

Campanhas eleitorais
para mulheres
desafios e tendências

Luciana Panke

Editora
UFPR

para mulheres

Campanhas eleitorais
para mulheres
desafios e tendências



Reitor

Ricardo Marcelo Fonseca

Vice-Reitora

Graciela Inês Bolzón de Muniz

Pró-Reitor de Extensão e Cultura

Leandro Franklin Gorsdorf

Diretor da Editora UFPR

Rodrigo Tadeu Gonçalves

Vice-Diretor da Editora UFPR

Alexandre Nodari

Conselho Editorial que aprovou este livro

Adriano Nervo Codato

Cleverson Ribas Carneiro

Diomar Augusto de Quadros

Edison Luiz Almeida Tizzot

Emerson Gabardo

Everton Passos

Ida Chapaval Pimentel

Jane Mendes Ferreira

Márcia Santos de Menezes

Marcus Levy Albino Bencostta

Campanhas eleitorais
para mulheres
desafios e tendências

Luciana Panke

© Luciana Panke
Versão traduzida e ampliada do espanhol, publicada originalmente pela Piso 15
Editores (2015), México.

Campanhas eleitorais
para mulheres
desafios e tendências

Coordenação editorial

Rachel Cristina Pavim

Revisão

Suzete de Paula Bornatto

Revisão final

da autora

Projeto gráfico, capa e editoração eletrônica

Rachel Cristina Pavim

Série Pesquisa, n. 308

Universidade Federal do Paraná. Sistema de Bibliotecas.
Biblioteca Central. Coordenação de Processos Técnicos.

Panke, Luciana.

Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências/ Luciana

Panke. – 1. ed. – Curitiba: Ed. UFPR, 2016.

233 p.: il., graf., tabs.

ISBN: 978-85-8480-090-2 (impresso)

Inclui referências e glossário

I. Campanha eleitoral. 2. Mulheres na política. 3. Mulheres - Participação política. I. Título.

CDD 324.623

Bibliotecária: Rita de Cássia Alves de Souza CRB 9/816

ISBN 978-85-8480-143-5

Ref. 930

Direitos desta edição reservados à

Editora UFPR

Rua Ubaldino do Amaral, 321
80060-195 - Curitiba - Paraná - Brasil

www.editora.ufpr.br

editora@ufpr.br

2020

ABEU
Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Às mulheres que inspiram.

Às que vieram antes de mim:

Minha bisavó, Guilhermina Koop Kulzer (*in memoriam*)

Minhas avós, Irma Kulzer Hepp e Erna Becker Panke (*in memoriam*)

Minha mãe, Noemia Hepp Panke

E a minha filha, Gabriela Panke

Às mulheres que virão.

Agradecimentos

Este livro não seria possível sem a generosidade de pessoas que acreditaram no projeto e confiaram em mim para ser a porta-voz de uma das questões mais evidenciadas no século XXI: a igualdade de oportunidades e de voz para todos os gêneros. Elas me deram seu bem mais precioso: seu tempo, seja para me conectar com mulheres que estão na política, seja nas entrevistas ou nas contribuições durante a redação do texto.

Meu agradecimento especial aos quase 100 entrevistados: às mulheres políticas, aos consultores e às consultoras que compartilharam comigo e com os leitores suas experiências de vida. Todos estão nominados no decorrer dos capítulos e em um espaço especial ao final do livro.

O livro, publicado inicialmente em espanhol (Editora Piso 15, México, 2015), foi revisado e ampliado para a versão em língua portuguesa. Em 2016, recebeu a indicação como melhor publicação nos prêmios Alacop (Associação Latinoamericana de Consultores Políticos).

Assim, inicialmente, agradeço à Universidade Federal do Paraná e ao Departamento de Comunicação Social por me fornecer o tempo necessário para a pesquisa de pós-doutorado, que culminou nesta obra em espanhol e agora publicada pela Editora UFPR.

Ao prof. Dr. Rogério Mulinari, por não medir esforços para reconhecer os talentos da Universidade.

À Universidad Autónoma Metropolitana – sede Cuajimalpa – por me aceitar na sua área de Comunicação Política, em especial ao Dr. Edgar Esquivel Solís, supervisor da pesquisa pós-doutoral. Agradeço também à equipe da Biblioteca por sua atenção e apoio.

À Capes, por me conceder uma bolsa durante os seis primeiros meses da pesquisa.

À ALACOP, Associação Latino-Americana de Consultores Políticos, e a sua primeira presidenta, Gil Castillo, por todo apoio e por redigir a apresentação deste livro.

A Gabriela, por existir, pela inspiração, pelo companheirismo e troca intelectual.

À hermana Valeria pelas risadas, suporte emocional e traduções.

Ao meu irmão, Rafael, por me ajudar a ver melhor as coisas.

A Ada, Angie, Gaby, Ricardo e Victor.

Aos assistentes de pesquisa, Alicia Portillo, Julia Kreuz e Vitor Machado, pelas transcrições e suporte na busca de dados. A Júlia Barbosa e a Gabriela Panke pelo apoio no processo final.

A Ismael Filadelfi, Mario Lamenha e Ricardo Tesseroli, por me ajudarem nas entrevistas com brasileiras enquanto eu estava morando no México. E a Tayra Aleixo, que compartilhou as entrevistas que realizou para seu mestrado.

Obrigada a vocês que me puseram em contato com mulheres políticas, consultores e tentaram quebrar os seis graus de separação: Alice Lima (Brasil), Alfredo Dávalos (Equador), Andrea Bernal (Equador/Colômbia), Candice Williams (Panamá), Carla Vega (México), Carlos Gutiérrez (Espanha), Carolina Sabogal Arias (Colômbia), Daniel Eskibel (Uruguai), Daniel Merchán (Venezuela), Diva Gastélum (México), Emiliano Cardona (Uruguai), Erikson Rezende (Brasil), Everton Willen (Brasil), Ester Athanásio (Brasil), Geovanny Estrada Linares (Panamá), Gil Castillo (Brasil), Guadalupe Fernández (Argentina), Gustavo Fleury (Brasil), Hugo Weber Jr. (Brasil), Hugo Duarte (Paraguai), Ismael Fidaelfi (Brasil), Iván Gamboa (México), José Francisco Pacola (Brasil), Juan Vázquez (Colômbia/Estados Unidos), José Manuel Talero (Espanha), Karina Herrera Miller (Bolívia), Leandro Groppo (Brasil), Luciano Silva (Brasil), Marcelo Serpa (Brasil), Matías Ponce (Uruguai/Chile), Máximo Reina (Argentina), Malena Mota (Brasil), Myrian Del Vecchio (Brasil), Paulo de Tarso Riccardi (Brasil), Pedro Fernandez (Brasil), Raúl Echivera (Chile), Ricardo Amado (Venezuela/Estados Unidos), Ricardo Philippi (Brasil), Richard Liza (Peru), Sofía Sosa (México), Tânia Mandarin (Brasil), Thea Tavares

(Brasil), Vagner Dalbosco (Brasil), Vitor Albano (Brasil), Waleiska Fernandes (Brasil) e Yasmin Gatto (Brasil).

A Carlos Gutiérrez, Edgar Esquivel e James Deflet, pelas contribuições.

Muito obrigada a todos e a todas. Este livro também foi escrito por vocês.

Sumário

A fundamental e necessária pesquisa sobre o universo feminino na comunicação política / 13

Gil Castillo

Introdução à versão brasileira / 17

Capítulo I

Ser mulher na política latino-americana / 23

QUESTÕES DE GÊNERO / 38

A PARTICIPAÇÃO FEMININA NA POLÍTICA LATINO-AMERICANA / 44

COTAS / 56

IMPULSO E DECISÃO / 67

Influência familiar ou escolar / 67

Militância nas bases dos partidos, sindicatos ou movimentos sociais / 69

Experiência profissional / 71

RESUMINDO / 73

Capítulo 2

Campanhas eleitorais para mulheres / 75

PESQUISAS / 78

A MENSAGEM E O DISCURSO / 82

O DISCURSO LINGUÍSTICO / 95

CAMPANHA DE TERRA / 99

CAMPANHA EM RÁDIO E TELEVISÃO / 102

CAMPANHA NOS MEIOS DIGITAIS / 108

RESUMINDO / 111

Capítulo 3

Mulheres candidatas: Perfis ideais? / 113

O UNIVERSO FEMININO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS / 114

OS PERFIS DAS CANDIDATAS / 120

Tipologia – A Guerreira / 122

Tipologia – A Maternal / 134

Tipologia – A Profissional / 148

RESUMINDO / 163

Capítulo 4

Dicas para candidatas e consultores / 165

A RESPEITO DO FAZER POLÍTICA / 167

SOBRE A PESQUISA ELEITORAL / 169

A MENSAGEM / 171

SOBRE TEMAS DE CAMPANHA / 175

ORATÓRIA E *MEDIA TRAINING* / 179

SOBRE ESTÉTICA E FOTOGRAFIA / 181

A ROTINA DE CAMPANHA / 183

CAMPANHA CORPO A CORPO, RÁDIO TELEVISIVA E NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS / 186

SOBRE O ÂNIMO. PALAVRAS DE MULHER PARA MULHER / 188

Considerações finais / 195

Referências / 205

Glossário / 213

Currículos dos entrevistados / 215

CONSULTORES / 215

MULHERES NA POLÍTICA / 222

A fundamental e necessária pesquisa sobre o universo feminino na comunicação política

Gil Castillo

Consultora política e Chairwoman da Alacop –
Associação Latino-Americana de Consultores Políticos

Em 2015 tive o privilégio de prefaciar a obra *Campañas electorales para mujeres: retos y tendencias*, de Luciana Panke, que foi o ponto de partida para esta versão em português. Na versão brasileira, com mais estudos de casos, o texto ganhou novos contornos, mantendo a mesma importância e atualidade, vindo à luz num momento crucial para a história do país, em meio a uma crise política e institucional, permeada por eleições municipais, o que torna a leitura deste trabalho ainda mais indispensável.

Assim como na primeira versão, este trabalho me chamou atenção por ser uma investigação completa do universo feminino na atuação política, especialmente nas campanhas eleitorais, a partir de um olhar sensível, profissional, científico e abrangente.

A abordagem das questões de gênero, além de complexa, muitas vezes é feita de forma parcial. E quando se trata de avaliar o papel das mulheres como agentes da construção política, competindo na arena eleitoral pelos mesmos espaços que os homens, que critérios devem ser utilizados?

Este é o lugar onde *Campanhas eleitorais para as mulheres* se torna um desses textos especiais, leitura obrigatória para todos os que trabalham ou pesquisam as questões políticas e eleitorais. Primeiro, a autora mergulha no mundo das campanhas de mulheres na América Latina, através da análise de 21 casos de campanhas para eleições

presidenciais, em 11 países diferentes desde o ano de 2010. Além disso, entrevistou consultores políticos – homens e mulheres – de 15 países, mulheres com carreiras políticas em 13 países da América Latina, especialmente no Brasil, e investigou os principais autores, referências no estudo das questões sociais e de gênero, com um alto nível bibliográfico. A autora ainda nos enriquece com relatos de suas próprias experiências, seja como pesquisadora, seja como profissional com atuação em processos de comunicação eleitoral e política.

Com todo esse rico material, Luciana Panke acredita que *“a pesquisa indica maneiras de promover a reflexão sobre estratégias para as campanhas eleitorais para as mulheres e os papéis de gênero na sociedade latino-americana”*. Desta forma, através de um contexto baseado no mundo feminino, especialmente na participação política e partidária, analisa em profundidade a questão das campanhas eleitorais e desenvolve uma excelente proposta de classificação de arquétipos femininos – o mais completo que tive a oportunidade de ler – para ser usado em campanhas, terminando com uma coletânea de conselhos para as mulheres políticas e para profissionais que trabalham em campanhas eleitorais de mulheres. Todos estes aspectos fazem deste livro uma referência bibliográfica que transcende a área de estudos acadêmicos, tornando-se um verdadeiro manual para compreender as mulheres como peças-chave na política de hoje.

Em todos os anos em que venho trabalhando na área de consultoria política, tive a oportunidade de assessorar homens e mulheres candidatas, em diferentes lugares e situações sociais. Em muitos casos, com grande alegria, tenho observado em ambos os gêneros propostas muito concretas para a inclusão e aperfeiçoamento humano, infelizmente, nem sempre tratadas com o mesmo peso, dependendo de quem as apresenta, o que me faz refletir ainda mais sobre as questões levantadas neste livro: *“Será que vamos viver por muito tempo em uma sociedade onde a questão de gênero seja mais importante do que as propostas reais para a vida das pessoas?”*

Por tudo isso, compreendo que Luciana Panke nos dá uma obra especialmente sensível, primeiro pela coragem de tratar de

maneira profunda um tema que reúne não só as questões de gênero e a política, mas as suas implicações nas disputas eleitorais, através da construção detalhada de uma pesquisa urgente no momento atual.

Uma imensa honra poder recomendar esta leitura, que vale cada minuto e cada capítulo.

Introdução à versão brasileira

Muito se fala que vivemos em uma sociedade em rede, uma sociedade na qual a informação é um dos bens mais valorizados. Este livro é um exemplo do que é uma rede. Mulheres e homens interessados em debater a questão da presença feminina na política se uniram para fazer isto possível. Emprestaram suas vozes, suas experiências, não para chegar a uma resposta conclusiva, mas para evidenciar questões que muitas vezes se escondem por trás da “naturalidade” das coisas.

Quando estamos em uma situação na qual existe discriminação por raça, gênero, credo, crenças, o melhor que podemos fazer é não nos omitir e semear a tolerância. Há várias formas de fazer isso. A que escolhi foi a academia, estudando e atuando politicamente. Quando me vi fora da minha zona de conforto, ao morar sozinha fora do país a trabalho durante um ano, pude perceber esquemas ideológicos nos quais estava imbricada. Até então, não havia me conscientizado com tamanha clareza do que era ser uma mulher intelectual e independente na sociedade em que vivemos.

De certa maneira, me sinto como a porta-voz das muitas mulheres com quem tive a oportunidade de entrevistar para este livro e para tantas outras que assistem a minhas palestras e depois conversam sobre suas experiências. Ainda que por questão de espaço não possa compartilhar tudo que recebi, acredito que este livro une estas vozes. Essas mulheres extraordinárias compartilharam suas realidades, seus medos, seus desejos. Realizamos um exercício de sororidade, unindo-nos em conversas que aliaram, na maioria das vezes, a partilha de saberes, anseios e sugestões. Sororidade é um dos conceitos que defendo como fundamentais para que se alcance a visibilidade e o respeito em várias áreas, entre elas a política. Exercer a sororidade

é, como mulher, respeitar, apoiar outras mulheres, evitando repetir discursos machistas e destrutivos.

Da mesma maneira, acredito que não devemos fomentar disputas que nos afastem dos caminhos já conquistados. Fazemos um trabalho de “formiguinhas”, cada uma trazendo sua contribuição para o reconhecimento feminino. Embora tenhamos que, muitas vezes nos impor para sermos respeitadas, acredito que devemos formar equipes com os homens. É uma via de mão dupla. Assim, fui presenteada com o conhecimento de vários consultores e procurei enfatizar a fala de consultoras em campanhas eleitorais. Nos bastidores, os desafios se repetem, quando vemos coordenações de campanhas realizadas por homens em sua maioria, eventos onde os protagonistas são homens (às vezes sequer convidam mulheres para palestrar) e o assédio moral ou sexual vivido com mais ou menos frequência pelas entrevistadas. Portanto, é necessário fortalecer a sororidade, sem armar conflitos desnecessários. Pelo contrário, é preciso construir redes.

O livro é resultado da minha pesquisa pós-doutoral, que a princípio, realizaria um estudo comparativo entre os *spots* eleitorais dos três países com os maiores PIBs da América Latina: Argentina, Brasil e México, este último que me recebeu para os estudos. Nas campanhas eleitorais analisadas, duas mulheres venceram: Cristina Kirchner e Dilma Rousseff. No México, Josefina Vázquez Mota, ainda que não tenha vencido, recebeu uma votação inédita para uma candidata no país. Observando o material coletado, percebi que havia semelhanças nos vídeos analisados: vários estereótipos femininos estavam nas três campanhas.

Assim, fiquei curiosa e ampliei o foco: dediquei-me a investigar os *spots* de todas as campanhas eleitorais presidenciais na América Latina na última década. Com a análise de 21 campanhas de 11 países, cheguei a seis estereótipos predominantes, levando em conta as mulheres que apareciam nos vídeos, tanto candidatas quanto personagens e figurantes. Os estereótipos encontrados foram: dona de casa, mãe, trabalhadora, cuidadora/sensível, subordinada e guerreira. A partir deles e cruzando com as entrevistas, tracei as três tipologias

das campanhas eleitorais para mulheres: a guerreira, a maternal e a profissional.

Com o tempo, a pesquisa ganhou outra dimensão. Dei-me conta de que apenas a observação dos *spots* não me daria as respostas que estava procurando. E o que buscava? A resposta é simples e complexa ao mesmo tempo: compreender as dificuldades e os desejos das mulheres que estão na política, das que tentavam entrar e avaliar a percepção sobre os dados já encontrados. Assim, senti que me urgia falar com elas e comecei a fazer contatos.

Em um evento no Senado mexicano, encontrei o consultor Iván Gamboa, que me perguntou se eu gostaria de entrevistar sua irmã, deputada federal. Depois de uma conversa inspiradora com a deputada Lisbeth Gamboa, procurei sistematicamente outras mulheres políticas da América Latina para a realização de entrevistas em profundidade, não apenas nos três países iniciais e nem dos *spots* analisados, mas procurando chegar ao maior número de países. As redes foram se formando e, assim, tive a oportunidade de conversar com políticas de 13 países, a maioria dos países latinos.

Embora o foco da pesquisa seja a América Latina, a convite da senadora mexicana Diva Gastélum, tive a oportunidade de acompanhar a reunião anual da Internacional Socialista de Mulheres, realizada em 2014, na Cidade do México. No evento, escutei relatos sobre realidades muito semelhantes e, ao mesmo tempo, muito distintas, de mulheres de todo o mundo: desde as que estão tentando sair da zona de refugiados no Sahara Ocidental até mulheres que trabalham para a capacitação profissional, a fim de empoderar e deixar outras mulheres independentes economicamente. Tudo isso, de certa maneira, pode se resumir como a procura pelo empoderamento feminino, seja na parte política, social, econômica, pessoal. Empoderar-se significa ser integral, ser respeitada e vista como um ser humano capaz de tomar suas próprias decisões. E, de maneira nenhuma significa um antônimo para “amada”. Em Curitiba, em 2016, um dos candidatos à prefeitura causou polêmica dizendo que mulheres deviam ser amadas, não empoderadas, revelando preconceito e fomentando, de certa maneira, o sexismo

nas eleições. O que tenho certeza é que, como eu, todas podem ser amadas e empoderadas. Aqui está a principal razão de ser deste livro: dar voz às mulheres, dar vida à sororidade.

Paralelamente aos encontros com as mulheres, comecei a entrevistar profissionais de campanhas de diversas nacionalidades com o objetivo de encontrar respostas para as questões: existe diferença em uma campanha eleitoral para candidaturas femininas ou masculinas? Quais, como e por que estas supostas diferenças afetariam uma campanha eleitoral? As respostas variaram, conforme descrevo ao longo do livro, oferecendo, também um apanhado geral sobre planejamento de comunicação eleitoral.

A metodologia adotada reuniu pesquisa bibliográfica sobre questões de gênero, eleições e comunicação política, unida à minha experiência profissional, análise audiovisual e entrevistas em profundidade. Deste modo, se configurou uma pirâmide na pesquisa: entrevistas com as mulheres, entrevistas com profissionais da comunicação e análise das campanhas audiovisuais.

Dos 20 países da América Latina, 14 estão representados nas entrevistas, somando as de políticas e as de profissionais da comunicação, e os 11 que tiveram campanhas presidenciais femininas na última década também estão contemplados. Deste modo, tive a oportunidade de conversar com consultores e consultoras de 13 países (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, México, Paraguai, Peru, Porto Rico, Uruguai e Venezuela) somando 16 horas e 6 minutos. As entrevistas com mulheres políticas de 13 países (Argentina, Bélgica, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana e Venezuela) somam 27 horas e 10 minutos, mais a análise de 8 horas de vídeos eleitorais de 21 campanhas de 11 países latinos (Argentina 2011, Brasil 2010 e 2014, Colômbia 2010 e 2014, Costa Rica 2010, Chile 2005 e 2013, Guatemala 2011, Honduras 2013, México 2006 e 2012, Panamá 2009, Peru 2011, Venezuela 2011 primárias). Faço questão de enfatizar que não houve seleção por partido ou por ideologia, tampouco por raça,

idade ou credo. As vozes de várias correntes estão conversando nas seguintes páginas.

Para a versão em português somaram-se mais entrevistas com brasileiras, totalizando 58 políticas. Também foram ampliadas as entrevistas com consultores, focando na fala de mulheres profissionais da comunicação política. Com isso, são 35 profissionais compartilhando suas experiências na área. Todas as 93 entrevistas estão gravadas em áudio e transcritas. A forma de realização deu-se, na maioria, pessoalmente, e outras por meio de videoconferência.

As três tipologias das candidaturas femininas que trago aqui: a guerreira, a maternal e a profissional, são inéditas na área. Até hoje os estudos na área de comunicação política e eleitoral focaram apenas em estabelecer “imagens ideais” dos candidatos homens, apesar do sufrágio feminino ter-se iniciado há quase um século em vários países. Aqui, como mulher e, especialmente, analisando e ouvindo as mulheres, pude sistematizar as imagens das candidatas na América Latina.

Estamos vivendo uma presença real ou simbólica das mulheres na política? Como fazer uma campanha eleitoral para mulheres? Quais os desafios que elas enfrentam? O principal objetivo aqui é ampliar o panorama para pesquisadores, profissionais de comunicação política e mulheres, não com a pretensão de esgotar o tema, mas sim de ampliar o debate oferecendo um estudo substancioso. O livro está organizado em quatro partes. Na primeira, gênero e eleições, onde abordo sobre o universo feminino, política partidária, cotas e participação. Na segunda, levanto questões centrais sobre campanhas eleitorais, questionando se há ou não uma maneira de fazer campanhas para mulheres. Depois, apresento as tipologias em campanhas femininas e, por último, reúno dicas de consultores e políticas a outras mulheres e consultores que gostariam de ingressar neste meio.

Estudos bibliográficos, experiências profissionais e entrevistas se misturam para configurar o livro que apresento. No final, quem me acompanha encontrará também uma parte com os currículos e contatos dos que emprestaram voz para que estas páginas pudessem

ser escritas. Tomara que consigamos levantar ideias para entender os desafios e as tendências de campanhas eleitorais para mulheres.

Boa leitura!