

**ESTADO DA ARTE DA TEMÁTICA MULHERES E MÍDIA POLÍTICA  
PESQUISAS CIENTÍFICAS EM TORNA DA PRESENÇA DA MULHER NOS  
DEBATES PRESIDENCIAIS.**

**RAFAELLY DO NASCIMENTO**

Graduada em Jornalismo e Mestranda em Ciências Sociais Aplicadas/UEPG  
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3391822300290659>

**REIDY ROLIM DE MOURA**

Doutora em Sociologia Política. Profa. Adjunta do Depto. De Serviço Social/UEPG  
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5449233930427672>  
Correio eletrônico: reidymoura@gmail.com

**RESUMO**

O presente artigo busca apresentar o estado do conhecimento a respeito da temática mulheres e mídia política. Buscando assim apresentar algumas lacunas que necessitam ser preenchidas por pesquisadores que trabalham com a questão de representatividade da mulher na política brasileira. Para isso utiliza da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Periódicos da Capes e Plataforma SciELO, visando contemplar alguns dos assuntos que correspondem ao fenômeno: discurso de candidatos em torno de assuntos relacionados a mulheres nos debates presidenciais em disputas distintas.

**Palavras-chave:** Mulher; Debates Presidenciais; Mídia Política; Estado da Arte

**ABSTRACT**

This article presents the state of knowledge regarding the issue of women and political media. In this way, there are some gaps that need to be filled by researchers who work with the issue of women's representation in Brazilian politics. For this purpose, it uses the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations (BDTD), Periodicals of Capes and SciELO Platform, aiming to contemplate some of the subjects that correspond to the phenomenon: discourse of candidates around subjects related to women in the presidential debates in distinct disputes.

**Keywords:** Women; Presidential Debates; Polical Media; State of Art

## INTRODUÇÃO

Desde 1932 mulheres tem direito ao voto conforme prevê o Decreto nº 21.076 daquele ano. E hoje, essas somam 52% do eleitorado brasileiro (TSE, 2018), dessa forma, tornam-se um dos focos dos candidatos no momento de realizar apelo ao voto. Sendo isso uma suposta demonstração de que é marcante a presença de mulheres na política. O que não revela-se como verdadeiro quando analisado a representatividade da mulher dentro da política.

Dados das eleições de 2016 revelam que o número de mulheres a disputarem cargos públicos são de 31,89%, contra 68,11% dos homens (TSE, 2018). Ou seja, há mais do que o dobro de homens candidatos que mulheres. E esse número ocorre sete anos após a aprovação da “cota de gênero” que obriga que os partidos tragam ao menos 30% de cada sexo para disputarem as eleições. Ou seja, é evidente que não houve uma grande evolução desde então em questão de representatividade feminina na política.

Nesse cenário obscuro da presença da mulher na política, o Brasil se posiciona em 115º no ranking mundial que avalia a presença feminina do Parlamento, em uma lista com 138 nações (CAETANO, 2017). Dessa forma, compreende-se que questões que envolvam mulher e mídia política ganham relevância de serem analisadas, objetificando assim demonstrar como se dá essa participação.

Mas por tratar-se de um tema muito amplo, a busca pelo estado da arte do presente artigo concentrou-se em um objeto de análise. Tendo assim os debates presidenciais como ponto de partida para observar o que as mulheres e homens candidatos diziam sobre a mulher dentro de disputas eleitorais. Isso por considerar que, dentre todos os meios midiáticos utilizados para uma campanha eleitoral, nele há menos manipulação e estratégias. Pois, parte do que se discursa neles advém do ataque de adversários, o que pode ser imprevisível (VASCONCELOS, 2011).

Dessa forma, a busca pelo estado da arte centrou-se em encontrar o que há dentro da produção científica brasileira a respeito da mulheres nos debates presidenciais. Considerando o discurso de todos os candidatos e o que eles diziam em torno da temática mulheres, estabelecendo um comparativo entre disputas distintas.

**ESTADO DA ARTE DA TEMÁTICA: MULHERES NOS DEBATES PRESIDENCIAIS**

Conforme o fenômeno a ser investigado, buscou-se verificar na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Periódicos da Capes e Plataforma SciELO, como se dá a concepção de ciência em torno da temática. Isso por se considerar a urgência da existência de pesquisas nesse sentido, podendo assim, auxiliar que pesquisadores das ciências sociais possam construir pesquisas conforme aquilo que foi trabalhado e principalmente a partir das carências que existem em torno do assunto.

Chegando dessa forma na construção do Quadro 1:

**Quadro 1: Estado do Conhecimento da temática da pesquisa**

	<b>Título</b>	<b>Descrição</b>
<b>BDTD</b>	<b>Dissertação:</b> A imagem de Dilma Rousseff: a construção do estereótipo feminino na crise política	Analisa como a mídia construiu a imagem da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) durante a crise política. Por meio da metodologia de análise de conteúdo, foram observadas 53 capas das quatro principais revistas nacionais: Veja, IstoÉ, Época e Carta Capital. A pesquisa retrata a cobertura da imprensa com um enquadramento negativo em relação à Dilma, focando, muitas vezes, em questões que remetem à misoginia.
	<b>Dissertação:</b> Entre a agenda eleitoral e a imagem pública: a condição feminina nas eleições presidenciais de 2010	Analisa os diálogos, silêncios, acomodações e arranjos entre os discursos protagonizados pelo Jornal Nacional em sua cobertura eleitoral e pelos principais candidatos em seus programas eleitorais no horário gratuito durante as eleições presidenciais de 2010. O foco da análise está nas questões de gênero, e procura-se entender se estas questões foram tratadas nestes discursos e, se sim, de que forma isso se deu.
	<b>Dissertação:</b> A mulher no discurso midiático: candidatas à Prefeitura Municipal de Porto Alegre e suas representações na mídia nas eleições de 2008	Nesse trabalho são examinadas as marcas discursivas de gênero em entrevistas veiculadas no Click RBS com candidatas(os) ao cargo de Prefeito Municipal de Porto Alegre/RS, no primeiro turno das eleições municipais de 2008, Objetivou-se analisar, a partir dos gêneros textuais entrevista e perfil, como são tratadas/ representadas as mulheres candidatas em relação aos homens candidatos ao mesmo cargo.
	<b>Dissertação:</b> O ethos no discurso político de Dilma Rousseff	Este estudo propõe-se a analisar o discurso político de voz feminina, pela perspectiva da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, a partir da escolha de quatro discursos proferidos pela presidente brasileira Dilma Rousseff, utilizando-se das contribuições trazidas por Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau.

	<b>Dissertação:</b> O feminino nas eleições de 2010: o discurso de Veja e IstoÉ sobre as mulheres candidatas	Analisa as estratégias discursivas adotadas por duas revistas de informação semanal brasileiras - Veja e IstoÉ - para representar as candidatas Marina Silva (PV) e Dilma Rousseff (PT) nas eleições presidenciais de 2010. O exame dos textos foi viabilizado pela Análise de Discurso Crítica.
	<b>Tese:</b> (Re)significações da mulher política na mídia: memória, corpo, territorialidade	Com o objetivo de refletir sobre o que impinge os discursos e os acompanha na dinâmica (re)significação midiática da mulher, esta tese tem como objeto de investigação discursos sobre mulheres políticas, enquanto acontecimentos históricos e midiáticos.
CAPES	"Leviandades" Eleitorais: a abertura das cortinas para um espetáculo misógino	O artigo problematiza a utilização do termo "leviana", por ocasião dos debates para presidência da República ocorridos nas eleições de 2014 e apresenta alguns discursos de misoginia dirigidos à Presidenta Dilma no ciberespaço.
	Discursos sobre o feminino: um mapeamento dos programas eleitorais de Dilma Rousseff	Este artigo busca discutir o modo como os programas do HGPE de 2010 da então candidata Dilma Rousseff mobilizaram a temática do feminino para articular noções sobre sua identidade e sobre a interface entre gênero e política. Para tanto, voltamos-nos, inicialmente, às teorias feministas com vistas a mapear quatro discursos recorrentes sobre gênero.
SciELO	Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos	O artigo analisa as relações entre gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras Veja, Época e Carta Capital, em 2006 e 2007. Por meio da análise das mulheres políticas que tiveram maior visibilidade – Heloisa Helena, Marta Suplicy e Dilma Rousseff –, discute representações de feminilidade e de masculinidade.
	Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais	Neste artigo são analisados os spots eleitorais nas propagandas televisivas das campanhas presidenciais de Dilma Rousseff (Brasil), Michelle Bachelet (Chile) e Cristina Kirchner (Argentina) com o objetivo de verificar como as presidentes latino-americanas se posicionam enquanto gênero feminino em suas campanhas.
	Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso	Neste artigo discutimos o peso da mídia na influência sobre a escolha dos eleitores e a posição destes como intérpretes dessas mensagens midiáticas. Assumindo um entendimento que relativiza o poder da mídia, indicamos como a ideia de discurso de (e sobre) gênero pode ser compreendido como mediador dessa influência.

Fonte: BDTD, CAPES e SciELO, 2018. Organizado pela autora.

## BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES (BDTD)

A primeira fonte de busca foi a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), onde estão organizadas as produções dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras. Assim, parte-se sempre de universos mais amplos, para enfim chegar aos trabalhos que mais se assemelham ao tema “mulheres nos debates presidenciais”, analisando o que os candidatos diziam sobre mulheres em disputas distintas.

Dessa forma, no campo de busca da BDTD foi inserido os termos “gênero”, utilizando o filtro assunto. Aparecendo assim um total de 3134 resultados correspondentes. Resultado este que demonstra a pertinência dos assunto nos últimos anos.

Uma forma de comprovar essa relevância contemporânea no ambiente científico é utilizando o filtro de período nas opções avançadas, caindo para 2569 trabalhos ao limitar a pesquisa para defesas a partir de 2008. Ou seja, dos trabalhos referentes a Gênero, elaborados nas instituições de pós-graduação brasileiras, aproximadamente 81% foram feitos na última década.

Porém, por compreender que a pesquisa estava muito abrangente, limitou-se o período para o último ano completo e do atual até o momento (abril). Vendo assim as defesas de 2017 e 2018, totalizando 252 pesquisas que tiveram como temática o “gênero”. Dentre essas, a maioria focava-se em questões referentes a homossexuais e desigualdade de gênero. Concluiu-se assim, que mesmo que nenhum trate exatamente da temática “mulheres nos debates presidenciais”, ainda há no campo científico um número considerável de material que dá base a qualquer levantamento a quem deseja trabalhar com assuntos desta natureza.

Ainda na tentativa de encontrar pesquisas que compunham o estado da arte da temática aqui trabalhada é que se acrescenta no menu de buscas o termo “mulheres e mídia” no campo assunto. Encontrando a partir de então 47 resultados correspondentes, destes, a maioria referente a construção de um estereotipo feminino pela mídia, analisando diversos tipos de meios de comunicação, de jornais impressos a portais de notícia na internet.

Dentre os resultados encontrados nesta última pesquisa, apenas três se aproximam em certa medida do tema “mulheres nos debates presidenciais”. Entre eles está a dissertação “A imagem de Dilma Rousseff: a construção do estereótipo feminino na crise política”, de autoria da Mestre em Comunicação Bárbara Rodrigues Nunes (2018).

O trabalho de Nunes (2018) reflete o tratamento midiático dado pelas revistas Veja, IstoÉ, Época e Carta Capital de 2013 a 2016, ou seja, desde o início das manifestações contrárias a Presidenta, até a concretização do seu impeachment. Buscando perceber a partir da análise de conteúdo se houve um comportamento misógino nessas coberturas e concluindo que sim, as revistas reforçaram uma imagem negativa de Dilma.

Assim a pesquisa analisa o tratamento a mulher dentro de um discurso político. Porém, o foco de Nunes (2018) é em como a mídia trata a Presidenta, não focando nem no discurso

da mesma, ou em como ela contempla as demais mulheres a partir do que diz. Assim como os homens candidatos também não são analisados de forma que houvesse um comparativo de tratamento dado aos diferentes gêneros.

Dessa forma, reconhece-se a relevância do trabalho de Nunes (2018), mas também acredita-se que há muito que se trabalhar sobre o assunto, avançando, por exemplo, ao traçar um histórico entre os debates presidenciais. Verificando como as candidatas e candidatos comportam-se, falam e como contemplam assuntos referentes a mulheres.

O segundo trabalho encontrado na BDTD, com o termo “mulheres e mídia”, foi a dissertação “Entre a agenda eleitoral e a imagem pública: a condição feminina nas eleições presidenciais de 2010” de autoria da então Mestre em Ciência Política Fernanda Ferreira Mota (2013). Ela analisa a cobertura eleitoral do Jornal Nacional e horário eleitoral dos principais candidatos à presidência em 2010, focando em como questões de gênero foram abordadas.

Novamente, há a preocupação em analisar o discurso político com relação a gênero. Porém, Mota (2013) vai além, ao trabalhar com o período eleitoral e analisar mais de um candidato, não observando apenas o que a mídia diz a respeito da temática como fez Nunes (2018). No entanto, limita-se a trabalhar apenas com uma disputa, ao invés de estabelecer um comparativo com processos anteriores.

Por fim, o último trabalho que aproxima-se do tema “mulheres nos debates presidenciais” dentro da BDTD utilizando as palavras-chave “mulheres e mídia” é a dissertação “A mulher no discurso midiático: candidatas à Prefeitura Municipal de Porto Alegre e suas representações na mídia nas eleições de 2008”, de autoria da então Mestre em Letras Margareth de Oliveira Michel (2009).

A dissertação de Michel (2009) analisa como as mulheres aparecem nas entrevistas de candidatos e candidatas a prefeitura de Porto Alegre veiculadas pela Click RBS em 2008. Realizando assim uma análise crítica do discurso com metodologia para compor o projeto. Assim como nos dois casos anteriores, trata-se de uma análise do discurso político referente a mulheres.

Outra aproximação ao tema em questão se deve a Michel (2009) também refletir quanto a fala destes candidatos, assim como Mota (2013) o fez. Embora opte por observar um meio midiático, foram as falas dos candidatos que ela escolheu analisar. Porém, trata-se de um discurso transmitido por meios jornalísticos, ainda que sejam falas dos candidatos, não está

salvo de possíveis manipulações, sendo um debate presidencial mais confiável por ter menos interferências de estratégias jornalísticas.

Ainda na BDTD, buscando afinar ainda mais a pesquisa, se utilizou os termos “mulheres no discurso político”, no filtro assunto. Visto que “mulheres e debates presidenciais” e apenas “debates Presidenciais, também com o filtro assunto, não apresentaram respostas. A pesquisa gerou 10 resultados, entre esses, apenas três (uma tese e duas dissertações) aproximavam-se de fato da temática “mulheres nos debates presidenciais”.

Embora não trabalhe exatamente com debates eleitorais, a dissertação da então Mestre em Linguística Ana Regina Seno (2014) - “O *ethos* no discurso político de Dilma Rousseff”, trabalhou com a análise do discurso político de uma mulher, focando nos elementos femininos que compunham essas falas em quatro discursos da então Presidenta Dilma. Não houve no trabalho a preocupação em estabelecer comparações históricas do discurso, com o objetivo de compreender as particularidades de cada uma das disputas.

A segunda dissertação intitulada “O feminino nas eleições de 2010: o discurso de Veja e IstoÉ sobre as mulheres candidatas”, da então Mestre em Comunicação Mariangela M. Bianchi (2013) também trabalha com a análise do discurso durante uma campanha eleitoral, com foco nos temas femininos, mas seu olhar é voltado ao que transmite a mídia e não os candidatos, como ocorre em um debate eleitoral.

Bianchi (2013) não observou nem o que as próprias candidatas diziam a respeito do tema, como fez Seno (2014) na dissertação anterior, ou o que os candidatos masculinos discursavam. Não houve também a tentativa de correlacionar os discursos de 2010 com de outras disputas, o que se justifica, considerando que seu Mestrado é em Comunicação.

Com relação a tese encontrada BDTD, verificou-se que há a preocupação em analisar o discurso midiático sobre mulheres a partir de três focos: enquanto memória, corpo e territorialidade. Justamente por se tratar de uma tese, acaba tendo um aprofundamento muito maior, trabalhando com três revistas que compõe o objeto da pesquisa, sendo elas Veja Mulher, Claudia e Istoé.

A Dra. Fernanda Fernandes P. A. Lima (2011) focou-se nas reportagens veiculadas durante a disputa de 2010, que foi marcante para temática feminista justamente por ter sido nela que o Brasil elegeu sua primeira Presidenta. Assim como nos demais trabalhos

encontrados na BDTD, não houve a preocupação em fazer correlações com disputas anteriores.

Da tese e dissertações encontradas na BDTD, ficou claro que os trabalhos de Mota (2013), Michel (2009) e Seno (2014) optaram por trabalhar com os candidatos como interlocutores, como supõe a temática “mulheres nos debates presidenciais”. Embora no caso da dissertação de Seno (2014) não se buscou as falas dos demais candidatos, até porque ela não se limitou a trabalhar com o período eleitoral, mas com os discursos da então Presidenta eleita.

### PERIÓDICOS CAPES

Quanto a busca no Portal de Periódicos CAPES, onde utilizou-se o termo “gênero” com os filtros revisado por pares e limitando-se aos artigos, se tem 69.936 resultados correspondentes. Demonstrando assim, como no caso da BDTD, a relevância do tema. Porém, como os números eram muito amplos, optou-se por utilizar mais uma termo e limitar a busca para o último ano completo e o atual até o momento (abril). Assim, acrescentou-se o “feminino” em busca avançada, de 2017 a 2018. Encontrando a partir de então 459 respostas. Destas, a maioria trabalhavam com as questões de desigualdade de gênero. No entanto, nenhuma aproximou-se o suficiente da temática “mulheres nos debates presidenciais”.

Dessa forma, a busca no Portal de Periódicos CAPES passou a focar-se em “mulheres e mídia” e “política” nas buscas avançadas e revisado por pares. Tendo assim, 260 resultados correspondentes aos termos utilizados para estabelecer o estado do conhecimento da temática. Destes, não houve nenhum que se aproximasse de forma significativa da temática. Sendo possível perceber que assim como no caso das pesquisas encontradas da BDTD, o que mais se repete é a preocupação com a estereotipação que a mídia faz com relação as mulheres, sempre tendendo para a misoginia.

Em razão da insatisfação até o momento, com os resultados obtidos na Plataforma e também na tentativa de especificar ainda mais os termos de busca é que parte-se para a seguintes palavras-chave: “mulheres e debates eleitorais presidenciais”. Como forma de filtrar os dados, optou-se pelos anos de 2010 a 2017, período que corresponde a análise, e revisado por pares, obtendo assim 29 resultados. Dentre eles, somente dois iam de encontro ao tema aqui trabalhado.

O primeiro deles, “Leviandades’ Eleitorais: a abertura das cortinas para um espetáculo misógino” trata-se de um artigo elaborado pela doutora em Sociologia Elizabeth Christina Andrade Lima e o mestrando em Ciências Sociais Rafael Maracajá Antonio (2016). Os autores realizaram uma análise de discurso da utilização de um termo, tido como misógino naquele contexto, dentro dos debates eleitorais de 2014. Ou seja, como as mulheres aparecem dentro do debate eleitoral televisivo, tendo como ponto de partida as disputas de 2010 para o caso deste trabalho.

Porém, justamente por trata-se de apenas um artigo e não um dissertação, não houve a preocupação em realizar comparações com outras disputas, para saber, por exemplo, se o comportamento misógino é uma particularidade daquela eleição. Por essa razão torna-se tão relevante traçar um histórico desses comportamentos nos debates presidenciais.

Já o segundo artigo encontrado pela CAPES, “Discursos sobre o feminino: um mapeamento dos programas eleitorais de Dilma Rousseff” (2013), se relaciona a temática dessa pesquisa por buscar realizar uma análise do discurso de uma das candidatas de 2010, verificando o que ela diz com relação a mulher. Focando aqui no Horário Eleitoral. Buscando também entender se há a intenção de atrair essas eleitoras a partir de seu discurso. Como no caso anterior, não houve a preocupação em estabelecer uma análise histórica.

#### PLATAFORMA SCIELO

Ainda buscando chegar ao estado do conhecimento da temática, buscou-se na Plataforma SciELO o termo “gênero”. Obtendo assim 24610 resultados correspondentes a pesquisa. Mais uma vez o número de equivalências demonstra a relevância que o assunto possui, principalmente na contemporaneidade. O que fica claro ao filtrar o período de 2008 a 2017, onde o número cai muito pouco, ficando com 18173 resultados. Ou seja, a última década é responsável por aproximadamente 73% dos artigos referentes a gênero.

Porém, em razão do excesso de dados, optou-se por filtra-los ainda mais, utilizando-se os seguintes filtros para refinar os resultados: adicionar outro campo – “feminino”; coleções – Brasil; período 2017-2018; áreas temáticas Ciências Sociais Aplicadas e Ciências Humanas e tipo de literatura – artigo. O que gerou 42 resultados, que em sua maioria, traziam a representatividade feminina em campos diversos.

Na sequência foi utilizado as palavras-chave “mulheres e mídia”, para constatar o estado do conhecimento em torno da temática. Ao total, foram encontrados 108 resultados,

que filtrados (Brasil, Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas e Artigo) reduziram para 46. Dentre esses apenas uma mostraram-se de fato similar ao tema em questão: “Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos”.

O artigo de autoria da doutora em História Flávia Biroli (2010) tem como objetivo analisar a presença feminina, relacionadas a política, dentro na mídia brasileira, de 2006 a 2007. Demonstrando assim qual o papel desta na construção de uma imagem da mulher enquanto candidata. Não utilizando portanto dos debates presidenciais como objeto nem da análise de discurso destas mulheres como suporte para compreender a dinâmica.

Ainda na Plataforma SciELO, assim como na BDTD, os termos “mulheres e debates eleitorais presidenciais” não obteve resultados e “debates presidenciais” contabilizou oito, porém, nenhum contemplava a temática em questão. Então utilizou-se: “mulheres no discurso político”. Assim, encontrou-se 16 resultados, onde apenas dois assemelham-se a tema “mulheres nos debates presidenciais”.

Quanto aos artigos publicados pela Plataforma SciELO, os títulos são: “Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais” e “Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso”. O primeiro é resultado da pesquisa da pós-doutora em Comunicação Política, Luciana Panke e da doutora em Ciência Política Sylvia Iasulaitis (2016). Nele há a análise dos spots eleitorais de 2014 das candidatas a presidência Dilma Rousseff (Brasil), Michelle Bachelet (Chile) e Cristina Kirchner (Argentina).

Assim, as autoras trabalham com o tema mulheres a partir da fala de candidatas durante o período eleitoral. Porém, não estabelece correlação com disputas anteriores e também pelo objeto de análise e usa de spots ao invés dos debates de debates presidenciais.

O segundo artigo que se aproxima dessa problemática foi elaborado pela psicóloga Claudia Maria Finamore e pós-doutor em Antropologia João Eduardo Coin de Carvalho (2016). A pesquisa analisa como as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação influenciam na escolha dos eleitores, analisando assim o discurso trazido nas campanhas, com foco no que se refere ao gênero feminino. Focando no discurso da mídia, ao invés dos próprios candidatas, divergindo portanto de “mulheres nos debates presidenciais”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, conclui-se que há pesquisas que analisam o discurso referente ao gênero feminino em campanhas eleitorais ou dentro da política em geral, mas normalmente o foco não são as falas dos candidatos, como percebe-se ao observar o Quadro 1, onde estão organizadas essas pesquisas. Frequentemente o material utilizado é aquele que foi produzido pela mídia, referente a presença de mulheres como candidatas.

Neste contexto, o fenômeno trazido na pesquisa visaria eliminar essa lacuna ao analisar os debates eleitorais e realizar uma contextualização com diferentes campanhas, objetivando assim compreender as particularidades com relação a tematização das mulheres nas disputas presidenciais distintas.

Isso por considera a relevância do tema, já que é comprovada a baixa representatividade feminina na política. E a medida que a estudos que demonstrem que além de baixa, essa participação não reflete sobre assuntos femininos, o estudo se torna relevante para que candidatos e candidatas possam adotar novas posturas em suas campanhas. Pensando não só nas mulheres, mas em todas as minorias sociais que terminam por serem apenas citadas nos discursos no período eleitoral.

## REFERÊNCIAS

BDTD. **Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações**. 2018. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: abril de 2018.

BERNARDES, Walkyria Wetter. **A constituição identitária feminina no cenário político brasileiro pelo discurso midiático globalizado: uma abordagem discursiva crítica**. 2009. 228 f., il. Tese (Doutorado em Linguística)-Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

BIACHI, Mariangela Monfardini. **O feminino nas eleições de 2010: o discurso de Veja e Istoé sobre as mulheres candidatas**. 2013. 237 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

BIROLI, F. . **Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos**. Cadernos Pagu (UNICAMP. Impresso) , v. 34, p. 269-299, 2010.

CAETANO, Guilherme. **Participação feminina no Parlamento brasileiro está abaixo da média mundial de 1990**. Revista Época. 2017. Disponível em:

<<https://epoca.globo.com/politica/expresso/noticia/2017/03/participacao-feminina-no-parlamento-brasileiro-esta-abaixo-da-media-mundial-de-1990.html>>. Acesso em: abril 2018.

CAPES. **Portal de Periódicos**. 2018. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: abril 2018.

FINAMORE, Claudia Maria; DE CARVALHO, João Eduardo Coin. **Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso**. Estudos Feministas, p. 347-362, 2006.

LIMA, Fernanda Fernandes Pimenta de Almeida. **(Re)significações da mulher política na mídia: memória, corpo, territorialidade**. 2011. 186 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, 2011.

LIMA, L. C. A.; ANTONIO, R. M.. **“LEVIANDADES” ELEITORAIS: a abertura das cortinas para um espetáculo misógino**. Política & Trabalho (Online) , v. V. 1, p. p. 263-281, 2016.

MENDONCA, Ricardo Fabrino and OGANDO, Ana Carolina. **Discursos sobre o feminino: um mapeamento dos programas eleitorais de Dilma Rousseff**. Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2013, vol.28, n.83, pp.195-216. ISSN 0102-6909. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092013000300013>.

MICHEL, Margareth de Oliveira. **A mulher no discurso midiático: candidatas à Prefeitura Municipal de Porto Alegre e suas representações na mídia nas eleições 2008**. 2009. 126 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2009.

MOTA, Fernanda Ferreira. **Entre agenda eleitoral e imagem pública: a condição feminina nas eleições presidenciais de 2010**. 2013. 200 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

NUNES, Bárbara Rodrigues et al. **A imagem de Dilma Rousseff: a construção do estereótipo feminino na crise política**. 2018.

PANKE, Luciana; IASULAITIS, Sylvia. **Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais**. Opinião Pública, Campinas, v. 22, n. 2, p. 385-417, maio/ago. 2016.

SCIELO. **Pesquisa Artigos**. 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.org/php/index.php>>. Acesso em: abril de 2018>. Acesso em: abril de 2018.

SENO, A. R., **O ethos no discurso político de Dilma Rousseff: a imagem da mulher na política**. 2014.

TSE, Tribunal Superior Eleitoral. **Mulheres representam 52% do eleitorado brasileiro**. 2018.

VASCONCELLOS, Fábio. **Quem se importa com os debates eleitorais na TV?. IV Encontro da Compolítica**. 2011.