



IV Seminário de Comunicação e Territorialidade

“Comunicação contra as desigualdades”

PósCom-Ufes – Centro de Artes – Campus de Goiabeiras
17-18 de Outubro de 2018

DESIGUALDADE DE GÊNERO NA PAUTA DAS ELEIÇÕES DE 2018: Uma análise do discurso de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad sobre as mulheres

Mariana CARVALHO¹

1 INTRODUÇÃO


A partir da década de 70, os movimentos de mulheres começam a ganhar maior visibilidade ao ocuparem os espaços públicos na luta por seus direitos (PINTO, 2003). Durante as eleições de 2018, podemos observar a crescente participação feminina, seja no aumento do número de mulheres compondo chapas majoritárias ou no poder decisivo do eleitorado feminino no pleito e do movimento #EleNão.

Essa negociação de sentidos sobre a participação das mulheres na vida pública permeia o debate político atual e o discurso dos dois candidatos que estão na liderança das pesquisas de intenção de voto: Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). Dessa forma, a partir da análise das postagens no Facebook de 15 de agosto a 07 de outubro, podemos perceber que a disputa presidencial de 2018 é uma disputa discursiva por direitos ou privilégios, incluindo o direito das mulheres e de outros grupos minoritários.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho utiliza a análise de discurso para testar a hipótese de que discursos opostos sobre desigualdade de gênero estão representados nas duas principais candidaturas à Presidência da República. Para tanto, foram analisadas postagens das páginas de Facebook dos candidatos ao pleito de 2018 com maior intenção de votos durante o primeiro turno das eleições. Nosso objetivo é buscar os

¹Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ. E-mail: mcarvalhomariana@gmail.com.



diálogos e dissonâncias dos discursos dos candidatos sobre a representação das mulheres na vida pública (BAHKTIN, 2003; CHARAUDEAU, 2006) e as pesquisas de intenção de voto.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através da análise inicial das postagens, podemos perceber um antagonismo com relação ao papel da mulher na vida política. As postagens de Bolsonaro não falam sobre a desigualdade de gênero e mesmo quando o candidato se defende de acusações de machismo, fala sobre direitos universais, minimizando a importância da luta das mulheres². A ausência das mulheres nas postagens também é notável, quando elas aparecem, são sempre no lugar do cuidado e da vida privada.

Haddad assume uma postura diferente. Em agendas de campanha e vídeo, a vice Manuela D'Ávila e outras mulheres têm lugar de destaque. Haddad também divulga propostas específicas para o eleitorado feminino, que reforçam a centralidade da mulher nas políticas de distribuição de renda dos governos petistas³.

Para Coleman (2013), o voto é um ato performático onde os eleitores estão a todo tempo negociando sentido e disputa. Dessa forma, o voto também é um processo discursivo e, portanto, dialógico. O reflexo dessa disputa da narrativa sobre a desigualdade de gênero pode ser observado através das pesquisas de intenção de voto das eleições de 2018. Os dois candidatos mais bem posicionados nas pesquisas têm resultados distintos quando observado a segmentação por gênero.


Em pesquisa Datafolha divulgada no dia 02 de outubro⁴, Bolsonaro é rejeitado por 40% dos entrevistados do sexo masculino e 49% dos entrevistados do sexo feminino. Já Haddad, segundo colocado nas pesquisas, é rejeitado por 47% dos entrevistados do sexo masculino e 36% dos entrevistados do sexo feminino.


² Disponível em

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.250567771758883/1223969874418663/?type=3&theater>. Acesso em 05/10/2018.

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/fernandohaddad/videos/2224187344532486/>. Acesso em 05/10/2018.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/pesquisa-datafolha-de-2-de-outubro-para-presidente-rejeicao-por-sexo-idade-escolaridade-renda-religiao-cor-e-regiao.ghtml>. Acesso em 04/10/2018.





O avanço das pautas feministas e do fortalecimento dessas pautas pelos governos petistas (BOHN,2010), representam para parte do eleitorado uma perda de privilégios. Para Kehl (2004) essa perda de privilégios e a centralidade das políticas sociais geram um ressentimento político na classe média brasileira. Dessa forma, a polarização das eleições de 2018 também está fortemente conectada à uma disputa por direitos sociais e de gênero, já que homens e mulheres se aglutinam em polos opostos de rejeição.

4 CONCLUSÕES

As pesquisas de rejeição mostram como o antagonismo entre os discursos dos dois presidenciáveis reverbera no eleitorado feminino. Dessa forma, a igualdade de gênero se dá, também, através da representação da mulher nas narrativas das candidaturas, que podem ser percebidas através das postagens. Através destas pesquisas iniciais podemos perceber como o discurso da igualdade de gênero nas campanhas eleitorais converge com as opressões cotidianas e o machismo estrutural presente na vida dessas mulheres, que afeta com mais intensidade as mulheres negras, pobres e de regiões periféricas. Assim, o discurso pró-Bolsonaro não é apenas um discurso antiPT ou anticorrupção, ele é um discurso anti direitos e pró desigualdades.

5 PALAVRAS-CHAVE *Desigualdade de gênero, comunicação política, discurso político.*

6 REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Estética da Criação Verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BOHN, Simone R. Feminismo estatal sob a presidência Lula: O caso da secretaria de políticas para as mulheres. Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.2, p. 81-106, jul.-dez. 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

COLEMAN, Stephen. How Voters Feel. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

KEHL, Maria Rita. Ressentimento. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004.

PINTO, Céli Regina Jardim. Uma história do feminismo no Brasil. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. – (Coleção História do Povo Brasileiro).