

Gênero, Mídia e Política: um breve mapeamento da produção acadêmica sobre a presidenta Dilma Rousseff

Género, Medios de Comunicación y Política: un breve mapeo de la producción académica sobre la presidenta Dilma Rousseff

Gender, Media and Politics: a brief mapping of the academic production about the brazilian president Dilma Rousseff

Nathália Kahwage

Resumo: O golpe político de 2016 (MIGUEL, 2018, 2016), que afastou a presidenta do Brasil Dilma Rousseff, possuiu uma inegável dimensão de gênero que se relaciona com a mídia como consolidadora de moralidades sociais (CAL; GARCÊZ; BARGAS, 2018). Objetivamos analisar o conteúdo de artigos de comunicação e política acerca das abordagens teóricas sobre Dilma, com uma perspectiva de gênero, durante três períodos: 2013 (véspera das eleições); 2015 (1º ano de governo de Dilma Rousseff); e 2017 (pós-impeachment). Nossa fonte de dados são os artigos científicos disponíveis nos anais do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, a *Compolítica*¹, nos três períodos citados acima.

Palavras-chave: Gênero. Mídia. Política. Dilma Rousseff.

Resumen: Lo golpe político de 2016 (MIGUEL, 2018, MIGUEL, 2016) que alejó a la presidenta del Brasil Dilma Rousseff tenía una innegable dimensión de género que se relaciona con los medios de comunicación como consolidadores de la moralidad social (CAL, GARCÊZ, BARGAS, 2018). Nuestro objetivo es analizar el contenido de artículos de comunicación y política acerca de los enfoques teóricos sobre Dilma, desde una perspectiva de género, durante tres periodos: 2013 (víspera de las elecciones); (1 año de gobierno de Dilma Rousseff); y 2017 (post-impeachment). Nuestra fuente de datos son los artículos científicos disponibles en los anales del Congreso de la Asociación Brasileña de Investigadores en Comunicación y Política, la *Compolítica*, en los tres períodos citados arriba.

Palabras clave: Género. Medios de Comunicación. Política. Dilma Rousseff.

Abstract: The political coup of 2016 (MIGUEL, 2018, 2016) that pushed Dilma Rousseff away from office in Brazil had an undeniable gender dimension that relates to the media as a consolidator of social morality (CAL; GARCÊZ; BARGAS, 2018). Our objective is to analyze the content of the articles of communication and politics concerning the theoretical approaches on the former president, from a gender perspective, in three periods: 2013 (eve of the elections); 2015 (1st year of Dilma Rousseff's government); and 2017 (post-impeachment). Employing as a data source the scientific articles available in the annals of the Congress of the Brazilian Association of Researchers in Communication and Politics, *Compolítica*, in the three periods mentioned above.

Keywords: Gender. Media. Politics. Dilma Rousseff.

¹ Disponível em: <http://www.ufpg.br/compolitica2017>. Acesso em 20 de julho de 2017.

Nathália Kahwage – Mestranda em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Política e Amazônia. Integrante da Nova Rede de Pesquisa em Feminismos e Política. E-mail: nathalia.kahwage@gmail.com

INTRODUÇÃO

Embora tenha entrado para a história, em 2010, como a primeira mulher² a governar o Brasil como presidenta³ (algo de grande valor simbólico para as lutas feministas), Dilma Rousseff foi retirada de seu cargo político, cerca de um ano após reeleita. No dia 12 de maio de 2016, o Senado Federal votou por seu afastamento no processo de impeachment, sob a acusação de crime de responsabilidade. No dia 31 de agosto de 2016, Dilma foi condenada e perdeu o mandato, assumindo, então, o cargo de presidente o vice, Michel Temer (PMDB).

Partimos do entendimento de golpe político sofrido por Dilma Rousseff que foi destituída do seu cargo em um “processo ilegal” (MIGUEL, 2016, p.31), sem respaldo constitucional (já que não se identificou crime de responsabilidade), e por meio de uma manobra “*tutelada* por grupos poderosos” (MIGUEL, 2018, p.7). A destituição presidencial, nesses moldes, promoveu discussões, principalmente entre os cientistas políticos, sobre uma visível falta de influência popular junto aos representantes formalmente eleitos e no rompimento de princípios democráticos fundamentais. Isto é, o voto não é mais o único meio legítimo de se chegar ao poder (MIGUEL, 2016). Diversos autores reforçam o entendimento sobre o golpe político (FREIXO; RODRIGUES, 2016; JINKINGS; DORIA; CLETO, 2016; SINGER; LOUREIRO, 2016; SOUZA, 2016; MIGUEL; BIROLI, 2017; SANTOS, 2017).

Neste sentido, há uma dimensão do afastamento da ex-presidenta que pode – e deve – ser objeto de nossa imediata reflexão e análise: as críticas sexistas e misóginas direcionadas à Dilma, em especial, a utilização de estereótipos de gênero antes (nas eleições), durante (o governo) e após ter sido afastada do cargo. Ainda que estas críticas pareçam estar relacionadas essencialmente a pautas políticas e econômicas, na verdade, existe um “pano de fundo moral” (CAL; GARCÉZ; BARGAS, 2018, p.3) que hierarquiza – por meio das conversações cotidianas – o que é válido (e inválido) moralmente para homens e mulheres na sociedade.

A dissociação feminina da esfera política e o papel da mulher em nossa sociedade (fortemente pautado por estereótipos) constituem discussões fundamentais trazidas pela teoria política feminista (SARMENTO, 2017; MIGUEL; BIROLI, 2011; MIGUEL; BIROLI, 2014; BIROLI, 2018; PATEMAN, 1993; OKIN, 2008). As instituições⁴ presentes na sociedade contribuem para consolidar as moralidades e reproduzir os papéis sociais sobre o que é o *feminino* e o *masculino*, além de confirmar discursos e reconhecer as falas – masculinas – como legítimas (MIGUEL; BIROLI, 2011). A mídia é um desses dispositivos, e funciona como um sistema de generalização de debates públicos no cotidiano (HABERMAS, 1997) por meio da disseminação de discursos, códigos e sentidos sobre o que é ser mulher e qual o seu lugar na sociedade.

² Dilma venceu o candidato José Serra (PSDB) no segundo turno das eleições de 2010, contando com 56,05% dos votos contra 43,95% para o candidato tucano. Nascida em 14 de dezembro de 1947, em Belo Horizonte, formada em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, se filiou ao Partido dos Trabalhadores (PT) em 2001, era considerada “apadrinhada” e sucessora do ex-presidente Lula - cuja influência, para muitos, fora determinante para a sua eleição. O primeiro mandato foi entre o período de 2011 a 2014, sendo reeleita para o segundo mandato eletivo presidencial em 1 de janeiro de 2015.

³ É importante assinalarmos a utilização da expressão “presidenta” por Dilma Rousseff enquanto uma das polêmicas envolvendo os seus mandatos – e, inclusive, a sua capacidade política. Dilma Rousseff, que se autointitulava “presidenta”, suscitou olhares de estranhamento e, inclusive, críticas relacionadas à suposta má utilização da língua portuguesa: para muitos, a palavra “presidenta” estaria incorreta, tratando-se de um neologismo empregado por Dilma. É interessante notarmos que até mesmo o uso de uma expressão *supostamente* incorreta tornou-se um argumento e prova da incapacidade/inabilidade política de Dilma para o cargo político para o qual fora eleita, o que nos fornece alguns indícios dos níveis de misoginia presentes no discurso político brasileiro.

⁴ Podemos citar também como instituições reprodutoras de moralidades e dos papéis sociais: o Estado, a família, a Igreja, a universidade.

Se, como descreve Wilson Gomes, “a política em cena é justamente a política que chega ao público” (GOMES, 2003, p.115), as representações midiáticas sobre Dilma, de maneira geral, são pautadas por imagens estereotipadas e machistas, retratando uma mulher *masculinizada*, sem carisma, de postura austera e rude, e constantemente criticada por sua aparência física não tão palatável para uma mulher na política. Mesmo estas características físicas, que nenhuma relação possuem com a sua trajetória e atuação políticas, parecem servir de fundamento de sua inabilidade enquanto gestora e administradora do país.

Portanto, neste trabalho, partimos da premissa de que o golpe político sofrido por Dilma Rousseff possui uma inegável dimensão de gênero que se relaciona, intimamente, à mídia tradicional. Nosso objetivo é analisar o conteúdo dos artigos de comunicação e política acerca das abordagens teóricas sobre a ex-presidenta, a partir de uma perspectiva de gênero.

Para tanto, utilizamos como fonte de dados os artigos científicos disponíveis nos anais do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, a Compolítica⁵, especificamente em três períodos: 2013 (véspera das eleições); 2015 (1º ano de governo de Dilma Rousseff); e 2017 (pós-impeachment). Nossa hipótese inicial é que a maioria dos artigos científicos produzidos pelo Compolítica que faz menção à figura da Dilma, nos anos 2013, 2015 e 2017, não adota uma perspectiva de gênero em sua análise, o que significa que desconsideram as desigualdades de gênero existentes na política e na mídia hegemônica.

Como objetivos específicos, pretendemos verificar se os artigos científicos produzidos para o Congresso Compolítica, nos períodos pré e pós impeachment sobre a presidenta Dilma Rousseff, utilizam aspectos que levam em consideração o gênero enquanto categoria de análise. Analisaremos quais as abordagens mais frequentes que nos possibilitam entender as questões centrais que têm sido tratadas neste âmbito e quais são as lacunas. Desta forma, o esforço deste trabalho é – ainda que de forma breve – traçar caminhos e fazer apontamentos sobre o debate envolvendo a tríade gênero, mídia e política dentro da academia.

Para complexificarmos as relações existentes entre política e mídia em uma perspectiva de gênero, utilizaremos Sarmiento (2017), Miguel e Biroli (2014, 2011) e Scott (1996). Em uma abordagem mais comunicacional, Gomes (2003) nos subsidiará no entendimento sobre *visibilidade e imagem pública* no contexto eleitoral; e Habermas (1997), apontando a *centralidade do processo comunicativo*.

O artigo está dividido em cinco seções principais. Na primeira, fazemos uma discussão acerca da relação entre a tríade gênero, política e mídia. Na segunda, discorremos sobre a metodologia utilizada. Em seguida, descrevemos os resultados obtidos com a análise de conteúdo. Na quarta seção, faremos uma breve discussão qualitativa sobre os resultados e sobre a teoria proposta na pesquisa.

1. Gênero, política e mídia: a tríade

A produção de conhecimento traz respostas científicas às inquietações do cotidiano, e é por meio dessa troca intelectual tanto de quem produz quanto de quem consome que é possível identificar, questionar e propor modificações frente às desigualdades sociais – neste caso, de gênero. Nesse ponto, é importante lembrarmos que foi devido ao ingresso de mulheres nas universidades e ao início da produção científica na Ciência Política, na década de 70 – e mais intensamente nas décadas

⁵ Disponível em: <http://www.ufrgs.br/compolitica2017>. Acesso em 20 de julho de 2017.

de 80 e 90 –, que as “feministas passaram a provocar o conhecimento construído pelo *mainstream*, apontando como este não refletia a experiência específica das mulheres” (SARMENTO, 2017, p.23).

Logo, há, aproximadamente, 30 anos, o gênero tem sido uma categoria de análise cujo conceito passou a ser empregado por várias autoras feministas para se referir à diferença entre os termos “sexo”, relativo às diferenças naturais/biológicas entre homens e mulheres, e “gênero”, que diz respeito às construções sociais, culturais e psicológicas. Muitas denunciaram a existência de papéis e tarefas culturalmente atribuídos (como se decorrentes de diferenças biológicas masculinas e femininas), valorados socialmente e que criam relações de poder assimétricas entre ambos. Essa diferenciação é importante na medida em que torna visível a construção social dos significados e representações do que é ser mulher e ser homem, em cada época e lugar.

A definição clássica de Joan Scott (1996, s/p) é a de que “gênero é tanto um elemento constitutivo das relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos quanto uma maneira primária de significar relações de poder”. Além de estruturar a percepção e a organização simbólica da sociedade através de processos de socialização diferenciados para homens e mulheres, o gênero também é um campo primário no qual e por meio do qual o poder é articulado. Tal entendimento nos remete à segunda parte da definição de gênero: o gênero está envolvido na concepção e na construção do poder em si mesmo (SCOTT, 1996).

As relações de poder entre homens e mulheres são hierarquicamente estruturadas na sociedade. É uma organização simbólica em que os homens estão verticalmente posicionados, sob vantagem em relação às mulheres. As assimetrias de gênero ajudam a compreender questões como a marginalização⁶ feminina 80 anos após o sufrágio; o motivo de, mesmo sem barreiras legais (já que o voto e as cotas, por exemplo, são direitos garantidos), as mulheres ainda concorrem⁷ menos e se elegem⁸ menos; ou ainda lançam luz sobre uma mulher – Dilma Rousseff – que alcançou o mais importante posto político do país de forma legítima e perdeu o cargo, interrompendo, assim, todo um projeto de governo democraticamente estabelecido.

Tais questionamentos indicam como os debates sobre as desigualdades de gênero – refletidas de forma mais escancarada na política – devem ir além do que está previsto ou não na legislação. Afinal, o direito e/ou o acesso ao poder não necessariamente significam igualdade de gênero e não mudam o fato de o ambiente político brasileiro permanecer machista, como explicam Miguel e Biroli (2014):

(...) a decisão sobre leis e políticas que afetam diretamente as mulheres é feita no Brasil, ainda hoje, e como foi ao longo de toda a nossa história, por homens. O sentido dessa discrepância entre influência política e presença na sociedade – as mulheres são, afinal, pouco mais de 50% da população – é um tema prioritário para a teoria política feminista. (2014, p.12-13).

⁶ Miguel e Biroli (2014, p. 10) citam dados do IBGE: “a taxa de ocupação entre as mulheres, que era de 45,2%, em 2002, chegou a 49,2% em 2013, mas permanece mais de quinze pontos abaixo dos homens. O rendimento mensal médio dos trabalhadores homens é, por sua vez, quase o dobro do das mulheres.”

⁷ Segundo dados do Tribunal Regional Eleitoral (TRE), durante as eleições municipais de 2016, no Estado, foram 20.200 registros de candidatura. Os homens corresponderam a 13.280 deles (68,67%) e as mulheres a 6.058 (31,33%).

⁸ A título ilustrativo, Filho e Álvares (2013, p. 166-167), com base nos dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), mostram a distribuição de prefeitos nas eleições de 2012: foram 125 prefeitos e 19 prefeitas. Em relação aos vereadores, 1699 vereadores eram homens, enquanto 240 mulheres. Some-se a esses dados o fato de que o percentual de mulheres eleitoras no Estado, durante o mesmo período, foi de 49,91% (2012), ou seja, praticamente metade da população do Estado.

Assim, quando utilizamos o gênero enquanto categoria de análise e nos valemos da teoria política feminista, queremos não apenas impugnar a naturalização de determinados comportamentos considerados “masculinos” e “femininos”, mas também retirar da invisibilidade as discriminações de gênero⁹ propagadas socialmente e refletir sobre a adoção de medidas capazes de mudar tais práticas discriminatórias nas experiências do cotidiano e/ou nas práticas científicas¹⁰. Rayza Sarmiento (2017) indica duas questões centrais para os estudos feministas em política: 1) o debate sobre *público* e *privado*; 2) o sujeito do feminismo. A primeira questão é a que vamos nos ater, compreendendo que é por meio das significações sobre *público* e *privado* que se delimita o *lugar* da mulher na sociedade (ou seja, no *privado*, no ambiente familiar e doméstico; fora da política). Tais discursos são propagados, principalmente, pela disseminação de estereótipos¹¹ de gênero.

Na interface de gênero e política, acrescentamos o elemento *mídia*, enquanto empresa de comunicação, que é responsável por naturalizar as convenções morais do que é distinto entre os sexos biológicos, acentuando, assim, as desigualdades sociais, como as de gênero (MIGUEL; BIROLI, 2010). Isto é feito de forma abrangente pela mídia tradicional que propaga discursos carregados de estereótipos, com a oposição entre *público* e *privado* e sobre a divisão sexual de papéis sociais. Na política, o senso comum é o de que se trata de um espaço masculino onde o ‘atípico’ é a presença de mulheres, as quais não “se encaixam” neste ambiente. Logo, “há muito mais atenção ao estado civil e às relações afetivas das mulheres na política que dos homens, bem como a sua aparência física e indumentária.” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p.170).

Neste sentido, entendemos o papel da comunicação como central no contexto de gênero e política. É por meio da perspectiva sistêmica da mídia tradicional que se dá maior visibilidade a certos assuntos (GOMES, 2003) e ocorre, também, a generalização de debates públicos (HABERMAS, 1997). Isto é, as questões sociais e políticas passam a receber maior atenção da sociedade, pois a mídia fomenta a arena onde os assuntos ganham notoriedade. Wilson Gomes (2003) propõe discussões sobre comunicação e política e suas transformações frente a uma sociedade midiaticizada. O autor discorre sobre a *visibilidade* como sendo uma estratégia (ferramenta) importante dentro da política midiática de candidatos/eleitos. É uma “conexão entre as negociações da esfera política e esfera civil” (GOMES, 2003, p. 116). Além disso, configura-se em uma “habilidade” conseguir preservar a *imagem pública* de forma positiva.

Para mulheres na política, uma imagem negativa seria aquela oposta ao padrão social feminino – alimentado por estereótipos. Quando os ataques à Dilma Rousseff tornaram-se mais intensos, em 2015, na medida em que o processo de impeachment se aproximava, a mídia nos ofereceu alguns exemplos marcantes de misoginia: a capa da revista *Istoé*, sobre as “explosões

⁹ Adotamos o conceito de discriminação de gênero constante no artigo 1º da Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW, 1979): “(...) discriminação contra a mulher significará toda a distinção, exclusão ou restrição baseada no sexo e que tenha por objeto ou resultado prejudicar ou anular o reconhecimento, gozo ou exercício pela mulher independentemente de seu estado civil com base na igualdade do homem e da mulher, dos direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos: político, econômico, social, cultural e civil ou em qualquer outro campo.”

¹⁰ Sarmiento (2017) afirma que o desenvolvimento de uma teoria política feminista surgiu em resposta à teoria política tradicional cujo conceito foi construído a partir da exclusão de gênero. Ainda assim, as teorias feministas costumam ser vistas como algo à parte da Ciência Política convencional.

¹¹ Nesse sentido, as características “femininas” são aquelas relacionadas à emotividade, ao cuidado dos filhos, maternidade, futilidade, fragilidade, sensibilidade, etc.; as “masculinas” referem-se à virilidade, racionalidade, agressividade, competitividade, etc.

nervosas da presidenta”, apontando para um suposto descontrole emocional de Dilma¹². Um caso evidente de utilização de estereótipos de gênero que reforçam a ideia de que mulheres são emocionalmente instáveis/desequilibradas. Logo, não podem ocupar a esfera política.

Outro exemplo é o da famosa matéria da revista *Veja* sobre Marcela Temer, apresentada como “bela, recatada e do lar”. Muito embora não faça menção expressa à Dilma, a revista utilizou-se novamente de estereótipos de gênero para descrever Marcela como o modelo “ideal” de mulher. Isto é, bonita, passiva, maternal e na posição política de 1ª dama. Uma contraposição à Dilma que não se encaixaria em tais naturalizados atributos sobre o “ser mulher”¹³. Ou ainda, a publicação da revista *Época* sobre a vida sexual da Dilma¹⁴, na qual o jornalista atribuiu os problemas políticos da ex-presidenta à sua “falta de erotismo”.

Nesse contexto midiático, vale ressaltar a relevância dos dispositivos tecnológicos para o surgimento de outras formas de produzir conteúdos. As “redes sociais online” ou “mídias digitais” têm como características básicas a “flexibilidade”, a “dinâmica” e o “caráter relacional” (MARTINO, 2014) de indivíduos que se relacionam mutuamente, reciprocamente, de forma fluida e momentânea, em um ambiente digital. Ao se articularem, o ambiente online e o da vida cotidiana possibilitaram o alargamento das noções de política. O “poder de mobilização” das redes se revela nos três sentidos apontados por Martino (2014): no estrito (estratégias institucionais, criação de perfis de agentes políticos), no médio (discussão pública) e no amplo (visibilidade e manifestação de identidades). Portanto, é um ambiente favorável para divulgação da agenda feminista na internet, apontada, inclusive, como a “arena da luta feminista atual” (SARMENTO, 2017, p.144), e, também, criação de redes de solidariedade entre os indivíduos vítimas de discriminações como as de gênero. Os grupos – como os identitários, por exemplo - se mobilizam, desafiam padrões, renegociam “mundos culturais simbólicos” em “práticas emancipatórias” de lutas por reconhecimento que os libertem do “sofrimento social” e dos obstáculos que os impedem de se desenvolver (MAIA, 2014, p.17).

2. Procedimentos metodológicos: organização e análise dos dados

Para entendermos em qual patamar está a produção acadêmica sobre mídia e política, a partir de uma perspectiva de gênero, bem como de que modo os pesquisadores têm construído esse conhecimento científico nos artigos dos anais *online* do Compolítica, recorreremos a procedimentos metodológicos que consideram relevantes os aspectos quantitativos. Como procedimento de organização e análise de dados, utilizamos o método proposto por Bardin (1977): a análise de conteúdo. Para tanto, seguimos a proposta da autora que estabelece três momentos principais: a pré-análise; a exploração do material; o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Nosso ponto inicial é a observação sistemática do conteúdo, mas não só ele. São fundamentais também as considerações sobre as condições contextuais, os sentidos e expressões mais amplas que podem ser extraídos destes dados, uma vez reunidos. É um procedimento metodológico que se mostrou interessante para a realização de um mapeamento de recorrências e regularidades de uma ‘amostra bibliográfica’ – como é o caso desta pesquisa. Depois de passarmos

¹² Disponível em: <http://www.vix.com/pt/bdm/comportamento/capa-de-revista-contra-dilma-provoca-revolta-ate-em-criticos-do-governo-entenda>. Acesso em 6 de julho de 2017.

¹³ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>. Acesso em 6 de julho de 2017.

¹⁴ Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2015/08/revista-epoca-ultrapassa-limites-e-faz-revelacoes-sobre-vida-sexual-de-dilma.html>. Acesso em 6 de julho de 2017.

pelas etapas da pré-análise, a exploração do material consistiu apenas na “administração sistemática das decisões tomadas” (BARDIN, 1977, p. 101). Isto é, a partir dos artigos do Compolítica, buscamos organizar os principais significantes textuais e desenvolver categorias baseadas nas discussões teóricas existentes sobre os estudos de gênero.

Em relação ao *corpus* do nosso trabalho, este é constituído por artigos científicos disponíveis nos anais do sítio do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, o Compolítica. Nosso *corpus* inicial é de 42 artigos, em um recorte que engloba a produção especificamente em três períodos: 2013 (véspera das eleições de Dilma Rousseff); 2015 (1º ano de governo de Dilma Rousseff); e 2017 (pós-impeachment). Na primeira fase de levantamento (coleta de dados), entre os dias 20 de julho de 2017 e 30 de julho de 2017, acessamos pela internet o site do Compolítica, na sessão ‘anais’, e checamos um a um dos artigos, desde 2013. Chegamos a 125 artigos através da utilização da *palavra-chave* de busca “Dilma”. Sentimos a necessidade de refinar as buscas estabelecendo alguns critérios importantes, como: a) a ocorrência da *palavra-chave* “Dilma”, citada acima de 3 vezes, e b) a existência de aspectos relacionados à Dilma Rousseff como mulher/sujeito político ou, ainda, sobre o governo dela. Repetimos a checagem no site entre os dias 31 de julho de 2017 e 11 de agosto de 2017. Desta forma, fechamos no número do *corpus* inicial de 42 textos.

Uma vez selecionados os artigos a serem analisados, estes foram organizados sistematicamente e codificados com base no modelo de formulário proposto por Sampaio et al (2016). Neste formulário, constavam as seguintes codificações que foram adaptadas à nossa pesquisa, conforme abaixo:

- a) **Artigo:** cada artigo científico do congresso Compolítica foi classificado aqui quanto ao (1) título do trabalho; (2) ano do Congresso; (3) resumo; (4) abordagem sobre gênero; (5) objeto de pesquisa.
- b) **Autores e instituições:** foram incluídas variáveis como: (1) nome do autor; (2) instituição do autor; (3) estado da instituição; (4) número de autores; (5) expressão de gênero do autor.
- c) **Abordagem teórica:** nesse ponto, o objetivo era verificar a principal abordagem teórica do texto. Se foram utilizadas linhas teóricas da Ciência Política convencional ou se foram aplicados estudos da teoria política feminista, especificamente.
- d) **Categorias de análise:** optamos por agrupar em categorias capazes de sistematizar os principais focos de atenção dos estudos de gênero: (1) Representações; (2) Eleições; (3) Impeachment; (4) Novas mídias.
- e) **Ambiente comunicacional:** meio ou ferramenta comunicacional analisado pelo artigo em avaliação. Foram consideradas as seguintes categorias: (1) Fóruns e chats; (2) Blogs; (3) Websites; (3) Redes sociais; (4) TV; (5) Jornais; (6) Revistas; (7) Rádio; (8) Outros.

Após a codificação dos artigos em formulários, criamos as categorias de análise específicas sobre gênero com base nas discussões teóricas e no exame prévio dos artigos científicos que gerou um livro de códigos. A categorização foi dividida em quatro partes, conforme citado em procedimentos metodológicos: (1) Representações, (2) Eleições, (3) Impeachment, (4) Novas mídias. No entanto, cabe explicarmos quais critérios foram significativos para a categorização dos temas.

Em **Representações de Dilma**, reunimos os textos que tratassem de representações simbólicas a respeito da ex-presidenta como agente político/mulher: estereótipos e papéis sociais (MIGUEL; BIROLI, 2014; 2010; SCOTT, 1996); em **Eleições**, foram agrupados aqueles que abordassem sobre estratégias de campanha, campanhas eleitorais e os efeitos das campanhas nos eleitores; em **Impeachment**, reunimos os artigos que tivessem como ponto de partida para a discussão a destituição de Dilma Rousseff do cargo de presidenta do Brasil; e, por fim, em **Novas Mídias**, codificamos os textos relacionados ao uso das redes sociais no contexto político e de gênero.

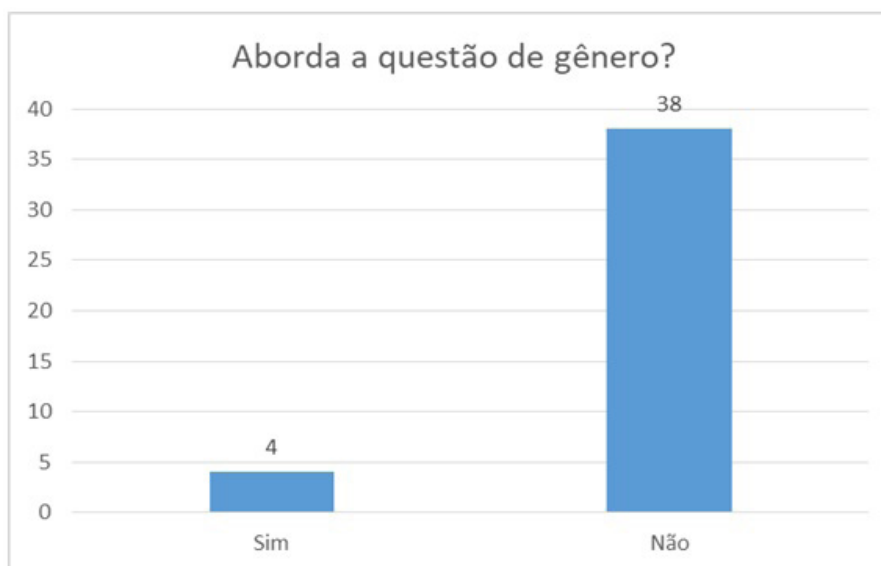
3. Resultados

Para melhor visualização, dividimos a exposição de resultados em dois momentos: a) perfil geral dos artigos científicos (que inclui os achados referentes às divisões temáticas do formulário de análise como artigo; autores e instituições e ambiente comunicacional) e b) abordagem teórica e categorias de análise dos artigos científicos.

3.1 Perfil geral

Foram 42 artigos científicos analisados do Compolítica, dos quais 10 (23,8%) foram produzidos em 2013, 14 (33,3%) em 2015 e 18 (42,9%) em 2017. Com base na leitura dos títulos dos trabalhos, dos resumos e das palavras-chave, foi possível identificar se o gênero foi tratado como categoria de análise central. Percebemos que a maioria (90,48%) não fez uso da categoria, apenas uma pequena parcela (9,52%). O gráfico abaixo ilustra melhor esta proporção:

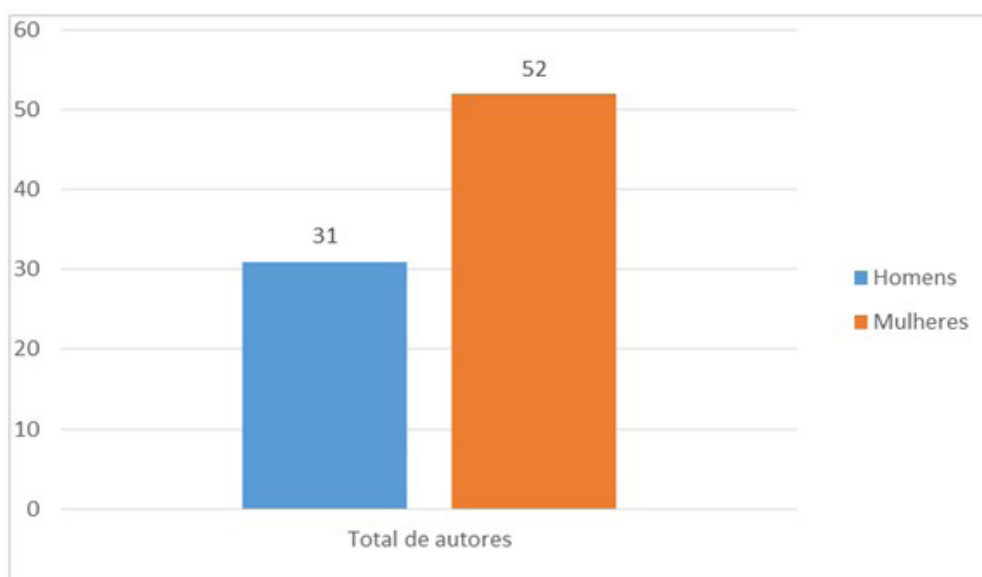
Gráfico 1 – Abordagem de gênero.



Fonte: elaboração própria

No total de artigos, foram 83 autores e co-autores responsáveis pela produção, sendo que a maioria, 19 (46,3%), trabalhou de forma individual no artigo. O trabalho em dupla vem em seguida, com 13 (31,7%) ocorrências; em grupos acima de 3 pesquisadores, foram 5 (12,2%); e, por fim, os artigos em trio: 4 (9,8%). Observamos o gênero dos autores (homem/mulher) baseado nos nomes próprios postos nos títulos das pesquisas:

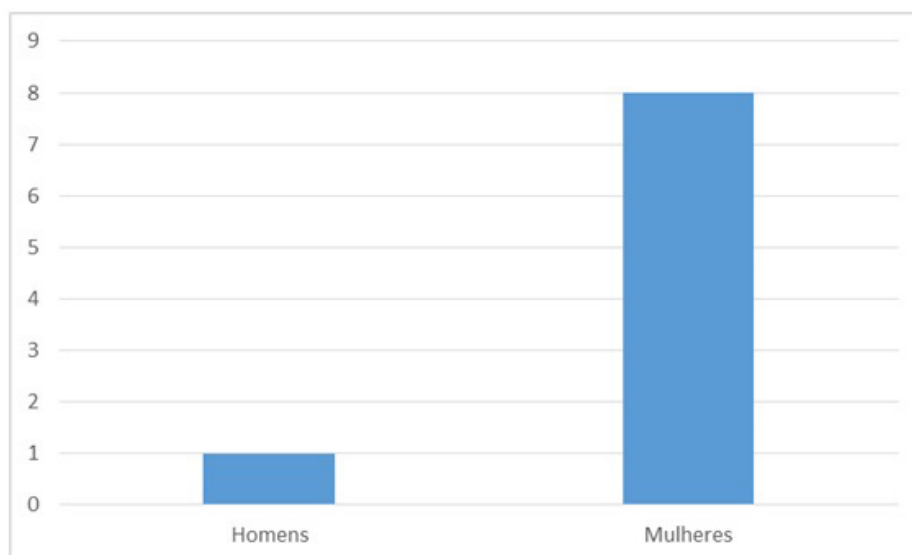
Gráfico 2 – Gênero dos autores.



Fonte: elaboração própria

Em seguida, identificamos o nível de produção homem/mulher com abordagem de gênero, conforme o gráfico 3. Isto é, 88,89% da produção acadêmica com perspectiva de gênero é feminina, enquanto 11,11% é masculina:

Gráfico 3 – Homens/Mulheres com perspectiva de gênero.

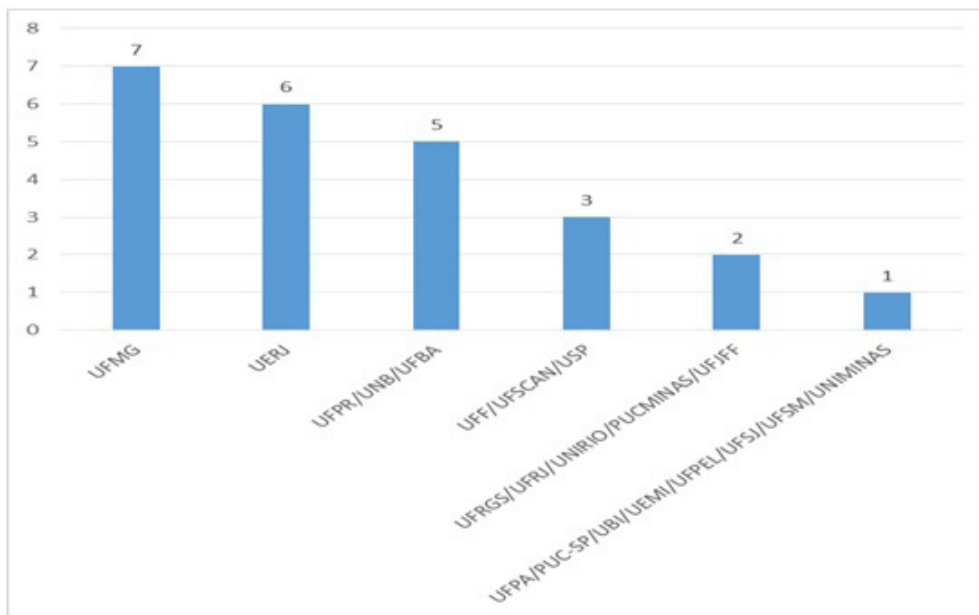


Fonte: elaboração própria

Também identificamos em qual instituição a produção científica foi mais acentuada, assim, conseguimos visualizar quais são os principais polos produtores de conhecimento acadêmico sobre mídia, política e gênero (gráfico 4)¹⁵.

¹⁵ Esclarecemos que o número total de 55 artigos científicos está acima do total de artigos analisados (42) nesta pesquisa, pois houve a ocorrência de um mesmo artigo ter sido produzido por autores de instituições distintas.

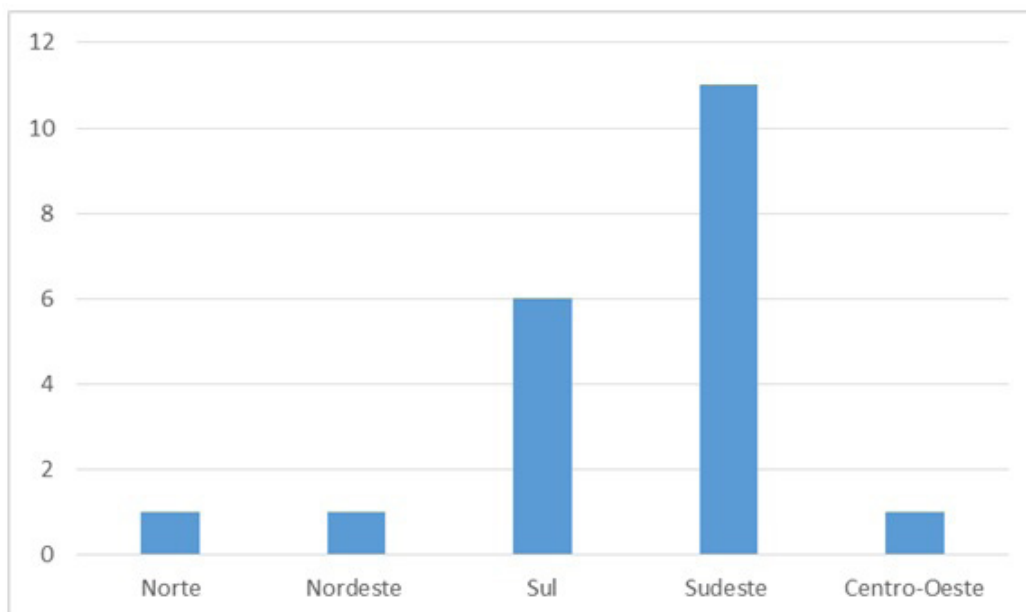
Gráfico 4 – Produção por universidade.



Fonte: elaboração própria

Ao observarmos, de modo geral, as principais universidades de onde foram produzidos os artigos científicos do Compólitica, decidimos fazer mais um cruzamento de dados. Desta vez, levando em consideração as universidades situadas nas regiões geográficas do Brasil. De antemão, vemos um domínio das instituições localizadas nas regiões Sudeste (55%) e Sul (30%). Já somando as regiões Norte (5%), Nordeste (5%) e Centro-oeste (5%) não se chega nem à metade da produção das universidades do Sudeste:

Gráfico 5 – Produção das universidades por região.



Fonte: elaboração própria

Vale ressaltar que dentro da região sudeste, especificamente, foram identificadas quatro (4) universidades de Minas Gerais (PUC Minas, UFJF, UFMG e UFSJ), quatro (4) do Rio de Janeiro (UERJ, UFF, UniRio e UFRJ) e três (3) de São Paulo (PUC-SP, UFScar e USP).¹⁶

Em relação ao ambiente comunicacional, obtivemos os seguintes resultados: a TV foi o meio mais utilizado pelos artigos para subsidiar as pesquisas empíricas com nove (9) ou 23,6% das ocorrências em geral. Em seguida, tivemos oito (8) artigos que trabalharam com **Redes Sociais** (21%); sete (7) com **Jornais** (18,4%); cinco (5) com **Revistas** (13,15%); e um (1) com **Rádio** (2,6%). Foram identificados outros ambientes comunicacionais à parte de nossa codificação. Estes compreendem a quatro (4) artigos, ou 9,52% do total. É interessante elucidarmos também que cinco (5) artigos trabalharam com dois ambientes comunicacionais ao mesmo tempo (11,90%): dois (2) com **TV/Website**; um (1) com **Jornal/Website**; e um (1) com **Blog/Website**. Além disso, nenhum pesquisou individualmente os meios: **Fóruns e chats; Blogs; e Websites**.

3.2 Abordagens teóricas

Os 38 (90,48%) dos 42 artigos científicos analisados do Compólítica que não trataram diretamente da questão de gênero no texto, porém utilizaram a Dilma Rousseff como sujeito político/mulher e ainda falaram de seu governo, foram categorizados por temáticas de abordagem, conforme já explicado nos procedimentos metodológicos. Neste sentido, identificamos quais foram os principais temas que a produção científica se ateve nos textos: em primeiro lugar foi **Eleições**, com 17 (44,7%) das ocorrências. Dois temas ocuparam a segunda posição com 7 (18,4%) registros cada: **Representações** e **Novas Mídias**. Por fim, 6 (15,7%) artigos se enquadram na categoria **Impeachment**. Identificamos, também, dois (2) artigos que não se aplicam às categorizações e correspondem a 5,2% do total de 38.

A temática mais utilizada pelos 38 artigos – que é **Eleições** – foi fundamentada, principalmente, por linhas teóricas que perpassaram a Ciência Política tradicional, com exemplo de autores que abordaram campanhas eleitorais, estratégias de marketing eleitoral, comportamento eleitoral, pesquisas de opinião como: Samuel L. Popkin, Alessandra Aldé, Marcus Figueiredo, David L. Swanson, Paolo Mancini, Anthony Downs, Stephen Ansolabehere, Roy Behr, Shanto Iyengar, entre outros. Também foram bastante utilizados teóricos dos estudos de Ciência Política e Comunicação (Gaye Tuchman, Robert Hackett, Paul Weaver, Daniel Hallin, Paolo Mancini) e dos estudos de Comunicação e Meios de Comunicação (Paul Weaver, Fausto Neto, Robert Entman, Maxwell McCombs e Donald Shaw, James W. Dearing, Everett Rogers, Nelson Traquina, Diogenes Lycarião, Rafael Cardoso Sampaio). Em Economia, foram citados como principais fontes: Albert Hirschmann, Johnson, S. Kaufmann, Bryan W. Husted, entre outros. Na Sociologia aparecem, por exemplo, Pierre Félix Bourdieu e John Brookshire Thompson. Da Linguística: Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau.

Em relação aos 4 artigos (9,52%) que utilizaram gênero como uma categoria de análise, tais trabalhos também foram dispostos em uma tabela de forma sistemática para verificarmos os principais focos de atenção dos estudos. Organizamos associando o artigo identificado por numeração e as temáticas principal e secundária abordadas:

¹⁶ Ficou de fora do Gráfico 5 a Universidade de Beira do Interior (UBI), por se tratar de uma instituição localizada em Portugal.

	Representações	Eleições	Impeachment	Novas Mídias
A2	X	X		
A25	X			X
A28	X			X
A39	X	X		
Total	100%			

(X = principal abordagem; X = abordagem secundária. Fonte: elaboração própria)

Acrescentamos que, apesar de não termos incluído na categorização se Dilma Rousseff teve voz nestes artigos científicos analisados, pudemos verificar que isto não ocorreu em nenhum dos 42 textos. Isto é, a *fala* da ex-presidenta, sua opinião, perspectivas e/ou valores não foram alvo dos estudos verificados nesta pesquisa.

Sobre as linhas teóricas utilizadas nos artigos científicos que tratam de gênero, todas foram, fundamentalmente, baseadas na teoria política feminista e iremos identificá-las pelas autoras citadas. Susan Okin foi a principal fonte na discussão essencialista no feminismo sobre *público e privado* (2 citações); Carole Pateman foi a mais citada no debate sobre o *patriarcalismo* nas estruturas sociais e políticas (2 citações); Iris Young foi utilizada para abordar a definição de *estereótipos* de gênero e a *sub-representatividade feminina* (2 citações); Flávia Biroli também foi citada para tratar de *sub-representatividade e de autonomia femininas*, além da relação entre mídia e política (3 citações). Outras ocorrências são: Judith Butler (heterogeneidade da categoria *mulher* – 1 citação); Joan Scott (conceito de *gênero* – 1 citação); Luciana Panke (*tipologias femininas* em campanhas eleitorais – 1 citação); Gilles Lipovetsky (*categoria mulher* - 1 citação). Fernanda Mota (*sub-representatividade feminina* - 1 citação).

É importante frisar que outros autores – fora da teoria política feminista – também embasaram de forma complementar as pesquisas sobre gênero como: Luis Felipe Miguel (relação mídia e política); Pierre Bourdieu (conceito de *campo*); Axel Honneth e Jessé Souza (teoria do reconhecimento); e Antônio Lavareda (comunicação eleitoral).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados que obtivemos nos ajudam a confirmar a nossa hipótese inicial de que a maioria dos artigos científicos produzidos pelo Compolítica que fazem menção à figura da Dilma, nos anos 2013, 2015 e 2017, não adotam uma perspectiva de gênero em sua análise – o que significa que desconsideram as desigualdades de gênero existentes na política e na mídia. O que indica, conforme observa Miguel e Biroli (2010), que, ainda que haja tradição nos estudos entre os pares (gênero, mídia e política), a “interseção das três temáticas ainda é um campo pouco estudado na literatura internacional e em especial no Brasil” (2010, p.1). Isto é, a produção científica neste ambiente selecionado não buscou a intersecção dos temas.

Entre alguns dados que surpreenderam, está o de a maioria dos artigos analisados pelo Compolítica – como amostra de produção científica – ter sido produzido por mulheres (62,65%).

E, ainda assim, das 52 pesquisadoras, apenas 8 se propuseram a produzir 4 artigos sobre Dilma Rousseff sob a luz dos estudos de gênero entre 2013 e 2017. Destaca-se, ainda, que apenas um (1) produzido em 2013 e três (3) em 2017. Isto é, em 2015, quando Dilma estava às vésperas do impeachment, não houve discussão acadêmica no Compolítica sobre o assunto. No pós-impeachment (2017), a produção foi de apenas 3, frente ao total de 45 enviados ao Compolítica naquele ano.

Este cenário nos leva a refletir sobre a universidade como uma estrutura simbólica – tal qual a mídia tradicional – que é palco de relações assimétricas de gênero e, em certa medida, perpetua convenções morais. A começar pela teoria política que foi constituída sob uma perspectiva masculina, em que o sujeito é o homem (SARMENTO, 2017; MIGUEL; BIROLI, 2014). Uma breve análise feita da produção acadêmica por meio dos artigos do Compolítica nos permite fazer uma relação com outro ambiente de exclusão de gênero: o político. Isto é, se há maior presença de mulheres nas instituições superiores e, conseqüentemente, o acesso ao desenvolvimento de conhecimento científico feminino não alavancou as discussões sobre gênero em parte da academia, como esperar que um maior número de cargos eletivos ocupados por mulheres vá trazer relações menos conflituosas de gênero e mais políticas públicas às mulheres? Certamente, é algo que precisa ser discutido e investigado.

É daí o papel importante do feminismo em suas diferentes “categorizações”, nos diferentes espaços da sociedade, já que são vertentes que ajudam a “esclarecer como são moldadas as diferentes explicações e soluções feministas para a construção de novas relações de gênero em diferentes cenários” (SARMENTO, 2017, p.24). O feminismo é uma corrente política-filosófica fortemente pautada pelos estudos de gênero e pela viva relação entre o ativismo e a política institucional e que, certamente, joga luz sobre opressões socialmente estruturadas e marcadas pela diferenciação entre homens e mulheres. Logo, é um dispositivo fundamental na luta pelos direitos democráticos e na busca por uma sociedade menos desigual.

Outro achado importante é que os 38 artigos analisados que citaram Dilma Rouseff, mas não trataram de gênero na abordagem sobre mídia e política, possuíam elementos interessantes para que o gênero, enquanto categoria de análise, pudesse ser inserido no debate. A maioria deste grupo teve como principal temática **Eleições** – sejam campanhas eleitorais, marketing político ou pesquisas de opinião. Neste sentido, pudemos perceber em alguns textos, por exemplo, o emprego de estereótipos de gênero como ferramenta das campanhas eleitorais da ex-presidenta para ser aceita pelo povo ou a verificação por parte dos artigos da veiculação exaustiva desses estereótipos pela mídia. Ainda assim, isto não foi abordado nas pesquisas como uma arma prejudicial, principalmente, à imagem da mulher que passa a ser desvalorizada, limitada e cerceada pelas expectativas sociais. Não se trata apenas de mídia e política, mas de uma questão de injustiça de gênero, pois os homens são socialmente menos julgados do que as mulheres.

O aumento do interesse de pesquisa pelo ambiente digital (que, nesta pesquisa, identificou-se estar próximo ao de TV) pode nos iluminar, em certa medida, para o potencial das redes sociais *online* enquanto “alternativa”, ou seja, produtoras de conteúdos diferentes dos da mídia tradicional. Mas também nos revela uma transposição mais íntima entre os mundos físico e *online* no cotidiano. São dados que nos aproximam do entendimento de Martino (2014) sobre a finalidade das mídias digitais nas trocas, compartilhamentos e engajamento. Uma “relação entre relações” (MARTINO, 2014, p.57) baseada em laços fluidos e dinâmicos que criam “redes de solidariedade

entre os indivíduos” (MAIA, 2014, p.17) que se unem por um sofrimento em comum, se mobilizam por meio de afetos e se articulam em lutas políticas de afirmação de identidades. As redes sociais online podem, em certa medida, funcionar como ferramentas úteis de visibilidade dos discursos e conteúdo do movimento feminista e também como mobilizadoras de ações políticas para além do dispositivo tecnológico.

Nesta pesquisa, buscamos fazer uma breve análise da produção acadêmica sobre a presidenta Dilma Rousseff para verificar se os artigos científicos produzidos para o Congresso Compolítica, nos períodos pré e pós impeachment de 2016, utilizaram aspectos que levam em consideração o gênero enquanto categoria de análise. Analisamos as abordagens mais frequentes (representações de Dilma) que nos possibilitou entender as questões centrais voltadas para os estudos de gênero sobre estereótipos e a dualidade *público* e *privado* e as lacunas ainda deixadas pela produção acadêmica. Onde está a voz de Dilma Rousseff nas pesquisas acadêmicas? O que ela como política/mulher pensa sobre as humilhações, os constrangimentos e as injustiças de gênero que sofreu? E mais, quais suas percepções sobre o impeachment?

Ressalta-se que se trata da exposição de dados iniciais de uma pesquisa que precisa ainda ser refinada. Ainda há possíveis questões e cruzamentos entre as categorias e discussões com abordagens teóricas que podem ser levantados. Ademais, os resultados iniciais apresentados aqui indicam como é válida a agenda de pesquisa que propomos sobre gênero, política e mídia, por se tratar de uma temática ainda pouco explorada pelos pesquisadores em questão.

ANEXO - ARTIGOS ANALISÁVEIS COMPOLÍTICA: 2013, 2015 e 2017.

1. Mídia e construção de mitos políticos na campanha presidencial brasileira.

Autora: Katia Saisi.

2. Estereotípi e sub-representação feminina no Horário Eleitoral Gratuito Brasileiro: Um estudo de caso das eleições presidências de 2010.

Autora: Fernanda Ferreira Mota.

3. Criador e criatura: petismo e lulismo nas retóricas discursivas do HGPE de Dilma Rousseff.

Autoras: Helcimara de Souza Telles e Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires.

4. Dilma Rousseff: Vestígios da Construção de uma Candidata.

Autora: Joyce Miranda Leão Martins.

5. Para além das valências: os termos depreciativos e os enquadramentos usados na cobertura da eleição presidencial de 2010.

Autores: Lorena Miguel (autora); João Feres Junior, Eduardo Oliveira, Anaily Mafra, Ingrid Pimentel e Renata Nascimento (coautores).

6. A apropriação de personagens políticos nacionais em eleições locais: o debate sobre transferência de votos na disputa pela Prefeitura de Juiz de Fora em 2012.

Autores: Patrícia Gonçalves da Conceição Rossini, Fernanda Nalon Sanglard e Paulo Roberto Figueira Leal.

7. Ataques e contra-ataques: campanhas negativas na disputa presidencial de 2010.

Autor: Thiago Sampaio.

8. As sobre asseverações em notícias online.

Autores: André William Alves de Assis e Sonia Aparecida Lopes Benites.

9. O julgamento midiático do mensalão nas páginas da Folha e Veja.

Autor: Eduardo Nunomura

10. Eleições 2010: a cobertura dos candidatos nas capas dos grandes jornais.

Autores: João Feres Junior, Lorena Miguel, Eduardo Oliveira, Anaily Mafra, Ingrid Pimentel e Renata Nascimento.

11. Pesquisa de opinião na cobertura do jornal O Globo das eleições presidenciais de 2010.

Autora: Karina Damous Duailibe.

12. Quanto vale uma valência? (O paper proibidão).

Autor: Luis Felipe Miguel.

13. Testando a hipótese do contrapoder: A cobertura das eleições de 1998 e 2014.

Autores: João Feres Junior, Eduardo Barbabela, Lorena Miguel, Marcia Rangel Candido e Luna de Oliveira Sassara.

14. Existe polarização nas postagens de *Facebook* de periódicos brasileiros durante as eleições? Uma análise comparativa da disposição de informações sobre candidatos às eleições presidenciais no Brasil em 2014.

Autores: Emerson U. Cervi, Márcio C. Carlomagno, Adriana M. Cedillo M. Moreira.

15. Modernização das campanhas e estratégias eleitorais: os padrões de uso da internet nas eleições de 2014.

Autoras: Michele Goulart Massuchin e Camilla Quesada Tavares.

16. “Saindo do Armário”: A intensificação da disputa político-ideológica no diálogo da campanha presidencial brasileira de 2014.

Autora: Marcia Ribeiro Dias.

17. Revistas Semanais de Informação e Dilma Rousseff: Um Estudo da Representação da Primeira Mulher na Presidência do Brasil.

Autoras: Thaís Menegás Barcarolo e Tânia Silva de Almeida.

18. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas Eleições 2014.

Autores: Viktor Chagas, Fernanda Freire, Daniel Rios e Dandara Magalhães.

19. Cultura política e marketing na campanha de Dilma Rousseff em 2014.

Autor: Jorge Almeida.

20. A propaganda eleitoral e a comunicação no estado democrático: apontamentos sobre Brasil 2014-2015.

Autora: Alice Mitika Koshiyama.

21. Escândalos políticos e eleições no Brasil.

Autora: Vera Lucia Michalany Chaia.

22. A agenda da propaganda negativa no jornalismo televisivo brasileiro: uma análise das eleições presidenciais de 2014.

Autoras: Lucy Oliveira e Laura Gobbi.

23. Imagem e Política: o *Instagram* na corrida ao Planalto em 2014.

Autores: Aryovaldo de Castro Azevedo Junior e Alice Marina Lira Lima.

24. Debate Político: entre o Marketing e a Política.

Autor: Marcelo Barbosa Câmara.

25. A mulher na vida pública: um mapa das moralidades no Facebook a partir da cobertura da **imprensa brasileira**.

Autores: Danila Gentil Rodriguez Cal Lage, Regiane Lucas de Oliveira Garcêz, Janine de Kássia Rocha Bargas, Thaís dos Santos Choucair.

26. Dilma Rousseff no impeachment: uma análise das estratégias de comunicação política nas redes sociais digitais.

Autores: Eurico Matos, Tatiana Dourado e Pedro Mesquita.

27. A relação entre as redes sociais e a mídia tradicional na articulação discursiva do impeachment de Dilma Rousseff.

Autoras: Michele Diana da Luz e Letícia Baron.

28. Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero.

Autores: Rayza Sarmiento e Viktor Chagas

29. Corrupção política e avaliação de governo: o caso da Lava Jato.
Autora: Érica Anita Baptista.
30. Evolução do comportamento político durante a atual crise no Brasil.
Autor: Antonio Jorge Fonseca Sanches de Almeida.
31. Mobilização da militância: redes de campanha na eleição do Rio de Janeiro em 2016.
Autor: Marcelo Alves dos Santos Junior.
32. Empreiteiras e impeachment: os agentes privados na cobertura midiática de escândalos de corrupção.
Autora: Aline Lima Brandão.
33. Vítima, vilã ou heroína: a imagem de Dilma Rousseff na narrativa do impeachment.
Autoras: Carla Candida Rizzotto e Kelly Prudêncio.
34. “Brasil dividido” e seus sentidos em *Veja* e *Época*: o uso político de sondagens na cobertura da Copa do Mundo em um ano eleitoral.
Autores: Juliano Vasconcelos Magalhães Tavares e Teresinha Maria de Carvalho Pires.
35. Enquadramentos de uma crise: o impeachment de Dilma Rousseff em editoriais nacionais e internacionais.
Autores: Liziane Soares Guazina, Helder Prior e Bruno Araújo.
36. Entre a PIG e o valor-notícia o papel da imprensa na repercussão dos ataques eleitorais.
Autora: Lucy Oliveira
37. O papel das redes sociais online na desconstrução das narrativas jornalísticas: o caso do impeachment de Dilma Rousseff.
Autores: Ricardo José Pinheiro Moraes e Samuel Anderson Rocha Barros.
38. Radiojornalismo e seleção das fontes: Interesses e disputas na cobertura do impeachment da presidenta Dilma Rousseff.
Autor: Luãn José Vaz Chagas.
39. Da primeira candidata à primeira eleita à presidência do Brasil: tipologias femininas no HGPE de TV de Livia Maria e de Dilma Rousseff.
Autoras: Alice Marina Lira Lima e Luciana Panke.
40. Campanhas on-line e polarização política: o uso do *Twitter* nas eleições presidenciais brasileiras de 2014.
Autor: Robson Carneiro Conceição.
41. A visibilidade de Dilma Rousseff nas revistas *Veja* e *Isto é*: reflexões sobre o enquadramento visual na mídia impressa.
Autora: Janaína Gomes.
42. Crise institucional brasileira e a imagem dos partidos nas propagandas partidárias gratuitas (PPG).
Autores: Luiz Ademir de Oliveira e Vinícius Borges Gomes.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BIROLI, Flávia. *Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos*. Caderno Pagu [online]. Janeiro-junho 2010, n.34, p. 269-299. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n34/a11n34.pdf>> .

_____. *Teorias feministas da política, empiria e normatividade*. Lua Nova, São Paulo, n. 102, p. 173-210, Dez. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452017000300173&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 03 maio 2018.

CAL, Danila; GARCÊS, Regiane Lucas; BARGAS, Janine de Kássia Rocha; CHOUCAIR, Thais dos Santos. *A mulher na vida pública: um mapa das moralidades no Facebook*. E-compós, Brasília, v. 21, n. 1, jan/abr. 2018. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1430>>. Acesso em: 30 maio 2018.

FREIXO, Adriano de; RODRIGUES, Thiago (orgs). *2016, o ano do golpe*. Rio de Janeiro, Oficina Raquel, 2016.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na Era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e Democracia: entre faticidade e validade*. Volume II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997 (Cap. 08, p. 73-122). Disponível em: <<http://portalconservador.com/livros/Jurgen-Habermas-Direito-e-democracia-v.II.pdf>>. Acesso em 03 maio 2018.

MAIA, Rousiley. *Axel Honneth's Theory of Recognition as a Research Program*. In: MAIA, R. *Recognition and the Media*. Londres: Palgrave MacMillan, 2014, p. 12-26.

MARTINO, Luis Mauro Sa. *Teoria das Mídias Digitais*. 2a. Edição. Petrópolis: Vozes, 2015

MIGUEL, Luis Felipe. *A democracia na encruzilhada*. In: JINKINGS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo (orgs). *Por que gritamos golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil*. São Paulo, Boitempo, 2016.

_____. (orgs). *Encruzilhadas da democracia*. Porto Alegre, Zouk, 2017.


_____. *Dominação e resistência: desafios para uma política emancipatória*. 1.ed. São Paulo – Boitempo, 2018.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Caleidoscópio Convexo: Mulheres, Política e Mídia*. São Paulo, Editora Unesp, 2011.

_____. *Feminismo e Política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo, 2014.

OKIN, Susan Moller. *Gênero, o público e o privado*. Revista estudos de gênero, Florianópolis: 16(2), maio-ago. 2008.

PATEMAN, Carole. *O contrato sexual*. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1993.



SARMENTO, Rayza. *Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)* / Rayza Sarmiento. – 2017. 220 f. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

SCOTT, Joan. *El género: una categoría útil para el análisis histórico*. In: LAMAS, Marta (Comp.) *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. PUEG: México, 1996.

SILVA, Silvado P; BRAGATTO, Rachel & SAMPAIO, Rafael. *Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática* / Sivaldo Pereira da Silva; Rachel Callai Bragatto e Rafael Cardoso Sampaio – Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.