



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

A VOZ FEMININA DAS SENADORAS BRASILEIRAS: Análise de Discursos do Jornal Senado Mulher

Laila Caroline Silva de Melo Dourado¹

Resumo: O presente artigo propõe analisar o discurso do house organ da Procuradoria Especial da Mulher do Senado, o *Jornal Senado Mulher*. Pretende-se entender como as senadoras brasileiras representam-se quando possuem um veículo de comunicação.

Palavras-chave: análise do discurso; jornalismo; feminismo; política.

Na política brasileira as mulheres ainda são poucas e a imagem delas continua ligada aos estereótipos de gênero (MIGUEL; BIROLI, 2014). Em coberturas midiáticas, visibilidade, atribuição de competência política e adesão dos eleitores podem caminhar em conjunto e fazer diferença na construção de uma carreira política (BIROLI, 2010). Assim, no Senado identificamos um canal de comunicação que busca mais visibilidade as senadoras, o *Jornal Senado Mulher (JSM)*, elaborado no âmbito da Procuradoria Especial da Mulher (ProMul). A ProMul objetiva inserir o debate sobre questões de gênero e a luta pela construção de uma sociedade em que mulheres e homens tenham os mesmos direitos (PROMUL, 2013). Para divulgar as ações das senadoras e da ProMul, foi criada uma Assessoria de Comunicação Social (ACS), e, em 2014, o *house organ*², *Jornal Senado Mulher*.

Associado as teorias feministas e de gênero, e de jornalismo, este artigo tem como proposta empreender a Análise de Discurso (AD) (de vertente francesa) do *JSM*. Para Dominique Maingueneau (2013), um dos precursores desta proposta, o texto é um gênero de discurso que está inserido no lugar social do qual emerge, o canal por onde passa, o tipo de difusão que sugere. Por isso, ao observar o *Jornal Senado Mulher*, pretende-se entender como as senadoras representam-se quando possuem um canal de comunicação. A proposta é

¹Mestranda pelo PPGCOM da Faculdade de Comunicação da UNB. E-mail: lailamelo2012@gmail.com. Orientada da Dra. Fernanda Martinelli. Coorientanda da Dra. Liliane Machado.

² Cabe a uma ACS está “criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades” (FENAJ, 2007, p 08). Assim, por ser elaborado dentro de uma ACS, o *JSM* é intitulado *house organ*.



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

verificar se há mudanças entre as representações apresentadas pela mídia hegemônica e as deste canal. Para tanto, o artigo tem como pergunta-problema: “Em um canal próprio de comunicação, que tipo de discurso é apresentado pelas senadoras?”.

O objetivo geral é analisar os discursos apresentados pelas senadoras através do *Jornal Senado Mulher* para diagnosticar como elas representam-se ao possuírem um canal de comunicação. Deste modo pode-se: catalogar quais são as principais pautas levantadas pelo Jornal Senado Mulher; investigar se há uma pauta feminista, se a categorizam como tal e, analisar se o canal faz uso de estereótipos de gênero.

Como metodologia, a Análise de Discurso de vertente francesa é escolhida. Para a AD Francesa tudo é discurso. Ela considera aspectos externos à língua como o contexto imediato da situação de comunicação, elementos históricos, sociais, culturais, ideológicos, que cercam a produção do discurso e nele se refletem (BRANDÃO, 2015). Ao consideramos a AD Francesa para o estudo do discurso e percebermos o jornalismo como lugar de circulação e produção de sentidos, e, conseqüentemente de gênero, esse artigo analisará o discurso do *JSM*. A proposta é verificar se existem mudanças entre as representações apresentadas pela mídia hegemônica e as deste canal.

Como referencial teórico este artigo associa as teorias feministas e de gênero as teorias do jornalismo. Essa escolha é feita, pois, entende-se que em uma sociedade patriarcal, alguém ser do sexo masculino ou feminino tem efeitos e sentidos diferentes. “Isso equivale a dizer que as assimetrias de gênero demarcam espaços restritos a serem ocupados pelas mulheres em sociedade, definindo seus âmbitos de atuação em arenas sociais e institucionais” (PRÁ, 2011, p 103). No Senado, apesar das mulheres comporem 51,03% da população brasileira (IBGE, 2010), 14 das 27 unidades federativas não contam com mulheres representantes (PROMUL, 2016).

A mídia colabora com esta sub-representação (BIROLI, 2010). Isso dá-se, pois, em uma das interfaces de interação do jornalismo com o mundo social, ele pode ser considerado um mecanismo de construção de realidade. “Como discurso, a notícia é um ritual simbólico por meio do qual os membros da cultura trocam valores e significam o próprio mundo”



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

(MOTA, 2012, p 207). Isso também se aplicaria para a construção do gênero, como forma de uma tecnologia, que tem o “poder de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e ‘implantar’ representações de gênero (LAURETIS, 1994, p 228)”.

Essa atuação na construção de realidades e de gênero através de discurso jornalístico ocorre, pois, como nos apresenta Foucault (1970), o detentor dele tem poder. Assim, vale observar como a mídia apresenta as mulheres que ocupam espaços políticos. Segundo Biroli (2010), a frequência reduzida de mulheres em noticiários é assinalada por estereótipos de gênero e relacionada às posições de menor prestígio, o que reforça a posição marginal das mulheres na política (BIROLI, 2010).

Se partirmos da prerrogativa de que o detentor do discurso tem poder, canais próprios de comunicação podem atuar em contraposição a pouca e equívoca visibilidade de mulheres que ocupam cargos eletivos pela mídia hegemônica. Ao observar o discurso do *JSM* busca-se encontrar mudanças entre as representações apresentadas pela mídia hegemônica e as apresentadas neste canal.

Referências

- BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em Jornalismo: estudos de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3ª Ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2010.
- BIROLI, Flávia. Gênero e Política no noticiário das revistas semanais brasileira: ausências e esteriótipos. **Cadernos Pagu** (34), janeiro-junho de 2010: 269-299.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. Conceitos e Fundamentos. Enunciação e construção do sentido. In: FÍGARO, Roseli (Org). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2015.
- CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da. Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica. **Intercom** – Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0787-1.pdf>. Acesso em: 29 nov 2017.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa**. 4ª Edição Revista e Ampliada. Brasília, 2007.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

Anais da II Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Realizada de 15 a 17 de agosto de 2018.



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

FERRARETTO, Elisa Kopplin e FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa Teoria e Prática**. [livro eletrônico]. 5ª ed. São Paulo: Summus, 2009.

LAURETIS, Tereza de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. de. **Tendências e impasses**. O feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 04 set 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6ª Ed. Ampl.. São Paulo: Cortez Editora, 2013.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. **Feminismo e política**: uma introdução [livro eletrônico]. São Paulo: Boitempo, 2014.

MOTA, C. M. S. L. Jornalismo: discurso, narrativa e cultura. In: PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione (orgs). **Jornalismo e Sociedade**: Teorias e Metodologias. Florianópolis: Insular, 2012.

NAVARRO-SWAIN, T. Por falar em liberdade... In: STEVES, Cristina; OLIVEIRA, Susase Rodrigues; ZANELLO, Valeska (Orgs). **Estudos feministas e de gênero**: articulações e perspectivas. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014.

PRÁ, J. R. Reflexões sobre gênero, mulheres e política. In: PAIVA, Denise. **Mulheres, política e poder**. Goiânia: Cânone Editorial, Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de Goiás, 2011.

PROCURADORIA ESPECIAL DA MULHER DO SENADO. **Institucional**. 27 de setembro de 2013. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria/textoinicial/procuradoria-especial-da-mulher>. Acesso em: 01 set 2017.

_____. **Jornal Senado Mulher**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria/jornal-senado-mulher>. Acessado em: 10 nov 2017.

_____.+ **Mulheres na Política: Retrato da sub-representação feminina no poder**. Brasília, 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo Impresso**. Porto, 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>. Acesso em: 01 dez 2017.

Anais da II Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Realizada de 15 a 17 de agosto de 2018.