

# ENQUADRAMENTOS DE GÊNERO NAS NARRATIVAS DA IMPRENSA SOBRE AS MULHERES POLÍTICAS

## GENDER FRAMING IN MEDIA NARRATIVES ABOUT WOMEN IN POLITICS

Fernanda ARGOLO<sup>1</sup>

Universidade Federal da Bahia | Brasil

### Resumo

Este artigo debate a formação de enquadramentos estereotipados de gênero na cobertura da imprensa nacional e internacional sobre as mulheres políticas. Para tal convoca-se um conjunto epistemológico que rompe o método cartesiano e considera os postulados adotados na pesquisa de orientação feminista, tendo o jornalismo como base da análise. O texto origina-se dos resultados de investigação realizada em nível de doutorado que avalia as narrativas da mídia brasileira durante a crise do segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff, com foco nos enquadramentos de gênero utilizados na cobertura da imprensa. Os resultados demonstram que a imprensa, de modo global, ainda está presa a modelos de representação simbólica que reforçam papéis 'tradicionais' de homens e mulheres, e de modo mais grave tem atuado para desqualificar a liderança feminina.

### Palavras-chave

Jornalismo; Gênero; Mulheres na política; Liderança feminina, Enquadramentos.

### Abstract

This paper debates the gendered frames in the national and international press coverage of women in politics. It considers an epistemological frame that breaks the Cartesian method, and it adopts the feminist postulates, assuming journalism as the object of analysis. The text stems from the results of a doctoral level research that evaluates the narratives of the Brazilian media during the crisis of President Dilma Rousseff's second term, focusing on the gender frames used in press coverage. The results demonstrate that the press, globally, is still tied to models of symbolic representation that reinforce "traditional" roles of men and women, and more seriously has acted to depreciate female leadership.

### Keywords

Journalism; Gender; Women in politics; Feminine leadership, Framing.

RECEBIDO EM 21 DE AGOSTO DE 2019  
ACEITO EM 05 DE OUTUBRO DE 2019

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutora em Cultura e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (IHAC-UFBA). Mestre em Cultura e Sociedade pelo Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (UFBA, 2014). Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Bahia. Contato: nandaargolo@gmail.com.



## Introdução

**E**ste artigo resgata o debate sobre o papel do jornalismo na representação simbólica das mulheres, observando de que modo a cobertura da imprensa tem produzido enquadramentos de gênero para representar a atuação das mulheres no espaço político. O texto origina-se dos resultados de investigação realizada em nível de doutorado que avalia as narrativas da mídia brasileira durante a crise do segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff, com foco nos enquadramentos de gênero utilizados na cobertura da imprensa.

A mídia é entendida como elemento central para essa análise pelo seu já reconhecido papel estruturador dos eventos e das carreiras políticas na modernidade (CHAMPAGNE, 1998; SODRÉ, 2010). O jornalismo, nesse sentido, requer atenção privilegiada por ser um discurso legitimado socialmente; e a imprensa, por se apresentar como o “cão de guarda da sociedade”. Longe da imparcialidade reivindicada pelos jornalistas, a produção da notícia, desde a escolha da pauta até o enquadramento noticioso, é revestida de inúmeros posicionamentos de natureza ideológica sobre os fatos e os personagens envolvidos.

A pesquisa, nesse sentido, leva em consideração o poder de reorganização simbólica da mídia, de sua potencialidade para produzir novas representações sociais sobre as mulheres, assim como de sua capacidade para reproduzir estereótipos e simbologias que atuam pela manutenção de papéis sociais tradicionais de homens e mulheres.

A literatura especializada ao redor do mundo tem evidenciado o caráter sexista dos conteúdos da mídia em relação às lideranças políticas femininas. Uma série de enquadramentos estereotipados fundamentados em papéis de gênero foi evidenciada nessas investigações, como a associação de mérito aos padrinhos políticos homens, cristalizado no enquadramento “criador e criatura”, ou, ainda, às remissões à aparência e às relações familiares e de natureza privada. No caso brasileiro da presidenta Dilma

Rousseff, veremos mais adiante, consolidou-se, para além dos enquadramentos mais comuns, o enquadramento da inabilidade política e da ausência de liderança, da mulher “fora de lugar”. Sugere-se, portanto, que a mídia reproduz os elementos de senso comum partilhados na cultura machista e patriarcal, sem ressignificar de modo mais ativo as simbologias sobre o papel social da mulher.

Nesse sentido, é necessário aprofundar os estudos sobre as relações de gênero na perspectiva da representação simbólica engendrada pela mídia, e os impactos dessa representação para a reconfiguração dos papéis sociais de homens e mulheres.

Para organizar a narrativa, a primeira seção apresenta de que modo o jornalismo tem sido utilizado como base para pesquisas feministas. Na sequência, um panorama dos estudos sobre as mulheres políticas na cobertura da imprensa, e, por fim, os enquadramentos de gênero das revistas semanais brasileiras sobre a presidenta Dilma Rousseff.

## **O Jornalismo como base de uma investigação feminista**

Pesquisas de caráter eminentemente feminista acionam um conjunto epistemológico que rompe o padrão cartesiano e a suposta neutralidade defendida pelo método positivista.

Conforme Narvaz e Koller (2006), não há como dissociar teoria e método e advogar uma neutralidade científica, visto que a escolha do paradigma de pesquisa implica assumir um conjunto político ideológico que trará impactos à condução da investigação, assim como resultará em evidências específicas para o objeto estudado.

Nesse sentido, a pesquisa feminista convoca um novo olhar sobre as questões sociais, deslocando o foco para problemas e discussões que foram negligenciados e sublimados pelo paradigma universalista, de matriz androcêntrica, para constituir um novo arcabouço científico que reconhece

como legítimas as questões e produções das mulheres e que, fundamentalmente, atua em prol de mudanças sociais (JAGGAR; BORDO, 1997; HARDING, 1991; RAGO, 1998).

Ao eleger a representação simbólica de mulheres políticas e os eventuais efeitos materiais dessa representação, o jornalismo emerge como um dos eixos centrais para esse tipo de análise, considerado que a partir de sua propalada imparcialidade e de sua suposta função de vigilante da máquina pública, a atividade reveste-se de uma aura de irrefutabilidade e torna-se o orientador da moral social, ratificando valores e condutas.

O mito da imparcialidade jornalística utilizado para dar confiabilidade à prática profissional oblitera a carga ideológica em que são produzidas as narrativas. A neutralidade é uma impossibilidade nesses discursos, uma vez que toda a rotina produtiva é permeada por ações de construção de sentidos, iniciada pela seleção da pauta, dos atores identificados para compor as reportagens, até à publicação. Retomamos, nesse sentido, a constatação de Orlandi (2002, p. 9) sobre o universo de produção simbólica: “não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos. A entrada no simbólico é irremediável e permanente: estamos comprometidos com os sentidos e com o político”.

Deste modo, cada vez mais os estudos feministas têm utilizado os produtos da imprensa para compreender avanços e retrocessos da caminhada das mulheres pelo espaço público, em especial a partir de estudos de agendamento dos temas pela mídia, *agenda setting*, e dos enquadramentos na cobertura.

O conceito de enquadramento ganhou visibilidade a partir da obra de Erving Goffman, *Frame analysis: an essay on the organizational experience*, originalmente proposto por Gregory Bateson (1954) em estudos sobre interação no campo da psicologia. Bateson avaliou como as interações se desenvolvem a partir de quadros de sentido que moldam os comportamentos dos atores envolvidos. O autor propôs uma distinção dentro da comunicação

verbal em três níveis: o denotativo, referente ao conteúdo da mensagem; o metalinguístico, que informa como a mensagem pode ressignificar a linguagem; e o nível metacomunicativo, em que o assunto do discurso é definido pela relação entre os falantes.

A partir dessa premissa, Goffman trabalha o conceito na perspectiva das ciências sociais, aplicando-o à análise de interações sociais. *Frame* é definido pelo autor como princípios de organização que governam eventos sociais e nossa interação subjetiva nesses eventos (GOFFMAN, 1986, p. 10-11). Desse modo, os enquadramentos podem ser compreendidos como marcos interpretativos que organizam nossa compreensão sobre os eventos e situações sociais.

A socióloga Gaye Tuchman é a primeira autora que trabalha o conceito de enquadramento no campo da comunicação social. Tuchman reconhece a notícia como uma “ação negociada”, estruturada em torno do enquadramento consolidado pelas escolhas do que noticiar, como, quando e com que fontes. A autora argumenta que notícias são “um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea” (TUCHMAN, 1978, p. 215).

Tuchman (1978) foi também a primeira autora a trabalhar o enquadramento considerando a categoria gênero como ponto da análise. No artigo “The symbolic annihilation of women by the mass media”, a autora discute o apagamento das mulheres nos conteúdos da mídia americana, em especial a televisão, e como as mulheres, quando são representadas, aparecem como vítimas ou consumidoras e, acima de tudo, nos tradicionais papéis de mãe, dona de casa ou religiosas.

Desde então, há um crescente esforço teórico para definir o escopo do conceito de enquadramento dentro do campo da comunicação, bem como apontar caminhos metodológicos de análise desses enquadramentos.

O grupo de pesquisadores encabeçado por William Gamson construiu uma importante tradição em estudos de enquadramento. O grupo, que analisou o discurso da mídia sobre diferentes temas como políticas de assistência social e ação afirmativa, defende que o tema político tem uma cultura, um discurso que se modifica no decorrer do tempo e que carrega interpretações e significados sobre fatos relevantes. Eles trabalham com a perspectiva de “pacotes interpretativos” que competem entre si (PORTO, 2002, p. 6).

No centro de cada pacote está o enquadramento, definido como ‘uma idéia central organizadora’ que atribui significados específicos aos eventos, tecendo uma conexão entre eles e definindo o caráter das controvérsias políticas [...]. De acordo com esta perspectiva, os temas políticos são caracterizados por uma disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer. Para analisar os enquadramentos da mídia, os autores propõem o método da ‘matriz de assinatura’ (signature matrix). Esta matriz inclui as práticas de enquadramento que caracterizam cada ‘pacote interpretativo’, tais como as metáforas, slogans e imagens presentes nos discursos dos diversos agentes (PORTO, 2002, p. 6).

Cantrell e Bachmann (2008) avaliam que, apesar das críticas ao conceito de enquadramento, considerado um paradigma fraturado pela falta de coesão metodológica (ENTMAN, 1993, p. 55-56), é um elemento de análise único para auxiliar o pesquisador a dar sentidos às notícias, em particular na aplicação de estudos culturais. Nesse sentido, autores dos estudos feministas têm empregado esse conceito para avaliar a presença de enquadramentos estereotipados de gênero.

Como destaca Ferguson (2004) quando a compreensão dos efeitos da mídia é contextualizada em sua dinâmica sócio-histórica, as questões de poder e ideologia são extremamente úteis para se explorar as inter-relações entre informação e poder (KELLNER; SHARE, 2008).

Assim, diferentes pesquisas têm identificado a formação de padrões de enquadramento da cobertura da mídia sobre as mulheres políticas. A maior parte dos estudos, no entanto, está concentrada em períodos eleitorais. Assim, há uma lacuna de estudos de enquadramento acerca de

governos de mulheres. Se os enquadramentos estereotipados que acompanham as candidatas ao longo da corrida eleitoral já estão melhor identificados, poucos ainda são os estudos que analisam a percepção e a repercussão das lideranças das mulheres nos meios de comunicação.

## Mulheres políticas e a cobertura de gênero

Em estudo que avaliou a cobertura eleitoral na Grã-Bretanha em 2010, Ross, Evans e Harrison (2013) observaram que as candidatas, quando apareciam, estavam em pautas que destacavam sua condição de mulher.

“Quando as mulheres figuravam como notícia, muitas vezes eram histórias sobre mulheres especificamente, de modo que seu sexo era o mais interessante sobre elas, em vez de sua experiência potencial ou anterior como atores políticos sérios” (ROSS; EVANS; HARRISON, 2013, p. 18, tradução nossa).

Neste ponto, retomo o trabalho de Kathleen Hall Jamieson (1995) sobre o fenômeno do *double bind*. A autora esclarece que a tendência psicológica humana diante de situações ou comportamento complexos é dividir e dicotomizar os elementos. Por isso, operamos na lógica bom ou ruim, verdadeiro ou falso, forte ou fraco. O problema, conforme Jamieson, é quando essa mesma lógica é empregada para determinar as escolhas possíveis às mulheres e polarizá-las como elementos excludentes, na dinâmica “ou um ou outro”. Essa dinâmica, diz a autora, é aplicada para representar a atuação das mulheres no espaço político, com a diferença que, no caso delas, nenhuma escolha é boa ou má: são sempre escolhas erradas. Porque o fato de elas se aventurarem no espaço político é, por si, uma disfunção. As mulheres políticas, portanto, estão sempre entre duas escolhas, e nenhuma delas é a correta. A autora cataloga os cinco tipos mais frequentes de *double binds* que afetam a representação simbólica das mulheres na política:

1. útero ou cérebro;
2. silêncio ou vergonha;

3. a mesma coisa ou diferença;
4. feminilidade ou competência; e
5. idade ou invisibilidade.

O primeiro *bind* refere-se ao simbolismo da mulher como um ser emocional, e não racional. A mulher está identificada com as sensações do corpo, sua predisposição a maternidade e as emoções. Neste sentido há uma cobrança entre o sucesso na carreira e o cumprimento do papel social de esposa e mãe. Aquelas que decidem se dedicar apenas a carreira, sem estabelecer relacionamentos conjugais são representadas como desviantes, com questionamentos a sua feminilidade e opções sexuais. Já as que dividem o tempo entre a maternidade e a carreira são frequentemente cobradas de sua atuação no espaço privado, de sua 'falta' de dedicação aos filhos e maridos. A autora relembra episódios da carreira de Hillary Clinton em que eram explícitos os questionamentos sobre sua relação conjugal e com a filha, com avaliações negativas sobre o fato dela se dedicar mais a carreira pública do que ao lar (JAMIESON 1995, p.22-52).

Referente ao segundo *bind*, Jamieson destaca como o silêncio faz parte de uma marca cultural do comportamento considerado adequado para uma mulher. A literatura e os escritos religiosos evidenciam que o silêncio público é uma das condições necessárias para a virtude de uma mulher (BEARD, 2018). Nesse sentido as mulheres em geral não são encorajadas para a fala em público. Muitas mulheres costumam expressar dificuldades em se expressar publicamente e mais do que isso capturar a atenção da audiência (JAMIESON, 1995, p.82). O discurso feminino é frequentemente depreciado, e como exemplifica a autora não faltam adjetivos desqualificadores para as mulheres que expõem as ideias em público: mandona, irritante, fraca, irracional, agressiva. Conforme Jamieson existe uma tendência histórica em classificar as mulheres por seus discursos como heréticas, putas, bruxas e histéricas. Aciona-se uma dinâmica de silêncio e submissão cuja pena é a vergonha pública. A fala feminina considerada

muito pessoal e emotiva está em desacordo com o discurso público, dominado pela 'racionalidade' masculina.

O *bind* diferença em termos de atuação política refere-se ao debate sobre a crença de uma atuação pública das mulheres diferenciada, mas ainda calcada em crenças essencialistas sobre o caráter feminino. Em outro polo a autora destaca a caracterização mutuamente excludente entre feminilidade e competência. Esse *bind* segundo a autora (1995, p.120-121) está conectado aos outros três já enunciados, e se expressa claramente pela sentença "muito isso, pouco aquilo". "Muito feminina, pouco assertiva" ou "Muito assertiva pouco feminina".

O debate que se apresenta ao chegarmos nesse *bind* evidencia o fato de a mulher ser identificada como o outro, fora da norma que se expressa pelo masculino. Como destacou Beauvoir (1989, p. 701-702) o cerne do debate sobre as mulheres está no fato delas serem avaliadas sempre em comparação com o homem. Ele como o modelo e ela como o outro. Seu modo de ser e agir não é considerado como distinto e legítimo. É um comportamento que está sempre sendo avaliado em oposição ao comportamento masculino, a mulher nunca é referência de si mesma. A propósito, Jamieson (1995, p.176) destaca que o sucesso de uma mulher é frequentemente representado na mídia como produto da negligência dos outros concorrentes, e não como resultado de sua competência. Outra marca, que podemos acrescentar ao que foi destacado pela autora, é a tendência da mídia a retratá-las como criação de outros homens. Nesse sentido elas perdem todos os créditos pelas vitórias alcançadas.

O último *bind* destacado por Jamieson refere-se a questões etárias. As histórias clássicas nos contam sobre a autoridade dos anciãos nas sociedades e democracias antigas, e para o imaginário coletivo um Senado composto por homens com idade avançada não gera nenhum desconforto ou estranhamento. Essa lógica não se aplica às mulheres. Jamieson avalia que o

corpo é uma marca simbólica central na constituição social das mulheres. A avaliação de que com a idade a mulher perde seus atrativos físicos, sua sensualidade e sua capacidade reprodutiva rebate em seu desempenho na carreira. A cobertura da aparência física das mulheres é comprovadamente maior do que a dos homens, e o que se verifica é uma representação depreciativa das mulheres mais velhas.

Os *double binds* categorizados por Jamieson foram comprovados por diversas autoras – como Campus (2013) e Murray (2010) – que analisaram os principais estereótipos associados às mulheres políticas e o enquadramento da mídia em coberturas de campanhas de mulheres políticas ao Executivo. Murray (2010) organizou um livro com nove experiências globais da cobertura durante campanhas eleitorais de mulheres candidatas a presidentas e primeiras ministras: Angela Merkel, Ségolène Royal, Michelle Bachelet, Cristina Kirchner, Irene Saez, Hillary Clinton, Sarah Palin, Ellen Johnson Sirleaf e Helen Clark. Murray aponta que o conjunto de experiências globais pesquisado revelou uma repetição de enquadramentos utilizados pela mídia para cobrir as candidatas mulheres, agrupados e intitulados pela autora como *gendered news frames*.

Conforme Murray, há uma tendência para o reforço de estereótipos tradicionais na cobertura da mídia, fundamentados em expectativas de gênero, ainda que os candidatos tentem se afastar desses estereótipos. Durante as campanhas eleitorais, foi verificado ainda que o número de matérias sobre as candidatas foi menor do que dos adversários homens. Finalmente, a autora destaca os principais enquadramentos associados às candidatas mulheres: foco excessivo na aparência; uso abusivo e informal do primeiro nome da candidata em contrapartida ao dos candidatos; ênfase na “novidade”; maior cobertura de suas relações familiares; e enquadramento das mulheres como mais emocionais e irracionais do que os homens (MURRAY, 2010, p. 11-12). Ou seja, há uma repetição de alguns dos traços já apontados por Jamieson e tratados acima. No entanto, há dois pontos da

pesquisa de Murray que merecem um detalhamento: a fixação na aparência e o tratamento informal pelo primeiro nome.

O deslocamento do foco político para o da aparência física é recorrente nas pesquisas sobre a cobertura da mídia sobre as mulheres, dado que reforça o argumento de que o corpo ainda é um elemento-chave de interpretação sobre o feminino. Campus (2013, p. 83) destaca como o *outfit* se tornou uma pauta comum quando se fala de mulher política, mesmo em países progressistas como a Noruega. Tornaram-se comuns as pautas que versam sobre os estilistas preferidos das líderes políticas, destaca as autoras, apontando-as como embaixadoras da marca. Helle Thorning-Schmidt, líder do partido Social Democrata dinamarquês e a primeira mulher a ocupar o cargo de primeira ministra, em 2011, por seu guarda-roupa, ganhou o apelido de “Gucci Helle” na mídia local (BBC, 2015).

Outro destaque da pesquisa realizada por Murray, além das questões de aparência, refere-se à informalidade no tratamento empregado às mulheres políticas, com uso corriqueiro do primeiro nome nas matérias jornalísticas e adotados nas campanhas eleitorais, enquanto, de modo geral, os homens são referidos pelo sobrenome.

Falk (2010, p. 62-63) argumenta ainda que as mulheres são menos referenciadas pelos cargos oficiais, como senadora e deputada, do que os homens. No caso das mulheres que possuem relações conjugais com políticos reconhecidos, como Hillary Clinton e Cristina Fernández de Kirchner, o uso do primeiro nome é ainda mais forte. Elas ainda são conectadas com o enquadramento “esposa de”. Os pesquisadores apontam como negativa essa característica da cobertura, visto que, mais uma vez, as mulheres são enquadradas em outro tipo de relação com o espaço político que não o dos seus colegas homens, e de certo modo faz-se uma construção de intimidade que, no imaginário coletivo, denota mais proximidade e menos autoridade.

Desse modo, Falk conclui sobre a importância das análises de gênero nos produtos da mídia:

Os estudos que eu mencionei demonstram a importância sobre o que a mídia escreve, como ela escreve e a linguagem que utiliza. É importante porque quando a imprensa escreve menos sobre as mulheres candidatas, essas candidaturas parecem menos comuns, e como resultado menos mulheres aspiram os cargos executivos. É importante porque se a imprensa sempre menciona o que a mulher está vestindo, ela é vista como uma candidata menos séria. É importante porque se as mulheres são descritas por emoções, isto pode levar a falsa crença de que mulheres não são suficientemente racionais para liderar. É importante porque se as mulheres são referenciadas apenas por suas relações familiares ao invés das profissionais, podem parecer menos qualificadas ou menos dedicadas ao trabalho, e é importante porque quando as mulheres são representadas como menos viáveis do que de fato elas são, as pessoas podem acreditar nisso e não votar nelas, ou as mulheres podem acreditar nisso e não se candidatarem (FALK, 2010, p. 29).

Destaque-se que os adjetivos e críticas evidenciadas nos textos da imprensa ao redor do mundo convergem para a descrição de uma “mesma mulher”, estabelecendo deste modo um padrão. A descrição da ex-primeira ministra canadense Kim Campbell, assim como a da imprensa portuguesa sobre a ex-primeira-ministra Manuela Ferreira Leite, ou ainda da imprensa argentina sobre Cristina Kirchner e os resultados das pesquisas sobre o que se diz de Dilma Rousseff geram a sensação de que os personagens descritos são a mesma pessoa. Comportamentos muito próximos e adjetivos idênticos: “dureza”, “aspereza”, “arrogância”, “irritabilidade”, “pouco queridas pelos colegas e funcionários”, “centralizadoras”, “incompetentes” etc. Podemos inferir que há um padrão de comportamento adotado pelas mulheres no poder? Ou é um padrão de representação da mulher no poder? (ARGOLLO, 2019, p.114-115).

Vinculados ao estereótipo de severidade, surgem os apelidos que dão conta dessa “dureza”, como “Dama de Ferro”, associado a Margareth Thatcher (Inglaterra); Erna de “ferro”, a Erna Solberg (Noruega); “gerentona”, Dilma Rousseff (Brasil); e “durona” ou “Cavaco de saias”, Manuela Ferreira Leite (Portugal) (ARGOLLO, 2019, p.115).

A documentarista Jennifer Newsom revela essa abordagem desqualificadora sobre as mulheres políticas nos Estados Unidos. No documentário *Miss Representation* (2011), a partir da análise da cobertura da mídia americana e do depoimento de mulheres políticas, Newsom destaca como a imagem predominantemente depreciativa das mulheres na mídia contribui para a baixa representatividade delas em posições de liderança. Em um dos quadros comparativos, a propósito, o documentário revela que o deputado John Boehner, nas primeiras quatro semanas como presidente da Câmara de Deputados, foi capa de cinco revistas semanais nacionais, enquanto a deputada Nancy Pelosi, que assumiu a mesma função por quatro anos, nunca apareceu em uma capa dessas revistas. O documentário demonstra ainda a diferença de enquadramento, o uso de verbos diferenciados para tratar a fala de homens e mulheres, a exemplo de “os senadores declaram”, enquanto as “senadoras reclamam”. A mídia americana também insiste em destituir as mulheres políticas de mérito pessoais, sempre associando seus avanços às suas relações pessoais com homens poderosos.

Esse panorama do trabalho de diferentes autoras, a partir de diversas experiências de mulheres políticas ao redor do mundo, evidencia que a construção de inferioridade e suspeição da capacidade intelectual, bem como a indexação das mulheres ao ambiente privado, marca diferentes culturas, sejam elas de matriz ocidental ou oriental. O que denota um padrão de representação simbólica da imprensa sobre as mulheres políticas.

### **O caso brasileiro: Dilma Rousseff nas revistas semanais**

Em investigação realizada em nível de doutorado, buscou-se identificar enquadramentos de gênero durante a crise do segundo mandato da presidenta brasileira nas quatro revistas com conteúdo político de maior representatividade no Brasil, com maior tiragem e circulação: *Carta Capital*, *Época*, *Isto É* e *Veja*.

São também periódicos que privilegiam pautas sobre política como conteúdo regular e central na maioria das suas edições. Outro ponto que balizou a definição do *corpus* da pesquisa refere-se às rotinas produtivas das revistas. Diferente dos jornais diários, com prazos de apuração mais apertados, as revistas, por seu modelo de produção, podem apresentar conteúdos mais refinados, com uma apuração mais detalhada dos fatos e mais elementos visuais.

Ao total, Dilma Rousseff figurou na capa de 139 edições entre 1º de janeiro de 2015 e 31 de agosto de 2016. A revista *Isto É* foi a que mais trouxe a presidenta na capa: 56 edições. A *Carta Capital* tem o menor número, com 24 edições. O total de reportagens é superior, visto que, em muitas edições, são realizadas mais de uma reportagem referente à chamada de capa.

**Quadro 1:** Número de capas e reportagens

<b>Revista</b>	<b>Capas</b>	<b>Reportagens</b>
<i>Veja</i>	32	39
<i>Isto É</i>	56	67
<i>Época</i>	26	40
<i>Carta Capital</i>	24	40

**Fonte:** elaborada pela autora.

Dilma Rousseff está mais presente com imagem nas capas do período que antecede a primeira votação do processo de impeachment na Câmara dos Deputados. Após esse período, há uma notável ausência da imagem de Rousseff das capas, com exceção da *Carta Capital*, que investe na estratégia inversa e dá mais protagonismo à presidenta após as votações na Câmara e Senado Federal. Outro ponto a ser destacado é que Rousseff não é especialmente uma fonte das revistas. Fala-se de seu governo, de suas decisões, mas há poucas citações de autoria da presidenta. Quando Dilma

## ENQUADRAMENTOS DE GÊNERO NAS NARRATIVAS DA IMPRENSA SOBRE AS MULHERES POLÍTICAS

Rousseff aparece em discurso direto, em geral, são retirados extratos de seus pronunciamentos ou de coletivas em eventos. A única publicação que traz entrevista exclusiva com a presidenta é a *Carta Capital*, após a aprovação da abertura do processo de impeachment pela Câmara e Senado (CARTA CAPITAL, ed. 902, 19/05/2016).

Sobre o conteúdo das capas mais reportagens percebe-se que os quadros encontrados se conectam às questões e cenários já identificados pelos pesquisadores de estudos feministas, conforme apresentado acima. São poucas as remissões à aparência da presidenta; todavia, aspectos emocionais, descrições da vida privada e a recorrência ao *frame* criador e criatura são recorrentes.

**Figura 1:** A presidenta Dilma Rousseff nas capas



**Fonte:** recorte das capas: *Veja*, ed.2447/2015; *Carta Capital*, ed.860/2015; *Época*, ed.931/2016; *Isto É*, ed.2362/2015.

A análise identifica que os preconceitos de gênero estão presentes em diferentes estilos; desde narrativas mais diretas, como a da revista *Isto É*, que associa a presidenta ao símbolo da histeria, até em construções mais sutis de jogos de linguagem que desqualificam sua liderança. A comparação com outros líderes homens é expressiva, às quais eles logram o reconhecimento de detentores do saber político.

Chama a atenção a ratificação dada pelas revistas ao papel do homem como líder. Se por um lado a principal liderança do país, uma mulher, é identificada como inapta, como uma "presidente figurativa", de outro há o

constante reforço de que a salvação do país está nas mãos dos homens. Isso é reforçado em capas e narrativas que qualificam as ações masculinas no campo político. Nesse sentido, as revistas repetem títulos como “Os homens que estão mudando o Brasil”, juízes da Lava-Jato (*Época*, ed.870, 07/02/2015); “Ele salvou o ano”, referência ao juiz Sérgio Moro (*Veja*, ed.2458, 30/12/2015); “A guarda do palácio”, referência a Michel Temer, Eduardo Cunha e Renan Calheiros (*Época*, ed.892, 10/07/2015); ou ainda “Deixa o homem trabalhar”, referência ao ministro Joaquim Levy (*Época*, ed.861, 29/11/2014). A ausência de edições com capas dedicadas a mulheres políticas é um forte indicativo de que a atuação das mulheres no campo político ainda é desconsiderada no agendamento da mídia e não está fortemente institucionalizada. As parlamentares não são reconhecidas pelas publicações como agentes influentes no campo político e a voz delas é flagrantemente silenciada.

**Figura 2:** Liderança masculina valorizada



**Fonte:** recorte das capas: *Veja*, ed.2407/2015; *Isto É*, ed.2382/2015; *Época*, ed.892/2015; *Carta Capital*, ed.844/2015; *Época*, ed.870/2015; *Carta Capital*, ed.883/2016; *Época*, ed.902/2015.

Um dos enquadramentos mais fortes da cobertura é o “criador e criatura”, em que o ex-presidente Lula é reconhecido como o líder, o

padrinho, a figura central para o sucesso eleitoral de Dilma Rousseff. Em 15 das reportagens analisadas, o ex-presidente Lula é nomeado criador da carreira da presidenta Dilma Rousseff; em outras 30, a relação entre os dois também é convocada. O tema é recorrente nas revistas *Veja*, *Época* e *Isto É*, mas também aparece, ainda que de modo mais sutil, na *Carta Capital*, revista que declarou apoio durante as eleições aos governos petistas. A metáfora mais empregada para falar dessa relação é a de “criador e criatura”. A relação com Lula institui-se como marca da representação simbólica de Dilma Rousseff, do primeiro ao segundo mandato.

Embora a imprensa brasileira reforce esse simbólico, ele foi materializado nas campanhas eleitorais da própria presidenta. A propaganda eleitoral da então candidata Dilma Rousseff foi construída com a narrativa da continuidade e com a presença constante do ex-presidente Lula, ao extremo de ele afirmar em propaganda eleitoral de 2010: “Votar na Dilma é a mesma coisa que estar votando em mim” (HPEG, 07/08/2010). A estratégia de marketing retirou o protagonismo da candidata e reforçou sua condição de pupila do ex-presidente (ARGOLO, 2019). É fato que a própria presidenta, ao aceitar essa dinâmica, se colocou em situação de seguidora, e não de líder. Ao mesmo tempo, quando aparentou maior protagonismo, foi mais criticada e associada à incompetência. Percebe-se que o mérito da vitória, bem como os acertos de gestão são amplamente vinculados a Lula ou a outras figuras masculinas do núcleo duro do governo, enquanto os erros e as crises são direcionados à Rousseff. Identificou-se, no entanto, que a tematização dessa relação tem duas faces distintas: se, no primeiro mandato, Lula aparece como detentor dos méritos, no segundo, a representação desloca-se para o “pai” decepcionado com a filha, também culpado pela crise no país. As metáforas das relações familiares aparecem nesse tipo de enquadramento com a presidenta em lugar da filha que necessita da proteção e tutela do pai, simbolizado na figura do ex-presidente. Nesse sentido, a fala de Lula é usada

para apoiar a afirmação de *Época* de que Dilma Rousseff não tinha condições de conduzir o governo. É um texto emblemático para o contexto estudado, que merece o destaque e a reflexão:

Num encontro recente com os principais chefes do PMDB, o ex-Presidente petista Luiz Inácio Lula da Silva, novo líder da oposição ao governo petista de Dilma Rousseff, comparou a Presidente a uma adolescente mimada. Na analogia, Lula se apresenta no papel de pai preocupado. O petista, como é de seu hábito, sempre aparece nesse tipo de metáfora como figura sensata, arguta, sábia. Desempenha a função do pai – do bom pai. 'Ela (Dilma) faz bobagem, você senta para conversar e dizer por que aquilo foi errado. Ela concorda, claro', disse Lula. 'Mas não demora, logo no dia seguinte, ela vem e faz tudo de novo. Te chamam na delegacia para buscar a filha pelo mesmo motivo'. Todos eram homens, e riram. A culpa pelas desgraças do país não é da Geni. É de Dilma (*ÉPOCA*, ed. 890, 27/06/2015).

O texto traz diversos elementos que fazem remissão às marcas das narrativas estereotipadas a partir do gênero. A convocação do pai como a figura da autoridade, da argúcia e do melhor discernimento. A presidenta representada como uma adolescente, o ser incompleto, que ainda não está maduro para assumir determinadas responsabilidades e que repete os erros, em atitude desafiadora ao pai.

Ainda sobre a relação da presidenta com o ex-presidente Lula e demais homens do núcleo central do Governo, destaca-se a tendência da cobertura da imprensa brasileira a reforçar a estrutura do *mansplaining*, em que o homem simboliza a sabedoria e, nesse caso, é quem precisa explicar à mulher o que e como fazer. O termo em inglês, de modo genérico, refere-se a situações em que um homem explica algo a uma mulher de forma didática. Os escritos teóricos iniciais sobre o tema apontam para uma ampliação do conceito na perspectiva feminista que abarcaria também o menosprezo ao discurso feminino e a tentativa de silenciamento das mulheres (KIDD, 2018).

A qualificação mais uniforme em todas as revistas pesquisadas é a de Dilma Rousseff como alguém que não sabe fazer política. Os textos sobre a incapacidade da presidenta para atuar no campo foram repetidos à exaustão. A primeira ênfase dada é à dificuldade de diálogo da presidenta com os pares. Nesse sentido, Rousseff é classificada pelos semanários como

arrogante, centralizadora e que, em sendo inexperiente na política, não sabia dialogar com o Congresso (*VEJA*, ed.2469, 16/03/2016; *ÉPOCA*, ed.905,12/10/2015; *CARTA CAPITAL*, ed. 886, 03/02/2016; *ISTO É*, ed.2362, 11/03/2015). A segunda ênfase, no entanto, está mais circunscrita à sua capacidade de negociar, no sentido de barganha política.

Clara Araújo (2018) destaca como a mídia apaga ou critica as experiências de Dilma Rousseff na política, em um processo de constante deslegitimação. A autora indica que a atuação política privilegiada na cobertura da mídia reduz-se à participação em pleitos eleitorais, argumento utilizado para desqualificar todas as experiências da presidenta, incluso nessa lista o exercício de cargos no Executivo que têm o viés político. Araújo identifica, na perspectiva de gênero, como o argumento da inexperiência ganha outros contornos na cobertura da mídia quando se trata de personagens masculinos, os casos do governador de São Paulo João Dória e do presidente francês Emanuel Macron. A despeito de não terem vasta experiência na política, tampouco em escrutínios eleitorais, foram caracterizados como resposta “a velha política”. Nesses candidatos, reforça a autora, a inexperiência adquire a áurea de distanciamento da “velha” política e dos “velhos políticos” (ARAÚJO, 2018, p. 43). Nesse sentido, observa-se que tudo em Rousseff foi caracterizado como falta, ausência, transgressão. Ela era o “ser fora do lugar”.

Adicionalmente, há uma incoerência nos textos da imprensa brasileira que ora clamam por um novo sistema político, livre de corrupção, ora reificam a capacidade de barganhar dos políticos. Observa-se este trecho da revista *Época*: “Dilma está atada a um paradoxo. Enquanto sua fraqueza é não saber fazer política, sua virtude é a conduta oposta àquelas associadas aos políticos. Hoje, o maior capital de Dilma é a percepção da população de que ela não é corrupta”. (*ÉPOCA*, ed.913, 2015, p. 16). Vê-se que o entendimento do exercício da política está conectado a um imaginário de

práticas nem sempre éticas que, a princípio, a presidenta não participa, traço que se, por um lado, a qualifica eticamente, por outro, a destitui de características do que é ser político para a imprensa brasileira.

As narrativas também confirmam o traço apontado pela teoria feminista de uma cobertura que dá ênfase às relações familiares das mulheres públicas e sua relação com a casa. Diferentes personagens femininos presentes na cobertura são referenciados em suas dimensões privadas a partir de suas relações familiares e afetivas, desde a presidenta Dilma Rousseff à ministra do Supremo Tribunal Federal Cármen Lúcia Antunes Rocha. Foi identificado que a realização do amor romântico, materializado pelo casamento, ainda é simbolizado como elemento central da vida da mulher.

As narrativas convergem para uma representação de Rousseff como alguém que não consegue produzir parcerias e laços afetivos tanto na vida pública quanto na vida privada.

O isolamento da Presidente Dilma está também na vida privada. Sua filha, Paula, que está grávida, e seu neto, Gabriel moram em Porto Alegre. Dilma, que é divorciada, vive no Palácio da Alvorada apenas com a mãe, Dilma Jane, de 92 anos. Desde que dona Dilma adoeceu, a filha almoça todos os dias em casa quando está em Brasília. Elas estão juntas no Alvorada desde 2011[....] Os presidentes desde a redemocratização eram políticos, com amigos na política. Não é o caso de Dilma. Nos finais de semana, é comum a Presidente telefonar a ministros e auxiliares mais próximos para ter com quem conversar. Vencer o delicado momento do impeachment, para Dilma, é antes derrubar seu claustro (*ÉPOCA*, ed.913, 07/12/2015, p. 17).

Quase o mesmo texto, escrito por repórteres diferentes, é publicado em *Veja*:

Todos os presidentes da República padecem de solidão, mas é certo que Dilma é uma Presidente mais sozinha do que foram seus antecessores. No Alvorada, mora só com a mãe. Dilma Jane, de 92 anos, é assistida diariamente por três enfermeiras, locomove-se em cadeira de rodas e, por causa dos lapsos de memória, já não é capaz de fazer companhia à filha (*VEJA*, ed. 2477, 11/05/2016, p. 51).

A “solidão” da presidenta é, portanto, um tema comum às revistas, com pontos de interseção entre elas no modo de abordar o assunto. As

relações familiares e afetivas de Rousseff são problematizadas com ênfase no seu estado civil. A qualificação de personagens públicas femininas a partir da apresentação das condições familiares, especificamente sobre o estado civil, tem sido uma tendência na abordagem da mídia. A propósito Campus (2013) descreveu como a secretária de Estado americana Condoleezza Rice, solteira, era questionada em programas de auditório sobre sua disposição para um possível casamento. Ao insistir em tematizar questões sobre os relacionamentos amorosos ou familiares das mulheres políticas, a imprensa ratifica esse simbólico sobre o feminino e o amor, pontuando como falta ou incompletude, no caso das mulheres, a ausência de um companheiro ou de uma estrutura familiar tradicional.

Na análise das revistas, observa-se a presença da descrição do humor da presidenta, críticas a sua personalidade e ilações sobre sua condição psíquica. Os textos perpassam dois eixos, ambos vinculados a uma perspectiva psicológica. A primeira caracteriza a presidenta como uma mulher temperamental, mal-educada, irritadiça, grosseira, à beira da histeria. A segunda aposta na descrição de uma mulher fora da realidade, com reações distantes da normalidade, fria diante da crise. O caso mais emblemático foi a edição “As explosões nervosas da presidente”, da revista Isto É. A publicação afirma que Dilma Rousseff usa medicamentos psiquiátricos e, “segundo relatos, a mandatária está irascível, fora de si e mais agressiva do que nunca” (ISTO É, ed.2417, 06/04/2016, p. 34). A reportagem, cujo título é “Uma Presidente fora de si”, é questionável em todas as suas dimensões. O texto é construído apenas com *offs* atribuídos a “assessores palacianos”, a capa é descontextualizada e utilizam uma fotomontagem em situações e lugares absolutamente distintos para insinuar o descontrole emocional da presidenta. A foto, sabe-se, é da presidenta comemorando um gol da seleção brasileira, conforme imagem abaixo.

**Figura 3:** A fotomontagem da *Isto É*



**Fonte:** Blastingnews.

A *Isto É* usa de má fé e não explica ao leitor o contexto da fotografia. O preconceito de gênero no texto é explícito, tanto pela remissão ao mito clássico da histeria, quanto pela comparação feita entre Rousseff e a rainha Maria I, conhecida como “Maria, a louca”. Adicionalmente, atinge de modo amoral aqueles que utilizam medicamentos psiquiátricos.

Para aplacar as crises, cada vez mais recorrentes, a Presidente tem sido medicada com dois remédios ministrados a ela desde a eclosão do seu processo de afastamento: rivotril e olanzapina, este último usado para esquizofrenia, mas com efeito calmante. A medicação nem sempre apresenta eficácia, como é possível notar (ISTO É, ed.2417, 06/04/2016, p. 34).

A metáfora da mulher sem razão fica muito evidente na análise conjunta das publicações. As narrativas utilizam termos da área médica para analisar ou referenciar comportamentos da presidenta (autista, em negação, apoplética). O sentido que se atribui é de que há uma ausência de racionalidade em Dilma Rousseff e, conseqüentemente, em seu governo. Destarte, a *Época* destaca: “Ninguém discorda que Dilma é uma presidente estranha. Num momento de crise profunda no país que ela governa, só aparece em público para pedalar pelas ruas de Brasília” (*ÉPOCA*, ed.890, 27/06/2015). Novamente, é necessário destacar a manutenção do estereótipo da ausência de racionalidade na mulher enquanto gênero. Qualquer comportamento da presidenta é interpretado a partir desse parâmetro: se está mais enfática, é uma reação histérica, consequência de

seu desequilíbrio emocional; se aparenta calma, está em estado de alheamento da realidade, é lunática. Assim, percebe-se que todas as reações de Rousseff passam por uma avaliação negativa, por questionamentos e cobranças sobre seu comportamento (ARGOLO, 2019).

Percebe-se que a imprensa brasileira leu e interpretou o comportamento da presidenta como fora do padrão esperado de uma mulher. A propósito dessa afirmação, cabe observar que a presidenta não chorou em público, mesmo nos momentos mais dramáticos do processo de *impeachment*, o que causou estranheza à imprensa. Tal falta em geral tida como fragilidade, fraqueza, adquire a aura de insensibilidade em Dilma Rousseff. Por não se apresentar como uma mulher emotiva, foi caracterizada com sintomas de mulher fria, gélida, um *iceberg*, ou seja, mais uma ruptura com o padrão. Prova cabal disso é que durante entrevista à jornalista Mariana Godoy, na Rede TV (2017), Rousseff foi questionada pelo fato de não ter chorado durante o processo de impeachment (ARGOLO, 2019, p.206).

Pode-se afirmar que “a presidenta rompeu estereótipos de gênero e apresentou-se como uma mulher que não cabe no *script* das instituições mais tradicionais da sociedade brasileira, incluindo a imprensa” (RUBIM, ARGOLO, 2018, p.16). Deste modo o mecanismo utilizado foi caracterizá-la como uma disfunção.

## Considerações Finais

Conforme demonstrado, ao redor do mundo, as mulheres inseridas no campo político recebem cobertura análoga dos meios de comunicação, que geraram enquadramentos com preconceito de gênero. A insistência na aparência, a desvalorização a partir das ligações com homens da política ou ainda os constantes questionamentos sobre maternidade e família são alguns dos pontos que têm orientado a cobertura jornalística das mulheres. Nota-se,

ainda, a absurda similaridade na descrição dos comportamentos e adjetivos utilizados para qualificar diferentes lideranças femininas de países distintos, de diversos continentes. Isso aponta para aspectos estruturais do olhar sobre as mulheres no espaço público. Está caracterizada uma deslegitimação do papel das mulheres nos espaços de poder que alcança todo o globo – marcas culturais que persistem apesar dos avanços obtidos por elas nos últimos séculos.

A utilização do jornalismo como objeto de análise oportuniza uma avaliação salutar e essencial sobre agendamento, critérios de noticiabilidade e enquadramento, e abre frentes interpretativas caras aos estudos feministas como o debate de conceitos como *mansplaining* e *gaslighting*. O uso desses elementos marcou os episódios mais lamentáveis da cobertura da crise de Dilma Rousseff e, de certo modo, corroborou a violência simbólica contra a presidenta nos atos de rua e nas manifestações em redes sociais.

O levantamento bibliográfico, bem como a análise do caso brasileiro, evidenciou a formação de padrões, como desconfiança e desqualificação da liderança feminina pela imprensa. As mulheres políticas claramente invisibilizadas pelo noticiário, quando aparecem, estão em pautas negativas, ou pior, recebem análises depreciativas sobre seu trabalho. Os homens, por sua vez, ao mesmo tempo em que são criticados de modo negativo, são reconhecidos como solução dos problemas, referência de liderança e detentores da experiência e do saber político.

Deste modo, Douglas Kellner (2001) reforça a necessidade de uma educação crítica da mídia com textos analisados de modo articulado, observando-se a dinâmica das relações e das instituições sociais, nas quais os textos são produzidos e consumidos. Não obstante seu potencial para a reconfiguração de representações sociais e revalorização de identidades culturais, percebe-se que a mídia tem atuado mais como um agente de perpetuação do *status quo*.

Outro ponto que merece investimento de pesquisa é a reconfiguração do conceito de liderança, ainda muito trabalhado sob a perspectiva do comportamento social do homem. Pensar liderança em um novo espectro pode gerar um ambiente de desenvolvimento de carreiras femininas mais promissor, e atuar para a reversão da representação simbólica das mulheres em posições de poder.

## Referências

- ARAÚJO, Clara. Incongruências e dubiedades, deslegitimação e legitimação: o golpe contra Dilma Rousseff. In: RUBIM, Linda; ARGOLO, Fernanda. **O golpe na perspectiva de gênero**. Salvador: Edufba, 2018.
- ARGOLO, Fernanda. **"Dilma Rousseff: uma mulher fora do lugar"**. Narrativas da mídia sobre a primeira presidenta do Brasil. UFBA, 2019. 151f. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) - Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. Salvador, 2019.
- BEARD, Mary. **Mulheres e poder: um manifesto**. Trad. Celina Portocarrero, São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.
- BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**. 4. ed. Trad. Sérgio Milliet. Rio de Janeiro, 1989.
- BORDO, Susan. **A feminista como o outro**. Estudos Feministas. Ano 8, n.1, p. 11-29, 2000.
- CAMPUS, Donatela. **Women Political Leaders and the Media**. Palgrave Mcmillan, UK, 2013.
- CANTRELL, Tânia, BACHMANN, Ingrid. Who's the lady in the window. **Journalism Studies**, v. 9, n.3, p. 429-446, 2008.
- CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- DIMITROVA, D. V. & GESKE, E. (2009). **To cry or not to cry: Media framing of Hillary Clinton in the wake of the New Hampshire primary**. Paper presented to the 2009 International Communication Association conference, Chicago, IL.
- ENTMAN, Robert. **"Framing: Toward clarification of a fractured paradigm"**. In: M. Levy e M.Gurevitch, eds., *Defining Media Studies*, New York: Oxford University Press, p. 293-300, 1993.
- FALK, Erika. **Women for president: media bias in nine campaigns**. 2nd. ed. University of Illinois Press, 2010.
- FERGUSON, Robert. **Los medios bajo sospecha: Ideologia y Poder em los medios de comunicación**. Barcelona: Gedisa, 2007.

- GAMSON, William; LASCH, Kathryn. **The political culture of social welfare policy.** In: S. Spiro e E. Yuchtman-Yaar, eds., *Evaluating the Welfare State.* New York: Academic Press, 1981, p. 397-415.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis.** Boston: Northeastern University Press, 1986.
- HARDING, Sandra. **Whose Science? Whose Knowledge? Thinking from Women's Lives.** Ithaca, New York: Cornell University Press, 1991.
- HARDING, Sandra. 'Introduction: Is there a Feminist Method?' In: Sandra Harding (ed.), **Feminism & Methodology,** Bloomington: Indiana University Press, 1987, p. 1-14.
- JAGGAR, Alison; BORDO, Susan. **Gênero, corpo, conhecimento.** Tradução de Brítta Lemos de Freitas. - Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1997.
- JAMIESON, Kathleen Hall. **Beyond the double binds: women and leadership.** Oxford University Press, 1995.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- KIDD, Anna-Grace. **Mansplaining: the systematic sociocultural silencer.** Presentation. University of North Georgia. Disponível em: <<https://digitalcommons.northgeorgia.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com.br/&httpsredir=1&article=1681&context=ngresearchconf>>. Acesso em: jun. 2018.
- MURRAY, Rainbow. **Cracking the Highest Glass Ceiling: a Global Comparison of Women's Campaigns for Executive Office (Praeger), ed,** 2010.
- NARVAZ, Martha; KOLLER, Sylvia. **Metodologias Feministas e Estudos de Gênero: articulando pesquisa, clínica e política.** *Psicologia em Estudo,* Maringá, v. 11, n. 3, p. 647-654, set./dez. 2006.
- NEVES, Sofia; NOGUEIRA, Conceição. **A psicologia feminista e a violência contra as mulheres na intimidade: a (re)construção dos espaços terapêuticos.** *Psicologia e Sociedade,* Porto Alegre, v. 15, n. 2, p. 43-64, jul./dez. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822003000200004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822003000200004)>. Acesso em: 14 dez. 2017.
- NEWSON, Jennifer. **Miss Representation.** *Netflix.* Disponível em: Netflix, Brasil.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso.** Campinas: Pontes, 2002.
- PORTO, Mauro. Enquadramentos da Mídia e Política. Trabalho apresentado ao XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS (Sessão "Estratégias de Comunicação e Política: Teoria e Pesquisa" do GT Mídia e Política: Opinião Pública e Eleições), **Anais...** Caxambu, Minas Gerais, Brasil, 22 a 26 de outubro de 2002.
- RUBIM, Linda; ARGOLO, Fernanda. (Org). **O golpe na perspectiva de gênero.** Salvador: Edufba, 2018.

ENQUADRAMENTOS DE GÊNERO NAS NARRATIVAS DA IMPRENSA SOBRE AS  
MULHERES POLÍTICAS

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TUCHMAN, Gaye. **Making News.** New York: The Free Press, 1978.