

**ESTEREÓTIPO DA MULHER E DA FAMÍLIA NA DEMOCRACIA
CRISTÃ BRASILEIRA
(WOMAN AND FAMILY STEREOTYPE AND THE CHRISTIAN
DEMOCRACY IN BRAZIL)**

Kelly De Conti Rodrigues¹

Otávio César Frabetti²

Mauro de Souza Ventura³

RESUMO

Este artigo busca estudar estereótipos nas publicações da barra de rolagem “Notícias” do site da ala feminina do Partido Social Democrata Cristão, o PSDC Mulher. Para isso, realizou-se um estudo do enquadramento destas. O objetivo é analisar a maneira como o partido representa a imagem da mulher e da família por meio desse conteúdo. Por terem a democracia cristã em suas raízes, fizemos esse estudo observando os ideais dessa corrente política e religiosa presentes nas matérias, com o objetivo de observar possíveis estereótipos de gênero. Notamos que, muitas vezes, a presença da mulher na política é tratada como uma luta. Algumas publicações buscam mostrar que elas são pessoas fortes, mas, em alguns momentos, palavras como “frágil” são usadas para descrevê-las.

Palavras-chave: Democracia Cristã. Enquadramento. Estereótipo de gênero. Mulher. Religião.

ABSTRACT

This article examine stereotypes in the publications of the scrollbar "News" of the Christian Social Democratic Party for woman: the PSDC Woman. The objective is analyze how the party shows the image of women and the family through this content. We did this study observing the ideals of this current political and religious news. We note that, often, the presence of women in politics is treated as a struggle. Some

¹ Acadêmica da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e integrante do Departamento de Jornalismo da Rádio Unesp FM, onde trabalha com a produção de conteúdo cultural, científico e educativo.. E-mail: decontik@yahoo.com.br.

² Acadêmico de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). E-mail: otavio.frabetti@gmail.com.

³ Doutor em em Letras (Teoria Literária e Literatura Comparada) pela FFLCH - USP (2000) e mestre em Jornalismo e Editoração pela ECA - USP (1995). Docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) e coordenador do Mestrado em Comunicação Midiática na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp).

publications show that they are strong people, but, at times, words like "fragile" are used to describe them.

Keywords: Christian Democracy. Framework. Stereotypical. Woman. Religion.

INTRODUÇÃO

A cada dia, cresce a utilização da mídia como uma forma de divulgar ideais e ampliar o número de adeptos em torno de determinada causa. O papel das assessorias de imprensa, portanto, é fundamental nesse processo. E uma das principais ferramentas utilizadas para isso é a internet.

Em função do poder e do alcance dessa plataforma comunicacional, vários partidos políticos se fazem presentes no ciberespaço. Por meio da rede, cria-se uma nova interação com os eleitores, o que, conseqüentemente, amplia a possibilidade de divulgação das diretrizes partidárias. Ou seja, se for bem utilizada, pode se configurar como um instrumento de marketing político.

Apesar de ser um meio que necessita de mais apoio para penetrar nas diversas camadas da população brasileira, o crescimento do número de usuários da web é evidente nos últimos anos. Os dados levantados por pesquisa do Ibope Nielsen Online sustentam essa afirmação. Eles reúnem a evolução da quantidade de usuários no Brasil entre setembro de 2004 e fevereiro de 2012. No período estudado, esse número mais que triplicou no país.

EVOLUÇÃO DOS DADOS GERAIS DE ACESSO À INTERNET SETEMBRO 2004 A FEVEREIRO 2012

EVOLUTION OF GENERAL DATA ON INTERNET ACCESS

NÚMERO DE USUÁRIOS – TOTAL

Setembro/2004	19.311.854
Março/2005	17.945.437
Setembro/2005	18.892.455
Março/2006	21.227.222
Setembro/2006	20.957.659
Março/2007	25.013.683
Setembro/2007	30.107.768
Março/2008	34.053.102
Setembro/2008	36.348.326
Março/2009	38.231.397
Setembro/2009	42.209.399
Março/2010	42.570.094
Setembro/2010	47.952.532
Março/2011	52.763.484
Setembro/2011	57.979.806
Fevereiro/2012	62.601.439

Fonte: Mídia Dados (2012). Pesquisa: Ibope – Nielsen Online – NetRatings. Base: domiciliar, mercado nacional.

Contudo, a utilização das ferramentas tecnológicas para divulgação dos ideais necessita de lucidez crítica para que se consiga atingir a proposta de conquistar novos adeptos. Portanto, a presença no ciberespaço precisa estar acompanhada de planejamento e reflexões a respeito do público alvo e, evidentemente, do conteúdo das mensagens divulgadas. Com essa preocupação em foco, amplia-se a chance de que o internauta leve as questões levantadas no espaço online para o seu ambiente cotidiano.

No Brasil, o Partido Social Democrata Cristão (PSDC) é um daqueles que utilizam sites como forma de manifestar seus ideais e ações governamentais. No caso deste, ainda há outra vertente partidária voltada a um público específico: as mulheres. Essa ala do partido também possui um site específico para divulgar suas ações. Nosso objeto de estudo será, justamente, esse portal.

Por meio das notícias divulgadas por tal veículo, analisaremos os ideais da Democracia Cristã presentes nas mesmas, além da representação feminina contida nelas.

Dessa forma, observaremos os enlaces entre três temas que são pilares de discussões sociais: religião, política e cidadania. Para isso, observaremos os enquadramentos utilizados no conteúdo noticioso do portal, que definimos ao modo como Gitlin delimita em sua obra *The Whole World is Watching* (1980; p. 6-7):

Os enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e de apresentação compostos por pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que ocorre e o que é relevante. (...) Os enquadramentos mediáticos são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual.

Ou seja, nota-se a existência de critérios que definem a noticiabilidade e a maneira como o conteúdo estará disponível para acesso. Isso significa que o processo de seleção dos acontecimentos e das palavras que irão traduzi-lo podem sofrer influência dos ideais do produtor da informação. Além disso, como dito anteriormente, a percepção que os leitores terão do conteúdo divulgado sofre influência do enquadramento, tanto dos textos quanto das imagens. Sobretudo em período eleitoral, é notável a utilização da mídia para divulgação das diretrizes partidárias e dos planos de governo. E a internet é um dos meios mais acessíveis para os eleitores buscarem informações. Também devemos lembrar que, como aponta Miguel (1999), a mídia concentra, consideravelmente, a capacidade de disseminação de representações da realidade social nas sociedades modernas. Por esses motivos, a reflexão crítica sobre a forma como foram construídos os textos noticiosos é tão relevante.

Com isso, partiremos da hipótese de que, em uma tentativa de ganhar proximidade por meio da valorização das mulheres e convencer esse público a participar das ações partidárias, as publicações apresentam estereótipos de gênero que refletem a assimétrica presença feminina na política, se comparada à masculina. Esse tipo de construção se deve ao fato de que, como propõe Lippmann (1997, p. 16), a ação humana

“não é baseada em conhecimento direto e seguro, mas nas imagens [do mundo] que cada um constrói ou recebe” e os meios de comunicação representam uma grande ferramenta para isso. Sobre isso, Miguel e Biroli (2009), acrescentam que

[...] as representações veiculadas nos meios de comunicação reforçam as visões de mundo que estabelecem expectativas e constrangimentos à ação dos diferentes grupos e indivíduos na sociedade. No caso em foco, a construção da divisão entre uma esfera privada feminina e uma esfera pública masculina faz com que as mulheres na política se vejam na posição de forasteiras, tendo que reafirmar, a cada momento, seu "direito" de estar ali.

Por se tratar de uma organização democrata cristã, espera-se que as representações religiosas que refletem os ideais político-partidários também estejam presentes. Entre tais ideais está a valorização da família no modelo cristão e, por se tratar de um site voltado para o público feminino, a defesa da presença da mulher na política. A nossa reflexão será entorno dos estereótipos de gênero nas notícias e essa visão da formação familiar que citamos.

Com esse objetivo, trataremos, inicialmente, algumas considerações sobre o estudo de enquadramentos noticiosos. Também traçaremos o histórico da Democracia Cristã, a fim de conhecermos o início e a evolução histórica dos ideais partidários para, posteriormente, trazermos o relato da pesquisa e as conclusões.

AS NOTÍCIAS E SEUS ENQUADRAMENTOS

As duas áreas do conhecimento que trouxeram as bases precursoras dos estudos a respeito dos enquadramentos foram a Sociologia e a Psicologia Cognitiva. Em Frame Analysis (1974), o sociólogo norte-americano Erving Goffman afirmava que “tendemos a perceber os eventos e situações de acordo com enquadramentos que nos permitem responder à pergunta: ‘O que está ocorrendo aqui?’”. Portanto, trata-se de observar a construção de sentidos em torno dos eventos e situações cotidianos.

Enquanto isso, Porto (2004) explica que a percepção que se tem de determinado objeto de estudo varia conforme a mudança na formulação dos problemas. Ele ilustra essa situação por meio de um experimento realizado por Kahneman e Tversky (1984, p. 343; 1986, p. 124), no qual solicitaram que os participantes imaginassem que os Estados Unidos estavam próximos à eclosão de uma grande epidemia de uma doença que causaria a morte de 600 pessoas. Aos participantes, são propostas duas opções. A primeira delas ressalta que o programa desenvolvido pelo governo é capaz de salvar 200 pessoas, enquanto a outra provocaria a morte de 400 indivíduos. Nota-se que as alternativas são matematicamente idênticas (do total de 600 pessoas, a morte de 400 ou o salvamento de 200 representa a mesma situação), porém eles concluíram que a maioria das pessoas decide de acordo com a maneira como as propostas são enquadradas. Ou seja, quando a opção enfatiza o ganho (no caso, salvar 200 pessoas), a tendência é que as pessoas não optem por alternativas que envolvam riscos, enquanto as escolhas envolvendo perdas (400 pessoas irão morrer) tendem a estimular as pessoas a assumir mais riscos.

Em um campo que prega a objetividade como uma de suas principais diretrizes, como é o caso do jornalismo, a reflexão sobre os enquadramentos e seus efeitos torna-se essencial. Afinal, as palavras e construções do texto são fatores determinantes para a forma como ocorre a recepção das mensagens. Como aponta Entman (1994),

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ETMAN, 1994, p. 294, apud PORTO, 2004, p. 82).

Diante disso, devemos ressaltar que os jornalistas não refletem a realidade em todos os seus possíveis ângulos, como prega o mito em torno dessa profissão. Ele, na

verdade, constrói perspectivas. Isso começa a partir da seleção do que acredita ser noticiável, passa pela seleção dos entrevistados e dos trechos de suas falas que irão compor a matéria, a escolha dos tópicos mais interessantes, a definição do título e das fotos etc. Segundo Bucci (2003), a mídia tem ocupado “a função de ordenar os conceitos e os valores, estabelecendo o lugar do proibido e o lugar do Bem”, além de que o discurso jornalístico hierarquiza os sentidos e os valores, preconiza condutas e modos de falar e, além disso, cabe-lhe separar o que é dizível e o que é indizível. Podemos complementar com a visão de Schudson (1999, p.279), que sugere que

[...] o poder dos *media* não está apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem (SCHUDSON, 1999, p. 279, grifos do autor).

Se refletirmos sobre essas questões com a visão voltada ao caso do nosso objeto de estudo, espera-se que o conteúdo enquadre os ideais políticos do partido, salientando-os como socialmente importantes. O mesmo deve ocorrer em relação aos valores cristãos. Além disso, será essencial notarmos como a imagem das mulheres é enquadrada, observando se a representação as caracteriza, por exemplo, como importantes na liderança política. Se bem utilizada, essa plataforma comunicacional pode se configurar como um aliado para o marketing político do partido.

A DEMOCRACIA CRISTÃ

Para compreendermos as circunstâncias e objetivos do ideal político que tratamos neste artigo, faz-se pertinente realizarmos um breve resgate histórico a respeito do desenvolvimento da Democracia Cristã (DC). Focaremos a introdução desse ideal sobretudo no que se refere ao contexto latino-americano, com a finalidade de mantermos uma proximidade maior com o foco de nossa pesquisa.

Essa proposta política surgiu, poucos anos após a Segunda Guerra Mundial, com o objetivo de ser um movimento distinto daqueles existentes no cenário partidário mundial. A intenção era que se tornasse uma “Terceira Via”, ou seja, uma alternativa diferente entre o capitalismo liberal e o socialismo revolucionário. Sobre essa característica, Clarke (1991, p. 127) conclui que

Assim, a base mais apropriada para se construir uma estratégia econômica não são as relações econômicas competitivas nem as formas políticas estatistas, mas sim um conjunto de valores comuns de solidariedade, que Hirst admite serem "as virtudes da cidade pequena, a família ao velho estilo e as atitudes sociais profundamente conservadoras", características da Democracia Cristã.

A partir dessa ideia de inovação, a Democracia Cristã ganhou terreno em diversos países, sobretudo na Europa e América Latina. Segundo Coelho (2003, p. 202),

Quanto à Europa, partidos democratas cristãos surgiram na Alemanha (União Democrata Cristã), na Itália (DC Italiana), na Áustria (Partido Popular), na Bélgica (Partido Social Cristão) e na França (Movimento Republicano Popular). Observamos, outrossim, partidos com esses princípios na Holanda (Partido Popular Católico) e na Suíça (Partido Conservador Suíço). Na América Latina, a DC esteve, para além do Brasil, no Chile, na Argentina, Uruguai, Peru, Guatemala e El Salvador, todos com a denominação de PDC; no Paraguai (Movimento Democrata Cristão), na Nicarágua e na Bolívia (Partido Social Cristão), no Equador (DC Equatoriana), na República Dominicana (Partido Revolucionário Social Cristão) e na Venezuela (Partido Social Cristão — Comitê de Organização Política Eleitoral Independente).

Com isso, podemos notar que essa alternativa política foi ampliando seus adeptos. No caso da América Latina, o impulso para isso ocorreu após o I Congresso da Democracia Cristã na América, realizado em Montevideu em abril de 1947. Na oportunidade, os participantes elaboraram estratégias de ação conjunta para fortalecerem seus laços. Dessa forma, eles buscavam alternativas para impedir o florescimento do totalitarismo, tanto de direita quanto de esquerda. Para promover reflexões a respeito da situação político-econômica e cultural dos países latino-

americanos, os representantes se basearam nos fundamentos teóricos do filósofo católico Jacques Maritain, que publicou inúmeras obras e artigos a respeito da prática da democracia inspirada em concepções cristãs (BUSETTO, p. 28).

Nesse encontro, houve a elaboração da “Declaração de Montevideú”, cuja notável importância faz com que seja considerada como o documento fundador da Democracia Cristã no continente americano. A respeito do conteúdo, podemos subdividir em alguns tópicos centrais. No caso de questões políticas, coloca-se contra todas as tendências que consideram capazes de ameaçar a democracia e que possam gerar conflitos bélicos. Preconiza que haja uma “comunidade internacional de direito que, sem reservas, consagre a tutela internacional dos direitos da pessoa humana”.

Ela ainda prega um “humanismo econômico” para superar as desigualdades promovidas pelo capitalismo. Para isso, Busetto (p. 30) afirma que a DC defende o “predomínio da moral sobre o lucro, do consumo sobre a produção, do trabalho sobre o capital”, além da “substituição do patronato pela associação e do salário pela participação, buscando a distribuição mais justa da propriedade reconhecida ‘como base econômica da liberdade e do progresso’ e salienta a importância da pequena propriedade”.

No que tange o âmbito social, defende o direito dos trabalhadores de formarem sindicatos para que lutem pela igualdade jurídica para todas as categorias. Ela visa, ainda, “a redenção do proletariado, pela libertação crescente dos trabalhadores das cidades e dos campos e seu acesso aos direitos e responsabilidades dos poderes político, econômico e cultural”. A Declaração de Montevideú traz também, evidentemente, alguns princípios cristãos, como a unidade da família e do matrimônio, além da vivência plena dos dogmas litúrgicos. Como lembra Mayeur (1999, p. 898), os democratas cristãos abordam temas “sobre os valores familiares e sobre o papel das comunidades

intermediárias, no respeito pela propriedade privada, na busca da participação nas relações de trabalho e no pluralismo político”.

O embrião da DC no Brasil, segundo Coelho (2000, p. 69), ocorreu por meio da Liga Eleitoral Católica (LEC), em 1933. Contudo, no período do Estado Novo havia restrições em relação às organizações partidárias, o que minou o desenvolvimento dessa ideologia. Já a proposta efetiva de criação de um PDC foi levantada na edição de julho-agosto de 1945 da revista “A Ordem”, na qual se debatia que “tal partido buscaria três objetivos políticos: elevar moralmente as massas populares, desenvolver uma participação popular no governo o mais profundamente possível e, por fim, que o Direito e a Moral coordenassem a vida política nacional e internacional” (COELHO, p. 69).

Com o ressurgimento da liberdade de criação de novos partidos, o professor de Direito da Universidade de São Paulo (USP) Antonio Cesarino Júnior “passou a contatar personalidades católicas para arregimenta-las para o seu projeto de criação do PDC” (BUSETTO, p. 68), fato que ocorreu em 9 de julho de 1945. Como aponta Vianna (1981, p. 162), “não é por acaso que em 1962 o PDC se tornará o maior partido pequeno. Radicalizadas as posições quanto à via de desenvolvimento – modernização ‘por cima’ versus modernização ‘por baixo’ – pela primeira vez amadureciam as condições para a emergência de um PDC de perfil clássico, como o italiano e o chileno”.

Durante o Regime Militar, contudo, o PDC foi extinto devido ao Ato Institucional nº 2, assim como os demais partidos existentes. Com a abertura política, ele volta a existir em 1985. Nesse período, começa a ganhar espaço a figura de José Maria Eymael, que foi candidato do partido à Prefeitura de São Paulo. Posteriormente, em

1993, houve a fusão com o Partido Democrático Social (PDS) para formarem o Partido Progressista Reformador (PPR).

Por não concordar com essa atitude, Eymael funda, em 1995, o Partido Social Democrata Cristão (PSDC), que mantém os ideais do antigo PDC. Segundo o site do partido,

Em 30 de março de 1995, sob a liderança do Deputado Federal Constituinte, JOSÉ MARIA EYMAEL, Democratas Cristãos de todo o país, restauraram a Democracia Cristã no Brasil, através da fundação do PSDC – Partido Social Democrata Cristão. O “S” acrescentado à antiga sigla, destina-se a enfatizar o compromisso da Democracia Cristã, com a Justiça Social.

A continuidade dos ideais do PDC pode ser notada, por exemplo, no fato de que uma das principais bandeiras levantadas pelos seus membros, hoje, é a criação do Ministério da Família. Para isso, desde janeiro de 2011, ele promove um abaixo-assinado, cujo número mínimo de eleitores adeptos da causa deve atingir a marca de um milhão para que a proposta seja encaminhada para a Presidência da República. A busca por esse objetivo é amplamente debatida pela ala do partido que consideram como seu movimento feminino: o PSDC Mulher.

O PSDC MULHER: PROPOSTAS E IDEAIS

Essa vertente do partido é presidida por Sandra Regina Bezzerra Gomes, que também atua como vereadora da cidade de Serra, localizada no Estado do Espírito Santo. Com isso, podemos notar o cuidado do partido em delegar o cargo de maior poder dessa ala a uma mulher, em uma tentativa de buscar maior proximidade com o público alvo.

A respeito das metas e ideais, o 1º Encontro Nacional do PSDC Mulher, que ocorreu no dia 15 de dezembro de 2011, já deixou claro qual seria a preocupação

central: a busca pela criação do Ministério da Família. Esse, aliás, é um dos temas mais recorrentes nas notícias do portal. O cartaz de divulgação do evento, localizado no site oficial do PSDC Mulher, mostra isso ao apresentar, como temas da reunião, tópicos como “a importância da mulher nos processos políticos e sociais”, os “instrumentos de Comunicação dos PSDC MULHER”, as “ações do PSDC MULHER para a criação do Ministério da Família” e “organização do PSDC MULHER nos Estados e Municípios”.

Os principais objetivos do Ministério da Família, segundo a página do PSDC Mulher na web, estão na tabela abaixo.

Propostas do Ministério da Família	
1.	Formular políticas públicas que tenham como finalidade promover a defesa dos valores da família e a satisfação de suas necessidades, como: educação, emprego, saúde, moradia, segurança e lazer.
2.	Pesquisa e análise permanente de procedimentos governamentais, no plano internacional, pertinentes a proteção da família, tanto na proteção de seus valores, como no atendimento daquilo que lhe é necessário para o seu pleno desenvolvimento.
3.	Promoção da interação do governo federal com instituições civis e religiosas vocacionadas a defesa dos valores da família, a defesa dos direitos da criança e do adolescente, a proteção dos idosos e a defesa dos jovens contra a droga e a violência.
4.	Avaliação permanente dos programas sociais do governo federal, com a finalidade de contribuir para o seu aperfeiçoamento.
5.	Participar da formulação de ações estratégicas de governo, ressaltando sempre que toda ação de governar só se legitima se tiver como foco a família, seus valores e necessidades.

Fonte: Desenvolvida pelos autores, com informações copiadas do site oficial do PSDC (2012)

Como pudemos notar, alguns dos objetivos defendidos parecem generalistas demais e carecem de exemplos concretos, o que tornaria o Ministério da Família apenas mais um dos 24 ministérios brasileiros⁴. Sua função básica seria participar do governo junto a todos os demais ministérios e garantir que as ações governamentais sejam aplicadas em prol da família, satisfazendo suas necessidades e protegendo seus valores. Afirmamos isso ao notarmos que as propostas descritas já estão previstas na Constituição Federal e também nos encargos de outros órgãos governamentais. No

⁴ Há ainda nove secretarias da presidência e seis órgãos com status de ministério.

primeiro item, por exemplo, afirmam que a “educação, emprego, saúde, moradia, segurança e lazer” estão entre as metas da proposta de criação. Contudo, esses itens já são responsabilidades de outros ministérios, como da Educação, do Trabalho e da Saúde. Além disso, colocam esses como valores e necessidades da família, mas temos que destacar que são, na verdade, direitos essenciais a qualquer cidadão, e não apenas da estrutura familiar.

Também é preciso analisar que eles citam a proteção dos “valores da família”. Entretanto, é difícil delimitarmos o que e quais seriam esses valores. Afinal, eles podem variar de acordo com vários critérios, como a classe social, a cultura de cada sociedade e outros pontos, além de que existe certa subjetividade envolvida nos critérios para elencar os “interesses da família”. A fim de deixar esses objetivos mais claros aos eleitores, a proposta do Ministério da Família deveria trazer mais detalhes sobre seu projeto e deixá-lo disponível para fácil acesso. A forma de execução das mesmas também poderia ser relatada. Além disso, esse novo órgão seria um elo entre entidades sociais e religiosas que apoiam a família e o governo federal. Considerando-se que o Brasil é um estado laico, essa ligação poderia ser questionada.

Como esse é um partido com vertente política voltada para os ideais cristãos (os quais têm a visão da estrutura familiar segundo o modelo tradicional bíblico), consideramos que esses valores pregados pelo PSDC seguem um olhar religioso. É a partir desse fio condutor que analisaremos os enquadramentos que temos como foco.

No programa de partido disponível no site do PSDC, aliás, é possível confirmar que este coloca a família como uma estrutura importante. Vamos observar alguns pontos de defesa:

Pontos do programa partidário do PSDC que abordam a família	
1.	Garantir a cada família o direito a uma moradia digna. Um lugar que seja só seu, onde

	ninguém entre sem pedir licença, um lugar para viver, envelhecer e ser feliz.
2.	Garantir à família, mecanismos eficazes de proteção contra a pornografia e a violência nos meios de comunicação.
3.	Assegurar à família o direito à liberdade de ensino, cabendo ao Estado materializar este direito.
4.	Combate total ao tráfico de drogas, que assassina os jovens e destrói as famílias, punindo-se severamente os traficantes.

Fonte: Programa do PSDC (2012)

Essas considerações deixam claro que grande parte da preocupação ideológica do PSDC Mulher está relacionada com a manutenção da estrutura familiar tradicional encarada como ideal pelos cristãos. A “proteção contra a pornografia” é um exemplo disso, já que esta é condenada segundo os mandamentos bíblicos. Esse tipo de proposta, porém, pode ser considerada como algo que fere alguns direitos, como a liberdade de expressão.

Após conhecermos parte da trajetória que consolidou a Democracia Cristã, seus caminhos no Brasil e os atuais objetivos centrais, vamos abordar a forma como o site do PSDC Mulher noticia suas propostas e ações.

ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO E ESTEREÓTIPOS NAS NOTÍCIAS DO SITE DO PSDC MULHER

A ala feminina do PSDC tem, pelo que pode ser visto em seu site e como foi dito anteriormente, dois objetivos primordiais: a criação do Ministério da Família e incentivar o aumento das mulheres em cargos políticos como vereadoras, prefeitas, governadoras, senadoras, etc. Esses são aspectos que também pudemos notar na análise do conteúdo da aba “Notícias” do site do PSDC Mulher. No total, desde a primeira notícia até o dia 13 de setembro de 2012, existem 22 publicações, que analisamos em sua totalidade. Contudo, precisamos fazer uma consideração: nem todo o conteúdo

existente nesse local é, de fato, caracterizado como notícia, se considerarmos o formato padrão utilizado nos portais, com uma manchete e o texto noticioso. Há 11 matérias que seguem esse formato mais conhecido, enquanto 4 possuem apenas uma foto, como um cartaz sem nenhum tipo de texto acompanhando. Também encontramos 7 mensagens e comentários de membros do partido (como do presidente nacional do partido, José Maria Eymael) divulgados na íntegra. Com o intuito de termos uma visão detalhada do PSDC, fizemos a análise de todos esses conteúdos. Para chegarmos às nossas conclusões, observamos termos (como substantivos, adjetivos, advérbios, metáforas, ironias e generalizações) que refletem aspectos ideológicos religiosos e os momentos em que se referiam à figura da mulher.

Nas 4 publicações em que há apenas uma foto, encontramos um cartaz em referência ao 1º Encontro Nacional do PSDC Mulher, que aponta como pautas “a importância da mulher nos processos políticos e sociais”, além a importância dos instrumentos de comunicação utilizados pelo partido e das ações dessa ala para a criação do Ministério da Família.

No caso da criação deste, aliás, há dez publicações que reafirmam a posição de liderança da ala feminina frente à questão. Entre elas, existem avisos da inauguração do PSDC Mulher em Coração de Jesus (MG), de uma plenária realizada em São Paulo (SP) com dirigentes do partido nos estados da Região Sul e Sudeste, da posse de uma vereadora de Paulínia (SP) como dirigente paulista da ala feminina do partido, de uma campanha em Fernandópolis (SP) para angariar assinaturas para criação do ministério, e de um encontro de partidários paulistas do PSDC em Araras (SP). Em boa parte dessas notícias acima, é realçada a motivação das plenárias e reuniões como forma de conseguir assinaturas para a criação do Ministério da Família. No entanto, em nenhuma delas é afirmado o total de assinaturas que o partido já conseguiu ou quantas faltam para

atingir o milhão almejado, o que deixa transparecer que o número coletado de assinaturas pode estar aquém do esperado. Só é citado que foi recolhida cinco mil assinaturas em Paulínia e mil em Araras, quando aconteceram as respectivas plenárias. Nas matérias, os itens observados nos levam a concluir que elas buscam a valorização da imagem feminina e de sua participação política, como uma luta contra o preconceito. Também podemos ligar essa proposta do Ministério da Família com ideais cristãos, já que estes pregam que a manutenção da harmonia familiar. Contudo, a vinculação dessa política da mulher com o tema família não é novidade, como aponta pesquisa relatada por Miguel e Biroli (2009):

A análise de uma amostra de mais de 10 mil discursos pronunciados no plenário da Câmara Federal durante a 51ª e a 52ª legislaturas (1999 a 2006) mostra uma concentração desproporcional das deputadas nas questões vinculadas a direitos humanos (15,8% dos discursos delas, contra 4,9% dos discursos dos deputados homens) e a família e infância (8,2% contra 2,7%). Agrupadas todas as temáticas de teor mais social ou vinculadas à esfera privada (educação, saúde, família, habitação, direitos do consumidor etc.), elas aparecem em 47,1% dos discursos das mulheres, contra apenas 31,6% dos homens. Não se trata de dizer que tais temáticas são menos importantes, em si, do que aquelas mais vinculadas ao núcleo duro da política, como economia, relações internacionais ou administração pública. O importante é perceber que elas possuem menor prestígio no seio do campo político.

Outro fato observado é que, apesar da liderança do PSDC Mulher no projeto do ministério, o presidente e ícone do partido, José Maria Eymael, tem um amplo destaque. Exemplo disso é uma reunião acontecida na Basílica de Aparecida (SP) com o Arcebispo metropolitano da cidade e com o Presidente do Conselho Episcopal Latino-Americano, D. Raymundo Damasceno Assis, para discutir as ações do partido e falar sobre a criação do Ministério da Família. No texto e nas fotos apresentadas, há apenas a participação de Eymael, não havendo a representação da ala feminina do partido. Apesar da independência do PSDC Mulher do restante do partido, nota-se que Eymael assume a liderança em alguns momentos, até por ser o político de maior visibilidade do

partido, o que pode auxiliar em apoios para criar o ministério, uma de suas principais bandeiras. Nota-se, com isso, que Eymael ganha destaque no site. Isso mostra que, apesar da proposta de quebra de preconceitos, uma figura masculina está sempre presente nos momentos em que se exige liderança.

Outro objetivo do PSDC Mulher é mostrar as virtudes femininas e incentivar a mulher a se interessar por política. Observe uma espécie de manifesto (extraído do site do PSDC Mulher) exaltando a mulher:

A vida da mulher moderna exige um verdadeiro malabarismo. Estar presente e equilibrada todos os dias, como: profissional, mãe, dona de casa, esposa e mulher, não é tarefa fácil. Hoje, distante da Amélia, mas com muito mais atribuições, a mulher de verdade chega aos postos de comando com a mesma capacidade e decisão dos líderes empresariais, gestores públicos e trabalhadores das mais diferentes atividades. Distante da imagem frágil, submissa, e dependente, encontramos espelhos maiores que norteiam a mulher. Espelhos como: Michelle Bachelet, Ângela Merkel e Dilma Roussef. Mas nem tudo são flores neste jardim feminino. Ainda nos deparamos com um alto índice de estupros, violência e morte de mulheres. Violências praticadas pelos mesmos machistas, quase sempre já condenados por outros delitos, soltos nas megalópoles ou pequenas cidades, bairros e vilas do nosso país. Indefesas pelas próprias forças e principalmente pelos frágeis sistemas de segurança e prisional, entregamos muitas dessas nossas valorosas filhas, irmãs, esposas e profissionais, diariamente ao inseguro caminho da liberdade de todos. Aonde infelizmente nem todos os livres as vêem com os olhos dignos do respeito e admiração pelo que elas representam para a família, a sociedade e a humanidade cristã: Crescei e Multiplicai- vos!

Por meio dele, fica nítida a ligação da mulher com a imagem de dona de casa e mãe, elemento este, aliás, relacionado à família. Outro ponto a ser considerado é que descrevem a mulher como “distante da imagem frágil, submissa e dependente”, contudo, em outro momento, afirmam que elas são “indefesas pelas próprias forças”.

A chanceler alemã Ângela Merkel, além de ser citada na postagem acima, também foi protagonista de outra postagem. Ela é citada como exemplo a ser seguido por ser uma mulher batalhadora, corajosa e poderosa, que está conseguindo blindar a economia alemã da recente crise do Euro na Europa. Além de ressaltar suas qualidades

femininas, Merkel também é festejada por pertencer ao partido União Democrata-Cristã Alemã (CDU), com ideologia similar ao PSDC. A matéria, aliás, cita uma frase da chanceler, na qual ela definiu seu partido como responsável por um “milagre alemão que surpreende o mundo”. O termo “milagre”, obviamente, carrega um teor religioso em sua definição.

Para corroborar com a visão de força e multiplicidade feminina, as notas do site do PSDC Mulher incentivam as mulheres a entrar na vida política. Há também um item defendido no programa ideológico do partido:

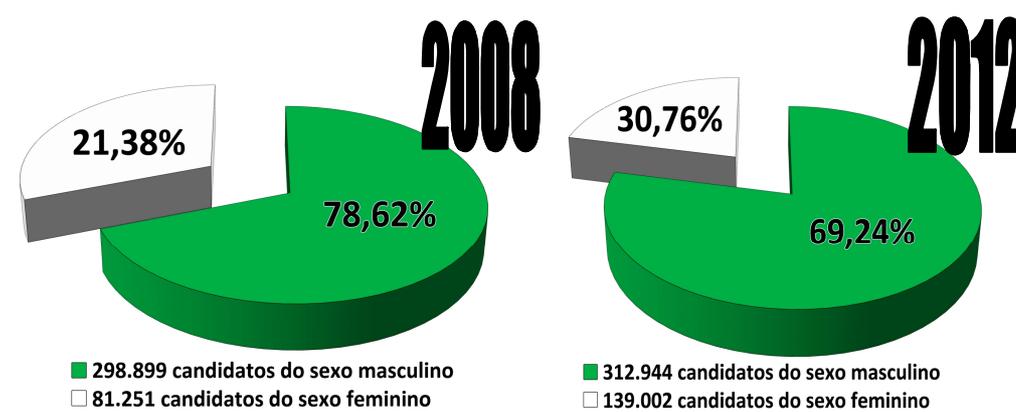
Assegurar a legitimidade e a proporcionalidade da representação política, assegurando-se em sua plenitude, o voto secreto e consciente e incentivando-se a participação do jovem, da mulher, do idoso, do negro, do índio e do deficiente físico nos órgãos partidários e como candidatos, no processo eleitoral.

Há pelo menos três informações sobre o desejo de maior participação das mulheres na política e um artigo de um professor contando toda a trajetória dos 80 anos de conquista do voto feminino no Brasil e trazendo números interessantes que mostram uma porcentagem de menos de 10% das prefeituras brasileiras comandadas por mulheres e 12% das vagas nas câmaras municipais são preenchidas por mulheres. Iara Acunha, presidente do diretório do PSDC em Barra Mansa (RJ), afirmou, em uma das notas, que queria mudar o pensamento das mulheres de que a política é um território masculino ou de que sofreriam discriminação. Para ela, apesar de terem seu lugar assegurado, as mulheres não estão ainda preparadas para a função e ela pretendia organizar palestras e campanhas para conscientizá-las do lugar que podem ocupar, além de trazer cursos de formação política. Siméia Zanon, presidente do diretório paulista do PSDC Mulher também pretendia motivar as mulheres a participar mais da vida política, principalmente por causa da eleição de Dilma Roussef. Finalizando, Sandra Gomes, presidente nacional do PSDC Mulher,

em uma mensagem publicada no site, confirma essa afirmação. No comentário, ela se coloca dentro da situação em questão ao utilizar a primeira pessoa para se referir ao espaço político das mulheres.

É necessário conquistarmos o poder político nas mais diversas esferas de decisão, em especial nos Partidos Políticos, nos Movimentos Sociais e Sindicais, nas Casas Legislativas, no Poder Judiciário e no Executivo. Queremos mais Vereadoras, Deputadas Estaduais, Federais, Senadoras, Prefeitas, Governadoras!

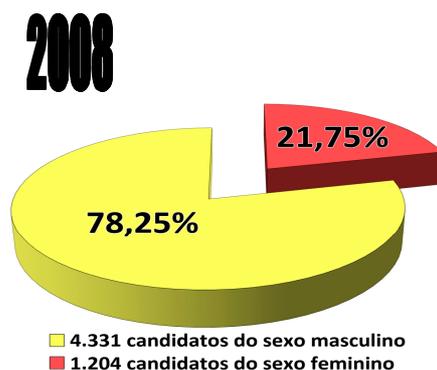
Os gráficos abaixo mostram a evolução no número de candidaturas femininas nas eleições municipais de 2008 e 2012. Os dados foram coletados nas Estatísticas de Candidaturas do site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e representam o total de candidaturas a prefeito, vice-prefeito e vereador.



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2012)

Também se esperava fazer uma comparação do mesmo período para descobrir se houve aumento do número de candidatas mulheres do PSDC em razão do trabalho da

ala feminina. No entanto, os dados tabelados e separados por sexo só estão disponíveis nas estatísticas de 2008. Neste ano, a opção Cargo/Sexo/Partido não foi disponibilizada e para obter tal dado seria necessário contar e separar manualmente 7.188 candidatos do partido para descobrir a porcentagem de mulheres candidatas. Abaixo, podemos observar as estatísticas do PSDC em 2008.



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2012)

Com isso, percebemos que ainda há um pequeno número de mulheres dentro do partido. A proposta do PSDC Mulher pode ser uma forma de conseguir conquistar esse público.

CONCLUSÃO

Após a análise do conteúdo, observamos que o partido busca, por meio das publicações, uma aproximação com o eleitorado feminino. Em vários momentos, mostram a presença da mulher na política como uma verdadeira luta. Existem, porém, algumas representações que nos remetem a percepções como se elas fossem pessoas frágeis.

Ainda mais importante é o amplo destaque dado ao tema família, uma vez que ele remete ao ideal cristão de harmonia familiar. Ao longo do século XX, atribuía-se à

mulher a responsabilidade pela manutenção dessa harmonia. Apesar de a sociedade ocidental atualmente tentar promover a igualdade de gêneros, resquícios dessa visão ainda se fazem presentes.

A família, aliás, é um tema que se sobressai no conteúdo estudado e, por meio dele, o partido busca a aproximação com o público feminino, colocando as adeptas do PSDC mulher como principais articuladoras da criação do Ministério da Família.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUCCI, Eugênio. Prefácio. In: GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no Jornalismo: Discorrer, Disciplinar, Controlar**. São Paulo: Hacker Editores/ Edusp, 2003.

BUSETTO, Áureo. **A democracia cristã no Brasil: princípios e práticas**. São Paulo: Unesp, 2001.

CHEIDA, Marcel J. **Comunicação governamental e a assessoria de imprensa**. Revista de Estudos de Jornalismo, n. 6, p. 133-151, jan/jun 2003.

CLARKE, S. **Crise do fordismo ou crise da social-democracia**. Revista Telos, n. 83, 1990.

COELHO, Sandro A. **O Partido Democrata Cristão: teores programáticos da terceira via brasileira (1945-1964)**. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 23, nº 46, pp. 201-228, 2003.

_____. **Democracia Cristã e Populismo: um marco histórico comparativo entre o Brasil e o Chile**. Revista de Sociologia e Política. Nº 15: pp. 67-82, nov. 2000.

ENTMAN, R. B. **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**. Journal of Communication, v.43, n.4, pp.51-58, 1993.

GITLIN, Todd. **The Whole World is Watching**. Berkeley e Los Angeles, University of California Press, 1980.

LIPPMANN, W. **Public opinion**. New York: Free Press, 1997.

MIGUEL, Luis Felipe. **Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo**. Dados, Rio de Janeiro, v. 42, n. 2, 1999.

_____; BIROLI, F. **Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa**. Revista Opinião Pública, Campinas, vol. 15, nº 1, Junho, 2009, p.55-81.

MOTTA, Rodrigo P. S. **Introdução à história dos partidos políticos brasileiros**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: Antônio A. C. Rubim (org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**, Salvador, Edufba.

ROCHA, Fabiana S. F. **Democracia e partidos políticos no Brasil**. Revista Dike, vol. 1, nº 1, jan/jul 2011.

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.