

Release

Representações de uma presidente - o que as capas dizem sobre Cristina F. de Kirchner

Eliane Campelo - DRT n.264/TO

É público que a relação da ex-presidente da Argentina, Cristina F. de Kirchner, com os donos e dirigentes dos principais meios de comunicação daquele país é conturbada, tensa e cítrica. Em busca de desvendar de que forma se dá a construção discursiva multimodal, da imagem de Cristina Kirchner, as pesquisadoras Sara Isabel Pérez e Ana Maria Ayná, analisam 36 capas da revista Notícias em que Cristina figura como notícia central, e lançam luz, principalmente sobre os significados ligados aos lugares comuns e as representações e identidades genéricas hegemônicas. O resultado desta análise é surpreendente e compõe o artigo **“Medios, Multimodalidade, Género y política: Cristina Fernández de Kirchner en Noticias”**, publicado na Revista Observatório v.3, n.6.

Ao longo do texto as autoras analisam como a semiótica é utilizada na construção e reprodução de conceitos, em particular dos significados ligados aos lugares comuns e estereótipos de gênero em busca de clarificar quais significados são construídos e (re) produzidos a partir desses recursos. A pesquisa aponta para a construção de um novo edifício teórico e analítico partindo da semiótica multimodal, antes também chamada de semiótica social.

Essa semiótica social construída, dizem as pesquisadoras, nada mais é que o espaço onde se configura a comunicação contemporânea com atos,

práticas, textos e discursos. "O surgimento da multimodalidade no campo dos estudos críticos do discurso e da constituição como objeto central dos "discursos multimodais" levou à afirmação de que a semiótica social deve ser pensada como parte de uma teoria social da comunicação" pois, o texto e a imagem são integrados na construção semiótica de certos tópicos que atravessam o período, sob a forma de representações narrativas e conceituais em torno dos atributos dos participantes envolvidos completam.

"Os estereótipos hegemônicos de gênero são reproduzidos e reforçados,(nas publicações), pois contribuem para a representação de uma mulher apaixonada, irracional e erótica, valores que contradizem os discursos hegemônicos masculinos associados à liderança política e à esfera pública do governo" aponta o estudo sempre alertando para o lado "intencional" das abordagens. "Você toma um aspecto do que deseja representar, e esse aspecto assume um formulário. A analogia é o princípio constitutivo deste processo de representação. Agora, o que as metáforas passam para o sistema semiótico como "natural", como classificações neutras, é algo que é governado pelas relações sociais que ocorrem no âmbito das ordens discursivas nas quais as práticas são produzidas. Este é também um aspecto fundamental da abordagem deste trabalho".

A publicação de qualquer forma de comunicação engloba práticas "que permitem julgamentos éticos, estéticos e afetivos" do conteúdo em questão. No artigo as autoras destacam a existência de 'metafunções' que ocorrem nos textos e produzem três tipos de significados: ideais - ou representacionais, interacionais ou interpessoais e textuais. Assim os meios de comunicação, aqui incluídas as revistas, possuem a função ideacional que é a de representar o objeto e suas relações com o mundo; representa também as relações sociais que se constroem e, abrangem ainda, os efeitos construtivos do discurso que, tem a ver com a "construção, reforço ou questionamento de representações,

sistemas de conhecimento e crenças, com a construção de identidades individuais e coletivas e com a reprodução, implantação ou questionamento de relações sociais entre os atores” diz o texto.

O texto aclara que o mundo da política com suas práticas discursivas está, historicamente associado aos homens. “Um dos efeitos da entrada das mulheres em campos tradicionalmente dominados por homens, como a política, é revelar normas, crenças e valores implícitos que apareceram sob o manto da “neutralidade genérica” e que, no entanto, não são como tais”, e esse estranhamento da presença feminina nos locais ditos “neutros”, mas que anteriormente eram ocupados apenas por homens, faz com que os estereótipos de gênero surjam de forma abundante.

A presença de Cristina Fernández de Kirchner no posto de presidente da Argentina fez com que muitas das abordagens sobre ela na mídia fossem exclusivamente com foco em questões de ordem privada e não nas questões da política. “A aparência, a família, a maternidade, os sentimentos, a intimidade tornam-se o centro da preocupação do discurso jornalístico quando se trata de mulheres” dizem as autoras.

Nas capas o veículo refere-se à Cristina Fernandez afastando-a do cargo político, nominando-a 40 vezes e adjetivando-a com os seguintes atributos outras dezenas de vezes: única, poderosa, nervosa, ‘na borda da caricatura’, despreocupada, sensual, procrastinadora, viúva, ‘hot’, mística, nua, fora de si e raivosa. De tal forma que, os meios de comunicação, diz o artigo, contribuem para a manutenção de um *status quo* masculinista na esfera política, pois, acabam ampliando ou fortalecendo um discurso sexista que exclui simbolicamente a mulher deste espaço de poder e tomada de decisão, e fazem isso, supostamente defendendo que o espaço político é um “espaço assexuado”.

A imagem de uma líder política é construída por meio destes signos, apontam as pesquisadoras e ao passar a representação de uma Presidenta da Nação, como inferido das estratégias referenciais, conceituando-a como uma pessoa "irracional - fora de controle, furiosa, com "incômodo emocional", frívola (gastadora), sozinha (viúva) e fraca" demonstra que não há imparcialidade por parte do veículo de comunicação. "Cada uma dessas caracterizações recupera os lugares comuns que associam as mulheres à fraqueza, irracionalidade e sensibilidade; isto é, cada uma dessas formulações contribui para construir a representação de uma pessoa que reúne características que a distinguem, que a colocam na posição oposta à representação hegemônica do líder político" diz o texto.

Como citar a pesquisa

PÉREZ, Sara Isabel; AYMÁ, Ana María. MEDIOS, MULTIMODALIDAD, GÉNERO Y POLÍTICA: Cristina Fernández de Kirchner en Noticias. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 6, p. 517-556, out. 2017. ISSN 2447-4266. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/3949>>. Acesso em: (data do acesso). doi: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p517>.