
O tratamento da mídia a uma mulher chefe de Estado¹

Carolina Leoni FAGUNDES²
Helena Iracy Cerquiz SANTOS NETO³
Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, SC

Resumo

Este artigo inscreve-se no entremeio da análise discursiva pecheutiana com o jornalismo. Busca analisar discursivamente o tratamento midiático a uma mulher chefe de Estado, a fim de investigar os sentidos possíveis presentes nos corpora de análise, que integram as matérias da revista Istoé e Época para com a presidenta Dilma Rousseff veiculadas em primeiro de abril de 2016 e 20 de agosto de 2015, respectivamente. Assim, temos como recorte de análise as marcas discursivas do feminino no poder, as condições de produção e a historicidade de cada revista, além dos sentidos de não pertencimento da mulher na política.

Palavras-chave: jornalismo; revista; análise do discurso; presidenta; machismo.

1 Introdução

Quando pensamos em mulher na política, temos - ainda que fortes - poucos exemplos. Mesmo se pensando em âmbito global, a representatividade da mulher na política é muito baixa. Antes de 1945, apenas a Áustria tinha eleito uma mulher para presidir o parlamento do país. Em países como Argentina e Bolívia, presidentas existem desde 1970. Na Dinamarca, mulheres começaram a presidir a república em 1950 (INTER-PARLIAMENTARY UNION, 2018). Apesar de termos exemplos na história de princesas e rainhas que governaram, como Maria Leopoldina, Maria I e a princesa Isabel, o Brasil só veio a ter a sua primeira chefe do Executivo eleita em 2010. Já no Legislativo, ainda nenhuma mulher conseguiu chegar ao cargo mais alto desta instituição, principalmente pelo fato da votação ser indireta.

Do ponto de vista da representatividade política das mulheres nos parlamentos de todos os países, o Brasil encontra-se em 152º em um ranking de 187 países (IDEM). Apesar do Brasil ser um Estado em que, por lei, existam cotas para

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, graduada pela UNISUL. E-mail: carolinaleonifagundes@gmail.com

³ Jornalista, professora do Curso de Jornalismo da UNISUL. E-mail: helena.santosneto@gmail.com

mulheres na política – todo partido tem que reservar 30% das vagas em todos os níveis – não é o suficiente para que as mulheres consigam votos e apoio para se elegerem.

Como afirma Miguel (2016): “a reserva de vagas de candidatura para mulheres, sem dar a elas condições para fazer campanha, alcança pouca efetividade”. Ou seja, apenas abrir um espaço mínimo, sem dar chances para que se tenha uma competição justa, não irá promover uma redução visível da desigualdade e o poder político continuará nas mãos do mesmo grupo minoritário, masculino e hegemônico.

A partir dessa exclusão, pensamos o jornalismo a partir da análise do discurso pecheutiana. Nosso intuito é o de entender como se perpetua a ideia de machismo e dos espaços da mulher, em especial no poder com o seu reflexo principalmente na imprensa tradicional. Analisaremos discursivamente os tratamentos dados a uma mulher chefe de estado nos corpora das matérias das revistas ISTOÉ e ÉPOCA.

1.1 Corpus e recorte

Courtine (2009, p. 57) define corpus como “princípio teórico, que é constituído por sequências discursivas, formando um corpora”. Aqui, nosso corpus de análise constituem-se nos seguintes corpora: as matérias veiculadas pelas revistas Istoé e Época, nas datas de primeiro de abril de 2016 e 20 de maio de 2015, respectivamente. Os corpora a serem analisados são, pela revista Istoé, a comparação que os jornalistas Débora Bergamasco e Sérgio Pardellas fazem da, na época, Presidenta Dilma Rousseff com a primeira rainha do Brasil, Maria I. Já o corpus a ser analisado da revista Época é um texto escrito pelo editor João Luiz Vieira, intitulado: “Dilma, se fosse seu amigo lhe diria: erotize-se.”

Dados os corpora, entramos na noção de recorte, que é definida por Orlandi (1984, p.14) como “uma unidade discursiva, fragmentos de uma situação discursiva. Tomando uma situação discursiva como processos discursivos, focos do analista”. Assim, nosso recorte analisa como a mídia tradicional brasileira mantém e perpetua as marcas discursivas a respeito do feminino no poder. Assim, não só os sentidos gerados pelas matérias, como a sua historicidade, as condições de produção e principalmente de que forma o discurso machista e hegemônico atravessa o discurso jornalístico quando se trata de política, caracterizam o nosso recorte.

2 DISCURSO JORNALÍSTICO

De acordo com Mariani (1998), o discurso jornalístico “contribui na construção do imaginário social e na cristalização da memória do passado, bem como na construção da memória do futuro”. Ou seja, o discurso jornalístico está diretamente ligado às nossas memórias⁴. Além disso, há outros discursos que atravessam o discurso jornalístico e nos ajudam a compreendê-lo melhor. Ainda segundo a autora, podemos considerar que o discurso jornalístico possui viés autoritário. Ou seja, o discurso jornalístico faz um apagamento de sentidos de uma notícia para o seu leitor, direcionando sua leitura sem que o mesmo perceba tal ocorrido. Isto porque, se fizermos uma analogia do discurso jornalístico com o discurso pedagógico, o jornalista inscreve-se na posição sujeito semelhante à do professor, em que é considerado dentro da estrutura pedagógica o dono do saber, aquele que irá transmitir a única versão de um conhecimento para seus alunos, com o efeito de verdade absoluta. Por esta razão, o discurso pedagógico, assim como o jornalístico, possuem características autoritárias. Isto porque para Mariani (1998, p. 44 apud SANTOS NETO, 2015, p. 43), a mídia opera

[...] como um elemento fundamental na representação e re-produção dos ‘consensos de significação’”. Isto porque o tempo é um elemento crucial ao meio, numa área em que passado e presente e projeções do futuro entrecruzam-se a todo instante, num perpétuo tecer da história e da política do cotidiano “[...] na tentativa de explicar/didatizar os acontecimentos, ou seja, construindo um sentido ‘natural’ para a instabilidade do presente (IBIDEM).

Se pegarmos o exemplo da grade televisiva aberta, temos em média seis jornais ao dia. Se existe alguma informação que eles querem que esteja no imaginário das pessoas, que elas o tomem como verdade absoluta, a mesma notícia é repetida, da mesma forma, com as mesmas informações e edições em todos os seis jornais disponíveis. Ou seja, através da repetição constante, com a utilização dos mesmos signos incessantemente e até didaticamente, há um forte apagamento de todos os outros sentidos envolvidos na notícia veiculada.

Essa estratégia, podemos assim chamar, funciona por conta dessa estrutura, já comentada, do discurso jornalístico. Segundo Mariani (1998): “Consideramos o

⁴ Iremos discutir os conceitos de memória mais adiante.

discurso jornalístico como uma modalidade de *discurso sobre*. Um efeito imediato do *falar sobre* é tornar objeto aquilo sobre o que se fala.” Ou seja, a partir dessa visão o sujeito cria um distanciamento sobre o que está falando, provocando um efeito de imparcialidade, o que pode fazer com que a partir desse distanciamento, o sujeito produza juízos de valor e opiniões referentes ao objeto, do qual não esteve “envolvido”.

O discurso jornalístico pode operar de duas formas: inserindo o inesperado - ou seja, aquilo que ainda não há memória - ou o possível - que já existe uma memória do público em cima do assunto (IDEM). A forma pincelada em que as notícias se apresentam em um jornal, ganham sentido quando se consegue fazer sua conexão. A partir dos fragmentos do assunto o leitor consegue chegar a um já-lá do objeto. Para exemplificar isso, imaginemos como exemplo a imagem da mulher na mídia: a porcentagem feminina na televisão, que é menor do que 20% e que costumeiramente veiculada

[...] em papéis de vítimas e donas de casa em noticiários, ou mesmo como e quando âncoras e repórteres, seguem o padrão de beleza imposto pela atual sociedade. Poucas vezes, aparecemos como especialistas em algo, causando até espanto, quando isso ocorre. Justamente por chocar uma imagem já construído, no imaginário, por essa mesma mídia (MORENO, 2012, p.31)

Dessa forma, a mídia constroi o imaginário social, ou seja, a memória discursiva. Infelizmente, neste caso, memória esta pautada pela memória metálica. Esses conceitos serão melhor discutidos adiante, assim como o conceito fundante de formação discursiva.

2.1 FORMAÇÃO DISCURSIVA, MEMÓRIA E FEMINISMO

Quando discutimos a inscrição social de um sujeito num determinado texto, partirmos de uma posição sujeito numa formação discursiva dominante. Assim, precisamos situar em qual formação discursiva o mesmo está inscrito, pois “[...] É na formação discursiva que o sujeito se encontra socialmente, na relação consigo e com os demais, formulando a sua identidade” (SANTOS NETO, 2015, p. 32).

A partir da formação discursiva conseguimos analisar as marcas discursivas presentes no texto, a partir da postura do sujeito perante situação A, B ou C, conseguindo compreender também as suas condições de produção e consequentemente, o não dito. Segundo Orlandi (2006, p. 58), podemos considerar a formação discursiva como “o lugar da constituição do sentido e da identificação do sujeito”. Nesse emaranhado de identificações, a ideologia faz-se presente no imaginário e no simbólico, como explica Orlandi (1999, p. 43):

[...] O fato mesmo da interpretação, ou melhor, o fato de que não há sentido sem interpretação, atesta a presença da ideologia. Não há sentido sem interpretação, e além disso, diante de qualquer objeto simbólico o homem é levado a interpretar, colocando-se diante da questão: o que isto quer dizer? Nesse movimento de interpretação o sentido aparece-nos como evidência, como se ele estivesse já sempre lá. Interpreta-se e ao mesmo tempo nega-se a interpretação, colocando-a no grau zero. Naturaliza-se o que é produzido na relação do histórico e do simbólico.

Os conceitos que temos já de alguma forma pré estabelecidos em nossa vida, dependem diretamente da ideologia em que estamos inseridos. É a partir dela, que conseguimos significar e ressignificar algo. Esta noção é extremamente importante, principalmente, quando estudamos o jornalismo, pois,

[...] Se por um lado a ideologia faz com que certos sentidos sejam naturalizados como únicos e permitidos no discurso em geral, e no discurso jornalístico em particular, também é possível que outros sentidos sejam silenciados e interditados quando se tem a ilusão de espelhar a realidade a partir da notícia. (SANTOS NETO, 2015, p. 31)

Ou seja, os mecanismos utilizados no discurso jornalístico ajudam a perpetuar a ideologia, permitindo a naturalização de diversos sentidos, assim como o silenciamento de tantos outros. E nesses silenciamentos, no vai e vem da interpretação, no movimento dos sentidos, temos a construção da memória, quer seja a discursiva, a de arquivo ou a metálica.

Assim, para a análise do discurso, o que chamamos de memória discursiva é o que já está no nosso imaginário, pois acreditamos que somos a origem do dizer quando estamos trazendo algo já-lá, algo que dito em algum outro momento na linguagem (ORLANDI, 2006 apud SANTOS NETO, 2015). Trata-se do que chamamos saber discursivo. É o já dito que constitui todo dizer.

Orlandi (IDEM) traz a noção de que toda memória discursiva é constituída pelo próprio esquecimento, causando assim a impressão de primeira vez da fala. Por sua vez, a memória de arquivo é a memória registrada, as informações que guardamos de forma física, documentada em fotos, livros e arquivos da diversos da humanidade. É uma memória cumulativa, reflexiva. Por último, quando essa memória, também cumulativa, mas registrada a partir da mídia, sem a reflexão, apenas como um arquivo se sobrepondo a outro, num acumular de publicações midiáticas, temos a memória metálica.

Na memória metálica, se pensarmos como se dá a representação feminina no jornalismo brasileiro, temos as seguintes características, de acordo com Moreno (2012, p. 32):

[...] E o discurso - quer verbal, quer imagético - nos apresenta sempre jovens (como se fosse crime ou vergonha envelhecer), quase sempre brancas (embora a nossa maior riqueza seja justamente a diversidade de raças e etnias que nos caracterizam), sempre magras (numa ditadura que se acentuou nos últimos anos, na contramão da realidade dos contornos corporais, tanto devidos a nossa mistura de raças quanto a alimentação moderna e a vida sedentária), preferencialmente loiras e de cabelos lisos (bem distante do padrão nacional) - no máximo, ondulados, e apenas em raros casos, cacheados.

Assim, quando temos pontos da violência midiática contra as mulheres expostos, atravessados pelo discurso jornalístico – por sua ordem de repetição e silenciamento – o imaginário é marcado, diversas vezes, pela criação de estereótipos, especialmente quando analisamos o feminino na política.

As mulheres políticas são tratadas de maneira distinta dos homens políticos; é inegável a influência da mídia sobre a opinião do eleitorado. As mulheres tendem a ser apresentadas sob uma luz mais negativa (assim colaborando com, e talvez até estimulando o afastamento do eleitorado das candidaturas femininas, contribuindo, com isso para o déficit de representação feminina) ou eventualmente contribuindo para uma relativa exclusão de suas ideias fruto de uma invisibilidade seletiva maior (MORENO, 2012, p.76).

Há um estereótipo criado baseado em memórias machistas que está presente nas memórias metálicas e de arquivo. Nesse cenário machista em que a luta feminina inscreve-se. No feminismo atual, entramos no que seria dito por muitas estudiosas como

a quarta onda do feminismo, a luta do século 21 é pautada principalmente na diversidade dos feminismos, aceitando, reconhecendo, legitimando e lutando por grupos de minorias, compreendendo e apoiando a necessidade de segmentações dentro do movimento. Para Butler (2003, p. 20), essa diversificação é uma das grandes “armas” que os feminismos têm a seu favor:

[...] A presunção política de ter de haver uma base universal para o feminismo, a ser encontrada numa identidade supostamente existente em diferentes culturas, acompanha frequentemente a ideia de que a opressão das mulheres possui uma forma singular de uma estrutura universal ou hegemônica da dominação patriarcal masculina. A noção de um patriarcado universal tem sido amplamente criticada em anos recentes, por seu fracasso em explicar os mecanismos da opressão de gênero nos contextos culturais concretos em que ela existe. Exatamente onde esses vários contextos foram consultados por essas teorias, eles o foram para encontrar “exemplos” ou “ilustrações” de um princípio universal pressuposto desde o ponto de partida.

De fato, essa suposta desunião é o que agrupa e gera mais empatia dentro do movimento, faz com que o movimento tenha cada vez mais adeptos, de todos os gêneros, propiciando o menor silenciamento de casos de violência contra as mulheres.

3 Análise

Ao nos deparar com as revistas que integram nossos corpora de análise, percebemos que o período em que cada veículo está inscrito e publicou seus textos gera sentidos referentes aos mesmos. Mais do que isso, traz ao sujeito-leitor uma única possibilidade, com comprovações históricas que o justificam. Ou seja, uma historicidade. Esse conceito fica mais claro quando aplicado para essas instituições:

A historicidade das instituições pode ser vista como resultante de processos discursivos que se tornam aparentes através de práticas e/ou rituais sociais, por meio da circulação de seus produtos e dos sistemas de normas e leis que se estabelecem de acordo com o discurso institucional, moldando-se e transformando-se, o que provoca um efeito universalizante de reconhecimento: em uma dada formação social as pessoas sabem ou deveriam saber o que é um jornal e uma igreja, entre outras instituições. Esse processo histórico de naturalização das

instituições e dos sentidos funciona de modo a torná-las evidentes, legítimas e necessárias. (SANTOS NETO, 2015, p.37)

Essa naturalização de sentidos, a partir das condições de produção de cada um, traz também um peso de legitimidade para esses veículos, que conseguem, dessa forma, credibilizar o que falam e torná-la de um único sentido, passando ao seu espectador/leitor como uma única verdade.

3.1 Historicidades

A revista semanal IstoÉ surgiu em 1976, em uma parceria do empresário Domingo Alzugaray, o jornalista Luis Carta, ex-diretor da revista *Realidade*, e seu irmão Mino Carta, também fundador da revista *Veja* e *Carta Capital*. A IstoÉ foi criada em meio do governo militar de Geisel, quando começou a abertura política do Brasil, devido ao enfraquecimento dos militares, pela alta da inflação e também pelo assassinato de Vladimir Herzog.

A revista semanal normalmente aborda assuntos factuais, sem um grande aprofundamento histórico, relevantes normalmente à política mundial e nacional. Outro fato importante para a construção da IstoÉ foi que a revista, em 2006, fechou parceria com o Grupo Time Inc. Pelo acordo, o conteúdo das revistas *People*, *Fortune* e *Time* passou a ser incluído em todas as revistas da IstoÉ, tendo seu público alvo,

[...] Segundo pesquisa recente 42% dos leitores de Istoé são homens, enquanto as mulheres representam 58%, 40% dos leitores são casados e 70% tem curso superior completo, desses 70% 30% já são pós graduados. A Istoé é uma revista relativamente elitizada, sendo assim 75% dos leitores pertencem às classes A e B, 30% assinam pelo menos 5 anos. A Istoé é uma revista que tem uma linguagem abrangente, dessa forma temos 60% dos leitores na faixa etária entre 21 e 52 anos, 29% tem até 19 anos e 16% tem mais de 50 anos de idade (MEMORIAL DESCRITIVO REVISTA ISTOÉ, 2009).

Nosso segundo objeto de análise é a revista *Época*. Criada em 1998 pela Editora Globo, pertence ao conglomerado Globo de Comunicação. A revista, também semanal, é baseada na internacional Focus, com um design que valoriza imagens e gráficos. Além disso, a *Época* é uma revista de abordagem segmentada sobre interesses gerais, voltada principalmente ao público que acendia na época de sua criação, caracterizado como:

[...] classe média, marcados pelos itens elencados na imagem referente ao orçamento familiar: restaurante, hospital, carro, escola, viagem e empregada. Além de elementos discursivos voltados à classe média, como o trecho porque a velha classe média é quem sofre mais... Na capa também temos acesso a uma conta mensal, onde no local em que deveriam constar valores monetários são substituídos por comentários satíricos sobre os orçamentos. (SANCHES; SOUZA, 2015, p.13)

A partir disso, iremos analisar as condições de produção de cada uma. Para podermos avaliar a historicidade de algo, precisamos levar em conta também, suas condições de produção:

[...] Em sentido estrito ela compreende as circunstâncias da enunciação, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato. No sentido lato, a situação compreende o contexto sócio-histórico, ideológico, mais amplo [...]. O sujeito da análise de discurso não é o sujeito empírico, mas a posição sujeito projetada no discurso. Isto significa dizer que há em toda língua mecanismos de projeção que nos permitem passar da situação sujeito para a posição sujeito no discurso. Portanto não é o sujeito físico, empírico que funciona no discurso, mas a posição sujeito discursiva (ORLANDI, 2015, p.17).

As condições de produção não são apenas o contexto em que está inserido o fato, mas também leva em consideração as questões sociais, históricas, econômicas e, principalmente, ideológicas. Além disso, é preciso considerar também, a posição sujeito, ou seja de onde, de que hierarquia e de que papel, de quem está analisando, assim como de quem está sendo analisado.

Com todos esses conceitos apresentados, podemos começar a análise das sequências discursivas de referência. A matéria de primeiro de abril de 2016, de Sérgio Pardellas e Débora Bergamasco, *Uma presidente fora de si*, da revista IstoÉ, tem em sua

base argumentos machistas e misóginos. O texto pouco cita a gestão política de Rouseff.

SDR 1

"Não é exclusividade de nosso tempo e nem de nossas cercanias que, na iminência de perder o poder, governantes ajam de maneira ensandecida e passam a negar a realidade. No século 18, o renomado psiquiatra britânico Francis Willis se especializou no acompanhamento de imperadores e mandatários que perderam o controle mental em momentos de crise política e chegou a desenvolver um método terapêutico composto por "remédios evacuentes" para tratar desses casos. Sua fórmula, no entanto, pouco resultado obteve com a paciente Maria Francisca Isabel Josefa Antônia Gertrudes Rita Joana de Bragança, que a história registra como "Maria I, a Louca". Foi a primeira mulher a sentar-se no trono de Portugal e, por decorrência geopolítica, a primeira rainha do Brasil. O psiquiatra observou que *os sintomas de sandice e de negação da realidade manifestados por Maria I se agravaram na medida em que ela era colocada sob forte pressão*".

Analisando essa sequência discursiva de referência da IstoÉ, podemos perceber o apagamento de sentidos e a eliminação da polissemia. Nas publicações das matérias da IstoÉ houve apagamentos de sentidos quando o discurso pedagógico mostra-se fortemente presente. Percebemos autoritarismo na comparação, referindo-se à Maria I. O autor busca no imaginário dos seus leitores, a partir das memórias discursiva e de arquivo, a ideia formada de que Maria I foi deposta de seu cargo, assumindo seu filho porque ela era considerada insana.

Maria I não foi nada mais do que uma governante do povo em Portugal, abrindo bibliotecas e escolas para o acesso do povo português. No Brasil, Maria I tinha o intuito de fazer o mesmo, além de ter o costume de andar na rua como uma simples cidadã, tendo relações simpáticas com seus escravos. Por isso, foi deposta o mais rápido possível, apesar de alguns historiadores afirmarem que sua doença mental existiu, não existem vestígios do que realmente era, apenas afirmações de terceiros, e de seu próprio filho.

A comparação entre Maria I e Dilma Rouseff parece levar em conta uma fragilidade em doenças mentais. Afinal, em momento algum foi também confirmado o problema mental de Dilma. A comparação das duas volta-se sempre para o fato único de ter uma mulher - não entraremos aqui se competente ou não - em uma posição de máxima autoridade política. O que encontramos na matéria são inúmeras expressões articuladas das formas mais preconceituosas, exaltando a histeria de um ser feminino no poder. Isto também se deve ao fato da própria construção do discurso jornalístico que traz essa memória, como já citado, de que a mulher não deve estar na política.

Olhando pelo viés feminista, não se trata só da gestão, a partir do momento em que se questiona a sanidade mental de uma mulher e não se questiona a de um homem na mesma situação, existe então o chamado *gaslighting*, que é uma forma de abuso psicológico no qual informações são distorcidas para fazer com que a vítima acabe questionando sua própria sanidade mental. E foi exatamente o que a revista fez, não que chegue até a Presidenta e ela questione sua sanidade mental, mas em uma posição de dominação com os leitores, a revista quis atingir não só a ela como a todos esses sujeitos leitores dessa forma, com o *gaslighting*.

Na revista *Época*, a matéria do dia 20 de agosto de 2015, do jornalista João Luiz Vieira, não utilizou o *gaslighting*, mas sim a questão da sexualização da mulher como solução política.

SDR 2

“Dilma, se fosse seu amigo lhe diria: *erotize-se*”.

No mundo do entretenimento, a mulher é utilizada de forma sexualizada, muitas vezes, objetificada. Nessa SDR2 o jornalista usa desse artifício para falar da gestão da Presidenta Dilma. Ele diz que a impopularidade da presidenta é devida não ao seu mandato e sim por ela não ser sexualizada o suficiente. Os argumentos utilizados na matéria são de que para Dilma ser levada mais a sério, ou para ser mais defendida pelo povo no momento de crise, ela deveria ser mais sexy, pois dentro desse meio a aproximação de uma mulher com a população se dá pelo sexo. Isso também pode ser percebido na marca de linguagem da SDR, que carrega o sentido da erotização voltada para mulher, tentando transformar o local político assumido por uma mulher, para a ideia da mulher erotizada.

4 CONCLUSÃO

Ao término desta análise, como efeito de fecho, concluímos que ambas matérias utilizam-se da memória para produzir um apagamento e silenciamento de sentidos. Essa memória metálica propicia matérias referentes a homens em cargos no executivo e mulheres como suas esposas, fazendo com que seus leitores percebam,

assim, sentidos limitados à mulher no poder. Em geral, à sombra do homem e não como protagonista.

Este artigo é um início para nós, na posição sujeito de analistas jornalistas, poder haver um desdobramento de outros que temos interesse em realizar, abordando comparativos como os da ex-presidenta Dilma Rousseff e do ex-presidente Fernando Collor de Melo. Isto porque, após a análise dos nossos corpora, percebemos que o jornalismo brasileiro manteve as suas marcas de linguagem, pautadas pelo sentido autoritário e machista, repercutindo no imaginário nacional e nas decisões políticas nacionais.

REFERÊNCIAS

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COURTINE, Jean Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

INTER PARLIAMENTARY UNION. *Women in national parliaments*.
Endereço eletrônico: <<http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.Htm>>. jun. 2018.

MARIANI, Bethania. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)*. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: UNICAMP, 1998.

MEMORIAL DESCRITIVO REVISTA ISTOÉ. *Centro universitário Belas Artes de São Paulo*. Endereço eletrônico:
<<https://pt.scribd.com/doc/22806012/Memorial-Descritivo-Revista-Istoe>>. São Paulo, 2009. Data de acesso: dez. 2017.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Feminismo e Política*. São Paulo: Boitempo, 2016.

MORENO, Rachel. *A imagem da mulher na mídia: controle social comparado*. São Paulo: Publischer, 2012.

ORLANDI, Eni; RODRIGUES, Suzy Lagazzy. *Discurso e Textualidade*. 3. ed. Campinas: Pontes, 2015.

ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999.

_____. Segmentar ou recortar? IN: *Linguística: questões e controvérsias*. Uberaba, MG: Faculdades Integradas de Uberaba, 1984.

PARDELLAS, Sérgio; BERGAMASCO, Débora. Uma presidente fora de si, *Revista IstoÉ*, 1 de abril de 2016.

SANCHES, Romário Duarte; SOUSA, Rayniere Felipe Alvarenga de. *Análise social e discursiva nas capas da revista época*. Departamento de Letras | Universidade Federal do Maranhão, Maranhão, v. 6, n. 10, 2015. Disponível em:
<<http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/littera/article/view/3558/1594>>. Acesso em: jul. 2017.

SANTOS NETO, Helena Iracy Cerquiz. **Análise do Discurso Radiofônico: O Acontecimento Apagão em Florianópolis**. 2015. 290 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2015.

SÃO PAULO, Centro Universitário Belas Artes. Memorial Descritivo Revista IstoÉ. -, São Paulo, nov.2009. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/22806012/Memorial-Descritivo-Revista-Istoe>>. Acesso em: mai. 2017.

VIEIRA, João Luiz. Dilma, se eu fosse seu amigo lhe diria: erotize-se. *Revista Época*, dia 20 de agosto de 2015.