uma expectativa de que a mulher se apresente, na política, enquanto mulher, e um conjunto de julgamentos referenciados pela presença masculina na política e por representações da masculinidade” (BIROLI, 2010, p. 296).

Já Gomes (2011) investigou os discursos das mesmas revistas consideradas neste trabalho – *Veja*, *Época* e *IstoÉ* – em publicações que mencionavam textualmente Dilma Rousseff, entre 2003 e 2009, período em que compôs o ministério dos dois governos Lula, primeiro como ministra de Minas e Energia, depois na condição de ministra-chefe da Casa Civil. O trabalho buscou encontrar como foi construída a representação visual e linguística do corpo político de Dilma no discurso midiático. A autora também recorre à análise léxica para investigar a construção dessa representação a partir do uso de determinados textos. A pesquisa indica como o discurso midiático foi moldando tecnicamente a construção do corpo político de Dilma, de engenheira ministra para aquilo que se esperava de uma candidata mulher à presidência em 2010. Trata-se de “um corpo que emerge de um contexto político contemporâneo altamente estetizado e tecnicamente instrumentalizado que enseja desde a maneira como o sujeito deve pentear o cabelo até a maneira como caminha, fala ou sorri” (GOMES, 2011, p.28).

Para além das questões específicas sobre a questão do gênero no discurso midiático, cabe destacar a tendência da cobertura negativada da mídia ao Governo Federal

durante as gestões do PT (2003-2016). Com plataformas políticas mais alinhadas à esquerda, os governos de Lula e Dilma afastaram-se dos interesses da imprensa brasileira, mais alinhada ao centro-direita (AZEVEDO, 2017). Entre as revistas brasileiras, por exemplo, a cobertura positiva à Dilma é exceção, comum apenas à CartaCapital (não considerada nesta análise), veículo que se apresenta como alternativa à “grande mídia”, e atuou como governistas durante os mandatos de Rousseff e Lula (CARVALHO, 2016). Por sua vez, Tavares, Berger e Vaz (2016), indicam como Veja construiu um discurso pró-impeachment de Dilma Rousseff desde o período eleitoral de 2014. Antes, portanto, de se reeleger. Diante das denúncias e investigações da Lava Jato, dos problemas políticos com o Congresso e a instauração do processo de impeachment, o segundo mandato de Dilma também foi marcado pela cobertura negativa dessas revistas (ROCHA; BOROSKI; CARVALHO, 2017).

3 Aspectos metodológicos da análise de conteúdo

Como recorte, selecionamos as capas das três principais revistas semanais de informação brasileiras³ durante os 15 primeiros meses do segundo mandato de Dilma Rousseff, de janeiro de 2015 a abril de 2016. Nesse período, as revistas *Época*, *IstoÉ* e *Veja* circularam 206 edições⁴, das quais, a presidenta Dilma esteve presente, em texto ou imagem, em 89 capas⁵. Estas constituem, portanto, nosso *corpus*. A escolha pelos três veículos justifica-se pela relação já mencionada das revistas brasileiras com os atores políticos por meio de sua cobertura jornalística. Já o recorte temporal é justificado por possibilitar a constituição de um *corpus* que permita a análise quantitativa de conteúdo e por representar o último mês completo no governo, uma vez que em meados de maio de 2016, Rousseff era afastada de seu cargo. Após a instauração do processo de impeachment no Senado, a cobertura principal dessas revistas estaria condicionada apenas ao próprio processo de julgamento. Com isso, o enquadramento de Dilma seria restringido ao de investigada, o que também se afastaria, portanto, do nosso objetivo.

Nas capas dessas revistas, aplicamos a análise de conteúdo (AC) como metodologia. Segundo Bauer (2013, p. 191), trata-se de “uma técnica para produzir

³ Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, na categoria “semanal de informação”, *Veja*, *Época* e *IstoÉ* são as três revistas impressas mais lidas pelos brasileiros (BRASIL, 2014).

⁴ *Época*, *IstoÉ* e *Veja* publicaram, respectivamente, 69, 67 e 70 edições.

⁵ Aparecendo em manchetes ou em chamadas da capa.

inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada”. Nossa análise se dá por meio de métodos quantitativos e divide-se em duas frentes principais. A primeira é a clássica (BAUER, 2013), feita a partir da leitura das capas que faziam menção à Dilma, cujo conteúdo foi categorizado sobre dois principais aspectos: (i) a valência em relação à presidenta e (ii) a caracterização de sua atuação pelo gênero.

A variável “valência a Dilma” tem três categorias: positiva (quando o conteúdo era positivo à presidenta, com elogios ou ressaltando qualidades pessoais, profissionais ou de seu governo); negativa (quando o conteúdo era negativo à Dilma, com críticas ou informações sobre escândalos e investigações contrárias a ela, ao seu partido e/ou ao seu governo); e neutra (quando não foi possível identificar se o conteúdo era pró ou contra à presidenta). A variável “perspectiva de gênero” é binária (sim ou não) e mensura se as habilidades da presidenta são qualificadas por questão de gênero no discurso da capa da revista. Uma terceira variável categorizada manualmente é a revista, uma vez que trabalhamos com os veículos *Época*, *IstoÉ* e *Veja*.

A segunda etapa da análise de conteúdo é realizada por meio de métodos automatizados. Aqui, utilizamos o Iramuteq, um *software* que possibilita análises estatísticas de textos a partir de métodos de análise léxica, enumerando hierarquicamente os termos mais frequentes. Além disso, ele também possibilita a análise de clusters temáticos a partir do algoritmo ALCESTE, que divide o corpus textual em classes após calcular a co-ocorrência de palavras e segmentos do texto. A partir disso, as classes formadas agrupam termos que aparecem juntos no conjunto textual, gerando, portanto, grupos internamente coesos, com um vocabulário relacionado, e quando comparados distintos uns dos outros formados (REINERT, 1990; CAMARGO; JUSTO, 2013; CERVI, GANDIN, 2015). Essa análise léxica é, pois, fundamental para responder nossa pergunta de pesquisa. A análise empírica é desenvolvida na próxima seção.

4 Análise empírica

Nesta seção, a análise empírica descreve e cruza os dados obtidos buscando responder a nossa pergunta: “quais termos são utilizados nas capas de revistas para criticar a presidente Dilma Rousseff sob a perspectiva de gênero?”. A primeira

informação analisada são as frequências obtidas para as categorias da variável “valência à Dilma”, expostas na tabela 1. A principal observação a ser ressaltada a partir da leitura da tabela é o fato da cobertura sobre a presidenta Dilma Rousseff nas capas das revistas brasileiras ter sido, majoritariamente, negativa. Apenas 6,7% das capas que mencionaram Rousseff foram neutras, enquanto 93% foram negativas, com críticas a ela. Ressalta-se, ainda, que nenhuma apresentou conteúdo que pudesse ser classificado como positivo à gestora.

Tabela 1 – Valência da capa à Dilma pela ausência ou presença de conteúdo na perspectiva de gênero (%)

	Positiva	Negativa	Neutra	Total
Gênero Não	0 (0,0%)	56 (62,9%)	5 (5,6%)	61 (58,5%)
Gênero Sim	0 (0,0%)	27 (30,4%)	1 (1,1%)	28 (31,5%)
Total	0 (0,0%)	83 (93,3%)	6 (6,7%)	89 (100%)

Fonte: Autoras (2018).

A tabela 1 também indica que em 31,5% das capas analisadas houve conteúdo em referência à Dilma Rousseff com a presença de uma perspectiva de gênero no discurso midiático. Desse recorte, que totaliza 28 capas, apenas uma foi neutra à presidenta. Assim, em 27 edições, as revistas brasileiras apresentaram um discurso midiático com perspectiva de gênero para tratar de Dilma com valência negativa a ela em suas capas.

Antes de voltarmos a análise especificamente para os termos mais recorrentes em capas que apresentaram a perspectiva de gênero, explora-se os *clusters*⁶ formados de forma automatizada sobre o *corpus* textual de análise em sua totalidade. São as classes da tabela 2. A primeira informação a destacar é que foram constituídos seis grupos temáticos. Os termos são dispostos de forma hierárquica, considerando aquelas palavras que são mais representativas dentro de cada classe.

⁶ Grupos formados por um conjunto de termos que possuem aproximação estatisticamente significativa entre si.

Tabela 2 – Classes de palavras (UCE) em capas sobre Dilma obtidas por meio do método ALCESTE

Ranking	Classe 1 (15,29%)	Classe 2 (18,82%)	Classe 3 (14,12%)	Classe 4 (14,12%)	Classe 5 (23,53%)	Classe 6 (14,12%)
1	Lula	campanha	pai	congresso	política	partido
2	Senado	exclusivo	Brasil	enfrentar	crime	mesmo
3	supremo	Petrolão	saída	cargo	fiscal	escândalo
4	PMDB	empreiteiro	perder	perder	pedalada	corrupção
5	mais*	agenciar	dinheiro	apoio*	levar	ano
6	Câmara*	propina	afastamento	vez*	processo	crise
7	tribunal*	Istoé	sair	Brasília*	brasileiro*	PT
8	reação*	Lava jato*	impeachment*	Dilma*	praticar*	liderar*
9	prisão*	novo*	mais*	Revista Época**	impeachment*	governante*
10	acuar*	Dilma*	ele*	Gênero Sim***	eleitoral*	comprometer*

* Termo com associação estatisticamente não significativa com a respectiva classe, com $p\text{-value} > 0,005$.

** Categoria Época da variável "revista"

*** Categoria Sim para variável "perspectiva de gênero"

Fonte: Autoras (2018).

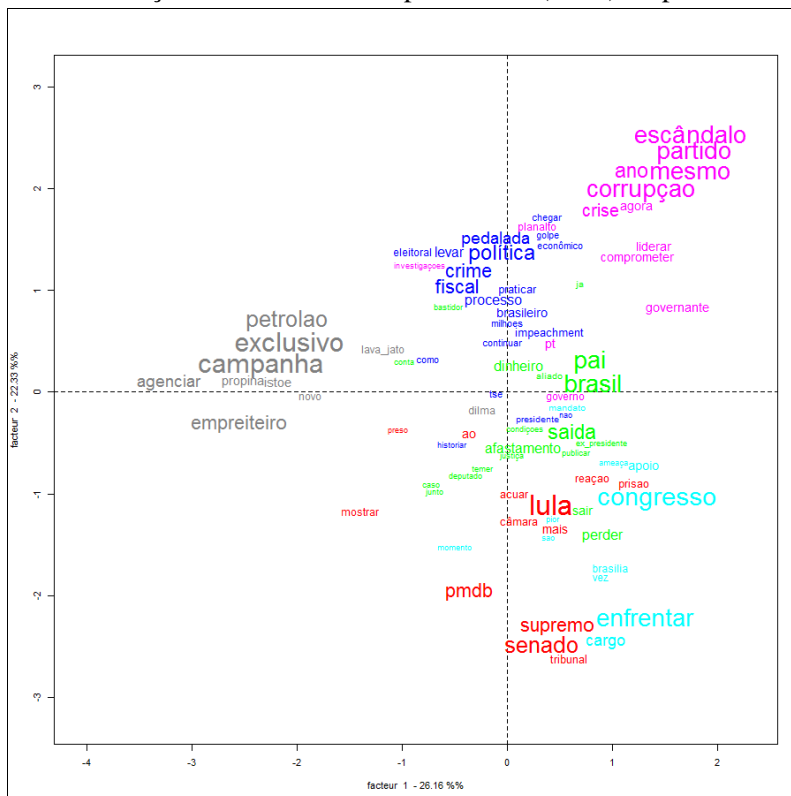
A classe 1 traz “Lula” como termo principal que é acompanhado de “Senado”, “supremo”, “PMDB”, “Câmara” e tribunal. Trata-se de um conteúdo político e traz atores com os quais Dilma se relaciona, como as instituições do poder legislativo, o principal partido da base aliada e de seu vice-presidente e o ator político diretamente vinculado a ela e ao seu partido, Lula. A classe 2 representa o tema da operação Lavajato, com palavras relacionadas às investigações como “petrolão”, “empreiteiro”, “campanha”. Destaca-se também a presença de Dilma e IstoÉ no grupo. Na classe 3, aparece a palavra “pai” como a principal. Os termos “saída”, “perder”, “afastamento”, “impeachment” indicam o terceiro grupo de palavras como aquele que faz referência ao impedimento de Dilma, mais voltado para o próprio processo e seu significado para a administração do país. O quarto grupo, por sua vez, trata do impeachment no congresso, com termos como “congresso”, “enfrentar”, “cargo”, “perder”, “apoio”, “Brasília”, “Dilma”. Aqui, destaca-se a presença de duas categorias que aparecem relacionadas diretamente com esses termos, a presença de caracterização das habilidades presidenciais de Dilma pela perspectiva de gênero e a Época entre as revistas analisadas. A classe 5 também trata do impeachment, mas com um vocabulário mais temático, mais informativo e explicativo sobre a acusação de crime de responsabilidade que Dilma

enfrenta, contendo as palavras “política”, “crime”, “fiscal”, “pedalada”, “levar”, “processo”. Já a classe 6 é a mais relacionada ao governo de Rousseff e ao ser partido. Ainda assim, considerando a conjuntura de denúncias e investigações, o grupo não deixa de ter termos relacionados aos processos. Temos nesse grupo as palavras “partido”, “escândalo”, “corrupção”, “crise”, “liderar”, “PT”, “governante”.

Essa distribuição do corpus textual é ilustrada pelo gráfico1, ao expor as classes em um plano fatorial. As palavras estão coloridas, distinguindo as classes por cores. No gráfico, quanto mais próximos os clusters, maior relação entre eles. Ou seja, tendência de vinculação daqueles termos com os grupos ao entorno deles.

A dimensão 1 é a mais significativa, ressaltando as distâncias horizontais dos termos. A primeira informação a se destacar é que a classe 2 é aquela mais exclusiva, no quadrante superior esquerdo, distinguindo-se de forma mais isolada dos outros grupos. O outro grupo mais isolado, no quadrante superior direito, é aquele cujo conteúdo refere-se ao governo e ao partido petista e que menciona os escândalos de corrupção. Entre os dois grupos, encontra-se principalmente o conteúdo da classe 5, aquele em que a temática do impeachment se dá sobre o processo em si. No quadrante inferior direito, aparecem as classes 1 e a 4. Aproximando, portanto, o vocabulário que trata das relações políticas de Dilma com o andamento do processo de impeachment no Congresso. A classe 3 é a intermediária, mais próxima do ponto centroide da distribuição, com destaque para as palavras “pai”, “Brasil” e “saída”.

Gráfico 1 – Distribuição dos vocabulários por classes (UCE) no plano fatorial (AFC)



Fonte: Autoras (2018).

A partir do gráfico, podemos dividir ainda o discurso textual midiático vinculado à Dilma em dois grandes grupos. Ainda que o impeachment seja o tema compartilhado, de fundo, relacionando Dilma às temáticas de todos os grupos, na parte superior do gráfico encontramos uma relação entre a investigação da Lavajato, o crime de responsabilidade que levou ao processo de impeachment e às denúncias de corrupção contra o governo e o PT (classes 2, 5 e 6). Na parte inferior, estão mais correlacionadas as referências textuais à saída de Dilma com as relações políticas e institucionais da presidente (classes 1, 3 e 4).

Nota-se até aqui que o segundo mandato de Dilma esteve vinculado diretamente ao processo de impeachment recém-instaurado pelo Congresso, mais às relações e denúncias e menos à administração e ao trabalho do Executivo. As próximas etapas da análise restringem-se ao conteúdo em que se identificou a caracterização do exercício da

presidência relacionada à perspectiva de gênero⁷. Primeiramente, a tabela 3 expõe a análise de especificidades – também por meio da análise léxica no Iramuteq – para as duas categorias da variável de perspectiva de gênero. Os termos estão classificados de forma hierárquica, indicando, primeiramente, aqueles que mais se associaram às capas que apresentaram conteúdo sob a perspectiva de gênero e, depois, aos que não se associaram.

Tabela 3 - Valor de associação de termos com as categorias da variável “perspectiva de gênero”

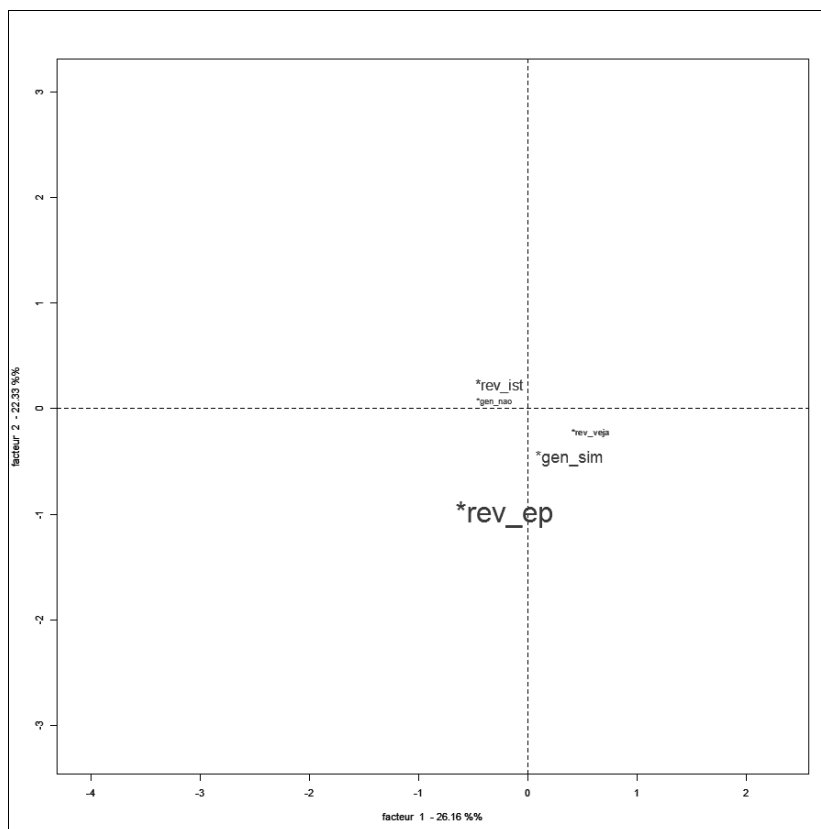
Ranking	Associação positiva à perspectiva de gênero			Associação negativa à perspectiva de gênero		
	Termo	Gênero Sim	Gênero Não	Termo	Gênero Sim	Gênero Não
1	pai	1.0356	-1.0356	campanha	-1.7792	1.7792
2	não	0.8939	-0.8939	Lava jato	-0.8698	0.8698
4	PMDB	0.7866	-0.7866	petrolão	-0.8393	0.8393
5	mais	0.4371	-0.4371	exclusivo	-0.7754	0.7754
6	Temer	0.3894	-0.3894	Lula	-0.7219	0.7219
7	poder	0.3837	-0.3837	impeachment	-0.5835	0.5835
8	governo	0.3565	-0.3565	fazer	-0.2506	0.2506
9	presidente	0.3235	-0.3235	PT	-0.2276	0.2276
10	Dilma	0.3151	-0.3151	Brasil	-0.1975	0.1975

Fonte: Autoras (2018).

Aqui, ressalta-se uma nova distinção temática. Entre os termos que tiveram associações positivas e significativas com a variável de perspectiva de gênero estão “pai”, “PMDB”, “Temer”, “poder”, “governo”, “presidente” e o próprio nome de “Dilma”. Trata-se de palavras que fazem referência à substituição da presidente pelo vice no governo. É mais relacionado ao executivo, ao cargo e à função de Dilma. Por outro lado, o termo “impeachment” aparece entre as palavras não associadas com a categoria positiva para a perspectiva de gênero, que constituem um vocabulário mais próximo da temática da investigação e das denúncias e escândalos que envolvem o “PT”, termo incluso no grupo assim como “Lava-jato”, “petrolão” e “Lula”. Por fim, de forma complementar, o gráfico 2 distribui visualmente as categorias num plano fatorial a partir da correspondência entre as categorias para perspectiva de gênero e as para a variável revista, comparando Veja, IstoÉ e Época.

⁷ Em trabalho anterior publicado, as autoras realizaram uma análise qualitativa do conteúdo dessas capas e exploraram com imagens e exemplos como a perspectiva de gênero sobre as habilidades presidenciais pode ser apreendida nas capas das revistas analisadas. Ver em Rocha, Boroski e Carvalho (2017).

Gráfico 2 – Distribuição fatorial da correspondência entre categorias de “perspectiva de gênero” e “revista”



Fonte: Autoras (2018).

O gráfico 2 permite duas afirmações principais. Primeiramente, nota-se a proximidade da revista IstoÉ com a categoria “não” de perspectiva de gênero. As duas categorias estão muito próximas e isoladas no quadrante superior esquerdo da imagem. Por outro lado, em quadrante oposto, a categoria “sim” para perspectiva de gênero no conteúdo das capas está mais próxima do ponto que representa a revista Veja na análise. Indicando, de modo comparativo, maior ocorrência de um discurso crítico sob a perspectiva de gênero em Veja do que nas demais revistas.

Considerações finais

A cobertura das revistas semanais brasileiras sobre o segundo mandato de Dilma Rousseff foi majoritariamente negativa. Pode-se dizer que a cobertura desses veículos com viés negativo à governante já era esperada, a partir do que se evidenciado na

literatura, como o posicionamento crítico da imprensa brasileira aos governos petistas nas últimas duas décadas. Assim, esta análise evidencia, primeiramente, que as revistas brasileiras de informação tendem a se posicionar, distanciando-se de coberturas imparciais, por produzirem um jornalismo mais interpretativo e opinativo que limitado ao informativo. Em segundo lugar que a cobertura negativa à Dilma se dá de modo difuso, sobre vários temas pertinentes à presidenta e a crise política que enfrentava em seu segundo mandato, sem necessariamente concentrar em um tipo temático, como mostrou a análise léxica por meio dos clusters formados a partir de termos associados.

Foram identificados seis conjuntos de temas nas 89 capas referentes à Dilma. Desde a crise com a corrupção e a investigação da Lava jato, ao próprio processo de impeachment, tanto sobre esclarecimentos técnicos e procedimentais, quanto a relação da governante com o Congresso Nacional, responsável pelo julgamento. A análise léxica também indicou a aparição significativa de termos como “pai”, “Temer” e “PMDB” na parte textual das capas crítica à Dilma sob a perspectiva de gênero. Indicando, portanto a transição de governo da presidenta ao seu vice. Também foi possível verificar que a cobertura negativa à Dilma não condicionada pela perspectiva de gênero é vinculada a questões partidárias, como as investigações na Lava jato, o próprio PT e até a figura de Lula.

Considerando que o gênero é uma construção social e que a imprensa atua diretamente na construção da realidade social, discursos midiáticos relacionados às mulheres no poder construídos por meio de estereótipos ou condicionando a abordagem sobre a atuação política e administrativa da governante às figuras masculinas, contribuem para a construção social e cultural de gênero. Além disso, potencializam a deslegitimação das decisões e atitudes da agente política por ela ser mulher, no cargo mais importante do país, num âmbito repleto de homens e relações de poder.

Referências

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, v. 2, 1983.
- AZEVEDO, F. A. **A Grande Imprensa e o PT: 1989-2014**. São Carlos: Edufscar, 2017.

BAUER, Martin W. **Análise de Conteúdo clássica**: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um Manual prático. 11ª ed. Petrópolis: Vozes, 2013. p.189-217.

BEAUVOIR, Simone. **O Segundo sexo**: fatos e mitos. Tradução de Sérgio Milliet. 4 ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1980.

BELMONTE, Wagner Barge. **A cobertura da eleição presidencial de 2010 pela revista Veja**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011. 455 f.

BIROLI, Flávia. **Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras**: ausências e estereótipos. Cadernos Pagu, v. 34, p. 269-299, 2010a.

BIROLI, Flávia. **Mulheres e política nas notícias**: estereótipos de gênero e competência política. Revista crítica de ciências sociais, n. 90, p. 45-69, 2010b.

BRASIL, Presidência da República Federativa do. Secom. Pesquisa brasileira de mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. 2014.

CAMARGO, B.; JUSTO, A. **IRAMUTEQ**: um software gratuito para análise de dados textuais. Temas em Psicologia, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.

CARVALHO, Fernanda Cavassana. A disputa presidencial de 2014 em portais de revistas brasileiras. Curitiba, 2016. 149 f. In: **Dissertação** (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal do Paraná, 2016.

CERVI, Emerson U.; GANDIN, Lucas. Da continuidade de Lula em 2011 ao 'novo governo' reeleito em 2015: as principais características dos discursos de posse de Dilma Rousseff ao Congresso Nacional. In: **Anais** do XXIV Encontro Anual da Compós, Brasília, 2015.

FRANÇA, Vera; CORRÊA, Laura Guimarães. Dilma Rousseff: transição de imagens no processo de construção de uma mulher presidencial. In: FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (org). Transformações da Mídia: Mídia Presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2012.

GOMES, Maria Carmen Aires. **Corpo, política e tecnologização**: um estudo da representação de Dilma Rousseff no contexto da mídia. Cadernos de Linguagem e Sociedade, v. 12, n. 1, p. 11-29, 2011.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Caleidoscópio Convexo**: mulheres, política e mídia. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual na constituição de sentido em capas da revista veja. In: **Intercâmbio**, v. 25, 2012.

REINERT, M. Un logiciel d'analyse lexicale: ALCESTE. In: Les cahiers de l'Analyse des années, v. 4, p. 471-484, 1986.

ROCHA, Paula Melani; BOROSKI, Marcia; CARVALHO, Fernanda Cavassana de. Os problemas da presidência pela perspectiva de gênero: o segundo mandato de Dilma Rousseff na cobertura negativa das revistas brasileiras. *In: Revista Comunicação Midiática*, v. 12, n. 1, p. 83-99, 2017.

SAFFIOTI, H. I. B. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. São Paulo: Quatro Artes-INL, 1969.

SANTOS, Ana Carolina Lima. **A ilustração fotográfica como recurso retórico: um olhar sobre a fotografia no jornalismo de revista**. *Culturas Midiáticas*, v. 2, n. 2, 2011.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2013.

SCOTT, Joan W. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. *Educação e Realidade*, v. 16, n. 2. Porto Alegre, jul-dez/1990, p. 5-22.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; BERGER, Christa; VAZ, Paulo Bernardo. Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista *Veja*. *Pauta Geral. In: Estudos em Jornalismo*, v. 3, n. 2, p. 20-44, 2016.

VAZ, Paulo Bernardo Ferreira; TRINDADE, Vanessa Costa. **A apreensão do acontecimento nas capas de newsmagazines**. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 10, n. 20, 2011.

VILAS BOAS, S. **O Estilo Magazine: o Texto em Revista**. Summus Editorial, 1996.