



HAL
open science

(Des)pertencimentos do feminino na política: uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira

Gisela Cardoso Teixeira, Leilane Tolentino Stauffer

► To cite this version:

Gisela Cardoso Teixeira, Leilane Tolentino Stauffer. (Des)pertencimentos do feminino na política: uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira. Lucas Mariano; Marco Túlio Câmara; Nara Bretas. Comunicação, política e diversidades: diálogos e reflexões interdisciplinares, 368ed, CEFET-MG, pp.181-197, 2018, 2447-0325. hal-04432705

HAL Id: hal-04432705

<https://hal.science/hal-04432705>

Submitted on 1 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

(DES)PERTENCIMENTOS DO FEMININO NA POLÍTICA:¹

Uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira

Gisela Cardoso Teixeira

Leilane Tolentino Stauffer²

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar os enquadramentos dados pela mídia brasileira a candidatas mulheres em duas campanhas presidenciais internacionais, a partir das propostas políticas e do lugar ocupado pelo gênero feminino na narrativa jornalística. O *corpus* se concentra em dezesseis matérias veiculadas nos portais de notícias *GI*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *Veja* relacionadas à disputa entre Hillary Clinton e Donald Trump, pelo governo dos Estados Unidos, e Marine Le Pen e Emmanuel Macron, pelo governo da França. Para responder a problematização que move este trabalho, foram empreendidas reflexões acerca do enquadramento, por meio dos trabalhos de Goffman (1974) e Porto (2002), e sobre o gênero feminino na política com trabalhos de Carvalho e Finamori (2006) e Biroli (2010).

PALAVRAS-CHAVE: Enquadramento. Discurso midiático. Política internacional. Gênero feminino. Jornalismo político.

THE PLACE OF THE FEMININE IN POLITICS:

An analysis of the frameworks of the candidates Hillary Clinton and Marine Le Pen in Brazilian media

ABSTRACT

The article intends to analyze the frameworks given by the Brazilian media to female candidates in two international presidential campaigns, according to the political proposals and the position of female gender in the journalistic narrative. The corpus focuses on sixteen articles on the news portals *GI*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* and *Veja*. The news are related to the dispute between Hillary Clinton and Donald Trump by the United States government and Marine Le Pen and Emmanuel Macron by the French government. In order to answer the question of this work, reflections of the framework were undertaken, based on the works of Goffman (1974) and Porto (2002), and on the feminine gender in politics with works by Carvalho and Finamori (2006) and Biroli (2010).

KEYWORDSD: Framework. Media speech. International politics. Feminine gender. Political journalism.

¹ Trabalho apresentado no GT 2 – Diversidades, processos sociais e comunicacionais.

² Mestrandas do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG); E-mails: gisagrind@gmail.com; leilanetstauffer@gmail.com.

INTRODUÇÃO

O espaço ocupado pela transformação dos acontecimentos em notícias se estabelece a partir de representações, do compartilhamento de sentidos e de valores que circulam na sociedade. Segundo Traquina (2002), os critérios de seleção implicam em acordos estabelecidos socialmente. “O conhecimento consensual da sociedade é importante para o jornalista e leitor/espectador reconhecerem primeiro o plano das notícias, é um código ideológico” (TRAQUINA, 2002, p.186). Ao partir dessas afirmações, esse artigo tem como objetivo analisar os enquadramentos dados pela mídia brasileira a candidatas mulheres nas campanhas presidenciais internacionais, atentando para as representações projetadas de acordo com ideais políticos e com a questão de gênero.

O *corpus* do trabalho se concentra, primordialmente, nas figuras de duas mulheres: a candidata estadunidense Hillary Clinton e a candidata francesa Marine Le Pen. É importante ressaltar que ambas disputaram o mais alto posto de governança de seus respectivos países com adversários homens, Donald Trump, nos Estados Unidos, e Emmanuel Macron, na França. Também é interessante observar que ambas as candidatas possuem ideologias políticas opostas: pertencente ao Partido Democrata, Hillary Clinton defende ideias liberais, enquanto Le Pen representa o partido de extrema-direita francês Frente Nacional.

Diante desse cenário, para análise, estabelecemos o recorte de matérias veiculadas nos portais de notícias *GI (Globo)*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *Veja*. Inicialmente, o filtro de seleção correspondeu à reta final das campanhas políticas. Encontramos 25 matérias disponibilizadas entre os quatro portais, das quais foram selecionadas dezesseis, duas de cada veículo contemplando as duas campanhas.

Faz-se necessário ressaltar a relevância da abordagem de gênero frente ao contexto dos dois países que durante a história nunca elegeram mulheres ao cargo da presidência. Para responder a problematização que move esse trabalho – ou seja, quais enquadramentos responsáveis pela caracterização das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen em portais de notícias brasileiros durante as campanhas presidenciais dos Estados Unidos e da França? –, recorreremos aos conceitos teóricos acerca do enquadramento oferecidos por Goffman (1974) e Porto (2002) – esse último também aborda a relação da mídia com a política. Contamos também

com as discussões sobre o gênero feminino na política a partir das vozes de Carvalho e Finamore (2006) e Biroli (2010).

1. O enquadramento como caminho de leituras

Para narrar o acontecimento como notícia, os meios de comunicação valem-se primeiramente de uma seleção de aspectos considerados necessários para conferir inteligibilidade à narrativa. Como explica Carvalho (2009), tais princípios de organização orientam a narração dos acontecimentos a partir de estruturas cognitivas e de quadros de referências que também são responsáveis por conduzir o leitor na construção do olhar para o fato relatado. Pelo enquadramento do acontecimento, as narrativas jornalísticas ganham forma.

Goffman (1974), considerado precursor nos estudos sobre enquadramento, considera-os marcos interpretativos, construídos no âmbito social, dando sentido às situações e às experiências dos indivíduos e orientando eventos sociais. Gitlin (1980) complementa essa noção, ao alegar que o conceito de enquadramento está relacionado a padrões de cognição e apresentação, que envolvem a ênfase e a exclusão.

Enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante. São padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja verbal ou visual. (GITLIN, 1980, p. 6-7).

Ao observar o conceito de enquadramento proposto por Gitlin (1980), é possível justificar por que as contribuições do autor se alinham à proposta dessa pesquisa. Analisar como as candidatas mulheres à presidência Hillary Clinton e Marine Le Pen são enquadradas nas notícias envolve identificar os processos de seleção, ênfase e exclusão nos aspectos políticos e de gênero.

A concepção de enquadramento noticioso revela-se também fundamental para observar os mecanismos de significado construídos na mídia. O estudo desenvolvido por Entman (1993) é considerado, por vários autores, como a primeira revisão teórica sobre o assunto com foco nos estudos midiáticos. Para o autor, enquadrar é

selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1993, p. 52).

Considerados padrões de seleção da realidade, os enquadramentos intervêm na seleção feita pelo autor das narrativas, das estratégias discursivas e das representações que reportam os temas e os personagens que constituem os acontecimentos da esfera social. Além disso, vale lembrar que as situações e os interesses, que podem ser de ordem política e/ou econômica, tendem a exercer impacto. O pesquisador francês Patrick Charaudeau, apesar de não utilizar o termo enquadramento, aproxima-se dessa concepção, quando afirma que

comunicar, informar é tudo escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente a escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha dos efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas (CHARAUDEAU, 2012, p.39).

As escolhas mencionadas por Charaudeau (2012) que configuram o enquadramento de determinado personagem de uma notícia, por exemplo, estão relacionadas aos elementos situacionais. Esses elementos são parte fundamental do contrato de informação. São as intencionalidades que determinarão os enquadramentos e, por consequência, a organização do texto informativo.

Charaudeau (2004), em artigo sobre as chamadas visadas discursivas, reflete que a situação de comunicação

é o lugar onde se instituem as restrições que determinam a expectativa (*enjeu*) da troca, restrições estas provenientes ao mesmo tempo da identidade dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, da *finalidade* que os religa em termos de visada, do *propósito* que pode ser convocado e das circunstâncias materiais nas quais a troca se realiza. (CHARAUDEAU, 2004, p. 22, *destaques do autor*)

O autor defende também que é a finalidade que determina como o discurso vai ser conduzido (p. 22) e que a influência, presente na situação de comunicação, é perceptível “em função da relação que o sujeito falante quer instaurar frente ao seu destinatário” (CHARAUDEAU, 2004, p. 21).

Já em relação ao enquadramento com o campo midiático da política, Porto (2002) considera que, já que os enquadramentos possuem a capacidade de construir uma determinada interpretação dos fatos,

os efeitos de formulação podem ocorrer sem ninguém ter consciência do impacto do enquadramento adotado nas decisões e podem ainda ser explorados para alterar a

atratividade relativa das opções. Enquadramentos são, portanto, importantes instrumentos de poder (PORTO, 2002, p. 5).

O conceito de enquadramento passa a ser visto, então, como instrumento para examinar empiricamente o papel da mídia na construção da hegemonia, assim como na constituição da imagem de personagens dos eventos relatados. Como indica Porto (2002), “enquadramentos são elementos constitutivos importantes das narrativas e do processo pelo qual fazemos sentido do mundo da política” (p.12). O autor ressalta as influências do contexto, da situação, dos interesses e valores presentes na configuração dos enquadramentos.

2. Mulheres, política e os enquadramentos na instância midiática

Compreendido o enquadramento como marco interpretativo da realidade, é possível afirmar que a mídia busca promover determinados atores sociais ao lugar de enunciadores privilegiados, de indivíduos que têm competência e recursos para dizer o que merece a atenção do público. Carvalho e Finamore (2006) ressaltam a necessidade de observar o contexto em que se situa a presença da mídia – especialmente quando as representações envolvidas estão relacionadas à política. Os autores defendem que

a construção e manutenção de imagens identitárias, como a imagem de um político competente e confiável, vai se dar através da associação dos indivíduos a determinados traços, como roupas, automóveis, ideias, ou mesmo gêneros (CARVALHO & FINAMORE, 2006).

Miguel (1999) também afirma que um dos elementos fundamentais na disputa política é “a criação de representações sobre os problemas, as crises, a dinâmica política e, enfim, sobre os próprios candidatos” (p. 55) na mídia. Tal ideia pode ser associada à cobertura midiática de campanhas eleitorais, principalmente de mulheres candidatas a altos cargos políticos, como é o caso dessa pesquisa.

Segundo essa perspectiva, Biroli (2010) defende que, na maioria das vezes, os enquadramentos dados às mulheres pela mídia se apoiam em estereótipos sociais relacionados à questão de gênero. Para a autora “os estereótipos de gênero presentes na mídia devem ser entendidos como produtos de uma dinâmica social complexa, que envolve a determinação de

papéis diferenciados, e hierarquicamente distintos, para homens e mulheres” (BIROLI, 2010, p. 50).

Além de reafirmar alguns estereótipos de gênero, a autora também chega à conclusão de que, quando se refere à política, existe invisibilidade e/ou silenciamento das vozes femininas nos noticiários. De acordo com a pesquisa da autora,

dados apresentados demonstram que as mulheres são, predominantemente, invisíveis nos noticiários políticos. Além disso, a visibilidade feminina na mídia noticiosa é concentrada em algumas poucas mulheres e produzida por filtros que reafirmam, de múltiplas maneiras, as separações tradicionais que associam as mulheres à esfera doméstica e íntima, à emotividade e ao corpo (BIROLI, 2010, p.45).

Outro fator que também explica a naturalização da exclusão das mulheres da esfera pública e, particularmente, dos cargos políticos eletivos, diz respeito a um imaginário cristalizado que corresponde à legitimação da política como “um negócio para homens” – isto é, os homens seriam mais aptos a ocupar cargos políticos de alto escalão. Biroli (2010) entende que “a presença feminina nos noticiários políticos oscila entre a invisibilidade e uma alteridade marcada por estereótipos” (p. 55).

Nesse sentido, Carvalho e Finamore (2006) completam que, algumas vezes, aspectos masculinos acabam sendo incorporados ao enquadramento das candidatas e não raras vezes são utilizados por elas mesmas em seus discursos. Tal observação reforça como a masculinização da política está arraigada ao imaginário cultural.

Carvalho e Finamore (2006) constata que as mulheres candidatas a cargos eletivos lidam com o estereótipo que naturaliza o lugar do homem nos cargos de liderança política e reserva às mulheres a função aos problemas domésticos. Os homens tomam para si o papel principal na construção do que seja a política, do que faz um político e de qual a agenda para uma eleição. As candidatas mulheres têm assim de superar esse estereótipo, apresentando qualidades consideradas necessárias para a liderança, sem deixarem de se apresentar como mulheres. “Elas têm que apresentar força e assertividade sem parecerem masculinas.” (CARVALHO & FINAMORE, 2006, p. 353).

Carvalho e Finamore (2006) destacam elementos dinâmicos e estratégias midiáticas que configuram a imagem das mulheres na cobertura de suas campanhas eleitorais. Os autores

enumeram quatro efeitos diferentes que podem ser provocados pela mídia durante as campanhas eleitorais:

fornece informações, definir a agenda política, definir responsabilidades e, finalmente, persuadir o eleitor. Quanto maior e mais focada for a cobertura da mídia, como é o caso, por exemplo, de eleições para cargos executivos, maior a influência do gênero sobre a decisão dos eleitores. A cobertura da mídia tem também importância significativa na transformação dos candidatos. Geralmente, ela é mais depreciativa para as candidaturas femininas, distorcendo as mensagens das mulheres, e é um fator preponderante na influência dos eleitores a favor das candidaturas masculinas em detrimento das candidaturas femininas. (CARVALHO & FINAMORE, 2006, p.355).

É importante considerar também os estudos elaborados por Lithgow (2000)³. A autora observa outra característica frequentemente relacionada a candidatas mulheres: o vínculo a grupos familiares e lideranças masculinas. O que se observa, nesses casos, é que a imprensa, por meio dos enquadramentos, sustenta os estereótipos, disseminando a ideia de que as mulheres não desenvolvem liderança, mas continuam obras de pais, irmãos e maridos.

3. Percurso para análises: a contextualização das eleições presidenciais nos Estados Unidos e na França

3.1. Eleição presidencial dos Estados Unidos em 2016

Realizada em 8 de novembro de 2016, a eleição presidencial nos Estados Unidos teve como candidatos a democrata Hillary Clinton e o republicano Donald Trump. O então presidente Barack Obama, do Partido Democrata, era inelegível, já que estava ao fim do segundo mandato.

Hillary Clinton recebeu, em 7 de junho de 2016, a confirmação de que seria a representante do Partido Democrata a disputar a presidência. O número mínimo de delegados⁴ garantiu a escolha de Hillary e, em 26 de julho de 2016, o partido confirmou a indicação durante a Convenção Democrata. O fato, já marcado pela história, correspondeu a primeira vez que uma

³ LITHGOW, Lynette. **A Question of Relativity: The Role of the News Media in Shaping the View of Women in Asian Political Dynasties**. 2000. Disponível em: <www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Papers/Working_Papers/2000_13.PDF>. Acesso em 23 de outubro de 2017.

⁴ Os delegados das eleições correspondem aos membros do partido presentes na Convenção Nacional – encontro no qual os delegados escolhem os candidatos a presidente e vice-presidente –, que votam a partir do que foi decidido pelos eleitores de cada estado. A decisão do representante do partido nas eleições passa por eleições prévias em todos os estados, contando com a participação popular.

mulher foi candidata à presidência representando um grande partido. A primeira tentativa foi em 2009, quando o escolhido pelo partido foi Barack Obama.

Hillary Clinton é advogada, foi senadora em 2000 e 2006 eleita por Nova York, e secretária de Estado durante o governo Obama. Enquanto secretária de Estado, defendeu a intervenção militar na Líbia e trabalhou na organização do isolamento diplomático e no regime de sanções internacionais contra o Irã. Casada com o ex-presidente dos Estados Unidos Bill Clinton, enquanto primeira-dama, defendeu pautas relacionadas à igualdade de gênero e à reforma da saúde.

Entre as pautas prioritárias defendidas por Hillary para a presidência, estavam o reforço militar do país, o enfrentamento aos agressores e aos grupos terroristas, o fortalecimento de alianças, a equiparação de salários de homens e mulheres e a garantia de licenças médicas remuneradas. O projeto de Hillary previa também acesso de mulheres a saúde reprodutiva, incluindo métodos de contracepção e abortos seguros e legalizados.

Já Donald Trump garantiu o número mínimo de delegados para ser o representante do Partido Republicano na disputa presidencial em 26 de maio de 2016. Até então sem experiência na política, Trump é um empresário bilionário formado em economia pela Universidade da Pensilvânia e proprietário da empresa *The Trump Organization* e de cassinos em Las Vegas.

Em discurso sobre a política externa dos Estados Unidos, Trump deixou claro ser contra a globalização e enfatizou que a prioridade era o país, mesmo que os interesses de nações aliadas fossem comprometidos. Durante a candidatura, afirmou que ampliaria o poder militar dos EUA, penalizaria empresas que quisessem deixar o país e aumentaria os impostos para as empresas que não empregassem americanos. Afirmou que deportaria todos os imigrantes ilegais que estivessem nos EUA e defendia que o país não deveria receber refugiados da Síria, do Iraque nem de outros países com maioria muçulmana. Além das defesas radicais e polêmicas durante a campanha, a história de Donald Trump é marcada por denúncias de assédio sexual.

Durante o período eleitoral, pesquisas indicavam inicialmente a vitória da candidata democrata Hillary Clinton. No entanto, após o fechamento das urnas, o candidato republicano começou a apresentar bons resultados em estados decisivos, especialmente na Flórida, em Ohio e na Carolina do Norte.

Donald Trump, aos 70 anos de idade, foi o vencedor da eleição, tornando-se o homem mais velho a assumir o cargo como presidente dos Estados Unidos. Trump também se tornou o quinto presidente eleito sem vencer pelo voto popular geral, apenas pelo colégio eleitoral⁵.

3.2. Eleição presidencial da França em 2017

Realizada em 23 de abril e em 7 de maio de 2017, a décima primeira eleição presidencial da Quinta República Francesa teve como candidatos Emmanuel Macron, do Partido Em Marcha!, e Marine Le Pen, do Partido Frente Nacional. É importante lembrar que a França, antes do período eleitoral, enfrentou momentos turbulentos na política, na economia e na segurança.

A população francesa, até então, tinha sido alvo de diversos atentados terroristas, a maioria liderado pelo grupo extremista Estado Islâmico (ISIS). Em janeiro de 2015, aconteceu o ataque à redação do semanário satírico *Charlie Hebdo*. Em novembro do mesmo ano, houve um ataque em Paris, resultando na morte de mais de 100 pessoas e numerosos feridos em vários ataques coordenados na cidade contra o *Stade de France*, a casa de shows *Bataclan* e restaurantes. Outro atentado aconteceu também na cidade de Nice, em julho de 2016.

No ano de 2016, França também passou por uma onda de protestos e manifestações contra a reforma trabalhista elaborada pelo governo do então presidente François Hollande. Durante o mesmo período, a taxa de desemprego cresceu. O socialista François Hollande se tornou um dos presidentes mais impopulares da França⁶, não correndo, assim, a um possível segundo mandato nas eleições em 2017.

Pela primeira vez em quase 60 anos, os dois grandes partidos tradicionais da esquerda e da direita que prevalecem na política francesa, o Socialista e o Republicano, não obtiveram votos o suficiente para disputar o segundo turno. Sendo assim, a eleição foi disputada entre o banqueiro Emmanuel Macron, que criou o próprio partido social-liberal *Em Marcha!*, e a presidente do partido de extrema-direita Frente Nacional, Marine Le Pen.

O candidato mais jovem e ex-ministro da economia, Macron, defendia o combate ao terrorismo. Apesar de propor maior controle nas fronteiras, defendia a necessidade de

⁵ O mesmo aconteceu com John Quincy Adams em 1824, Rutherford B. Hayes em 1876, Benjamin Harrison em 1888 e George W. Bush em 2000.

⁶ Informação de acordo com pesquisa do Centro de Estudos Políticos Cevipof, publicada pelo jornal francês *Le Monde*.

engajamento com a União Europeia e de acolher os refugiados. Enfatizou a necessidade de reduzir o imposto sobre as empresas para torná-las mais competitivas, reduzir as despesas públicas e alterar a taxaço sobre grandes fortunas.

Marine Le Pen, por sua vez, sucedeu o pai Jean-Marie Le Pen⁷ em 2011 como líder do partido Frente Nacional. Quando esteve na eleição de 2012, ela ficou em terceiro lugar com 17,90% dos votos no primeiro turno. Já nas eleições em 2017, se tornou a primeira mulher a chegar ao segundo turno.

O programa de governo de Le Pen priorizava interesses nacionais da França, principalmente a saída do país da zona do euro. Na economia, propunha protecionismo às empresas francesas e a criação de impostos nas contratações de estrangeiros. Defendia a redução da imigração legal. Afirmava também que deveria ser retirada a nacionalidade francesa de pessoas com dupla nacionalidade investigadas por ligações com o islamismo radical.

Emmanuel Macron venceu as eleições com 66,10% dos votos, tornando-se o presidente mais jovem da França, aos 39 anos. Também contou com o apoio do seu antecessor François Hollande e de outros líderes europeus, como a *chancellor* alemã Angela Merkel.

4. Os enquadramentos localizados na mídia brasileira de Hillary Clinton e Marine Le Pen

A partir das reflexões teóricas propostas, das observações a respeito do cenário das eleições dos Estados Unidos e da França e das dezesseis matérias selecionadas para integrar o *corpus*, propomos a análise dos enquadramentos identificados por meio de três eixos detalhados abaixo.

4.1. Primeira mulher presidente

Durante a cobertura da eleição presidencial nos Estados Unidos, a mídia brasileira construiu a imagem da candidata democrata Hillary Clinton principalmente ao redor da ênfase ao gênero, que recebeu diferentes formas de enquadramento.

⁷ Foi cinco vezes candidato à presidência da França e, em 2002, passou para o segundo turno das eleições presidenciais, tendo perdido nas urnas para Jacques Chirac.

Um desses enquadramentos foi o destaque ao fato de que Hillary viria a ser a “primeira presidente mulher dos Estados Unidos”. A informação foi amplamente abordada nos portais analisados. O *GI*, logo no início da matéria, lança mão da informação, ao resgatar os cargos públicos ocupados por Hillary Clinton.

Após oito anos como primeira-dama (1993 a 2001), a democrata Hillary Clinton **pode voltar à Casa Branca como primeira mulher presidente dos EUA**. Ela já foi senadora pelo estado de Nova York (2001 a 2009) e secretária de Estado do governo Barack Obama (2009 a 2013) [...] Será que **a candidata à primeira mulher presidente dos Estados Unidos** realizou seu sonho? (G1, 2016, **grifo nosso**)

No *El País Brasil*, a informação foi mobilizada na sequência da caracterização de Donald Trump, confirmando a comparação, quando o jornalista Marc Bassets se propõe a caracterizar a “profunda polarização norte-americana e os contrastes entre os candidatos que disputarão a eleição dos EUA [...]” (BASSETS, 2016).

Trump é um astro dos reality *shows*, dominando como poucos o meio televisivo. **Clinton, que pode ser a primeira mulher a governar o país**, é a aspirante mais bem preparada das últimas décadas. Mas, a julgar pelos precedentes, debates raramente decidem as eleições. (BASSETS, 2016, **grifo nosso**)

Em outra reportagem do *El País Brasil*, utiliza-se o enquadramento de gênero para abordar o machismo ainda presente nos Estados Unidos, como o fato de as mulheres receberem salários menores do que os homens. No próprio título da matéria, “Após 96 anos de voto feminino, Hillary Clinton pode se tornar presidenta dos EUA” (AYUSO, 2016), já é perceptível a atenção dada à discussão da igualdade de gênero na política. A escolha da expressão “presidenta” para se referir à Hillary reforça tal enquadramento. O bigode da matéria, que foi escrita pela jornalista Silvia Ayuso, endossa a discussão a respeito do machismo. “As norte-americanas que romperam outros tetos de vidro e enfrentaram o machismo do ambiente profissional na juventude acompanham com emoção a saga de Hillary Clinton” (AYUSO, 2016). No primeiro parágrafo da matéria, a ênfase dada diz respeito à conquista do voto feminino no país.

Geneva America Joyner Thomas nasceu em 21 de maio de 1920, dois meses e 28 dias antes da ratificação da 19ª emenda constitucional, que possibilitou o sufrágio feminino nos Estados Unidos. Nesta terça-feira, 96 anos, cinco meses e 18 dias mais tarde, seu filho Frederick Thomas a recolherá no asilo de idosos onde reside e a levará até uma seção eleitoral do seu condado no Estado da Virgínia, onde emitirá seu voto uma vez mais. **Mas, pela primeira vez em sua longa vida, terá a chance de escolher uma mulher para a presidência. [...] Com Clinton, as futuras leis teriam, pela primeira vez, a assinatura de uma mulher.** (AYUSO, 2016, **grifo nosso**)

A candidata Marine Le Pen também poderia se tornar a primeira mulher presidente da França. No entanto, esse enquadramento não foi o foco da cobertura midiática dos portais analisados – apenas em duas reportagens o fato é mencionado, mas não enfatizado como ocorreu com as reportagens sobre a candidata Hillary Clinton.

“Qualquer um dos dois candidatos fará história: Macron como o presidente mais jovem da França (aos 39 anos) e Le Pen como a primeira mulher chefe de Estado no país” (VEJA, 2017). Nesse trecho, observamos que a identificação da Le Pen como “primeira mulher presidente da França” apenas surge para fazer comparação com seu oponente, identificado como o “presidente mais jovem da França”. Em outras matérias, como as dos portais *El País Brasil* e *GI*, o mesmo enquadramento é mobilizado a respeito de Emmanuel Macron, mas não é mencionada a liderança feminina de Marine Le Pen.

A abordagem do gênero, no *El País Brasil*, é mencionada pela própria candidata. Trata-se da matéria que relatava o debate político entre os dois candidatos ao cargo da presidência. “[...] em dado momento, Macron alfinetou: ‘seu projeto é mortal’ na sua proposta de deixar a Europa e o euro. A que Le Pen respondeu: ‘**a França será governada por uma mulher. Seja eu ou Madame Merkel**’” (BASSETS, 2017, **grifo nosso**). A matéria segue explicando o andamento do debate, sem retornar à questão de gênero.

Mesmo nas reportagens que traçam especificamente o perfil e o histórico de cada candidato, a questão de gênero não faz parte dos enquadramentos de Marine Le Pen. O que é possível observar é que os enquadramentos a respeito das ideias consideradas ultraconservadoras e ultranacionalistas são predominantes. Para identificar Le Pen nos textos, foram utilizados os termos “candidata de extrema-direita”, “a ultraconservadora” e “a líder ultradireitista”. Já para Hillary, pouco foi utilizado o termo “candidata democrata”, mas sim expressões que se referiam ao seu longo histórico na política, tais como “ex-primeira-dama”, “ex-senadora” e “ex-secretária de Estado”.

4.2. À sombra do masculino

Como observamos nas reflexões teóricas, a mídia sustenta o estereótipo das mulheres não como lideranças políticas, mas como continuadoras do projeto político de homens.

O fato de Marine Le Pen chegar ao segundo turno das eleições presidenciais francesas é comparado ao mesmo feito de seu pai, Jean-Marie Le Pen. A publicação do *G1* estabelece esse vínculo: “‘Superamos a primeira etapa’, disse a candidata da extrema-direita, que repete 15 anos depois da façanha do pai” (*G1*, 2017).

Ao invés de enquadrar a imagem da Le Pen como a primeira mulher a chegar ao segundo turno das eleições presidenciais da França – o que não ocorre em nenhum dos portais analisados –, enfatiza-se a conquista como uma espécie de legado de família, mais precisamente da figura masculina. Os trechos abaixo, extraídos das notícias dos portais *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo*, *G1* e *Veja*, respectivamente, mostram esse enquadramento.

O FN, o partido fundado por seu pai, Jean-Marie Le Pen, e que ela herdou, viveu durante décadas estigmatizado na vida pública francesa. É preciso ver se os esforços para acabar com essa pecha desde que ela assumiu o comando e rompeu com seu pai deram resultado (BASSETS, 2017).

Le Pen tampouco está totalmente fora do sistema. Ela é membro do Parlamento Europeu e representa a Frente Nacional – que herdou de seu pai, Jean-Marie Le Pen. A família está há décadas na política, apesar de nunca ter chegado até a Presidência. (BERCITO, 2017)

Marine é mais estigmatizada. O pai dela, Jean-Marie, fundador do partido dela, já disse que a “exterminação de judeus na Segunda Guerra foi um detalhe” e que “o ebola resolveria o problema da imigração africana” [...]. Muitos franceses têm repulsa ao sobrenome Le Pen. (*G1*, 2017).

Le Pen segue, assim, os passos de seu pai, que conseguiu chegar ao segundo turno das eleições presidenciais de 2002. Mas, ao contrário de Jean-Marie Le Pen, fundador da Frente Nacional (FN), Marine o fará com um eleitorado mais consolidado e amplo. [...] A candidata se move como uma equilibrista entre as propostas radicais herdadas de seu pai e o rosto mais aceitável da extrema-direita para conquistar o Palácio do Eliseu (VEJA, 2017).

A *Veja* ressalta, ainda, a importância do marido de Le Pen e de Florian Philippot, outro aliado na campanha eleitoral. O trecho sugere como Marine Le Pen depende do apoio de duas figuras masculinas para garantir a legitimidade na campanha e dentro do próprio partido.

Assim, sua legitimidade já não podia mais ser contestada dentro do partido, e Marine se lançou à conquista de novos horizontes, acompanhada de uma nova guarda mais jovem e moderna, na qual se destacam seu marido, Louis Aliot, e seu braço direito, Florian Philippot (VEJA, 2017).

Em relação às eleições presidenciais americanas, Hillary Clinton também recebe enquadramento relacionado ao marido, o ex-presidente Bill Clinton. O fato de referenciá-la como

“ex-primeira-dama” já remete esse vínculo. Entretanto, a referência ao ex-presidente Bill Clinton não ocorre em todas as notícias analisadas.

Apesar de os portais brasileiros se lembrarem do passado como primeira-dama, enfatizam também as iniciativas da candidata ao longo da trajetória de vida. Dos portais analisados, o *GI*, em matéria especial a respeito do histórico da candidata, ressalta a questão de gênero.

O vestido que ela usou no dia da cerimônia foi comprado um dia antes, numa loja de departamento. Custou US\$ 53. E ela só comprou porque foi obrigada pela mãe. Isso tudo mostra que, para aquela época, ela era uma mulher diferente das outras. Rejeitando a tradição, ela manteve o nome de solteira, enquanto Bill dava os primeiros passos na política. (G1, 2016)

É possível interpretar o enquadramento direcionado à Hillary de uma mulher independente que rompeu com as tradições e estereótipos que eram submetidos às mulheres de sua geração.

Os portais *GI* e *Veja* utilizaram o mesmo fragmento de um discurso de Hillary feito no passado, no qual afirma: “acho que eu poderia ter ficado em casa fazendo biscoitos e organizando chás, mas decidi me dedicar à minha profissão que já seguia antes mesmo de meu marido iniciar a vida pública”. Com a reprodução do trecho, é transmitido um enquadramento de coragem e determinação por parte da candidata, que superou o machismo da sociedade, os problemas do passado e enfrentou a eleição.

4.3. A construção da competência política

Por meio da seleção e ênfase de determinadas informações, a mídia brasileira apontou qual candidato era mais adequado para se tornar presidente. Nas eleições presidenciais dos Estados Unidos, os portais analisados apontavam a Hillary Clinton como a candidata ideal ao cargo. Donald Trump foi caracterizado como despreparado por conta dos discursos considerados polêmicos, xenófobos e extremamente conservadores. É o que a matéria publicada pelo *GI* demonstra.

O tema geral dos discursos era, basicamente, o de que Hillary é a candidata mais preparada, mais experiente no trato dos grandes temas nacionais e internacionais, e que vai cuidar do bem-estar social, da saúde, da educação [...]. O comício de Trump tem diferenças muito claras em relação ao da Hillary. No dele, os discursos eram só de políticos. Não tinha artista. O tema que mais se repetiu era o de reafirmação dos Estados Unidos como uma potência militar que precisa ser respeitada e do uso dessa força

militar. É um discurso agressivo: “vamos esmagar esse terror dos radicais islâmicos como se deve”, “vamos construir o muro na fronteira com o México”, “vamos recuperar os empregos que os chineses nos tiraram nos últimos anos”. E palavras de ordem e cartazes contra Hillary: “Lockherup” (prendam-na), “Ela mente, os e-mails não”, “Impeachment para o Obama” e “Vamos fazer a América ser grande de novo”. (G1, 2016)

O portal de notícias da Rede Globo emite diretamente que Hillary é mais apta à presidência do que Donald Trump que, apesar de ser representado por um discurso extremamente patriótico, também pode ser interpretado como xenofobia – o que fica ainda mais evidente nos trechos em seguida das matérias do *G1* e do *El País Brasil*, respectivamente.

Donald Trump conquistou milhões de eleitores investindo na imagem de um candidato que diz tudo o que pensa, que é autêntico, que é sincero. Mas para outros milhões de eleitores, isso é assustador, porque o discurso dele é de xenofobia, de racismo, de intolerância. Algumas declarações dele nessa campanha espantaram o mundo. Trump chamou os mexicanos de traficantes, criminosos, estupradores. E, do jeito dele, fez uma ressalva para aliviar. Disse que “alguns são boas pessoas”. (G1, 2016)

E, entre os principais Governos aliados dos EUA, há perplexidade com a ideia de que o sucessor de Barack Obama na Casa Branca possa ser Trump. Trata-se de um magnata imobiliário e estrela dos realities televisivos que construiu sua carreira política à base de comentários xenófobos, insultos a torto e a direito e falsidades sistemáticas, junto com ameaças e promessas que significariam uma guinada na política internacional de Washington (três exemplos: defende a tortura, renega a OTAN na sua forma atual e proclama sua afinidade com a Rússia de Vladimir Putin). (BASSETS, 2016)

Em relação à Hillary, foram mobilizados, na *Folha de S. Paulo*, enquadramentos vinculados ao acolhimento da diversidade. “No pleito de 2016, as chances de Trump vencer são maiores caso seja fraco o comparecimento às urnas em Estados - pêndulo de negros, mulheres e latinos, eleitorado mais afeito a Hillary.” (FOLHA, 2016). O mesmo enquadramento pode ser observado no *G1*. “Hillary já foi uma das advogadas mais influentes dos EUA e tem histórico de defesa dos direitos das mulheres e crianças. Ela é filha de uma mãe com tendências de esquerda e de um pai ultraconservador.” (G1, 2016).

Assim como nos Estados Unidos, as eleições francesas foram marcadas por um forte antagonismo entre os dois candidatos. O posicionamento extremista de Marine Le Pen pesou nos enquadramentos dados pelas matérias. Na *Folha de São Paulo*, por exemplo, enfatiza-se a postura xenófoba da candidata contrária à migração e ao islã e reforçam que “partidos à esquerda e à direita se uniram em torno da candidatura do centrista Emmanuel Macron para impedir a direitista Marine Le Pen chegar à presidência” (BERCITO, 2017). A matéria do *G1* deu destaque

ao apoio do ex-presidente François Hollande para Emmanuel Macron e destacou a opinião do político, que afirmou que a extrema-direita de Marine Le Pen representava um risco para o país.

Em contrapartida, Emmanuel Macron foi interpretado como o candidato ideal para a França, especialmente por ser um novo rosto na política, por agradar a direita e a esquerda e por defender a permanência da França na União Europeia.

Macron, que trabalhou no banco de investimentos Rotschild e foi ministro da Economia de Hollande, é um recém-chegado à cena política, um desconhecido do grande público até dois anos atrás que saltou todas as etapas exigidas de um aspirante presidencial. Sua vitória faria dele o presidente mais jovem da Quinta República. Ele representaria uma renovação geracional, um novo estilo. A vitória de um ex-banqueiro europeísta, favorável à globalização, liberal e apoiado pelo establishment de seu país obrigaria a revisar o “relato” sobre a onda populista nas sociedades ocidentais. (BASSETS, 2017)

CONSIDERAÇÕES

Observamos que o posicionamento político de Marine Le Pen, considerado radical e polêmico, predominou nos enquadramentos acerca de sua representação midiática, enquanto o gênero e as funções políticas foram enfatizados na representação de Hillary Clinton.

É perceptível também como Le Pen foi enquadrada a partir da sombra do pai, enquanto Hillary foi representada pelas ações fortemente ativas durante o período como primeira-dama. Nada é mencionado a respeito de Le Pen sobre rompimento de tradições e estereótipos na vida pública e pessoal. As ideias conservadoras e ultranacionalistas são enfatizadas. Sugere-se que Marine Le Pen não seria apropriada para a presidência na França devido ao radicalismo. O enquadramento dado pela mídia brasileira foi semelhante ao que foi dado a Donald Trump, o que pode ser explicado pela semelhança de ideologias políticas.

Analisadas essas questões, é interessante lembrar que Charaudeau (2016) menciona que o carisma possui um papel importante na criação de uma imagem, de um *ethos* que garanta à figura pública autoridade, legitimidade e credibilidade. Os candidatos que adotaram discursos considerados mais radicais, ultrapatrióticos e conservadores foram enquadrados como candidatos não competentes à presidência de seus respectivos países.

REFERÊNCIAS

AYUSO, Silvia. **Após 96 anos de voto feminino, Hillary Clinton pode se tornar presidenta dos EUA.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/07/internacional/1478544218_699132.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **Hillary Clinton e Donald Trump enfrentam recordes de rejeição.** Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/mundo/2016/05/1768361-hillary-clinton-e-donald-trump-enfrentam-recordes-de-rejeicao.shtml>>. Acesso em: 27 out. 2017.

BASSETS, Marc. **Clinton x Trump: as apostas para o primeiro debate na TV entre os candidatos.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/26/internacional/1474874445_385265.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Le Pen a Macron: “A França será governada por uma mulher. Eu ou Merkel”.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/03/internacional/1493846300_444141.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Marine Le Pen e Emmanuel Macron disputarão a presidência da França e o destino da Europa.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/23/internacional/1492971204_654849.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

BERCITO, Diogo. **Macron e Le Pen vão ao 2º turno e França mostra resultado preliminar.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/04/1877896-macron-e-le-pen-va-ao-2-turno-na-franca-mostra-resultado-preliminar.shtml>>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Rivais históricos na França se unem contra Marine Le Pen no 2º turno.** Disponível em: <<http://folha.uol.com.br/mundo/2017/04/1877965-rivais-historicos-na-franca-se-unem-contra-marine-le-pen-no-2-turno.shtml>>. Acesso em: 27 out. 2017.

BIROLI, Flávia. Mulheres e política nas notícias: estereótipos de gênero e competência política. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 90, p. 45-69, 2010. Disponível em: <<https://rccs.revues.org/1765>>. Acesso em: 10 set. 2017.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>>. Acesso em: 23 out. 2017.

CARVALHO, João Eduardo Coin de; FINAMORE, Claudia Maria. Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.14, n. 2, maio/set, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L. & MELLO, R. (orgs) **Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso**. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004.

_____. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. Trad. Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016.

ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, New York, v.43, n.4, 1993. p.51-58.

FOLHA DE S. PAULO. **Hillary perde vantagem sobre Trump em estados decisivos, diz pesquisa**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/11/1829307-hillary-perde-vantagem-sobre-trump-em-estados-decisivos-diz-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 27 out. 2017.

GITLIN, T. **The whole world is watching**: mass media and the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California, 1980.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**. Nova York: Harper & Row, 1974.

G1. **Força de um candidato é a fraqueza do outro no duelo de propostas nos EUA**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2016/11/forca-de-um-candidato-e-fraqueza-do-outro-no-duelo-de-propostas-nos-eua.html>>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Hillary Clinton: conheça sua trajetória e suas propostas**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/hillary-clinton-conheca-sua-trajetoria-e-suas-propostas.html>>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Macron derrotaria Le Pen por 61% dos votos, diz pesquisa sobre segundo turno na França**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-na-franca/2017/noticia/macron-derrotaria-le-pen-por-61-dos-votos-diz-pesquisa-sobre-segundo-turno-na-franca.ghtml>>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Vencedores do primeiro turno na França já estão em campanha**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/04/vencedores-do-primeiro-turno-na-franca-ja-estao-em-campanha.html>>. Acesso: 27 out. 2017.

LANDLER, Mark. **A trajetória de Hillary Clinton**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/tveja/em-pauta/nyt-a-trajetoria-de-hillary-clinton/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil: a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. **Revista Comunicação & Política**, v. 6, n. 1, p. 119-138, 1999.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: ALBINO, Antonio; RUBIM, CANELAS, A (Orgs.). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. São Paulo: Unesp, 2002.

TRAQUINA, Nelson. A cultura noticiosa. In: **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

VEJA. **Hillary e Trump partem para o capítulo final da campanha**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/mundo/hillary-e-trump-partem-para-capitulo-final-da-campanha/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

VEJA. Marine Le Pen, o rosto da extrema-direita francesa. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/mundo/marine-le-pen-o-rosto-da-extrema-direita-francesa/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

VEJA. Eleições na França: Macron é favorito sobre Le Pen no 2º turno. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/mundo/eleicoes-na-franca-macron-e-favorito-sobre-le-pen-no-2o-turno/>>. Disponível em: 27 out. 2017.