



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Natalia Reis Gomes

**MULHERES NO ESPAÇO POLÍTICO:
ANÁLISE DAS REPRESENTAÇÕES FOTOGRÁFICAS DE DILMA
ROUSSEF DURANTE O PERÍODO DO *IMPEACHMENT***

Dissertação no âmbito do Mestrado em Jornalismo e Comunicação orientada pela Professora Doutora Rita Basílio Simões, co-orientada pela Professora Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral e apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

FACULDADE DE LETRAS

MULHERES NO ESPAÇO POLÍTICO

ANÁLISE DAS REPRESENTAÇÕES FOTOGRÁFICAS DA DILMA ROUSSEF DURANTE O PROCESSO DE IMPEACHMENT

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	
Título	Mulheres no Espaço Político
Subtítulo	Análise das representações fotográficas da Dilma Roussef durante o processo de <i>Impeachment</i>
Autor/a	Natalia Reis Gomes
Orientador/a(s)	Doutora Rita Joana Basílio de Simões Doutora Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral
Júri	Presidente: Doutor João José Figueira da Silva Vogais: 1. Doutora Carla Preciosa Braga Cerqueira 2. Doutora Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral
Identificação do Curso	Mestrado em Jornalismo e Comunicação
Área Científica	Comunicação
Especialidade/Ramo	Investigação
Data da defesa	02-09-2021
Classificação	17 valores



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Para Hilda,
te amo para sempre.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente ao Mistério do Planeta, ao Universo e a Deus que contribuem para que todos os sonhos da minha vida se realizem.

A minha madrinha e amiga Hilda, que torce por mim do céu, que me ensinou a sonhar alto e a acreditar. Te amo eternamente.

Ao meu pai, Luisinho, minha fortaleza e meu espelho, meu acalanto nos momentos difíceis e abraço nos momentos de conquista. A minha mãe, Dulce, que tem me apoiado durante toda a minha vida da forma mais presente possível e que me dá coragem de lutar pelos meus ideais.

Ao meu irmão Luis Manoel, meu melhor amigo desde o primeiro dia da minha existência. Eu não existo sem o seu amor.

A minha sobrinha Annita, razão que me faz querer transformar o Mundo.

Ao meu parceiro e companheiro Ramon que participou de cada etapa deste sonho com amor e apoio incondicional.

A toda minha família e meus amigos do Brasil que torcem por mim, em especial minha madrinha Cleuza pelas orações e meu gatinho Thompson que eu tanto adoro.

A professora Dra. Ivana Simili pelo apoio em toda minha trajetória acadêmica e por ser minha inspiração. Aos meus orientadores de estágio pesquisa Professor Dr. Peter Abrahamson (University of Copenhagen) e Dr. Ernesto Vasquez Del Aguila (University College Dublin) pela orientação impecável, amável e exigente.

À Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, em especial minhas orientadoras Rita Basílio Simões, pelas aulas, pelas reuniões, pela inspiração, paciência e dedicação em um momento tão difícil de pandemia e Inês Amaral pela ajuda, apoio, carinho e atenção neste processo. As professoras Maria João Silveirinha e Marta Dias Anacleto e ao professor José Carlos Camponez pelo meu aprendizado durante o curso. Aos membros da banca, por aceitarem o convite e contribuírem para o aperfeiçoamento deste trabalho.

A todos os meus amigos e amigas que aqui fiz e que me acompanharam durante esse processo. Dentre eles, agradeço em especial a Silvia, meu ombro em todas as dificuldades. A Naya pelas conversas, desabafos e alegrias divididas. A Fernanda pelas risadas, carinho e loucuras. A Luiza por toda ajuda e por tornar minha mobilidade na Dinamarca perfeita e inesquecível. A Poliana pelos cafés, almoços e por escutar minhas lamúrias. Ao Raoni, por ter se tornado um irmão.

A todos vocês, muito obrigada.

Resumo

Esta pesquisa consiste em uma análise quantitativa das representações fotográficas da presidenta brasileira Dilma Roussef durante o período de *impeachment* divulgadas pelo Facebook do Movimento Brasil Livre (MBL) e pela Revista IstoÉ Online. O objetivo foi analisar de que maneira as narrativas sobre gênero expressas nas representações fotográficas de Dilma Roussef contribuíram para a construção de estereótipos sobre sua imagem política durante o processo de *impeachment*. Tendo como base a Análise Crítica do Discurso buscamos compreender quais preconceitos de gênero foram relacionados às imagens fotográficas de Dilma. Nossa hipótese era que as fotografias continham técnicas semióticas capazes de suscitar afetos vinculados ao senso comum sobre mulheres na política e nos espaços públicos de poder. Utilizamos também a descrição qualitativa de algumas imagens apenas como forma de exemplificar o uso das ferramentas imagéticas. Os gráficos contendo os resultados quantitativos mostraram as similaridades dos discursos visuais da Revista *IstoÉ* Online, que representa nesta pesquisa a mídia tradicional brasileira e auto proclamada imparcial, e do Movimento Brasil Livre (MBL), que representa as mídias digitais e os movimentos sociais conservadores. A análise deixou claras as consequências que Dilma Rousseff sofreu por desafiar os papéis tradicionais de gênero. A violência simbólica que sofreu quando ocupou o mais importante cargo do poder executivo marcarão a história do Brasil como uma retaliação midiática massiva.

Palavras – chave: Comunicação; Mulheres Políticas; Dilma Roussef; Representações Fotográficas; Estereótipos; MBL; *IstoÉ*.

Abstract

This research consists of a quantitative analysis of the photographic representations of Brazilian President Dilma Roussef during the period of *impeachment* published by the Facebook of Movimento Brasil Livre (MBL) and by *IstoÉ* Online Magazine. The objective was to analyze how the narratives about gender expressed in the photographic representations of Dilma Roussef contributed to the construction of stereotypes about her political image during the *impeachment* process. Based on the Critical Discourse Analysis, we seek to understand which gender prejudices were related to Dilma's photographic images. Our hypothesis was that the photographs contained semiotic techniques capable of eliciting affections linked to common sense about women in politics and in public spaces of power. We also use the qualitative description of some images only as a way of exemplifying the use of imagery tools. The graphs containing the quantitative results showed the similarities of the visual discourses of *IstoÉ* Online Magazine, which in this research represents the traditional Brazilian media and self-proclaimed impartial, and the Movimento Brasil Livre (MBL), which represents digital media and conservative social movements. The analysis made clear the consequences that Dilma Rousseff suffered for challenging traditional gender roles. The symbolic violence she suffered when she occupied the most important position of the country will mark the history of Brazil as massive media retaliation.

Keywords: Communication; Political Women; Dilma Roussef; Photographic Representations; Stereotypes; MBL; *IstoÉ*.

Triste, louca ou má
Será qualificada
Ela quem recusar

Seguir receita tal
A receita cultural
Do marido, da família
Cuida, cuida da rotina

Só mesmo, rejeita
Bem conhecida receita
Quem não sem dores
Aceita que tudo deve mudar

Que um homem não te define
Sua casa não te define
Sua carne não te define
Você é seu próprio lar

Eu não me vejo na palavra
Fêmea, alvo de caça
Conformada vítima

Prefiro queimar o mapa
Traçar de novo a estrada
Ver cores nas cinzas
E a vida reinventar

Triste, Louca ou Má - Ju Strassacapa

Índice

Introdução	10
1. As Representações Sociais Midiáticas	13
1.1 Estereótipos de gênero na Mídia	15
1.2 Estereótipos de gênero na mídia.....	17
1.3 Representações das mulheres políticas	19
2 Os espaços públicos de poder e a comunicação	22
2.1 Hegemonia masculina no espaço público	24
2.2 Alargamento do espaço público: redes sociais e mobilização política	26
2.3 Afetos e Discursos nas Representações Fotográficas	29
3. Estratégia metodológica	32
3.1 Recolha e Apresentação do <i>corpus</i>	33
3.2 Método	34
3.3 Análise Crítica do Discurso	35
3.4 Crítica à neutralidade científica	37
4. Representações de Dilma Rousseff	40
4.1 Mídia Brasileira: a Revista <i>IstoÉ</i> e <i>IstoÉ</i> Online	43
4.2 Movimentos políticos nas Redes Sociais: a Página do Facebook do Movimento Brasil Livre (MBL)	45
5. Análise das representações fotográficas de Dilma Roussef	48
5.1 Análise quantitativa dos materiais e padrões de representação	48
5.1.1 Distância da pessoa retratada	50
5.1.2 Localização do olhar	53
5.1.3 Luzes	56
5.1.4 Posição do observador em relação à pessoa retratada na foto	58
5.1.5 Quantidade de pessoas na foto	61
5.1.6 Foto posada ou não posada	64
5.1.7 Articulação do Fundo	68
5.1.8 Tons de cores utilizadas	70
5.1.9 Comportamento facial e corporal	74
5.2 Influência das escolhas fotográficas sobre a imagem política de Dilma Roussef	78
Conclusão	83
6. Referências Bibliográficas	86

Lista de Gráficos e Figuras

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Distância da pessoa retratada - MBL.....	50
Gráfico 2: Distância da pessoa retratada - <i>IstoÉ</i>	50
Gráfico 3: Localização do olhar – MBL / Gráfico 4: Localização do olhar – <i>IstoÉ</i>	53
Gráfico 5: Luzes - MBL / Gráfico 6: Luzes – <i>IstoÉ</i>	56
Gráfico 7: Posição do observador– MBL / Gráfico 8: Posição do observador - <i>IstoÉ</i>	58
Gráfico 9: Quantidade de pessoas– MBL / Gráfico 10: Quantidade de pessoas– <i>IstoÉ</i>	61
Gráfico 11: Foto posada ou não posada – MBL / Gráfico 12: Foto posada ou não – <i>IstoÉ</i>	64
Gráfico 13: Articulação do Fundo - MBL / Gráfico 14: Articulação do Fundo – <i>IstoÉ</i>	67
Gráfico 15: Tons de cores utilizadas – MBL / Gráfico 16: Tons de cores utilizadas – <i>IstoÉ</i>	70
Gráfico 17: Comportamento– MBL / Gráfico 18: Comportamento– <i>IstoÉ</i>	73

Lista de figuras

Figura 1: Fotografia da Revista <i>IstoÉ</i> - reportagem “Uma presidente fora de si”.....	51
Figura 2: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL.....	54
Figura 3: Fotografia da Revista <i>IstoÉ</i> - reportagem “A era Dilma se aproxima do fim”.....	57
Figura 4: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL.....	59
Figura 5: Fotografia da Revista <i>IstoÉ</i> – reportagem “A volta da tática do terror”.....	62
Figura 6: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL.....	65
Figura 7: Fotografia da Revista <i>IstoÉ</i> – reportagem “As bombas de Dilma”.....	68
Figura 8: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL.....	71
Figura 9: Fotografia da Revista <i>IstoÉ</i> - reportagem "Que País teremos?".....	75

Introdução

Os estudos da comunicação têm sido cada vez mais utilizados como base para os estudos sociais, pois a mídia é uma característica inerente à dinâmica da sociedade moderna (Thompson, 2011). Sua capacidade de mediação das formas simbólicas possibilita a construção de sistemas de conhecimento capazes de explicar as complexidades da vida contemporânea, com uma dimensão política, econômica e cultural (Sodré, 2005). O sentido do que é comunicado não aparece a partir apenas da linguagem oral ou escrita, mas também através da linguagem visual (Kress, 2010). Por essa razão a construção dos afetos que permeiam o senso comum é feita através tanto das palavras como das imagens. O senso comum alimenta e se alimenta dos estereótipos construídos pelos discursos, inclusive os relacionados aos papéis de gênero.

Tendo como base a Análise Crítica do Discurso buscamos compreender quais estereótipos femininos foram relacionados às imagens fotográficas de Dilma Rousseff vinculadas por duas diferentes fontes durante o processo de *impeachment*. A escolha por essa base metodológica se deu justamente pelo fato de revelar intenções dos produtores de materiais linguísticos ou semióticos na criação de sentidos para persuadir as pessoas a pensarem de determinada forma sobre um evento, muitas vezes com o intuito de manipular, ao mesmo tempo em que omite essa intenção (Machin & Mayr, 2012, p. 7).

Para fins comparativos, optamos por uma pesquisa quantitativa e pela análise de duas diferentes fontes: a Revista *IstoÉ*, que aqui representa a mídia tradicional brasileira e auto proclamada imparcial, e o Movimento Brasil Livre, que representa as mídias digitais e os movimentos sociais conservadores e *pró impeachment*. O período escolhido como ponto-chave para a análise foi o da duração do processo de *impeachment*. Consideramos, então, o início no dia dois de dezembro de 2015 (data em que Eduardo Cunha abre o processo a partir da aceitação de um documento apresentado por Hélio Bicudo e pelos advogados Miguel Reale Júnior e Janaina Paschoal) e o fim em trinta e um de agosto de 2016 (Dilma Rousseff tem o mandato cassado em votação no plenário

do Senado). Dessa forma o material fotográfico foi recolhido manualmente e o *corpus* de análise é composto por todas as imagens publicadas na Linha do Tempo na página do Facebook do MBL que continham fotografias de Dilma no período, além das fotografias de Dilma nas edições da *IstoÉ* onde sua imagem figurava na capa, e as fotografias recolhidas dentro das reportagens principais na versão online desta mesma revista <istoe.com.br> no mesmo período citado anteriormente.

Essa seleção do *corpus* e escolha metodológica teve por objetivo entender de que maneira as narrativas sobre gênero expressas nas representações fotográficas de Dilma Roussef nestas fontes contribuíram para a construção de sua imagem política durante o processo de *impeachment*. Para alcançar esse objetivo, catalogamos e posteriormente descrevemos imagens a fim de explicitar quais foram os estereótipos de gênero criados a partir das representações fotográficas de Dilma Roussef durante o processo de *Impeachment* pela revista *IstoÉ* online e pela página do Facebook do Movimento Brasil Livre (MBL). Nossa hipótese era que as fotografias continham técnicas semióticas capazes de suscitar afetos vinculados aos estereótipos e a preconceitos de gênero do senso comum.

A presente dissertação surge no âmbito do Mestrado em Jornalismo e Comunicação da Universidade de Coimbra e estruturalmente divide-se em cinco capítulos. Após esta introdução, no capítulo dois, tratamos do Estado de Arte, que foi a base teórica de análise. Vimos os conceitos de representações sociais midiáticas e de estereótipos de gênero na mídia. Além disso, exploramos os padrões de representação de mulheres políticas e de que forma esses padrões contribuem na construção de uma hegemonia masculina no espaço público. A partir disso, abordamos brevemente como o feminismo atua nas pesquisas sobre comunicação midiática. Sobre as mídias sociais digitais, aplicamos o conceito de alargamento do espaço público e de mobilização política online para entender a atuação de movimentos como o MBL. Por fim, analisamos o poder das representações fotográficas na criação de afetos políticos.

No capítulo três abordamos a estratégia metodológica. Explicamos a escolha pela Análise Crítica do Discurso (ACD) pelo fato de ser uma abordagem que busca revelar as

ideias e tipos de poderes embutidos nos materiais (Machin & Mayr, 2012). Por ser explícito nesta dissertação o caráter feminista da pesquisa, mostramos de que maneira a ACD nega a neutralidade científica e entende a ciência enquanto agente transformador e o pesquisador enquanto sujeito comprometido com as práticas e realidades sociais. Explicamos com detalhes o método e de que forma foi feita a recolha do *corpus* e sua análise.

O capítulo quatro foca especificamente nas fontes de análise. Neste caso, consideramos como fonte tanto a Revista *IstoÉ* e o Movimento Brasil Livre quanto a própria Dilma Rousseff. Por essa razão, exploramos sua trajetória pessoal e política além de citarmos brevemente fatos que ocorreram durante seus mandatos como presidenta. Abordamos a mídia tradicional brasileira e os movimentos políticos nas redes sociais para compreender melhor as fontes específicas analisadas nesta dissertação.

Por último, no capítulo cinco apresentamos os resultados da pesquisa quantitativa dos materiais. Analisamos as representações fotográficas de Dilma Rousseff em busca dos padrões de representação com base nas seguintes categorias: distância da pessoa retratada, localização do olhar, luzes, posição do observador em relação à pessoa retratada na foto, quantidade de pessoas na foto, foto posada ou não posada, articulação do fundo, tons de cores utilizadas e comportamento facial e corporal, sendo cada uma dessas categorias um subcapítulo. Utilizamos alguns exemplos de materiais e analisamos de maneira qualitativa uma imagem por subcapítulo a fim de exemplificar alguns usos das estratégias semióticas identificadas. Por fim, com os resultados quantitativos, dissertamos sobre a influência que estas escolhas fotográficas podem ter causado sobre a imagem política de Dilma Rousseff.

A análise deixou claras as consequências que Dilma Rousseff sofreu por desafiar os papéis tradicionais de gênero. A violência simbólica que sofreu quando ocupou o mais importante cargo do poder executivo marcarão a história do Brasil como uma retaliação midiática massiva.

1. As Representações Sociais Midiáticas

Podemos definir mídia como tudo que envolve a produção e a transmissão de informações e de bens culturais, em processos que possibilitam a formação de opinião, interação e socialização entre os indivíduos (Lima, 2001). E justamente pela participação social essa produção não é neutra e não se constrói fora de um sistema de interesses, sendo imbricada de valores, subjetividades e simbologias que refletem o mundo real (Briggs & Burke, 2016).

Neste sistema de interesses se encontram as representações sociais e identitárias, responsáveis por organizar condutas (Jodelet, 2001, p. 22) e onde alguns grupos são geralmente retratados com base em construções fixas e estáveis. Para Sodré (2003, p. 32) a linguagem não apenas nomeia o mundo, ela o institui. Ou seja, há um duplo caminho em que a realidade é uma representação, mas também um efeito dos discursos propagados. Isso explica o aspecto contextual e também ideológico das formas simbólicas, pois estas estão inseridas em contextos sócio históricos específicos por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e recebidas (Thompson, 1995).

De acordo com Kellner (2001, p. 11) a mídia é “um terreno de disputas no qual grupos sociais importantes e ideologias rivais lutam pelo domínio, e que os indivíduos vivenciam estas lutas por meio de imagens, discursos, mitos e espetáculos veiculados pela mídia”. Ou seja, ela é um palco para as diferentes disputas de poder de um determinado momento histórico. Mas nem sempre o contexto ideológico é explícito. Para Barthes (1989), as imagens intencionais transmitidas pelos meios de comunicação são muitas vezes consumidas inocentemente pelo público, que não as vê como sistemas de valores, mas como fatos dados, como um processo natural.

Para Bourdieu (1989, p. 7) o *poder simbólico* é constituído dos ativos culturais ou sociais que reproduzem ou promovem uma estrutura social e, por ser um poder invisível, faz com que seu exercício apenas seja possível através da cumplicidade dos que não pretendem saber que estão sujeitos a ele ou daqueles que efetivamente o exercem. Ele entende os símbolos da comunicação como instrumentos da integração social e, enquanto instrumentos tornam possível a reprodução de uma ordem social

criada a partir de consensos acerca dos diversos sentidos do mundo. O poder simbólico é uma forma transformada e pouco reconhecida do poder, sendo ao mesmo tempo estruturante e estruturada, organizando e sendo organizada pela sociedade. Os sistemas simbólicos impõem e legitimam a dominação, assegurando que cada classe ou grupo de indivíduos permaneça nos lugares sociais designados, através dos consensos ou da violência simbólica. Nossa sensação de livre pensamento está constantemente preenchida pelas concepções hegemônicas introjetadas através dos discursos e a nossa socialização está contaminada por essas ideias (Bourdieu, 2002).

Bourdieu (1989) explica que a estrutura social é um produto do tempo histórico e da ação prática nas várias esferas da vida social - que ele denomina campo. Os recursos simbólicos como a cultura, a política, a arte, a religião, a língua e a ciência são os capitais que reproduzem a ordem. Logo, estes capitais não estão disponíveis e não trabalham a serviço de todos, ou seja, dependem da posição que determinados sujeitos ocupam no campo. As mulheres, por exemplo, não possuem o capital simbólico da autoridade e por isso seu lugar no mundo é frequentemente associado ao ambiente familiar e doméstico.

Sendo o poder uma característica do mundo real que alimenta e é alimentado pelas representações de poder simbólico, o papel da mídia na reprodução dos consensos é fundamental. Para Debord (1992, p. 10) as pessoas vivem o mundo da representação e “sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante”. As representações criadas no que o autor chamou de sociedade do espetáculo são a falsa consciência de uma irrealidade da sociedade real onde “tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma representação” (Debord, 1992, p. 13). Esse espetáculo é a relação social entre as pessoas “mediatizada por imagens” (Debord, 1992, p. 14).

Para Aumont (1993), a imagem pode ser definida como um objeto produzido pelo homem por meio de algum dispositivo, que pretende transmitir ao expectador uma forma simbolizada de um mundo real, em que qualquer imagem pretende ser

representação da realidade, ou um aspecto dela. Sendo através da cultura e das imagens que as relações entre os povos e grupos específicos dentro de uma sociedade ganham um sentido político (Gomes, 2008, p. 229) e levando em consideração que a mídia é um reflexo da sociedade entender de que forma os diferentes grupos e indivíduos são retratados por ela se faz fundamental para entender a marcação dos espaços de poder na produção da opinião pública.

1.1 Representações sociais e estereótipos

As representações identitárias orientam e organizam as condutas e as organizações sociais (Jodelet, 2001, p. 22) e alguns grupos são geralmente retratados com base em construções fixas, estáveis e desejáveis de estereótipos no uso de elementos previsíveis. Dentro destas construções se encontram as representações fotográficas e a comunicação visual que carregam diversos sentidos sociais (Ledin & Machin, 2018).

Sodré (2009) não entende a esfera pública como um espaço de livre comunicação. Para ele, se trata de um local marcado por linhas de forças invisíveis e nem sempre públicas. No seu livro “A Narração do fato”, o autor acredita que o sentido midiático depende da experiência cotidiana na qual ela está inserida e “comum a um grupo de sujeitos linguísticos” (Sodré, 2009, p. 138), pois “apesar de sua aposta histórica no esclarecimento neutro, a notícia não prescinde, em termos absolutos, do apelo à carga emocional contida nos estereótipos que derivam das ficcionalizações ou dos resíduos míticos” (Sodré, 2009, p. 15).

Hall (2005) afirma que as identidades são construídas a partir dos discursos, logo, faz-se necessário nos atermos tanto aos fatos como às estratégias contidas na formação das práticas discursivas. Dentro das representações sociais, que servem de guia para a sociedade e moldam comportamentos, a fotografia ganha grande força como um veículo do poder ou da ideologia dominante (Torral, 2001). Parte dessa força diz respeito às crenças de uma transparência do discurso fotográfico dentro do mundo visual (Walton, 1984). O testemunho do trabalho fotográfico tem, no geral, valor de prova irrefutável. Além disso, fotografias estão claramente relacionadas às relações sociais e a ideia de poder de uma época (Ledin & Machin, 2018).

Para Volosinov (1986, p. 10), todo signo está sujeito a critérios de avaliação ideológica, pois tudo que é ideológico possui valor semiótico e o campo dos signos coincide com os campos da ideologia. Nas imagens, por exemplo, é possível adicionar significados positivos ou negativos de acordo com as construções semióticas (Kress & Van Leeuwen, 2006) com potencial de transmitir posicionamentos avaliativos ao que está representado (Machin, 2007). Seja através da distância da pessoa representada, seja pela escolha das cores, das sombras, das luzes, do foco, do tamanho e com uma produção que traz ou não caráter de realidade (Kress e Van Leeuwen, 2006; Machin, 2007). Sendo assim esses materiais semióticos fotográficos são capazes de moldar a organização e as interações sociais (Ledin & Machin, 2018).

Para Kossov (2001) as fotografias podem se transformar em materiais que manipulam a opinião justamente por essa expressão de verdade e de imparcialidade implícita no conceito fotográfico. O autor acredita que, no entanto, longe de serem imparciais as fotos expressam a “atitude do fotógrafo diante da realidade; seu Estado de espírito e sua ideologia acabam transparecendo em suas imagens” (Kossov, 2001, p. 43).

Uma fotografia transmite, mesmo que subjetivamente, uma ideia em relação a si mesma (Sontag, 2004). Assim, uma fotografia não eterniza um momento, mas substitui momentos reais por cenas que pretendem representar algo, através de códigos semióticos que traduzem a realidade (Flusser, 1998). E enquanto as tradições foto-jornalísticas tentam nos colocar como testemunhas de uma verdade frente a um material fotográfico (Ledin & Machin, 2018) estamos na verdade recebendo discursos que contribuem para a legitimação de uma visão de mundo e de sociedade que muitas vezes não é a nossa, como é o caso dos mecanismos de perpetuação de dominação masculina do espaço público.

Essas imagens nos impõem comportamentos, aparências e a forma como as diferentes partes de uma sociedade devem ser vistas e tratadas. Elas organizam o imaginário e o senso comum vinculado às mulheres, por exemplo, sendo um importante campo de análise no questionamento das relações de poder e atraindo a atenção das

feministas contemporâneas para as questões da simbolização e da representação (Barret, 1999).

1.2 Estereótipos de gênero na mídia

Erving Goffman (1959) afirmou que as pessoas são atores sociais, ou seja, representam papéis sociais que os colocam em lugares definidos pela sociedade. É nessa demarcação de espaços que residem as forças para a manutenção de certas ordens sociais e simbólicas como a *estereotipização* e a criação dos mitos. Para Hall (1997) estereotipar estabelece uma fronteira entre o normal e o desviante, o que pertence e o que não pertence, o “nós” e o “eles”. Dessa forma reduz, naturaliza e conserta as diferenças, excluindo ou expelindo tudo aquilo que não se enquadra. Os estereótipos são uma forma de classificação que contêm uma atitude negativa frente a certos grupos sociais (Guimarães, 1999, p. 9) sendo eficaz para marginalizar e excluir minorias (Van Dijk, 2015).

Nos estudos de Goffman (1959) os aspectos verbais e os não-verbais das mídias podem ser divididos em *expressões dadas* e *expressões emitidas*. Para uma análise fotográfica, por exemplo, podemos considerar como expressões dadas aquelas relacionadas aos elementos explícitos da imagem, como a pessoa ou objeto representado. E as expressões emitidas seriam as implícitas, cuja interpretação depende da criação de uma atmosfera utilizando elementos como a iluminação, o enquadramento e os ângulos, sendo eficaz na reprodução da ordem social estereotipante, como é o caso das expressões sobre gênero.

O corpo feminino e a biologia são espaços de dominação masculina naturalizada e de desigualdade entre os sexos (Betti, 2011). No seu livro “Gender Trouble – Feminism and the Subversion of Identity”, Judith Butler (1990) tenta compreender de que forma a linguagem e a comunicação constroem uma ideia fictícia de “sexo” que sustentam os diversos regimes de poder. A autora enxerga nas construções de conceitos de gênero a importância do uso das repetições e dos padrões para a manutenção do patriarcado:

“O gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser” (Butler, 1990, p. 59)

Dentro desse conceito, as mulheres retratadas pela mídia são símbolos e corpos politicamente e socialmente significados através das repetições dos discursos que as definem. Logo, os estereótipos transformam-se em percepções partilhadas pela sociedade através de generalizações e rigidez, reforçando as discriminações sociais (Yim & Bond, 2002).

Sardenberg (2018) entende que “pessoal é político”, pois pessoas são expostas aos mesmos discursos padronizantes e repetitivos. Assim, complementa a explicação de Butler de que “(...) a significação não é um ato fundador, mas antes um processo regulado de repetição que tanto se oculta quanto impõe as suas regras, precisamente por meio da produção de efeitos substancializantes” (Butler, 1990, p. 209).

Para Scott (1988) o termo gênero tem conotação política e serve como instrumento no legitimar das lutas feministas, na produção de conhecimento, mas também na esfera social. Para ela gênero se percebe através das diferenças e é o modo primeiro de significar relações de poder (Scott, 1989). Quanto à marcação social das diferenças, se faz importante perguntar quais são as representações simbólicas evocadas, em quais contextos e de que forma. A autora, através da noção de *fixidade*, aborda a ideia de uma representação binária eterna dos gêneros, com a necessidade de incluir a noção do político às análises dos discursos. Ao tratar da identidade subjetiva, Scott (1989) aborda conceitos de poder e da distribuição do capital através do acesso ou não a estes recursos simbólicos e materiais, demonstrando que o gênero está implicado na construção e na concepção do poder em si.

Consideramos neste trabalho o patriarcado não enquanto poder do pai, mas sim, enquanto poder masculino e dos homens enquanto categoria social. O patriarcado organiza as relações regido por um princípio rígido de que mulheres são subordinadas hierarquicamente aos homens (Narvaz & Koller, 2006).

De acordo com a análise bibliográfica dos autores e autoras que abordam as questões de representação, de poder e de gênero até aqui apresentada entendemos que a imagem da mulher através da mídia e, em especial, das fotografias é um discurso social criado pelo patriarcado e sustentado através da reprodução de consensos e de imagens mentais que fomentam e mantêm estereótipos de gênero.

1.3 Representações das mulheres políticas

Conforme vimos, as noções de poder de uma sociedade estão intimamente ligadas às questões de gênero. Pesquisas revelam que os ganhos e avanços sociais - alcançados pelas mulheres contemporâneas através de muita luta - não modificaram a representação feminina em discursos públicos midiáticos problemáticos e estigmatizantes. A organização “Mais Mulheres no Poder no Brasil”, por exemplo, realizou uma pesquisa em 2016 que indicava que 52% do eleitorado no país é composto pelo sexo feminino. Além disso, as mulheres representam quase a metade da população economicamente ativa brasileira e têm maior nível de escolaridade que os homens. Mesmo assim, o país possuía um dos piores índices do Mundo de presença feminina no Parlamento (Pains, 2018), com menos de 10% dos cargos eletivos da Câmara Federal e do Senado composto por mulheres. Qual seria a razão de tantas eleitoras preferirem eleger homens para representá-las?

Uma das respostas pode estar na massiva representação feminina enquanto grupo que não possui características emocionais ligadas aos papéis de liderança. A pesquisa de Bulawka (2012) sobre as mulheres políticas na imprensa da Polônia demonstrou que a representação midiática destas estava na maioria das vezes vinculada à tipos identitários típicos do senso comum sobre comportamentos vistos como femininos. Muitos destes modelos traziam ligação com arquétipos como o de mãe, o de bruxa, o de sedutora ou o de princesa. Uma pesquisa semelhante realizada sobre a imprensa inglesa (Baxter, 2017) mostrou que as líderes femininas foram frequentemente transformadas em símbolos de organizações cuja dominação era masculina, geralmente em papéis amordaçados como os maternos, os sedutores ou os de mulheres de ferro.

As conclusões de pesquisas como estas apontam para uma produção de efeitos avaliativos negativos relacionados às mulheres em posições de poder a partir de textos e de imagens, de forma que as interpretações sociais destes materiais levem o público a conclusões sexistas e anti transformadoras. Emergem da mídia identidades femininas generificadas, ou seja, marcadas por atributos de gênero que colocam as mulheres como biologicamente menos preparadas para a política. O termo *generificação* e o conceito de função ideacional foram propostos por Halliday (1978) para explicar como as identidades femininas são construídas e codificadas de maneira a modificar nossas percepções sobre os gêneros, sobre a posição da mulher na sociedade e sobre o nosso modo de agir no mundo.

As relações entre os gêneros criadas através dos discursos midiáticos não são neutras ou impensadas, mas sim uma parte de um contexto social onde o machismo molda o padrão de construção discursiva. A mensagem de que mulheres não estão aptas para cargos de liderança e cargos políticos por fatores psicológicos ou biológicos, usa dessas ferramentas para abalar a credibilidade intelectual e emocional do feminino.

A mídia enquadra as mulheres políticas enquanto personagens híbridas responsáveis por performar identidades vinculadas ao masculino e ao espaço público, mas também competências ligadas à cultura feminina e ao espaço privado, como a da atitude maternal, a de identidade visual agradável a um modelo estético e ao de abertura da vida pessoal no estilo das celebridades (Argolo, 2014). Esse jogo de influências em que jornalistas, fotógrafos e leitores participam são veículos pelos quais determinados grupos mantêm o poder através da visibilidade e da notoriedade de seus discursos (Mariani, 1996, p. 63).

Um exemplo de discurso excludente são as imagens de *histerização* feminina, que nada mais são do que uma maneira de excluir as mulheres do campo da razão relacionando-as aos sentimentos, à loucura, à paixão e ao desequilíbrio. A histeria foi um conceito utilizado durante séculos para controlar os corpos femininos e criar a ideia de natureza feminina, que é outra prática de invenção do poder (Swain, 2011). A repetição da ideia de que a razão é um domínio exclusivo do masculino contribui para a

manutenção do senso comum de que mulheres são mais propensas a oscilações de humor e às atitudes por impulso. Ao mesmo tempo cria um duplo padrão avaliativo dos mesmos comportamentos quando estes estão relacionados a um homem político. As emoções, quando expressas por estes homens, são vistas como legítimas e os colocam como firmes e *de personalidade forte*. As representações midiáticas das mulheres políticas corroboram com discursos que intentam fazer com que mulheres poderosas duvidem de suas próprias memórias, percepções, sentimentos e até sanidade. Dessa forma garantem a manutenção do ideal patriarcal de manutenção do feminino nas esferas privadas, longe das posições políticas de poder e de influência.

2. Os espaços públicos de poder e a comunicação

A dominação masculina é produto de uma incessante reprodução histórica onde não apenas os homens (através das violências física e simbólica) trabalham para garantir este poder, mas também instituições como a Igreja, a escola, a família e o Estado (Bourdieu, 2002, p. 23). Como o poder simbólico é invisível e partindo de um consenso de que o gênero consiste em uma construção social e uma “categoria imersa nas instituições sociais” (Seffner & Silva, 2013, p. 66) de forma aparente ou velada, parte do trabalho das pesquisas acadêmicas voltadas para as questões feministas tinham por interesse fundamental reinterpretar os discursos para tornar visíveis as relações sociais das mulheres nas diferentes tradições intelectuais (Harding, 1993, p. 7).

A comunicação midiática foi foco de diversas análises pelo fato de suas manifestações massificadas serem amplamente divulgadas, alcançando um público maior e participando da reprodução de significados do feminino e de sua posição na sociedade (Marshment, 1993). Para Judith Butler (2015) as condições da reprodução das representações femininas pela mídia, em relação aos enquadramentos, provocam a deteriorização do contexto ou seu deslocamento crítico. Por isso o jornalismo é não apenas um dispositivo de representação, mas também um agente dentro do espaço político (Fausto Neto, 1995, p. 10).

As representações femininas veiculadas pela mídia fazem circular ideologias sobre o *ser mulher*, organizando o imaginário social ao mesmo tempo em que difundem os modos de compreensão das relações de gênero. Sobre essas forças atuantes na notícia e nos estereótipos, podemos citar Bauman (2007), que no livro *Vida Líquida*, ao citar Adorno, nos traz a ideia de que o que tem ou não ênfase na mídia depende de valores nem sempre públicos ou visíveis:

“Verdade e mera opinião”, diz Adorno, será decidido “pelo poder societário, que denuncia como simples capricho qualquer coisa que não esteja de acordo com seu próprio capricho. A fronteira entre a opinião saudável e a patogênica será

traçada in praxi pela autoridade prevalecente, não pela avaliação bem informada.” (Bauman, 2007, p. 178)

Apesar de através das regras, o jornalismo tradicional assumir posições de transparência pública, em discursos de imagens e através das escolhas de fotos, por exemplo, entregam material que propagam os estereótipos padrão da feminilidade e do feminino. Nesse ponto, grandes meios de comunicação no Brasil, e publicações das redes sociais não se distanciam. A imprensa seria, nesse caso, um aspecto central dentro de uma esfera onde as ideias de subjetividades sociais são controladas e, depois, banalizadas através das redes, pelo Facebook, blogs e Twitter, por exemplo.

Como as imagens são visões do mundo (Rose, 2001) construídas socialmente, interrogar o modo como tornam visíveis ou invisíveis as diferenças é fundamental. Mídia, redes sociais e política estão intimamente ligadas, pois “cada forma de dominação utiliza as outras como recursos e se apoiam mutuamente de modos complexos” (Harding, 1996, p. 18). A pesquisa Global Media Monitoring Project, por exemplo, demonstrou essa invisibilidade feminina na mídia quanto aos assuntos políticos: “estudos conduzidos em vários países demonstram que, também na política, as mulheres alcançam menor visibilidade midiática” (Martins, 2015, p. 75). A importância de pesquisas assim se deve ao fato de que é preciso conhecer a realidade para contestá-la, sendo essa uma base da crítica feminista das representações (Mota Ribeiro, 2005). Uma das propostas feministas, para além de desmistificar a genderização dos discursos é tornar possível uma nova forma de representação e ocupar os espaços de liderança através do feminismo, pois a “luta das mulheres pela garantia dos direitos, entre os quais os políticos, é indissociável dos movimentos feministas” (Martins, 2015, p. 20). Os estereótipos constituem um aliado da distribuição desigual de justiça pelos indivíduos na sociedade (De Simões, 2017, p. 6) e, por isso, devem ser vistos enquanto fontes de manutenção do poder social masculino.

2.1 Hegemonia masculina no espaço público

Os papéis sociais e suas representações posicionam os atores da vida social em determinados lugares de poder. A mídia se utiliza desses papéis e das suas representações para se aproximar do público reafirmando os sentidos comuns da sociedade patriarcal. Biroli, no artigo intitulado *Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos* afirma que os estereótipos de gênero presentes na mídia devem ser entendidos como produtos de uma ampla dinâmica social, que envolve a determinação de papéis diferenciados, e hierarquicamente distintos, para homens e mulheres (Biroli, 2010^a, p. 274).

Para Young (2006) uma característica da hegemonia masculina nos espaços públicos reside no fato de ela não ser reconhecida enquanto tal:

“Onde certos grupos sociais estruturais lograram dominar as discussões e as decisões políticas, suas perspectivas sociais geralmente definem as prioridades políticas, os termos nos quais elas são discutidas e a noção de relações sociais que enquadra a discussão. Ao mesmo tempo, essas perspectivas frequentemente não são reconhecidas como um modo específico de olhar as questões em pauta, mas tomadas como neutras e universais” (Young, 2006, p. 174).

Essa afirmação corrobora com a tese de Bourdieu (2002) de que a divisão dos espaços atua como máquina simbólica de manutenção da dominação masculina, sendo naturalizada e quase imperceptível. A mídia repete estes discursos de dominação a exaustão, em um processo disperso no tempo-espaço (Indursky, 2017, p. 73). Para Achard (1983/1999, p. 12) a repetição cria “um efeito de série de onde decorre a regularidade de determinados sentidos, a qual se institui pelo viés de diferentes funcionamentos discursivos de retomada”. A repetição pela mídia dos sentidos comuns vinculados ao feminino colabora no estabelecer das normas de comportamento das mulheres nesses espaços (Villadot Y Presas, 2008).

Outro aspecto midiático é a sub-representação das mulheres em conteúdo de tema político. Esse apagamento visa a marginalização e a exclusão das figuras femininas

dos centros de decisão e das esferas públicas (Fraser, 2006, p. 234). Mas a simples inclusão de mulheres não parece uma solução eficiente contra o domínio político midiático masculino. Uma pesquisa realizada por Biroli (2010b) evidenciou que quando figuras femininas eram retratadas nestas temáticas, geralmente se evidenciava traços de personalidade, dos corpos ou da vida pessoal das mulheres. Já dos homens, o destaque em geral se voltava para suas trajetórias, deixando explícito que o vínculo ao corpo e à emotividade era tido como associado ao feminino.

Ao criarem e repetirem essa associação, a sociedade cria nas líderes femininas uma obrigação de cumprir dois papéis, o de política e o de mulher, com expectativas conflitantes entre si (Paxton & Hughes, 2007, p. 91). Ao mesmo tempo em que se espera de um líder firmeza, assertividade e até agressividade e domínio, ao se tratar de líderes femininas se cobra proteção, generosidade e doçura. Pesquisas demonstram que o sexo feminino é avaliado negativamente ao seguir qualquer um destes caminhos (Paxton e Hughes, 2007). Temos como exemplo a figura de Cristina Kirchner, que ao desempenhar seu papel de presidente demonstrando centralização - característica comum aos líderes homens bem avaliados - foi vista como agressiva e arrogante (Avelar, 2017). Os líderes homens, ao encarnarem estes mesmos valores ligados à identidade masculina, cumprem as expectativas da sociedade e da mídia, já que estes valores coincidem com os da masculinidade e com os do espaço público político (Flores, 2012).

A presença das mulheres no espaço público sempre foi uma questão problemática, pois o senso comum as entende de maneira distinta aos homens quanto aos traços e especialidade política (Hayyes & Lawless, 2016, p. 16) e as percebe como “nervosas, incapazes de fazer abstração, de criar, e de governar” (Perrot, 1998, p. 9). As representações sociais e midiáticas femininas valorizam a fragilidade e o silêncio público (Murray, 2010). Tudo que foge deste comportamento provoca efeitos ideológicos negativos. A associação com a domesticidade e a maternidade pode ser a origem do problema (Flores, 2012), mas apenas a repetição dos discursos é capaz de explicar a manutenção de uma memória discursiva em relação ao lugar da mulher na política e na sociedade. Por isso a importância de estudar as representações e a formação cultural que asseguram o domínio de certas camadas sociais sobre outras (Alves, 2005, p. 29).

2.2 Alargamento do Espaço Público: redes sociais e mobilização política

Sodré (2005) afirma que nos novos espaços públicos midiáticos se faz possível a observação da produção de uma sociabilidade artificial, em especial nas redes sociais. Sendo a mídia a instância mediadora na produção de sentidos históricos e no enquadramento da memória dos acontecimentos (Ribeiro, 2003), assim também o são as redes sociais e os seus participantes. Assim como na produção midiática, o ambiente virtual não presume que seus participantes sejam neutros ou autónomos:

“Uma rede social na Internet pode ser interpretada como uma estrutura composta por indivíduos que estão conectados por um ou mais tipos de interdependência. O *like* do Facebook, por exemplo, pode ser visto como manifestação de interesse, mas, essencialmente, como um gesto social. Existem padrões de conectividade na e em rede que transformaram a cultura digital. O conteúdo é o laço relacional de comunidades e redes. Efectivamente, é interessante verificar que, na Internet, os indivíduos não estão ligados apenas por relações sociais, mas essencialmente pelo contexto, experiências partilhadas e interesses comuns.” (Amaral, 2016, p. 173)

Para Jesus Martín-Barbero (2006) a mediação da comunicação pelo computador transformou não apenas as técnicas, mas também as identidades, pois a tecnologia “remete hoje, não a alguns aparelhos, mas sim, a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escritas” (Martín-Barbero, 2006, p. 54). Para o autor isso implicou em mudanças não apenas na produção social do conhecimento, mas também nas relações de trabalho e de educação, na construção das identidades e nas configurações do espaço público.

A importância para esta análise de entender os aspectos do ambiente virtual se faz por entendermos que as relações virtuais e reais são co-constituídas (Neris & Valente, 2017), ou seja, a vida online tem efeitos sobre a vida off-line e a off-line sobre a vida online, assim criando e reproduzindo significados sociais. Nessa criação o uso das imagens é essencial, pois o espaço online hoje tem a marca de um uso cada vez maior de imagens, em substituição aos textos (Neris & Valente, 2017, p. 6).

Essa relação entre os espaços real e virtual não é um conceito novo. Essa ideia de conexão entre as tecnologias da comunicação e as novas formas de pensar o mundo foi uma das bases da pesquisa de McLuhan no final dos anos sessenta, que gerou seu trabalho *“Os meios de comunicação: como extensões do homem”*. Neste ele afirmava que “os efeitos da tecnologia comunicativa não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção” (McLuhan, 1971, p. 52) demonstrando o entendimento desde aquela época de que os ambientes virtuais são capazes de moldar o mundo, a sociedade e as subjetividades de uma época.

Por isso não é possível pensar a mídia tradicional e as mídias sociais como lugares distintos, já que suas populações, conteúdos, práticas e representações se retroalimentam. Nas palavras de Wilson Gomes: “não há descontinuidade entre existir on e off-line; são as mesmas pessoas, fazendo as mesmas coisas e promovendo circuitos aceleradíssimos entre os mundos da experiência direta e os conteúdos e experiências digitais” (Gomes, 2014, p. 24). Por isso a necessidade de analisar e compreender essa participação do online nos contextos políticos atuais.

Entendermos por cibercultura a simulação do mundo pelas tecnologias do virtual (Lemos, 1997, p. 17). Dentro desta estão o ciberativismo, a ciberdemocracia e a cidadania digital, que são exemplos de teorias recentes para interpretar o fenômeno das mídias digitais nos processos decisórios e eleitorais e na própria configuração da agenda pública do país (Marques, Aquino & Miola, 2014). Nestes conceitos, as ideias de bolhas sociais e de poder da repetição - características muito presentes no material de análise desta dissertação - são temas de recorrente estudo.

Oliveira (2011, p. 5) afirma que os movimentos sociais dentro das mídias digitais não apenas reproduzem a sociedade, mas sim, constroem a sociedade, criando e recriando maneiras de se pensar o social. Eles não se limitam as redes digitais, mas se utilizam delas para uma difusão acelerada de suas ideias, objetivos e pautas, para convocar manifestações e, como analisaremos neste trabalho, para compartilhar seus significados simbólicos.

Castells (2013) afirma que os movimentos sociais da internet não existem por conta das redes, mas sim se viabilizam através dela, através da interação, da construção das informações e das notícias e da organização política. As condições para sua existência são a ativação das emoções dos indivíduos e da conexão entre eles e uma propagação dessas emoções ao associá-las às experiências individuais, pois “quanto mais rápido e interativo for o processo de comunicação, maior será a probabilidade de formação de um processo de ação coletiva enraizado na indignação” (Castells, 2013, p. 23).

Iremos perceber como no caso do material do MBL, analisado neste trabalho, que o uso das fotografias editadas ao estilo memes para causar reações de emoções se faz frequente. Os *memes* podem ser definidos como uma produção cultural que se difunde “voluntariamente por e-mail, mensagens instantâneas, blogs ou redes sociais e ativam piadas internas através da recriação de outras produções já existentes por intermédio da imitação cômica, satírica ou irônica dos seus elementos” (Bauckhage, 2011). A partir dessas relações que se estabelecem no online, os *memes* ganharam grande força discursiva nos últimos anos. Os *memes* “operam como narrativas que participam decisivamente da construção de imaginários, percepções, sensibilidades e representações coletivas acerca de determinados acontecimentos, relações e sujeitos sociais.” (Carniel, Ruggi & Ruggi, 2018). Ou seja, não seria por seu teor de humor que os *memes* se afastariam da política. Muito pelo contrário, eles são capazes de produzir e incentivar engajamento através do humor.

Para Wiggins (2019), o paradoxo dos *memes* reside no fato de que, mesmo se tratando de criações cuja utilidade reside em suas funções comunicativas, ao mesmo tempo essa função restringe e delimita a maneira como os indivíduos pensam e enxergam as questões e eventos do mundo real. Isso se deve ao fato de as plataformas sociais, ao minimizar o esforço de seus usuários através de algoritmos que criam bolhas sociais, restringem e delimitam os conteúdos, provocando repetições. Um exemplo são os conteúdos da plataforma analisada por este trabalho. O Facebook foi criado para reunir dados que gerem publicidade para grupos de consumidores exatos (Ledin & Machin, 2018). Dessa forma fugir do que lhe é posto pelos algoritmos dessa rede social

é uma tarefa árdua. O impacto ideológico cultural dessas repetições e discursos não deve ser subestimado.

As postagens das redes sociais e seus compartilhamentos são práticas sociais e políticas que derivam de um sistema hegemônico dominante. Seu entretenimento desempenha funções discursivas para a expressão de valores sociais e culturais que constituem o que conhecemos como cultura. Sendo assim analisar seus conteúdos e nos enxergar enquanto participantes dessa rede e sujeitos e objetos de suas transformações é fundamental para teorizar sobre o papel da tecnologia na sociedade e na transformação social.

2.3 Afetos e Discursos nas Representações Fotográficas

Uma análise investiga “os modos de dizer, os modos de mostrar e/ou os modos de seduzir; detecta traços recorrentes invariantes de operações de enunciação a partir das marcas que essas operações deixam na superfície textual, no verbal e no não verbal, e os organiza sob a forma de regras” (Pinto, 1995, p. 147). Na perspectiva estruturalista de Barthes (1989) as imagens que interagem criam um sistema de significados que repete a estrutura da linguagem e refletem as funções sociais da mitologia. Essas imagens são capazes, inclusive, de atribuir a um indivíduo aspectos de representação de caráter da feição ideal de um cargo, ou nas palavras de Barthes, a “fotogenia eleitoral” (Barthes, 1989).

Para Montezano & Pimenta (2016, p. 6) a semiótica é “uma ciência que se propõe estudar todas as formas de comunicação. Ela trata tudo que está ao nosso redor como signos, e busca apreender o máximo da totalidade de percepções e interpretações, que se pode haver sobre eles”. Para Santaella (2002) um signo representa algo e, além disso, é capaz de produzir efeitos de interpretação em mentes reais ou potenciais. A mídia muitas vezes se utiliza destes efeitos para produzir, através das imagens, novas interpretações dentro das notícias. Para o pensador francês Guy Debord “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens (...) e como, se é tão óbvio, se torna invisível” (Debord, 1992, p. 301). E os problemas éticos surgem justamente devido a esta invisibilidade, pois dela surgem

numa “violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento” (Bourdieu, 1998, pp. 22-23).

Para Kossoy (1999) a fotografia sempre esteve à disposição das ideologias, prestando-se aos mais diferentes usos. Sendo assim “as imagens técnicas tornam as imagens mentais reais. As fantasias da imaginação individual e do imaginário coletivo adquirem contornos nítidos e formas concretas através do testemunho fotográfico” (Kossoy, 1999, p. 140). Sobre o tema, Ana Maria Mauad afirma que:

“A fotografia é interpretada como resultado de um trabalho social de produção de sentido, pautado sobre códigos convencionalizados culturalmente. É uma mensagem, que se processa através do tempo, cujas unidades constituintes são culturais, mas assumem funções sígnicas diferenciadas, de acordo tanto com o contexto no qual a mensagem é veiculada, quanto com o local que ocupam no interior da própria mensagem” (Mauad, 1990, p. 84).

Tendo em vista que para a autora a imagem “não fala por si só; é necessário que as perguntas sejam feitas” (Mauad, 1996, p. 83) e tendo em vista também o grande poder político das imagens e a sua produção de afetos, um olhar crítico sobre esses materiais torna-se fundamental para a área de estudos de comunicação.

Para além da interpretação formal, uma análise visual pode possibilitar a percepção das ideologias implícitas (Fairclough, 1992) nas fotografias, que ensinam os valores sociais, criando realidade material (Hodge & Kress, 1988). Justamente por produzir a ideia de realidade os materiais fotográficos são ideologicamente potentes ao não apenas registrar um momento, mas sim promover afetos ao transmitir “tipos particulares de ‘scripts’, valores e identidades” (Machin, 2004, p. 781).

Pesquisas apontam que enquanto as palavras estão mais associadas à razão, as imagens se vinculam às emoções (Hirschman, 1986). Por isso falamos dos afetos que as fotografias produzem e entendemos esses enquanto estados emocionais sobre algo, um julgamento com referência às regras e normas sociais ou uma apreciação (Martin &

White, 2005). E essas avaliações ou apreciações que surgem a partir de materiais semióticos constroem identidades e discursos que antigamente eram formulados pela linguagem escrita (Kress & Van Leeuwen, 2001). Essa tendência da redução do uso da escrita e de sua substituição pelas imagens que pode ser percebida em diferentes materiais, seja da mídia noticiosa ou das apostilas escolares, criou o que pode ser chamado de Nova Escrita (Kress & Van Leeuwen, 2001). Com o uso das imagens os conteúdos tornaram-se mais afetivos, utilizando-se das emoções para engajar ideias (Ledin & Machin, 2018).

O poder de produzir e fortalecer estereótipos a partir de conteúdos fotográficos se deve a capacidade de emocionar mais do que o discurso escrito e de uma maior possibilidade de perdurar, pois no caso das fotografias as repetições de discurso se tornam menos óbvias. Ao serem repetidos vezes suficientes, os estereótipos visuais tornam-se parte de uma cultura (Lester, 1995, p. 104).

3. Estratégia Metodológica

A comunicação visual não pode ser vista fora dos contextos sociais e, por isso, uma fotografia, por exemplo, não é apenas uma imagem, mas sim um universo de significados construídos (Ledin & Machin, 2018). Por essa razão as pesquisas sobre materiais fotográficos não costumam abordar apenas a materialidade, mas as experiências, intenções, contextos e formas de exploração da imagem. Materiais semióticos estruturam a maneira como interagimos ao entregar valores não consensuais através de discursos repetitivos (Ledin & Machin, 2018). Nesta dissertação pensamos as fotos selecionadas e seus sentidos dentro do seu contexto histórico marcado pelo recorte temporal e dentro de um processo ideológico marcado pelos acontecimentos políticos deste período.

A proposta é buscar os significados além do que está colocado na imagem, dentro de uma memória discursiva marcada por afetos que foram mobilizados na construção das fotografias. A imagem de Dilma está ligada ao imaginário construído e projetado por agentes midiáticos e nos interessa entender de que maneira os deslocamentos dos sentidos produzidos colaboraram para a criação de sua imagem política durante o processo de *impeachment*.

Qual seria então a diferença entre produzir uma imagem fotográfica e produzir uma imagem discursiva? É possível uma fotografia de contexto político não ser marcada pela história e constituída de ideologia ou os sentidos da memória discursiva são inerentes a estes materiais? A análise crítica do discurso critica o conceito de neutralidade, conforme abordaremos neste capítulo. Por isso essa foi nossa escolha de abordagem metodológica, dado que entendemos que a mídia e suas imagens interferem na construção do imaginário popular e do senso comum. Para Butler (2015) o simples ato de enquadrar já não é neutro, pois as delimitações de espaço já são operações de poder e, por isso, reproduzidas intencionalmente. Enquadrar *rouba* a interpretação do todo, direciona interpretações de forma implícita e produz efeitos fracionados. As fotografias aqui analisadas são, então, materiais de interpretação, ou seja, lugares próprios da ideologia materializados pela História (Orlandi, 1996).

3.1 Recolha e Apresentação do *corpus*

O objeto de estudo são as representações fotográficas de Dilma Roussef durante o período de *Impeachment*. O *corpus* de análise é composto por todas as fotografias de Dilma na Linha do Tempo na página do Facebook do MBL e todas as fotografias nas edições da *IstoÉ* onde a imagem de Dilma figurava na capa, e as fotografias recolhidas dentro das reportagens principais na versão online desta mesma revista no período entre dois de dezembro de 2015 e trinta e um de agosto de 2016. A recolha das 695 imagens foi feita manualmente tanto no site da *IstoÉ* Online como na Linha do Tempo da página do Facebook oficial do MBL no mês de novembro de 2020. Os materiais foram analisados separadamente de acordo com a fonte, com o suporte de duas planilhas Excel. Na primeira planilha as quinze capas da *IstoÉ* que continham fotografias de Dilma e as quarenta e cinco fotografias de Dilma recolhidas nas notícias da *IstoÉ* Online destas mesmas edições foram catalogadas e analisadas em cada uma das categorias. O mesmo foi feito com as seiscentas e trinta e três imagens da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (MBL), com um número final de representações analisadas divergindo deste total. Isso se deve ao fato de que duas das imagens recolhidas na linha do tempo do MBL continham duas fotografias de Dilma dentro do mesmo material. Sendo assim, o *corpus* final desta fonte resultou nas seiscentas e trinta e cinco fotografias de Dilma que constam como *corpus* no capítulo três desta dissertação. O período de análise foi definido pelo critério de duração do processo de *impeachment*, considerando como início o dia dois de dezembro de 2015 (data em que Eduardo Cunha abre o processo a partir da aceitação de um documento apresentado por Hélio Bicudo e pelos advogados Miguel Reale Júnior e Janaina Paschoal) e o fim em trinta e um de agosto de 2016 (Dilma Rousseff tem o mandato cassado em votação no plenário do Senado). Para um futuro retorno e análise dos materiais, criamos também um arquivo onde catalogamos o link de acesso a cada material original e demos um código de referência para cada imagem, iniciando por dois números que marcam o mês da publicação, seguido pela data de publicação no modelo DD-MM-YYY marcando o dia, mês e ano da publicação original, e por último o número que marca a ordem em que cada imagem foi publicada (01, 02, 03 etc). Nomeamos cada imagem com esse mesmo código e criamos

um arquivo a parte em que listamos os links das imagens originais seguido de cada código.

3.2 Método

Com base na Análise Crítica do Discurso, desenvolvemos um método quantitativo inspirado nos capítulos “*Representational strategies in visual communication*” e “*Modality and certainty in visual communication*” do livro *How to do Critical Discourse Analysis* de David Machin e Andrea Mayr. Usando as categorias de análise de imagens mencionadas pelos autores, formulamos uma planilha onde cada uma das fotografias foi catalogada a partir das seguintes características: distância da pessoa retratada (Machin & Mayr, 2012, p. 97), localização do olhar (Machin & Mayr, 2012, p. 100), tipo de sombras e iluminação (Machin & Mayr, 2012, p. 204), posição do observador em relação à pessoa retratada (Machin & Mayr, 2012, p. 102), quantidade de pessoas na imagem (Machin & Mayr, 2012, p. 103), foto posada ou natural, cor e detalhes do fundo (Machin & Mayr, 2012, p. 205) e tons de cores utilizadas. Além destas, acrescentamos a categoria sobre o comportamento de Dilma onde verificamos as feições do rosto e fotos em que ela aparecia de costas ou de lado.

Buscamos entender quais são as repetições nos discursos destas fotografias. Utilizamos também como base central de análise qualitativa o livro *Doing Visual Analysis* cujo método de análise semiótica fotográfica permitiu aferir, para além dos padrões e das repetições, significados sociais mais aprofundados e de que forma essas ideias foram moldadas pela ideologia dominante (Ledin & Machin, 2018). Selecionamos exemplos de materiais fotográficos onde constavam os padrões predominantes das categorias ou padrões atípicos em representações políticas masculinas. Esses exemplos foram utilizados quando se fazia necessário uma melhor visualização das maneiras como as estratégias buscavam criar afetos com relação à imagem de Dilma. Essas análises foram feitas apenas enquanto suporte para uma melhor visualização e percepção da forma como cada fonte utilizou as ferramentas semióticas, aplicando uma descrição simples destes materiais, dado que a análise quantitativa é a fonte central dos resultados, e a descrição qualitativa apenas seu apoio visual.

3.3 Análise Crítica do Discurso

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma metodologia teórica que aborda o estudo das linguagens na sociedade e se distingue de outras abordagens pela sua característica multidisciplinar, ao ter um diálogo direto com outras ciências sociais. Para Norman Fairclough (2003) a ACD provê bases científicas para questionamentos da vida social com relação ao poder, aos termos políticos e morais e à justiça social. Ou seja, suas análises tem o objetivo geral de desvelar situações de poder e desconstruir interpretações implícitas nos discursos. Para Van Dijk (1993) aqueles que mantêm o poder formam as ideologias através das representações sociais amplamente difundidas, em um processo que estabelece relações assimétricas de poder entre dominadores e dominados.

A base da ACD é a relação entre linguagem e poder dentro das interações humanas, entendendo o discurso como uma maneira de ação social e analisando criticamente as desigualdades legitimadas pela comunicação (Wodak, 2004, p. 224). Por ser a comunicação um veículo ideológico de dominação, estas análises consideram relevante para além do material os sujeitos, o contexto, o tempo e o espaço de uma situação comunicacional, pois a ACD “em um sentido amplo, refere-se a um conjunto de abordagens científicas e interdisciplinares para estudos críticos da linguagem como prática social” (Resende & Ramalho, 2011, p. 12). Por essas razões a ACD é uma abordagem teórico metodológica com objetivos emancipatórios (Fairclough, 2000) amplamente utilizada, por exemplo, nas análises sociais sobre raça e gênero. Nesse contexto emancipatório surgiu a Análise de Discurso Crítica Feminista (ADCF).

A ADCF – proposta por Michelle Lazar - tem o “objetivo de desenvolver ricas análises do funcionamento complexo do poder e da ideologia no discurso na sustentação hierárquica de gênero” (Lazar, 2007, p. 141). Na obra *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Power and Ideology in Discourse* publicada em 2005, a autora utiliza as bases da ACD e autores como Ruth Wodak, Norman Fairclough e Carmen Rosa Caldas-Coulthard para explorar a influência do patriarcado dentro dos estudos e métodos acadêmicos e pensar uma nova abordagem que compreenda o

funcionamento do poder discursivo na manutenção das hierarquias de gênero. Para a autora, a necessidade surge pelo fato da ideologia discursiva se tornar cada vez mais sutil e complexa (Lazar, 2007). Reconhecer o sexo e o gênero como onipresentes nas práticas sociais, estabelecer um ativismo político feminista e problematizar o modelo científico patriarcal são objetivos da ADCF.

O ato de questionar a ciência enquanto verdade universal e de propor uma cientificidade que se legitima pela *localização do saber* (Haraway, 1995) desenvolve aparatos metodológicos que direcionam para interesses políticos de luta pela equidade de gênero. Através dessa construção surgem novas formas de ler a realidade, de clarear ideologias implícitas nos discursos e de expor valores patriarcais na comunicação antes invisíveis. E nesse caso, não apenas a Análise de Discurso Crítica Feminista se relaciona com as proposições conceituais de gênero, mas a ACD como um todo, visto que essa vertente está centrada nas análises das reproduções do sexismo, da legitimação do poder, da manipulação do consentimento e na produção discursiva da mídia (Melo, 2011).

A ACD considera gênero um “elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, e um primeiro modo de dar significado às relações de poder” (Scott, 1989, p. 14). Como muitas das relações entre a linguagem e a sociedade são pouco visíveis, é preciso observar o contexto para apreender pistas sobre o que está oculto, tendo em vista a liberação do que foi distorcido nos sentidos criados. A ACD busca transformar o que considera como consciência falsa ou distorcida (Fairclough, 2000, p. 5). É uma abordagem transdisciplinar, ou seja, “não somente aplica outras teorias como também, por meio do rompimento de fronteiras epistemológicas, operacionaliza e transforma tais teorias em favor da abordagem sócio discursiva” (Resende & Ramalho, 2006, p. 14).

Enfim, escolhemos esta abordagem para tornar visíveis as relações de gênero implícitas nos materiais fotográficos analisados. Se a consciência de que a linguagem e a comunicação contribuem para a dominação e o controle de poder social é o primeiro

passo para a emancipação (Fairclough, 1989), a consciência dos discursos patriarcais nas imagens das mulheres é também um passo para a emancipação feminina.

3.4 Crítica à neutralidade científica

Sodré (2009) acredita que na comunicação, ao fazermos uma análise, as características atribuídas sobre um objeto fazem parte de um processo de mediação simbólica imprescindível ao ato de conhecer, que é, no limite, um jogo entre o eu e o mundo. As cenas, constituídas pelos discursos, são vistas como forças políticas (Cazarin, 2013, p. 177) e evidenciam os lados opostos inerentes à sociedade.

Essa conclusão de que não existe sociedade sem poder político (Lagazzi, 2011) é uma das bases da ACD, que incorpora estes conceitos em suas discussões. Ao investigar as formas discursivas e seu viés político ideológico - advindos das forças atuantes na sociedade - a ACD não separa o trabalho intelectual do político e não defende uma pretensa neutralidade científica. Pelo contrário, as metodologias deste campo representam “uma tomada de posição que se quer critica quanto aos sentidos já-constituídos e dados como óbvios” (Mariani, 1996, p. 25).

Por essa razão a escolha desta metodologia teórica para análises referentes às representações femininas conversa intimamente com os pressupostos da teoria feminista, que também nega a neutralidade tanto dos geradores dos discursos, como dos analistas. Por muito tempo, teóricas feministas chamaram a atenção para os limites de um modelo científico patriarcal nas pesquisas acadêmicas, desafiando um consenso de objetividade científica. Essa falsa objetividade, por muitos anos, escondeu relações assimétricas entre os gêneros na produção do conhecimento e no controle do poder intelectual. Essa transgressão da neutralidade, para a autora Guacira Lopes Louro, foi fundamental para expor as desigualdades de gênero e posicionar as mulheres como autoras da própria narrativa: pesquisadoras escreviam na primeira pessoa e “assumiam com ousadia, que as questões eram interessadas, que elas tinham origem numa trajetória histórica específica que construiu o lugar social das mulheres” (Louro, 1997, p. 19).

A comunicação e os discursos visuais não podem ser vistos como separados da realidade social, mas sim como a materialidade das ideologias e obrigatoriamente conectadas com a nossa consciência (Ledin & Machin, 2018). Por isso os contextos, momentos históricos e fatos vinculados a determinados materiais são fundamentais em uma pesquisa metodológica de Análise Crítica do Discurso. Para cada contexto e para cada material é preciso não apenas perceber onde e quando, mas também sob quais tradições ideológicas imagens semelhantes foram construídas (Ledin & Machin, 2018).

A produção e repetição dos discursos são formas sociais de manutenção do poder por certos grupos, colocando a memória e também o esquecimento como domínios discursivos, pois a memória histórica é a memória coletiva (Courtine, 2006). As imagens são materiais de poder informativo, mas essas informações só podem ser percebidas através de uma contextualização política, econômica, histórica, religiosa ou de outros fatores presentes na interpretação do ato de produção ou da tomada do registro, no caso das fotografias (Kossoy, 1999).

Todos os materiais fotográficos são ideológicos e servem a interesses sociais particulares (Ledin & Machin, 2018) e o processo de produção, de enquadramento, seus recortes ou a ausência de percepção da historicidade podem silenciar possíveis sentidos ou dar a falsa impressão de neutralidade às fotografias. Através do efeito de verdade que a comunicação visual produz, os sentidos sociais são sedimentados no senso comum, produzindo interpretações ligadas a memórias discursivas (Flores, 2017). Não somente a materialidade importa, mas a experiência dos observadores, as intenções, os contextos e as formas de exploração das ideias (Ledin & Machin, 2018).

Identificar de que forma as mulheres são representadas e socialmente construídas é um passo fundamental para a emancipação, dado que o que é construído pode ser modificado. O uso dos recursos metodológico da ACD pode fornecer subsídios para construções científicas críticas posicionadas contra a hegemonia masculina nos espaços públicos de poder. Conhecer para transformar, alterar as maneiras como as mulheres são percebidas para modificar o espaço social por elas ocupado (Piscitelli, 2001, p. 2). Desconstruir os discursos hegemônicos relacionados às Ciências Sociais, entendendo a

ausência de neutralidade no que é político e o discurso enquanto o lugar das representações (Corten, 1999).

4. Trajetória e Representações de Dilma Rousseff

Dilma Rousseff é uma economista política e a primeira mulher na presidência brasileira (36ª presidenta do Brasil), ocupando o cargo de 2011 a 2016. Filha de imigrante búlgaro, Dilma foi criada numa família de classe média em Belo Horizonte. Interessou-se por política ainda adolescente, aos dezesseis anos de idade, através do contato com o movimento estudantil. Filiou-se ao Polop (Organização Revolucionária Marxista Política Operária) e considerava-se guerrilheira. Após o Golpe Militar de 1964, fugiu de sua cidade de Minas Gerais e adotou o pseudônimo de Vanda, Luiza, Janete ou Iolanda (Nunes, 2017) para fugir da perseguição do Regime.

Dilma foi capturada, torturada e presa de 1970 a 1973, no presídio de Tiradentes, aos vinte e um anos de idade (Carvalho, 2009b). Em um relatório do DOPS, que eram as unidades de Polícia Política de cada estado, responsáveis pela repressão a comunistas, anarquistas, sindicatos e movimentos sociais durante a Ditadura Militar, relatou-se sobre Dilma que “através de seu interrogatório, verifica-se ser uma das molas mestras e um dos cérebros dos esquemas revolucionários postos em prática pelas esquerdas radicais pois trata-se de pessoa de dotação intelectual bastante apreciável” (Carvalho, 2009a). Em entrevista à Revista Piauí, a pedagoga Maria Luiza Belloque, hoje coordenadora da Universidade Corporativa do Metrô de São Paulo, conta sobre os momentos com Dilma no Dops do Presídio Tiradentes: “(...) a Dilma levou choque até com fiação de carro. Fora cadeira do dragão, pau-de-arara e choque para todo lado. Ela levantava o meu astral quando eu chegava arreventada da tortura” (Carvalho, 2009a). Outra companheira de cela de Dilma, Leslie Belloque afirmou que “ficar presa com a Dilma era uma coisa de doido. Ela não era nada chorona. Falávamos como se não tivesse tortura. A Dilma é um tenente, é muito forte” (Carvalho, 2009a).

Após cumprir pena, mudou-se com o marido Carlos Araújo para a cidade de Porto Alegre, onde dirigiu a organização clandestina Vanguarda Armada Revolucionária Palmares. A luta por um país democrático era sua meta. Suas representações fotográficas da época subversiva ainda são vinculadas pela mídia e permanecem presentes no imaginário político social brasileiro.

Dilma recuperou seus direitos políticos apenas em 1979, com a Lei da Anistia. Filiou-se ao Partido Democrático Trabalhista (PDT) e iniciou sua carreira política ocupando os cargos de secretária da Fazenda da Prefeitura de Porto Alegre nos anos de 1986 até 1989 e Presidente da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul nos anos de 1991 até 1993. Pouco tempo depois ocupou o cargo de Secretária de Energia, Minas e Comunicações neste mesmo Estado nos governos de Alceu Collares (PDT) e Olívio Dutra (PT). Em 2001, Dilma foi convidada pelo físico e engenheiro nuclear Luiz Pinguelli Rosa para uma reunião sobre a plataforma de propostas da área de minas e energia do candidato à presidência Luís Inácio Lula da Silva (Carvalho, 2009b). No início sua participação na equipe com vários professores foi tímida, porém aos poucos ela se destacou pelo seu conhecimento e objetividade. Ao ser eleito em 2002, Lula surpreendeu ao escolher Dilma como Ministra das Minas e Energia, dado que Pinguelli era cotado para o cargo. Na época Lula declarou:

“Já próximo de 2002, aparece por lá uma companheira com um *computadorzinho* na mão. Começamos a discutir e percebi que ela tinha um diferencial dos demais que estavam ali porque ela vinha com a praticidade do exercício da Secretaria de Minas e Energia do Rio Grande do Sul. Aí eu fiquei pensando: acho que já encontrei a minha ministra aqui” (Carvalho, 2009b).

Durante o governo Lula, Dilma acelerou a universalização do acesso à energia elétrica, criando uma meta de iluminar 1.4 milhões de domicílios rurais brasileiros até 2006 (Manfrini, 2003). Alegava que, por se tratar de uma meta de inclusão social, não deveria ter retorno financeiro e, assim como o Fome Zero, deveria ser um programa social. Assim nasceu o Programa Luz para Todos. Sua gestão neste ministério e sua capacidade técnica colocaram fim a um passado de apagões por todo o Brasil. Lula a descreveu como uma técnica capaz, corajosa e com pulso para lidar com situações difíceis, a escolhendo para chefiar a Casa Civil de 2005 até 2010. Após ser Chefe de Gabinete, foi escolhida por Lula e pelo Partido dos Trabalhadores (PT) como candidata a Presidência da República. Dilma venceu as eleições para presidenta da República em 2010 e foi reeleita em 2014, obtendo uma aprovação popular recorde de 59% no final do seu primeiro mandato (BBC, 2016). Essa aprovação se devia a ampliação dos programas sociais, pelo fato de ser vista pela população como alguém que fez uma

“faxina ética” ao demitir ministros envolvidos em casos de corrupção (BBC, 2016) e também por momentos como quando foi a primeira mulher a fazer o discurso de abertura da Assembleia Geral da ONU. Ao final do primeiro mandato do governo de Dilma o Brasil subiu quinze posições no Ranking da Educação Pisa, a expectativa de vida dos brasileiros cresceu, as taxas de analfabetismo e de mortalidade infantil baixaram e o número de assistidos pelo Programa Bolsa Família passou de 12.8 milhões para 14.04 milhões (Globo, 2014). Nunes, Ramos, Almeida & Guerra (2017) retratam parte da trajetória de Dilma como presidenta:

“Dilma foi eleita e posteriormente reeleita presidenta do país. Seu segundo mandato eleito, previsto de 1 de janeiro de 2015 a 1 de janeiro de 2019 sofreu um processo de *impeachment*; foi suspenso em 12 de maio de 2016 e cassado em 31 de agosto do mesmo ano. Desde o começo, Dilma Rousseff sofreu pressões do machismo e do antipetismo. Enquanto sucessora de um projeto de governo iniciado por Lula, ela deu continuidade às obras de inclusão social e redução das desigualdades.” (Nunes; Ramos; Almeida & Guerra, 2017, p. 10)

Apesar da análise buscada ser sobre o gênero, há o viés de classe relacionado ao partido de Dilma e o seu programa de governo do primeiro mandato. Para o sociólogo Leonardo Boff (2017) parte do discurso da mídia se molda a partir da ideia que a elite criou com relação aos programas sociais, tendo como consequência o “antipetismo”:

“O ódio contra o PT é menos contra PT do que contra o povo pobre que por causa do PT e de suas políticas sociais de inclusão, foi tirado do inferno da pobreza e da fome e está ocupando os lugares antes reservados às elites abastadas. Estas pensam em fazer, com boa consciência, apenas caridade, doando coisas, mas nunca buscando a justiça social” (Boff, 2017, p. s/p).

O apoio da mídia ao processo de *impeachment* foi fundamental, inclusive com divulgações de conversas telefônicas sigilosas da presidenta: “a expressão *tchau querida* ganhou a boca do povo e dos políticos contrários à Dilma, após a divulgação de um grampo telefônico, de uma conversa entre Lula e Dilma, propagada para a mídia pelo Juiz Sérgio Moro” (Nunes; Ramos & Guerra, 2016, p. 9). A cobertura da mídia brasileira corroborou com a criação de um clima de conformação da opinião pública quanto à

deposição da presidenta, contribuindo para aumentar a descrença dos cidadãos no governo, nas instituições e no sistema democrático (Vieira, 2017). Percebendo as possibilidades de pensamento e de ação humanas como conectadas e dependentes dos discursos midiáticos e dos materiais semióticos, utilizamos nessa pesquisa Dilma enquanto um símbolo das mulheres em posições de poder na política.

Para Finamore e Carvalho (2006) as questões de gênero medeiam as representações de candidatos a cargos públicos e a mídia associa as candidatas aos estereótipos do senso comum. Os homens não recebem essa ênfase de preconceitos e “isso sinaliza a presença de um discurso ‘masculino’ sobre as mulheres que vem sendo construído e mantido, enquanto os homens são muitas vezes preservados de marcas discriminatórias” (Finamore & Carvalho, 2006, p. 353). Por essa razão as representações fotográficas de Dilma são muitas vezes marcadas dos termos de vida pessoal, de personalidade, de aparência muito mais do que no campo dos ideais políticos.

Uma pesquisa sobre comunicação e representações fotográficas pode responder a questões sobre quais são as escolhas visuais de um determinado tipo de material e para qual fim aquela escolha atenta (Ledin & Machin, 2018). Com o conhecimento que “as questões de gênero, a misoginia, o sexismo, a herança de uma cultura que se forjou no patriarcado, foram ingredientes apontados como de grande relevância para influenciar a opinião pública durante a cobertura do processo de *impeachment*” (Geraldes, Ramos, Silva, Machado & Negrini, 2016, p. 10) esta dissertação busca demonstrar que as escolhas das imagens não são imparciais, mas sim, reforçam papéis de gênero. Para Braidotti (1991), as pesquisas utilizam a *linguagem do homem*. Por isso, a escolha da palavra presidenta nesta pesquisa, que do ponto de vista formal é correta, tem aqui um papel político, pois reafirma o gênero da primeira mulher a ser eleita para o cargo no Brasil.

4.1 Mídia Brasileira: a Revista *IstoÉ* e *IstoÉ* Online

No Brasil, cinco famílias controlam metade dos principais veículos de mídia, de acordo com pesquisas realizadas pelo MOM (Media Ownership Monitor, 2019). A pesquisa foi realizada em vinte e dois países, mas o Brasil apresenta o pior cenário na

concentração da produção de notícias. Apenas onze famílias são responsáveis pelo controle da principal mídia brasileira e 35% dos políticos (25% dos senadores e 10% dos deputados) possuem concessões de rádio ou televisão. O Brasil apresenta taxas preocupantes em todos os quesitos analisados, que incluem Concentração da Mídia, Transparência e Distribuição dos Negócios. Essas características da produção noticiosa brasileira fazem com que a produção de sentidos e de representações sociais sobre determinadas figuras políticas sejam criadas e difundidas de maneira quase homogênea. No caso de Dilma, a produção e divulgação de representações negativas criaram uma percepção de despreparo e não pertencimento no imaginário social brasileiro.

O imaginário social é um conjunto de relações imagéticas, que incluem as fotografias, e que atuam na construção de uma memória afetiva dentro de determinada cultura (Moraes, 2002). A partir do entendimento e criação deste imaginário, a mídia alcança as aspirações, medos e esperanças de um povo, através de uma produção de sentidos coletiva (Moraes, 2002).

Análises de representações fotográficas da mídia tradicional são capazes de entender de que forma o mundo e as pessoas foram representados, com qual recorte, com qual propósito e quais valores e identidades estão presentes (Ledin & Machin, 2018). Quebrar e desvendar estes significados tem valor acadêmico pelo fato de fotografias terem status de evidência e realidade, creditadas enquanto fatos (Ledin & Machin, 2018), sendo a realidade o oposto, dado que as imagens pertencem a esfera do simbólico e das produções de sentido socializadas (Aumont, 1993, p. 81), relacionando em sua produção o real e as funções do discurso. Se “qualquer material de comunicação social é suscetível de uma leitura ideológica” (Heck, 1996, p. 123), as fotografias nada mais são que imagens cujas escolhas de recorte estão repletas de ideologias.

IstoÉ é uma revista do Brasil, criada em 1976 e atualmente publicada aos sábados. Ela tinha inicialmente uma periodicidade mensal e em março de 1977 passou a circular semanalmente. Na apresentação que Mino Carta, o primeiro diretor da *IstoÉ*, fez da revista, em seu primeiro número, afirmou que em suas páginas “cada um escreve com franqueza e com as suas próprias palavras, sendo que uma harmoniosa desunião

serviria como prova, entre outras, de amor pela tolerância, pelo diálogo, pela democracia” (Naldoni, 2012). Durante a fase em que circulou mensalmente, *IstoÉ* priorizou a publicação de grandes reportagens e matérias de análise.

Em 2013, a circulação de *IstoÉ* era de cerca de 405.000 cópias por mês. Ela é considerada nas três principais revistas publicadas no país, além da *Veja* e *Época*. A revista *IstoÉ* se define como: “A marca de independência da *IstoÉ* faz parte da sua linha editorial, nunca vinculada a grupos políticos ou económicos”. Foi a primeira revista brasileira a publicar integralmente seus conteúdos online ao criar o site *IstoÉ* Online.

4.2 Movimentos políticos nas Redes Sociais: a Página do Facebook do Movimento Brasil Livre (MBL)

O MBL (Movimento Brasil Livre) é um movimento político brasileiro que surgiu no cenário de manifestações pelo *impeachment* da presidenta Dilma e que tem a missão de massificar os ideais de livre mercado. Para isso, eles desenvolveram um discurso com uma estética mais popular e com uso do senso comum para se aproximarem das massas (Gobbi, 2016). Para compreendermos o MBL precisamos retroceder para o ano de 2013 quando o Brasil foi tomado por uma onda social de manifestações que tomaram dois caminhos distintos e culminaram tanto no pedido de *impeachment* como em uma polarização nacional. O primeiro caminho de pauta dos manifestantes conversava intimamente com o estopim dos protestos - que foi o aumento do valor da tarifa do transporte público – e se baseava em uma crítica da representação e da legitimidade do sistema político brasileiro e uma busca por mais direitos sociais, por uma saúde pública e universal, por uma educação de qualidade e também por um transporte público com valor justo (Campos, Medeiros & Ribeiro, 2016, p. 15). O segundo caminho tomado por grande parte dos manifestantes, focou em um movimento contra a Copa do Mundo de 2014 (que ocorreu no Brasil), contra o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto, contra o governo federal e o Partido dos Trabalhadores, com especial atenção a pauta anticorrupção. Essas manifestações acabaram sendo cooptadas e lideradas por grupos de direita como o Vem Pra Rua e o próprio MBL, com um cunho anti político que atraiu os brasileiros descontentes com o governo (Campos, Medeiros & Ribeiro, 2016).

Foi neste cenário e, através de um protagonismo que alcançou ao eleger como pauta seguinte de manifestações o apoio a operação anti corrupção Lava Jato que o MBL ganhou notoriedade. Sua força ficou clara nas manifestações de quinze de março e dezesseis de agosto de 2015, momento em que levou milhares de manifestantes para a Avenida Paulista, em São Paulo. A partir de 2016, o MBL focou suas manifestações e suas produções nas redes sociais em uma agenda que visava o Estado Mínimo, reforma para redução de direitos trabalhistas e a redução da maioria penal.

O viés político sempre foi conservador e auto declarado apartidário. O uso das redes sociais, um vocabulário jovem e materiais intertextuais com a cultura da internet tinham por objetivo se afastar da imagem de grupo político tradicional. Segundo o próprio MBL, a página do Facebook era o veículo de informação mais importante e o canal oficial de comunicação do movimento. Eles negavam qualquer ligação com o que chamavam de “velha política”. Porém, gravações de áudio e uma matéria do jornalista Vinicius Segalla trouxeram a tona a ligação do MBL com partidos políticos de oposição ao governo de Dilma, entre eles o PSDB, o Solidariedade, o DEM e o PMDB (Lopes & Segalla, 2016).

O movimento existe desde 2014. Em seu manifesto citam como objetivo uma imprensa livre e independente, liberdade econômica, separação dos poderes, eleições livres e fim de subsídios diretos e indiretos para ditaduras. Mas uma das características do Movimento é misturar conceitos liberais com o neoconservadorismo, indo na contramão da busca por direitos sociais e culturais modernos (Gohn, 2017, p. 46). O discurso conservador surge em especial quando ligado a valores de gênero, como por exemplo quando o vereador *emebelista* Fernando Holiday propôs um projeto de lei de internação psiquiátrica compulsória a gestantes que “indiquem propensão ao abortamento ilegal” (Bruno, 2019).

Castells (2009) definiu como *autocomunicação de massa* o um conteúdo autogerado, de emissão autodirecionada e recepção autosselecionada por muitos que se comunicam com muitos. Esse tipo de comunicação possibilitou ao MBL uma efetividade política ao utilizarem das ferramentas e da linguagem digital numa comunicação multimodal que, por isso, possui “o potencial de possibilitar diversidade

ilimitada e produção autônoma da maioria dos fluxos de comunicação que constroem o significado na mente pública” (Castells, 2017, p. 119). Outra característica do MBL é uma “uma linguagem predominantemente imagética” (Belda & Perin, 2017, p. 451) que facilita o engajamento para formar e propagar opiniões de forma rápida em um ambiente que responde aos algoritmos que estimulam a repetição.

5. Análise das representações fotográficas de Dilma Roussef

Neste capítulo, nos dedicaremos a apresentar os resultados quantitativos dos materiais analisados através da metodologia previamente definida. Além disso, descreveremos algumas das imagens que representam as técnicas semióticas utilizadas por ambas as fontes para exemplificar de que maneira as características apresentadas em cada categoria foram aplicadas na prática fotográfica. Decidimos por uma análise simultânea, conjunta e comparativa do resultado de ambas as fontes, dado que assim, além da percepção de quais estereótipos de gênero foram criados pelas fotografias, podemos analisar também as similaridades e as diferenças entre os materiais fotográficos da mídia tradicional e da mídia das redes sociais.

Conforme dito anteriormente, desenvolvemos o método com base na ACD. Analisamos os materiais a partir de um método quantitativo próprio inspirado nos capítulos *“Representational strategies in visual communication”* e *“Modality and certainty in visual communication”* do livro *How to do Critical Discourse Analysis* de David Machin e Andrea Mayr. Usando as categorias de análise de imagens mencionadas pelos autores, formulamos uma planilha onde cada uma das fotografias foi catalogada a partir das seguintes características: distância da pessoa retratada (Machin & Mayr, 2012, p. 97), localização do olhar (Machin & Mayr, 2012, p. 100), tipo de sombras e iluminação (Machin & Mayr, 2012, p. 204), posição do observador em relação à pessoa retratada, quantidade de pessoas na imagem (Machin & Mayr, 2012, p. 103), foto posada ou natural (Machin & Mayr, 2012, p. 207), cor e detalhes do fundo e tons de cores utilizadas (Machin & Mayr, 2012, p. 205). Além destas, acrescentamos a categoria sobre o comportamento de Dilma nas imagens, como por exemplo suas feições do rosto e a posição do corpo ao vermos Dilma de costas ou de lado.

5.1 Análise quantitativa dos materiais e padrões de representação

Conforme dito, a escolha por uma análise quantitativa é capaz de perceber os padrões semióticos dos materiais fotográficos de uma fonte. Através do conceito de Judith Butler (1990) de que o gênero é uma construção social mantida pela estilização

repetida dos corpos e por uma estrutura reguladora rígida que reafirma seu poder através de atos repetidos reiteramos a negação da neutralidade científica neste trabalho, dado que buscamos desvendar essa ideologia masculina dominante que se cristaliza para produzir a aparência de natural e normativa. Optamos pela Análise Crítica do Discurso justamente pelo seu ideal contestador da realidade e pelo seu uso auxiliar na percepção das repetições de discursos pois os estereótipos se fundam na sociedade através do reforço pela proporção de seu uso repetido (Landowski, 2012, p.13).

A base de análise foi desenvolvida a partir do trabalho de Machin & Mayr (2012) que, inspirados em Kress & Van Leeuwen (2006) e nos marcadores de modalidade visual, apresentaram ferramentas para descrever os níveis e tipos de elementos presente nas imagens. A ACD assume que as relações de poder são discursivas e que o poder é transmitido e exercitado através dos discursos (Machin & Mayr, 2012). A ACD classifica como estratégias representacionais as escolhas semióticas usadas para representar indivíduos ou grupos (Van Dijk, 1993). Essas escolhas permitem posicionar o representado no mundo social ao mesmo tempo em que valoriza ou omite determinados aspectos da personalidade. Estes mesmos processos encontrados nos discursos semióticos midiáticos são reproduzidos no senso comum e nas interações da vida social cotidiana (Machin & Mayr, 2012). Disto vem seu potencial contestador e a necessidade de contextualizar social e politicamente um período de análise. Em outras palavras, se realmente queremos revelar os processos de poder através das análises das representações de modo a desafiá-los e transformá-los, é preciso entender não apenas o material, mas também seu contexto e de que forma foi absorvido pelas pessoas em suas vidas cotidianas (Machin & Mayr, 2012). Nesse trabalho, o conceito de discurso é utilizado para descrever ideias compartilhadas por pessoas em uma sociedade sobre o funcionamento do mundo (Machin & Mayr, 2012).

Na comunicação visual existem possibilidades semióticas através das quais é possível representar identidades, encorajando as pessoas a identificarem ou se afastarem da pessoa retratada, a legitimando ou deslegitimando (Machin & Mayr, 2012). Por essa razão e para uma análise destas possibilidades, conforme mencionamos anteriormente, as categorias de análise deste trabalho são: a distância da pessoa

retratada (Machin & Mayr, 2012, p. 97), a localização do olhar (Machin & Mayr, 2012, p. 100), o tipo de sombras e iluminação (Machin & Mayr, 2012, p. 204), a posição do observador em relação à pessoa retratada, a quantidade de pessoas na imagem (Machin & Mayr, 2012, p. 103), se a foto é posada ou natural (Machin & Mayr, 2012, p. 207), a cor e os detalhes do fundo e tons de cores utilizadas (Machin & Mayr, 2012, p. 205) e o comportamento que inclui as feições do rosto e se a retratada aparece de costas ou de lado. Apresentaremos agora os resultados encontrados em cada uma das categorias.

5.1.1 Distância da pessoa retratada

Assim como na vida real, a distância entre pessoas dá significado às relações sociais (Machin & Mayr, 2012, p. 103). A aproximação fotográfica, por exemplo, é capaz de transmitir ao observador os sentimentos e os estados psicológicos dos retratados. Para a análise dividimos essa categoria em três: fotografias com *close* no rosto, fotografias com distanciamento médio e fotografias com distanciamento longo (Machin & Mayr, 2012, p. 97).

Consideramos fotografias de rosto aquelas onde aparece apenas o rosto e pescoço das pessoas retratadas, ou apenas o rosto em *close*. As fotografias de distância média são as que geralmente possuem corte de enquadramento na cintura ou nos quadris das pessoas retratadas. Por fim, consideramos distância longa as imagens onde o corpo das pessoas retratadas aparece por completo, ou ainda as que estas estão distantes ou provocam a percepção de distância no observador. Os resultados de ambas as fontes trouxeram similaridades, de acordo com os gráficos apresentados abaixo.

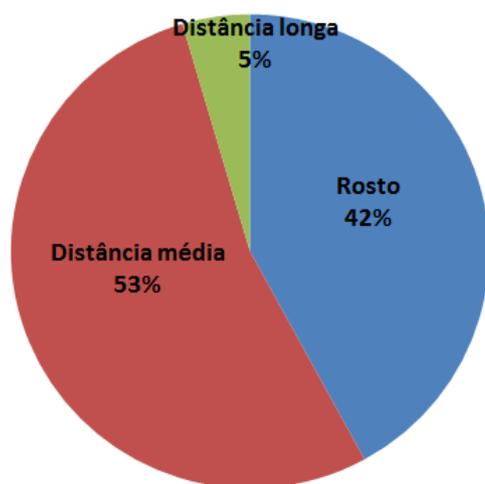


Gráfico 1: Distância da pessoa retratada - MBL

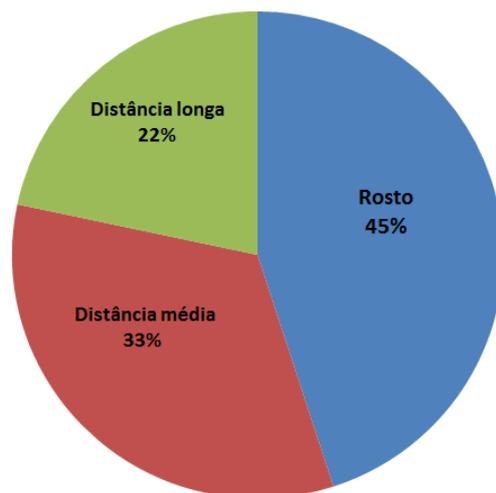


Gráfico 2: Distância da pessoa retratada - IstoÉ

Nas figuras dos gráficos acima, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre. Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, duzentas e sessenta e sete eram de rosto (42%), trezentas e trinta e nove com distância média (53%) e apenas vinte e nove com distância longa (5%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ*. Das sessenta fotografias analisadas, vinte e sete eram de rosto (45%), vinte tinham distanciamento médio (33%) e treze com distanciamento longo (22%).

Os resultados trazem como similaridade o fato de a maioria do material de ambas as fontes ser composta por fotografias de rosto ou com distância média. A distância média geralmente capta parte do corpo da pessoa retratada, e esse enquadramento do corpo induz ideias (Barthes, 1977). Além disso, traz ao observador uma impressão de pertencimento a cena, aumentando assim o caráter ilusório de recorte da realidade do material fotográfico. Já a aproximação do rosto causa um efeito de proximidade e de choque, dado que a imagem mais sintética é a de um rosto humano (Castells, 2018, p. 26). Esse corte também colabora na construção de significados de outras ferramentas semióticas, como sombras e luzes, que veremos com mais detalhes quando abordarmos especificamente essas escolhas.

Quanto às diferenças, o uso de imagens com distanciamento longo pela Revista *IstoÉ* chamou a atenção justamente pelo fato de que esta escolha não conota intimidade, mas solidão e isolamento (Machin & Mayr, 2012, p. 103). Esta criação semiótica é extremamente refinada e combina com a intenção de provocar a ideia de imparcialidade dos autores, ao mesmo tempo em que claramente remete a ideia de não pertencimento de Dilma nos cenários políticos de poder. Analisaremos agora um exemplo do uso dessa ferramenta semiótica - exatamente pelo resultado inusitado sobre essa escolha e seu alto uso nos materiais da Revista *IstoÉ* - para entender que afetos ela suscita no observador.



Figura 1: Fotografia da Revista *IstoÉ* - reportagem “Uma presidente fora de si”

Na fotografia retirada da reportagem online “Uma presidente fora de si” (Pardellas, 2016b) publicada no dia primeiro de abril de 2016 vemos a imagem de Dilma com os braços para cima (Figura 1), de costas e caminhando na direção contrária ao fotógrafo por um corredor externo do Palácio Presidencial. A fotografia não é posada, no sentido em que foi captada num momento espontâneo. As sombras de Dilma estão bem marcadas e ela aparece sozinha. Abaixo desta imagem constava a seguinte legenda “Descontrole: a presidente se entope de calmantes desde a eclosão da crise. Os medicamentos nem sempre surtem efeito, atestam os seus auxiliares”. Não faremos

aqui a análise textual e nos manteremos nos afetos gerados pela imagem. As características semióticas da fotografia levam a seguinte interpretação: Dilma está sozinha, sem apoio. Pode ser apontado também nesta imagem um contraste plástico, que segundo Oliveira (2004, pp. 90-91), "se define como a co-presença na mesma superfície dos termos opostos", neste caso o Palácio do Planalto e Dilma. Na imagem ela não parece pertencer ao Palácio, visto aqui como um símbolo de local político. Os locais políticos são marcados pela "grandeza ou a ostentação, a decoração ou o fausto, o cerimonial ou protocolo" (Balandier, 1982, p. 10). Por isso a escolha por uma imagem com longo distanciamento, mostrando o ambiente. Através da imagem, interpreta-se que Dilma não possui qualidades para pertencer a este espaço. Também há a presença do conceito de que mulheres são vazias de história e propensas ao descontrole emocional (Beauvoir, 1960). Dilma não quer diálogo na imagem, ela está sem controle, sem a racionalidade necessária a um governante, ela não está pronta para o Palácio do Planalto e para as suas funções. A distância longa e o enquadramento de todo o seu corpo no local fotografado foram fundamentais para a construção destes significados.

5.1.2 Localização do olhar

O olhar é um ponto de análise fundamental da relação entre o observador e a pessoa retratada e pode guiar para discursos não explícitos (Machin & Mayr, 2012, p. 100). Para esta categoria dividimos os materiais em apenas dois grupos: as fotografias onde Dilma olha diretamente para a câmera e as fotografias onde Dilma não olha diretamente para a câmera. Abaixo e à esquerda podemos observar os resultados referentes às fotografias da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 3). Das seiscentas e trinta e cinco imagens, apenas sessenta e quatro (10%) mostravam Dilma com o olhar voltado para a câmera. Em quinhentas e setenta e uma (90%) ela não olhava diretamente para a câmera. No gráfico da direita podemos observar os resultados desta mesma categoria de análise sobre os materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 4). De um total de sessenta fotografias de Dilma, em quarenta e oito ela aparece com olhar vago ou não encarando a câmera (80%) e em apenas doze imagens ela olha diretamente para a câmera (20%). Iremos agora analisar as conotações da ferramenta

semiótica do desvio do olhar para entender esse padrão encontrado em ambas as fontes.

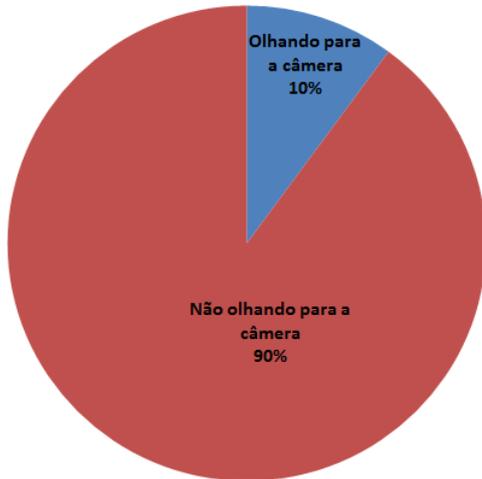


Gráfico 3: Localização do olhar – MBL

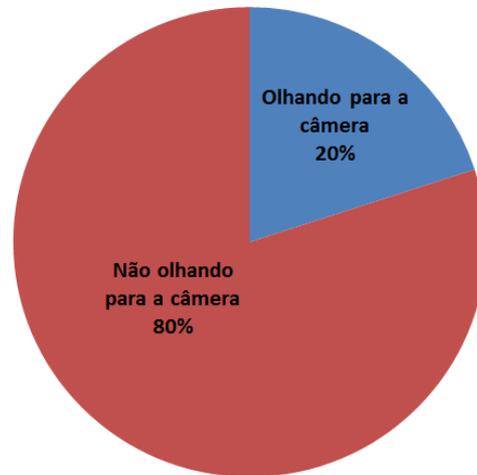


Gráfico 4: Localização do olhar – IstoÉ

O olhar é um recurso semiótico usado para provocar interesse e engajamento (Machin & Mayr, 2012). Para Kress e Van Leeuwen (2006) uma imagem pode ser de oferta ou de demanda, dependendo da ação ou da interação com a pessoa retratada. Quando o retratado olha para a câmera isso cria uma imagem de demanda, pois o cruzamento dos olhares cria uma relação imaginária com o observador, uma relação social imaginária (Kress & Van Leeuwen, 2006, p. 124). Assim, imagens de demanda colocam o fotografado enquanto protagonistas de uma ação e o observador enquanto participante desta. Já as imagens de oferta conferem ao retratado a passividade de serem observados e auxiliam na criação de um ambiente de julgamento. Analisaremos uma imagem vinculada pela página do Facebook do MBL utilizando essa ferramenta semiótica. Essa mesma fotografia foi utilizada na capa da edição 2416 da Revista *IstoÉ* para ilustrar a reportagem “Os sete crimes de Dilma” (Pardellas, 2016a).

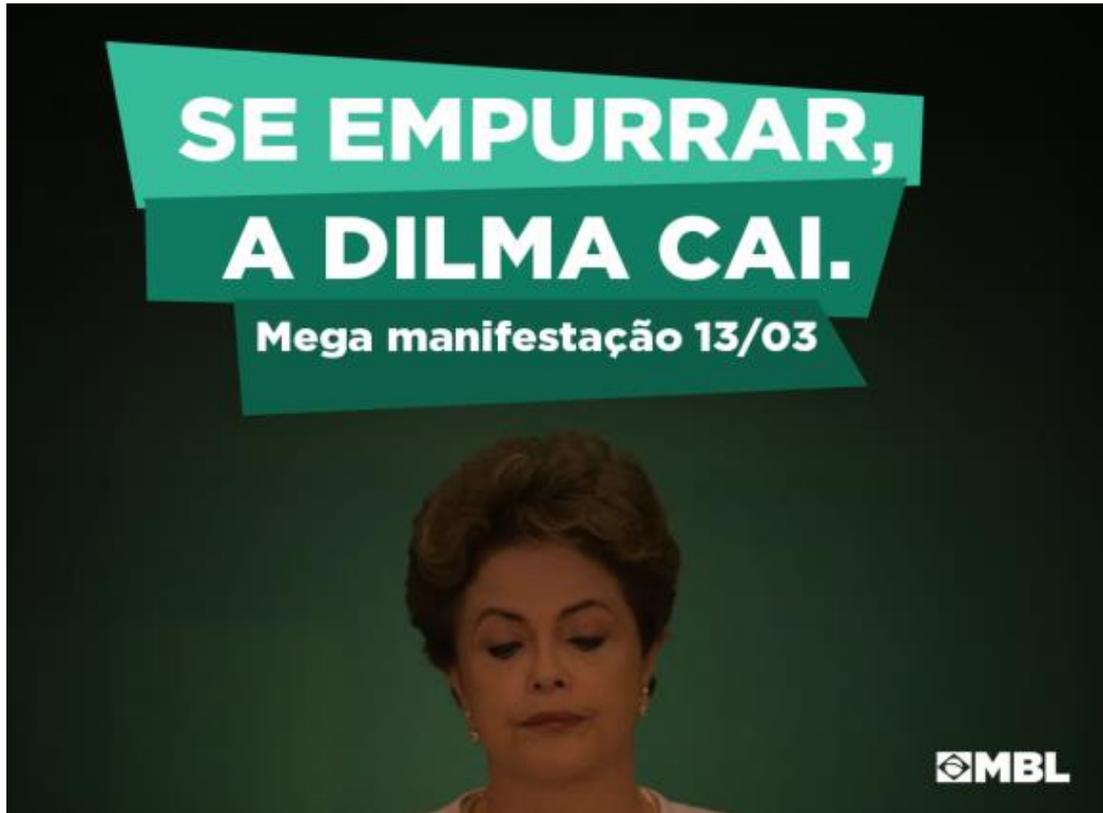


Figura 2: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL

Na fotografia acima (Figura 2) vemos o rosto de Dilma com um enquadramento cujo corte está em seu pescoço. Seu olhar está voltado para baixo e sua postura enquanto oferta ao observador cria um afeto de falta de firmeza e de submissão. Seu rosto está contraído e sua boca fechada rigidamente conota uma conformação tanto com sua situação política, como uma marcação sobre sua idade, relacionando ambas características ao seu desgaste político. O desfoque com uso de fundo infinito escurecido, característica que analisaremos com mais detalhe na devida categoria, contribui para concentrar a atenção apenas em Dilma, criando a facilidade do surgimento de julgamentos morais. Essa autorização para avaliar surge do fato de que ao nos depararmos com uma representação humana, nossos olhos buscam os olhos dentro da imagem. O encontro dos olhares entre observador e retratado tem efeito de acessibilidade e sinceridade (Machin & Mayr, 2012, p. 103) e o oposto, ou seja, uma análise mais objetiva e impessoal ocorre quando o olhar está vago ou em outra direção que não a da câmera.

A imagem que usamos de exemplo de Dilma, assim como a extensa maioria das imagens de ambas as fontes analisadas são, então, imagens de oferta. Os resultados comprovam a utilização massiva desta ferramenta semiótica em que a pessoa retratada não demanda nenhuma resposta positiva afetiva do observador, apenas o escrutínio ou a consideração impessoal sobre si (Kress & Van Leeuwen, 2006, p. 124). Os observadores foram convidados a observar Dilma e a avaliar sua personalidade enquanto representante política de forma negativa, dado que seu olhar quase sempre vago ou voltado para baixo indica pensamentos negativos e submissão (Machin & Mayr, 2012). O olhar voltado para baixo contido na imagem avaliada pode também remeter ao estereótipo de gênero das figuras femininas religiosas, muito utilizadas como exemplos de mulher na educação das meninas (Flores, 2012), de forma que sinalizam uma espera pelo silêncio público de Dilma nos espaços de poder.

5.1.3 Luzes

O uso da iluminação para a criação de afetos com relação a um objeto é uma ferramenta semiótica muito utilizada tanto pela publicidade quanto pela mídia. O uso de iluminação ampla, vinda de diferentes fontes de luz, por exemplo, traz conotações e afetos positivos sobre o objeto ou a pessoa representada. Já as sombras escuras geralmente conotam humores mais sombrios (Machin & Mayr, 2012, p. 103). Quanto a essa questão dividimos o material em três diferentes grupos: as fotografias cujo rosto de Dilma aparecia iluminado e com pouco contraste de sombras, as fotografias com iluminação neutra, ou seja, bem similares a um ambiente natural com sombras existentes, porém pouco marcadas e as fotografias com sombras bem marcadas e com pouca iluminação. Ambas as fontes fizeram pouco uso de iluminação ampla.

Nas figuras dos gráficos abaixo, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 5). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, cento e quatorze mostravam seu rosto iluminado por diferentes fontes de luz (18%), cento e setenta e seis tinham iluminação neutra (28%) e trezentas e quarenta e cinco tinham sombras bem marcadas ou baixa iluminação na área do rosto de Dilma (54%). Na figura da direita temos o gráfico

Natalia Gomes - Mulheres no Espaço Político: Análise das representações fotográficas da Dilma Rousseff durante o processo de Impeachment

com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 6). Das sessenta fotografias analisadas, trinta e três tinham iluminação neutra (55%), vinte e uma tinham sombras marcadas ou baixa iluminação na área do rosto (35%) e apenas seis fotografias mostravam o rosto de Dilma iluminado (10%).

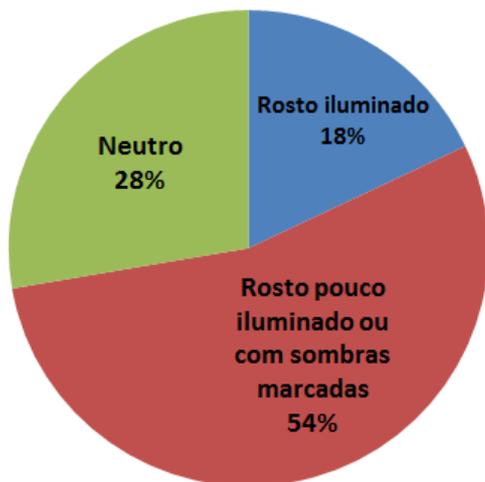


Gráfico 5: Luzes - MBL

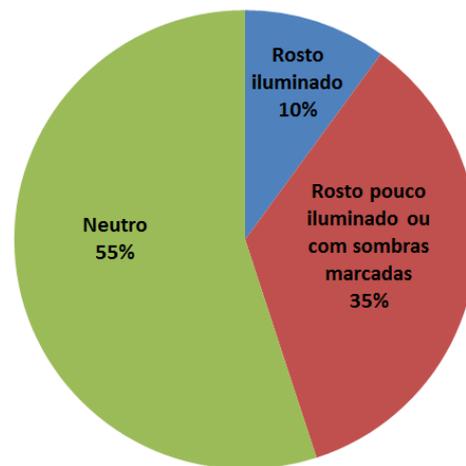


Gráfico 6: Luzes – *IstoÉ*

Vamos agora observar uma fotografia de Dilma vinculada pela Revista *IstoÉ* no dia doze de agosto de 2016 na reportagem “A era Dilma se aproxima do fim” (Pardellas, 2016c). Na fotografia vemos o rosto de Dilma com um enquadramento com corte acima dos ombros e no topo dos cabelos, com foco em seu rosto que preenche quase a totalidade da parte esquerda da foto, sendo o enquadramento também tomado em partes por um fundo infinito acinzentado que ocupa a metade direita da imagem. Dilma morde uma unha e tem a feição do rosto contorcida, demonstrando preocupação. Seu olhar não está direcionado para a câmera e não sabemos para o que ela olha. O uso do fundo desfocado ou do fundo infinito de apenas uma cor também é uma ferramenta semiótica, porém nesta análise nos atentaremos ao uso da iluminação.



Figura 3: Fotografia da Revista *IstoÉ* - reportagem “A era Dilma se aproxima do fim”

Nas culturas ocidentais, a escuridão e as sombras têm associação com ideias de ocultação, dissimulação, falta de clareza e pessimismo enquanto que as luzes trazem ideias de otimismo (Machin & Mayr, 2012). Essa fotografia (Figura 3) trabalha com fonte de luz com apenas uma direção. Dessa forma, a sombra formada atrás da cabeça de Dilma é bem marcada e escura, e cobre sua nuca e parcialmente o seu rosto. As imagens com sombras marcadas criam significados de emoção extrema ou de melancolia (Machin & Mayr, 2012) e no caso dessa imagem aumentam o poder de representação de insegurança de Dilma. Além disso, a parte mais escura da foto, vinda da esquerda, marca não apenas os posicionamentos políticos da presidenta como pouco conhecidos ou obscuros, mas também recriam afetos de incerteza política e de insegurança no observador. O contraste das sombras em seu rosto, marcando as rugas, também evocam os estereótipos vinculados a sua idade, trazendo à tona conceitos de desgaste.

5.1.4 Posição do observador em relação à pessoa retratada na foto

A posição do fotógrafo e, conseqüentemente, a do observador em relação à pessoa retratada é um fator importante de análise por trazer diferentes associações metafóricas que dependem das escolhas, arranjos e manipulações no ato de enquadrar, reenquadrar cortar ou ampliar, funcionando quase como uma edição (Dubois, 1993).

Dividimos essa categoria em visão do observador de baixo para cima, visão de cima para baixo ou visão neutra. A visão de baixo para cima consiste em quando temos que posicionar nosso olhar para cima para observar a pessoa fotografada, nos colocando em posição de vulnerabilidade (Machin & Mayr, 2012). Já a visão de cima para baixo coloca o observador em posição de poder, pois está em uma altura acima da pessoa retratada. A posição neutra acontece quando o observador tem a impressão de estar no mesmo ambiente que a pessoa fotografada, como se dividindo o mesmo chão e tendo a mesma visão sobre o ambiente retratado.

Nas figuras dos gráficos abaixo, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 7). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, apenas vinte e nove utilizaram a visão de baixo para cima (5%), e quarenta a visão de cima para baixo (6%). A maioria utilizou uma posição neutra do observador com relação à Dilma, com quinhentas e sessenta e seis imagens utilizando essa escolha semiótica (89%). O mesmo padrão se repetiu em ambas as fontes analisadas. Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 8). Das sessenta fotografias analisadas, apenas uma tinha a visão de baixo para cima (2%), três tinha visão de cima para baixo (5%) e todo o restante do material, ou seja, cinquenta e seis fotografias utilizaram a posição neutra do observador com relação à Dilma (93%).

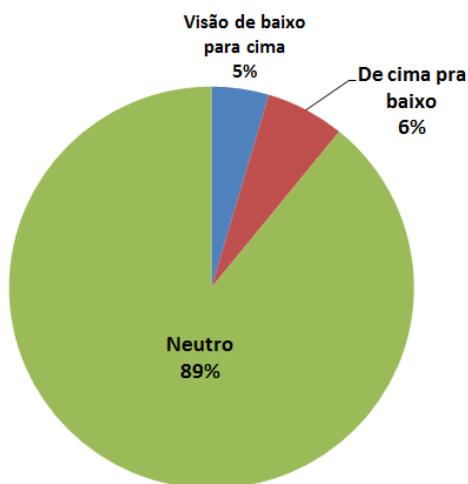


Gráfico 7: Posição do observador - MBL

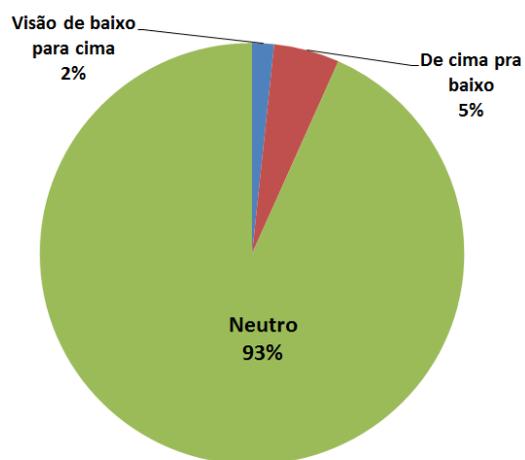


Gráfico 8: Posição do observador - IstoÉ

Na cultura Ocidental a posição de um observador conota associações mentais fortes (Machin & Mayr, 2012). Nas imagens de políticos, por exemplo, torna-se comum o uso de imagens de líderes com posicionamento de baixo para cima ou com o olhar e a cabeça do retratado voltado para cima numa clara tradução de força e de representação favorável (Machin & Mayr, 2012). Em contraste, pesquisas mostram uma escolha por representações de mulheres políticas posicionadas abaixo, com o observador olhando de cima para baixo, numa clara intenção de posicioná-las num papel de inferioridade. Esse padrão de escolha é o que imaginávamos encontrar na análise dos materiais, em especial do MBL. Porém não foram os resultados obtidos nesta análise. Ambas as fontes escolheram imagens onde Dilma aparece com o observador posicionado de forma neutra, como se no mesmo patamar dele, sem criar o efeito de vulnerabilidade que o olhar de cima para baixo produz ou o empoderamento que seu oposto provoca (Machin & Mayr, 2012). Descreveremos abaixo um exemplo de imagem com esta escolha semiótica mais utilizada nesta categoria.



Figura 4: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL

Na imagem acima (Figura 4), publicada na linha do tempo do Facebook do Movimento Brasil Livre em dezoito de janeiro de 2016 e que teve na época mais de setecentos compartilhamentos, vemos a esquerda uma cachorra de porte médio sentada em uma cadeira presidencial e a direita Dilma, em pé, também ao lado de uma cadeira presidencial. Acima da fotografia da direita lemos a legenda da postagem original de Mauricio Macri, presidente da Argentina na época, no Facebook em que se lê “Balca na cadeira presidencial” (tradução livre). Acima das duas fotografias, a pergunta feita pelo MBL comparava as imagens ao questionar “Quem faz mais estrago numa cadeira presidencial a cachorra do Macri ou a Dilma?”. Não nos apegaremos a uma análise do discurso escrito e partiremos para a fotografia a esquerda, tendo o contexto apenas como apoio de análise. Dilma aparece sorrindo, com uma mão sobre a cadeira presidencial e outra apoiada sobre a mesa. A fotografia é posada, porém ela não olha diretamente para a câmera. Suas costas estão levemente curvadas e ela está posicionada no lado esquerdo da imagem. O tom e a saturação das cores são naturais. A posição do observador com relação à Dilma é neutra, ou seja, temos a impressão de observá-la como se estivéssemos no mesmo ambiente. Essa escolha foge as práticas semióticas comuns de líderes em fotografias posadas nos ambientes de trabalho. Ao posicionar a pessoa fotografada na mesma altura do fotógrafo cria-se a conotação de pessoa comum, ordinária (Machin & Mayr, 2012, p. 106). Portanto, essas escolhas e suas repetições visam deslocar Dilma de sua posição de poder, trazendo a presidência para o campo do ordinário e reduzindo o prestígio que a sala presidencial e a presidência em si trazem. Isso fica ainda mais evidente na comparação com a cachorra, animal de estimação comum, e foi fator na escolha por analisar essa imagem especificamente. Porém, conforme já dito, a repetição traz maior efeito de criação de estereótipos, e colocar Dilma enquanto pessoa comum poderia facilitar a ideia de despreparo e de não pertencimento ao ambiente público e ao de poder político.

5.1.5 Quantidade de pessoas na foto

As escolhas fotográficas como o enquadramento e a presença ou ausência de outras pessoas na imagem promovem não apenas recortes de realidade, mas sim ideias que servem aos interesses daqueles que detêm o poder midiático. As imagens de

individualização versus as de coletivização são um exemplo destas escolhas, pois podem trazer representações com conceitos genéricos, específicos ou de exclusão (Machin & Mayr, 2012, p. 103). Dividimos nossa categoria de análise em quatro possibilidades autoexplicativas: fotografias em que Dilma aparece sozinha ou com outras pessoas desfocadas ao fundo, fotografias em que Dilma aparece com um homem, fotografias em que Dilma aparece com uma mulher e fotografias em que Dilma aparece com um grupo de duas ou mais pessoas.

Nas figuras dos gráficos abaixo, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 9). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, quatrocentas e setenta mostram Dilma sozinha ou com pessoas desfocadas ao fundo (74%), em cento e onze fotografias ela aparece com um homem (17%), em apenas dez fotografias ela aparece com uma mulher (2%) e em quarenta e quatro fotografias ela aparece com um grupo de duas ou mais pessoas (7%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados para esta mesma categoria de análise dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 10). Das sessenta fotografias analisadas, em trinta e duas ela aparece sozinha ou com pessoas desfocadas ao fundo (54%), em quatorze fotografias ela aparece com um homem (23%), em quatorze fotografias Dilma aparece com duas ou mais pessoas (23%) e em nenhuma fotografia ela aparece apenas com uma mulher.

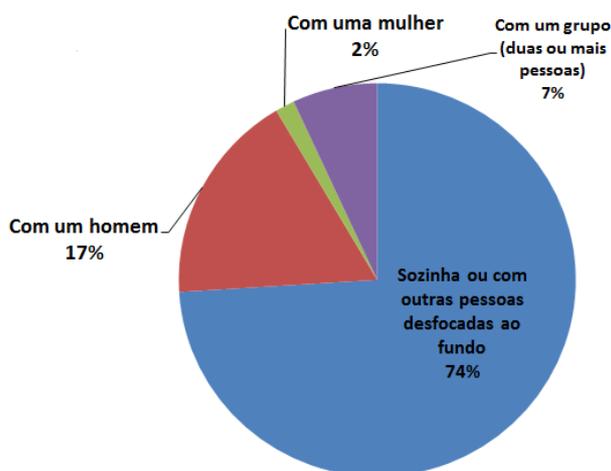


Gráfico 9: Quantidade de pessoas– MBL

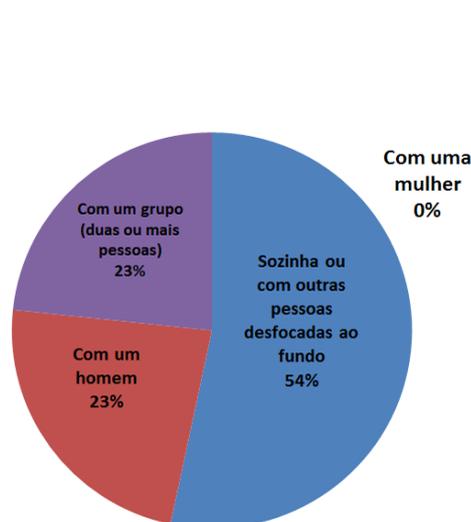


Gráfico 10: Quantidade de pessoas– IstoÉ

Podemos perceber então a prevalência em ambas as fontes de uma escolha semiótica onde Dilma aparece sozinha ou com pessoas desfocadas ao fundo. Essas fotografias criam a ideia de que Dilma não tinha, durante o processo de *impeachment* apoio e evocam uma redução em seu caráter de autonomia e independência. Ao mesmo tempo, a presença de imagens de Dilma com homens reforça o que outros estudos abordaram ao perceber como homens políticos têm representações que evocam mais suas trajetórias individuais, enquanto mulheres políticas têm muitas vezes suas representações vinculadas a homens, seja enquanto parceiros ou de linhagem política e descendência. Araújo (2010) entrevistou deputadas e deputados federais para verificar a influência do líder nos discursos e percebeu que os homens narram suas trajetórias enquanto autônomas, conseguindo se desvincular da relação de patronagem que ainda é presente nos discursos de mulheres políticas. A baixa quantidade de fotografias do MBL onde Dilma aparece com outra mulher (2%) e a ausência na Revista *IstoÉ* reiteram as conclusões de Machin e Mayr (2012) que, ao analisarem as revistas *Cosmopolitan* e *Marie Claire*, verificaram que é raro encontrar representações de mulheres juntas, o que gera um conceito implícito de individualidade feminina.



Figura 5: Fotografia da Revista *IstoÉ* – reportagem “A volta da tática do terror”

Voltando a nossa análise ao padrão de estratégia semiótica mais encontrada nessa categoria, vamos observar um exemplo de fotografia publicada pela revista *IstoÉ* em primeiro de abril de 2016 (Pardellas, 2016b). Na imagem acima (Figura 5), Dilma aparece no centro da fotografia, sentada entre duas cadeiras vazias, onde ela apoia as duas mãos, uma em cada cadeira. Ela está abatida, cabisbaixa, e numa foto espontânea, não posada. As palavras dentro da imagem dizem “A volta da tática do terror”. Para Ana Maria Mauad, no campo da análise semiótica “os objetos presentes na fotografia devem ser analisados a partir da função sígnica que assumem na dinâmica da representação” (Mauad, 2007, p. 135). Nesse caso a presença das cadeiras na imagem cria uma nova característica interpretativa sobre Dilma. A sua roupa tem a mesma cor das cadeiras, de forma a transformá-la em mero objeto, sem apoio humano (por isso não tem onde posicionar as mãos confortavelmente) e totalmente isolada. Para a historiadora Miria M. Leite a escolha da noção de espaço na leitura das mensagens visuais se faz fundamental, pois “a fotografia é uma redução, um arranjo cultural e ideológico do espaço geográfico, num determinado instante” (Leite, 1993, p. 19), além de “uma maneira de dispor os elementos da cena numa relação direta com o espectador” (Fresnaultderuelle, 1993). Essa imagem de Dilma a coloca em uma posição clara de vulnerabilidade política. Para firmar essa vulnerabilidade, a posição dos ombros também conota a dificuldade de Dilma em suportar o peso de suas responsabilidades. Sua expressão cabisbaixa conota conformação, sua postura cansaço e sua solidão desproteção e ausência de apoio.

5.1.6 Foto posada ou não posada

A pose é fundamental para uma análise fotográfica, pois marca “usualmente o protocolo de base da atitude pelo qual o retratado se colocava para a fixação da sua imagem: era mediante tal gênero de disposição que os modelos se dispunham a exhibir os traços pelos quais supunham dever ser reconhecidos” (Picado, 2009, p. 7). Ou seja, a escolha da pose não apenas remete conotações de identidade e do mundo pessoal das ideias (Barthes, 1989), mas também permite ao retratado certo controle sobre sua própria imagem. Para perceber de que maneira essa estratégia semiótica foi utilizada na construção da imagem de Dilma Rousseff pelas fontes, dado que o ponto principal de

análise são as construções de gênero e que a escolha da pose é importante para conotar discursos de identidade feminina fora dos papéis de mãe e dona de casa (Machin & Mayr, 2012), criamos duas categorias opostas: as fotografias posadas e as não posadas ou naturais. Nesta categoria, novamente, ambas as fontes apresentaram os mesmos padrões de escolhas semióticas.

Nas figuras dos gráficos abaixo, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 11). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, apenas sessenta exibiam Dilma posando para a câmera (9%), e quinhentas e setenta e cinco eram fotografias não posadas (91%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 12). Das sessenta fotografias analisadas, apenas oito eram fotografias posadas (13%) e cinquenta e duas eram fotografias não posadas (87%).

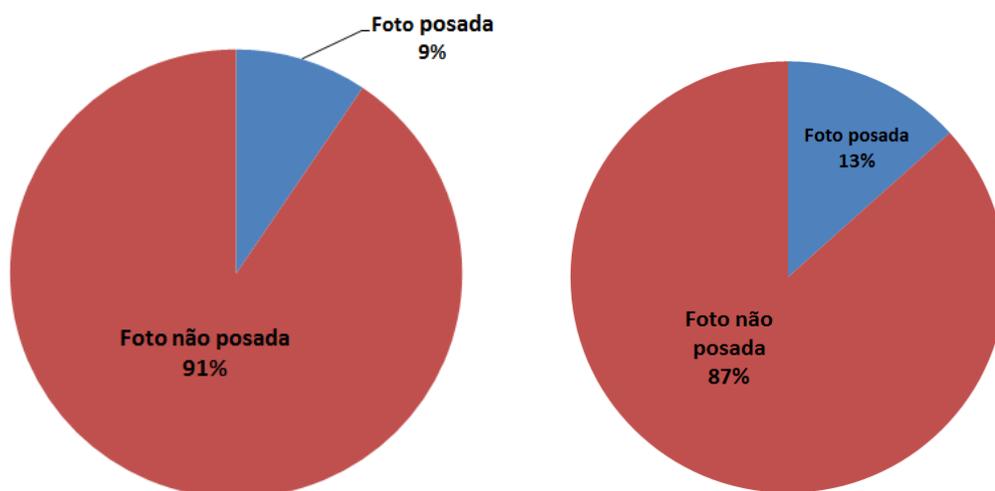


Gráfico 11: Foto posada ou não posada – MBL Gráfico 12: Foto posada ou não posada – IstoÉ

Percebemos nestes resultados novamente o padrão de representação de oferta. Ao não ter a possibilidade de posar para as fotografias, Dilma não apenas transforma-se nesse tipo de imagem, mas também perde o poder de controlar como pretende expor sua identidade visual dado que a pose é também uma *performance*: “o ethos político se deixa gravar, de certo modo, nos aspectos através dos quais a apresentação do indivíduo na imagem é, de alguma maneira, gestada” (Picado, 2009). Ao não ter a possibilidade de pensar e planejar sua própria imagem, Dilma acaba tendo sua representação política

percebida como deslocada de seu papel de poder. O espaço que ela ocupa torna-se, então, um espaço no qual um homem poderia e deveria ocupar. A grande quantidade de imagens com aparência de flagrantes de momentos comuns também se associa ao estilo fotográfico das revistas de fofoca e das imagens captadas por paparazzis. Essa associação também remete a uma ideia de falta de seriedade e de protocolo político, conforme veremos na breve análise do exemplo de material abaixo.



Figura 6: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL

Na fotografia acima (Figura 6) publicada na linha do tempo da página do Facebook do MBL em 26 de janeiro de 2016 com a legenda "A crise continua afetando gravemente o Palácio do Planalto: Dilma está aumentando o gasto com coxinhas, pães, bolachas, croissants e salgadinhos no geral" vemos Dilma em uma fotografia não posada. O enquadramento da foto tem o corte pouco acima da cintura de Dilma, com distanciamento médio da câmera e com a fotografada enquadrada no centro da imagem, um pouco a direita. Ela tem o olhar não voltado para o fotógrafo, mas sim para algo a esquerda e fora do nosso campo de visão. Ela aparece de camiseta estilo polo laranja, com as costas encurvadas, com a boca bem aberta e mordendo um salgado que

ela segura com as duas mãos. Sua expressão facial é séria. A articulação do fundo exhibe um veículo perua branco com pichações e na lateral esquerda ao lado do braço de Dilma um prato com coxinhas. Ambas as imagens, da perua e das coxinhas, são montagens fotográficas assim como a frase escrita em amarelo onde lê-se “Dilma aumenta gastos com salgadinhos para o Palácio do Planalto”.

O MBL trabalhar com redes sociais como o Facebook, conforme vimos, possibilita a manipulação e a produção de matérias como a imagem acima, tanto por se tratar de um novo tipo de interação social entre produtores e consumidores de conteúdo (Kress, 2006) como por permitir uma produção multimodal onde textos e fotos carregam as mensagens, muitas vezes no estilo de *memes*. Wiggins (2019), nas suas pesquisas sobre discurso digital e mídias sociais afirmou que *memes* representam uma nova forma de criação de significados. Em “*The Discursive Power of Memes in Digital Culture Ideology, Semiotics, and Intertextuality*” ele afirma que o ato de compartilhar, curtir, comentar e fazer curadoria de *memes* no ambiente online se trata de uma forma de fomentar uma prática ideológica de criação de significados. Dentro desse aspecto discursivo, as ideologias ganham força de poder discursivo através de intertextualidades.

Por se tratar de um fenômeno recente, ao analisar um conteúdo com características de *meme*, se faz preciso apreender os repertórios do senso comum destes produtos culturais. Ao trabalhar os afetos e sensibilidades do público, esses materiais têm grande poder político. O significado construído deste tipo de material depende também do conhecimento prévio sobre algo ou alguém. Desse modo, o *meme* criado pelo MBL neste caso analisado traz implícita a mensagem de que Dilma não sabe se portar como uma líder a colocando em situações de despreparo público seja comendo, mastigando ou falando. Utilizando o a memória coletiva e social da imagem das fotografias de homens políticos, a contradição entre os comportamentos, a formalidade e as regras que delimitam as ações de quem - para o senso comum - pertence aos espaços públicos e aos espaços privados fica evidente.

5.1.7 Articulação do Fundo

Kress e Van Leeuwen (2006) propõem através da semiótica social que os marcadores de modalidade são capazes de se articularem em diferentes graus. Esses graus envolvem a representação entre o abstrato e o realístico, a profundidade, a iluminação, o brilho e a contextualização, ou seja, a variação entre ausência de fundo e o seu completo detalhamento. Essa articulação do fundo de uma imagem provoca sentidos e sugere ações. Para essa categoria dividimos o material em fotografias cujo fundo aparece desfocado ou de apenas uma cor e fotografias onde o fundo não está desfocado e têm detalhes. Consideramos detalhes objetos, outras pessoas ou lugares atrás da representação fotográfica de Dilma.

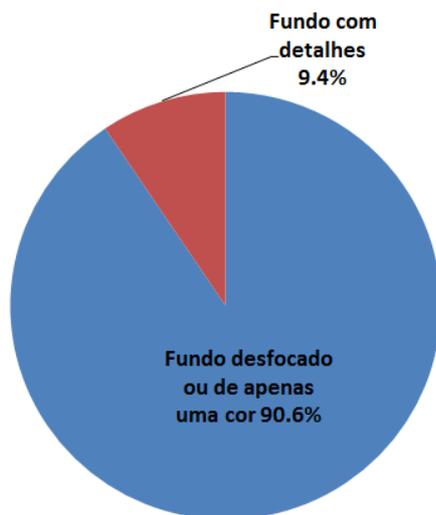


Gráfico 13: Articulação do Fundo - MBL

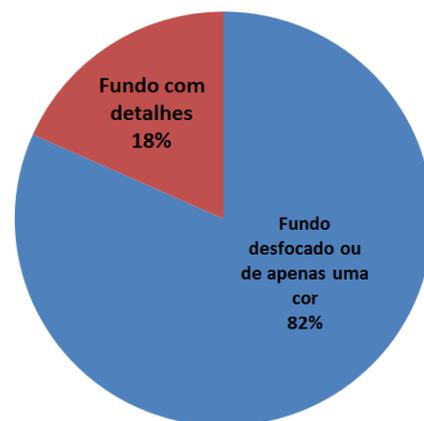


Gráfico 14: Articulação do Fundo – IstoÉ

Nas figuras dos gráficos acima, à esquerda podemos observar os resultados desta categoria de análise dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 13). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, quinhentas e setenta e cinco tinham o fundo desfocado ou de apenas uma cor (90.6%) e sessenta tinham o fundo com detalhes e focado (9.4%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 14). Das sessenta fotografias analisadas, quarenta e nove tinham o fundo desfocado ou de apenas uma cor (82%) e onze tinham o fundo com detalhes ou focado (18%).

Podemos observar que a escolha por um fundo sem detalhes prevaleceu em ambas as fontes. Essa estratégia semiótica funciona para descontextualizar situações, focando nos sentimentos, fraquezas e reações do retratado e fazendo com que as imagens percam a origem no tempo e no espaço (Machin & Mayr, 2012). Veremos agora um exemplo do uso dessa estratégia pela Revista *IstoÉ* em uma fotografia publicada em seis de maio de 2016 na reportagem “As bombas de Dilma” (Gallo, 2016).



Figura 7: Fotografia da Revista *IstoÉ* – reportagem “As bombas de Dilma”

Na imagem acima (Figura 7) vemos apenas o rosto de Dilma em uma distância de rosto, com o corte da fotografia em seu queixo e o corte superior um pouco acima do topo da sua cabeça. Ela está sorrindo, não olha diretamente para a câmera e se posiciona atrás de uma labareda de fogo, que cobre seu rosto de maneira transparente, deixando parte de suas feições expostas. O fundo está desfocado ressaltando Dilma enquanto objeto de análise ou de julgamento em uma imagem de oferta.

O contexto fotográfico da imagem é o ato do acendimento da tocha olímpica no início dos jogos no Rio de Janeiro em 2016. O evento ocorreu no Palácio do Planalto em Brasília. Porém, não apenas não é possível apreender na imagem o local onde o ato ocorreu, como também a reportagem da *IstoÉ* não trata das Olimpíadas, mas sim de um aumento nos gastos do governo com programas sociais, como por exemplo o reajuste

de 9% no valor do auxílio Bolsa Família. Não apenas a reportagem não trata das Olimpíadas, na verdade a situação da fotografia não é citada em momento nenhum pela reportagem e na legenda da foto consta apenas que “É fogo A presidente Dilma deixará como herança um País em colapso econômico” (Gallo, 2016).

Voltando à análise da imagem, tanto essa anulação do contexto fotográfico como o ângulo e o enquadramento remetem ao sentido de que Dilma Rousseff esta em chamas. Essas escolhas marcam um atravessamento político ideológico de construção de uma imagem negativa da presidenta. Para Parry-Giles (2014, p. 195) os jornalistas providenciam julgamentos importantes que contribuem para um legado de líderes políticos. Essa imagem, apesar de utilizar um desfoque do fundo para promover o apagamento do contexto da ação, remete a outros contextos, como os tribunais da Inquisição dos séculos XV e XVI, onde mulheres eram condenadas – por questões religiosas ou políticas - à morte em fogueiras para um júri e o povo expectador. Ao serem consideradas bruxas, essas mulheres não tinham direito à defesa. As fogueiras onde eram incineradas eram uma forma de purificação. Assim como, para Dilma, seria seu *impeachment*. Dilma é, assim, queimada simbolicamente através desta imagem.

5.1.8 Tons de cores utilizadas

O uso e manipulação das cores nas fotografias são ferramentas semióticas poderosas na construção das representações fotográficas midiáticas. As representações sociais circulam nos discursos das imagens e são produto de uma atividade de apropriação da realidade exterior ao pensamento e de elaboração psicológica e social dessa realidade (Jodelet, 2001, p. 22). O uso de cores extremamente saturadas, por exemplo, conota emoções descontroladas e exuberância da pessoa retratada (Ledin & Machin, 2018, p. 205).

Para essa categoria de articulação de cores nas imagens dividimos as fotografias analisadas em fotografias com apenas dois tons de cores (por exemplo, preto e branco ou apenas duas cores ou versão clara e escura da mesma cor), fotografias com poucas

Natalia Gomes - Mulheres no Espaço Político: Análise das representações fotográficas da Dilma Rousseff durante o processo de Impeachment

cores ou com pouca saturação de cor e fotografias com diferentes tons e saturações de cores.

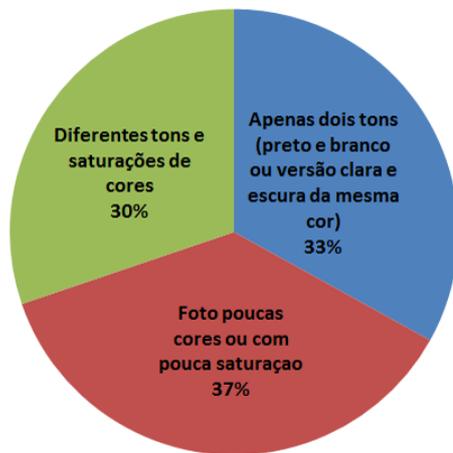


Gráfico 15: Tons de cores utilizadas – MBL

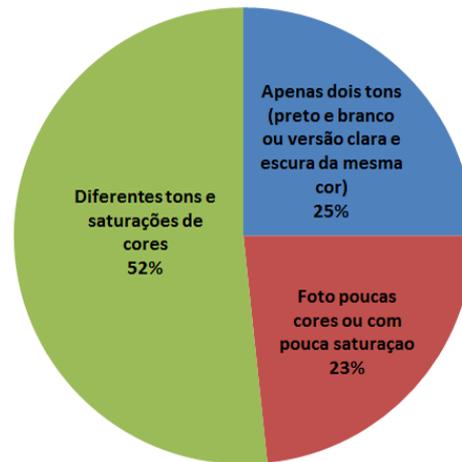


Gráfico 16: Tons de cores utilizadas – IstoÉ

Nas figuras dos gráficos acima, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 15). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, duzentas e dez são em preto e branco, apresentam apenas duas cores ou apenas a versão clara e escura da mesma cor (33%), duzentas e trinta e três são fotografias com poucas cores ou com pouca saturação de cor (37%) e cento e noventa e duas são fotografias que utilizaram diferentes tons e saturações de cores (30%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 16). Das sessenta fotografias analisadas, quinze são em preto e branco, apresentam apenas dois tons de cor ou apenas a versão clara e escura da mesma cor (25%), quatorze são fotografias com poucas cores ou com pouca saturação de cor (23%) e trinta e uma são fotografias que utilizaram diferentes tons e saturações de cores (52%).

Podemos perceber que existe uma diferença entre as duas fontes. A mídia tradicional fez maior uso de fotografias com as cores naturais e diferentes tons e saturações de cores. Isso se deve ao fato de esse tipo de mídia buscar maior valor de verdade e de retrato de realidade através das fotografias, aproximando com esse uso de cores a imagem do mundo real. O mesmo não ocorre com o MBL, que utiliza estratégias semióticas de uso de cores que visam o distanciamento da pessoa retratada

com a realidade, através do uso de cores não naturais, que tem o poder de reduzir a forma como as coisas aparecem no cenário real (Machin & Mayr, 2012). Para entender de que modo essa construção de sentidos através das cores foi aplicada pelo MBL em seus materiais fotográficos, tomaremos o exemplo abaixo para análise.



Figura 8: Fotografia de Dilma em postagem da página do Facebook do MBL

Na imagem (Figura 8) publicada em dezoito de março de 2016 na Linha do Tempo do Facebook do Movimento Brasil Livre vemos o rosto de Dilma em um close, com enquadramento do corte pouco abaixo do pescoço e na parte superior cortando o topo de seus cabelos. Ela está centralizada e aparece em um ângulo onde a observamos levemente de cima para baixo. Ela estava falando no momento da captura da foto,

definindo assim como uma imagem não posada e seus olhos não miram diretamente para a câmera. Partindo para o uso das cores, o vermelho remete ao partido político ao qual Dilma é filiada, e às ideologias políticas de esquerda. Porém, mesmo sendo uma cor quente, aparece de forma mais fria na imagem, em tons mais vinho. O contraste da cor escurecida com o preto contribui para a ideia de indefinição, mistério, obscuridade e imprevisibilidade de Dilma, além de marcar suas rugas na região dos olhos e acima dos lábios.

A questão do uso de apenas duas cores para marcar sombras e rugas em imagens fotográficas femininas remete a valorização da juventude nas mulheres, não importa em qual contexto, cargo ou situação. No artigo “A mulher frente à cultura da eterna juventude” a autora, Cecília Maria Bacellar Sardenberg (2000), afirma que o envelhecer de uma mulher apresenta maior desafio justamente “por revestir-se de importantes desdobramentos políticos, que extrapolam a esfera pessoal”. Ela explica que a luta pela liberdade de se opor ao ideal de feminilidade – “de objeto de cama e mesa, passivo e modelado segundo padrões estéticos femininos dominantes que a sociedade vinha (e ainda vem) nos impondo há séculos” leva justamente para o fato do reconhecimento do culto a juventude nas mulheres.

A quebra desse ideal na imagem analisada conversa intimamente com a forma como a cor foi manipulada na busca de sentidos para além da fotografia. Tanto o uso das cores, quanto o enquadramento, o ângulo e as feições faciais de Dilma buscam trazer ao observador o estereótipo da mulher fora de si, historicamente utilizado para desvalorizar o feminino. O termo em inglês *gaslighting* se refere a uma violência emocional onde, por meio da manipulação, uma mulher, dentro de um contexto, acredita estar fora de si ou louca e duvida de si mesma. Para Barthes, a fotografia e a imagem não são estruturas isoladas do mundo, mas sim se comunicam com outras estruturas (Barthes, 1982, p. 326) inclusive as vinculadas ao senso comum. A imagem é uma clara crítica ao suposto descontrole de Dilma frente ao poder e traz o contraponto de a raiva não ser permitida a mulheres socialmente educadas para serem amáveis, passivas e estáveis. Para Greimas (1984, p. 7), esse conceito “mostra quão verdadeira é

a afirmação, segundo o qual um objeto semiótico, em vez de um dado, não é senão, o resultado de uma leitura que o constrói".

5.1.9 Comportamento facial e corporal

Conforme percebido nas categorias de análise anteriores, as escolhas semióticas nunca são neutras e sim, baseadas em como o autor pretende representar o retratado dentro do mundo social (Machin & Mayr, 2012). Acrescentamos neste trabalho uma categoria não presente na bibliografia base do método, porém ligada aos padrões de repetição que percebemos ao longo da recolha dos materiais. Ela se refere ao comportamento de Dilma nas situações fotográficas e foi dividida da seguinte maneira: fotografias nas quais Dilma aparece fazendo careta ou enquanto falava, fotografias nas quais Dilma aparece sorrindo, fotografias em que Dilma está com o semblante sério, fotomontagens com Dilma onde ao menos parte de sua representação é fotográfica (excluindo imagens de desenho, por exemplo) e fotografias onde Dilma aparece de lado ou de costas para a câmera.

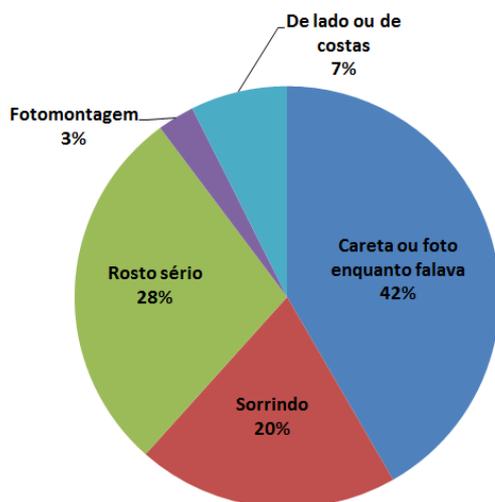


Gráfico 17: Comportamento– MBL

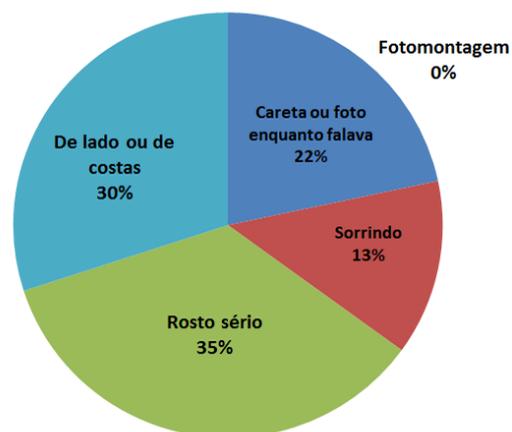


Gráfico 18: Comportamento– IstoÉ

Nas figuras dos gráficos acima, à esquerda podemos observar os resultados dos materiais da página do Facebook do Movimento Brasil Livre (Gráfico 17). Do total de seiscentas e trinta e cinco imagens de Dilma Rousseff, duzentas e sessenta e seis mostravam Dilma enquanto falava ou fazendo careta (42%), cento e oitenta continham imagens de Dilma com o rosto sério (28%), em cento e vinte sete fotografias Dilma

aparecia sorrindo (20%), dezoito imagens eram fotomontagens (3%) e em quarenta e sete fotografias Dilma aparecia de lado ou de costas (7%). Na figura da direita temos o gráfico com os resultados dos materiais da Revista *IstoÉ* (Gráfico 18). Das sessenta fotografias, treze mostravam Dilma enquanto falava ou fazendo careta (22%), vinte e uma continha imagens de Dilma com o rosto sério (35%), em oito fotografias Dilma aparecia sorrindo (13%), em dezoito fotografias Dilma aparecia de lado ou de costas (30%) e não havia nenhuma fotomontagem.

Os resultados trouxeram algumas semelhanças e também divergências com relação às duas fontes. Por exemplo, ambas as fontes trouxeram mais imagens de Dilma com o semblante sério do que imagens da presidenta sorrindo. Sorrir é uma ferramenta semiótica que indica abertura, amizade e afeto (Machin & Mayr, 2012) e o pouco uso de fotografias com esse comportamento indica que as duas fontes analisadas não desejavam apresentar estas características positivas vinculadas à imagem de Dilma.

No caso do MBL, quase metade do material continha fotografias de Dilma enquanto falava ou com careta. Um número considerável deste tipo de imagem também foi encontrado na Revista *IstoÉ* (22%). Fotografias capturadas enquanto políticos estavam falando ou discursando podem ser usadas como uma forma de sugerir falta de compostura e falta de agência (Machin & Mayr, 2012). A repetição deste padrão de representação estereotipada retira a individualidade ao focar em elementos físicos ou psicológicos que as categoriza (Machin & Mayr, 2012, p. 107), nesse caso enquanto política sem as habilidades sociais e comportamentais para exercer o cargo. Esse conteúdo implícito que conota falta de agência desabona Dilma, desqualificando-a enquanto sujeito portador de autonomia.

Outro padrão de repetição que nos chamou a atenção foi o uso da estratégia semiótica do posicionamento do corpo de Dilma pela revista *IstoÉ*. No material analisado, 30% mostravam Dilma de lado ou de costas, uma escolha incomum nas representações fotográficas midiáticas. Em imagens com a pessoa de costas ou de lado, temos o ponto de vista de um observador presente (Machin & Mayr, 2012, p. 105). Assim como as escolhas da posição do observador com relação à Dilma, esta estratégia retira dela sua posição de poder, e a coloca ainda mais como imagem de oferta.

Observaremos uma imagem de Dilma na Revista *IstoÉ* com o uso dessa estratégia semiótica para entender de que forma os estereótipos de despreparo foram acrescentados de maneira implícita.



Figura 9: Fotografia da Revista *IstoÉ* - reportagem "Que País teremos?"

Na reportagem "Que País teremos?" publicada por Sergio Pardellas em onze de dezembro de 2015 (Pardellas, 2015) na revista *IstoÉ* vemos uma fotografia de Dilma (Figura 9) de lado, com o enquadramento com corte pouco acima do seu peito e acima do topo de sua cabeça. Suas costas estão um pouco curvadas, ela não olha para a câmera e a luz parece ser natural. Na legenda lemos "Sem perspectiva" e a notícia aborda a desarticulação política de Dilma. Além de Dilma, vemos a imagem de dois homens um pouco desfocados atrás dela, e dois braços masculinos distintos posicionados de forma a apontar uma direção. Um dos homens está ao fundo no canto direito da imagem, vemos apenas seu rosto parcialmente desfocado e cortado pelo enquadramento e ele tem as duas mãos cruzadas e na frente da boca, além de um semblante preocupado. O outro homem está atrás das costas de Dilma, no canto esquerdo. Vemos apenas parte do seu rosto e ele tem o olhar sério. Um dos braços que aparece na fotografia está coberto até o pulso com uma camisa social masculina na cor azul marinho e aparece no canto lateral esquerdo. O corte de enquadramento se localiza próximo ao cotovelo. No

canto lateral direito vemos outro braço, dessa vez com o corte de enquadramento mais próximo ao pulso e apontando na direção contrária ao primeiro. Também veste roupa social masculina, sendo esse um fator de relevância na criação do estereótipo vinculado a esta imagem.

De acordo com Biroli (2010a), a mídia não é responsável por fabricar estereótipos, como os de gênero, no entanto, é um meio importante que opera no fortalecimento ou enfrentamento dos já existentes e na forma como estes constituem “suas identidades de maneiras complexas” (Biroli, 2010^a, p. 7). No caso da imagem acima, fica nítido a função do enquadramento para posicionar Dilma enquanto figura política não pertencente ao espaço público e guiada por homens. Para Butler (2015, p. 23) uma moldura pode funcionar como um autocomentário sobre a história da própria moldura, intervindo ou ampliando as imagens que estão em jogo. Nossa observação de Dilma vista de lado, sendo “guiada” por figuras masculinas, ao mesmo tempo em que observamos dois homens com semblante de desconfiança atrás, reforça os sentidos de uma sociedade patriarcal ao reproduzir a imagem do homem no poder e da mulher desqualificada para assumir a liderança. Este é um processo já estabilizado historicamente.

O que está implícito no comportamento de Dilma enquadrado e descontextualizado nesta fotografia seria de que o poder, quando colocado nas mãos de uma mulher será julgado como manifestação violenta, perdida ou desequilibrada. É possível associar isto ainda ao que Landowski, na sua Obra "Presença do Outro" (2012, p. 33), chamou de "negação do outro" que para ele é a tendência de negar a alteridade dos que são diferentes. Dilma enquanto um símbolo e as mulheres enquanto líderes são, assim, colocadas como inferiores e não preparadas para executarem cargos públicos e políticos, necessitando do direcionamento e auxílio masculino. Isso remete ao ideal patriarcal do encarceramento das mulheres no âmbito privado:

“Por toda a parte, as atividades valorizadas são as exercidas pelos homens; por toda parte, os mitos e discursos evocam a natureza inferior das mulheres; por toda parte, o masculino é designado por valores positivos e o feminino, por

valores negativos; por toda parte se exerce a supremacia do sexo masculino sobre o sexo feminino” (Lipovetsky, 2000, p. 232).

Essa fotografia - e outras com o uso desta estratégia semiótica de comportamento corporal e enquadramento semelhantes - que inclui estar posicionada de lado, além do caimento dos ombros, reproduz a assimetria nas representações fotográficas de homens e mulheres nos espaços públicos de poder. A imagem analisada reproduz valores negativos e depreciativos sobre a conduta de Dilma Rousseff, sobre sua competência e habilidades políticas e administrativas, e ausência de tomada de decisões. Isso constrói uma identidade pejorativa, estereotipada e deslegitimada sobre ela.

5.2 Influência das escolhas fotográficas sobre a imagem política de Dilma Rousseff

Nesta pesquisa buscamos expor de que maneira as representações femininas veiculadas pela mídia fazem circular ideologias sobre o *ser mulher*, organizando o imaginário social ao mesmo tempo em que difundem os modos de compreensão das relações de gênero. A escolha pelos materiais fotográficos de representação se deu pelo fato de as imagens produzirem a ideia de realidade e, por isso, serem ideologicamente potentes ao não apenas registrar um momento, mas sim promover afetos.

Enquanto as palavras estão mais associadas à razão, as imagens se vinculam às emoções (Hirschman, 1986) e por isso entendemos os afetos geradores de estereótipos enquanto estados emocionais sobre algo, um julgamento com referência às regras e normas sociais ou uma apreciação (Martin & White, 2005). Assim, o uso das imagens nos conteúdos aqui analisados torna-se mais afetivo, utilizando-se das emoções através de estratégias semióticas para engajar ideias.

Nos dados quantitativos e na análise das ferramentas semióticas mais utilizadas nas fotografias de ambas as fontes chamou atenção a identificação de estereótipos visuais vinculados ao não pertencimento feminino aos espaços públicos de poder, a *histeria* feminina, a vulnerabilidade e solidão das mulheres políticas e vinculações à figura de

bruxa. Trataremos agora de que forma esses preconceitos de gênero foram abordados em cada uma das categorias.

As categorias de análise foram a distância da pessoa retratada, a localização do olhar de Dilma, o tipo de sombras e iluminação em seu rosto e corpo, a posição do observador em relação a ela, a quantidade de pessoas na imagem, se Dilma posava ou não para o fotógrafo, a cor e os detalhes do fundo, tons de cores utilizadas e o comportamento que incluiu as feições do rosto e se a presidenta aparecia de costas ou de lado. A partir das repetições dos padrões semióticos pudemos verificar de que maneira os estereótipos sobre o feminino foram aplicados nas representações fotográficas de Dilma.

Na quase totalidade das fotografias a presidenta não tinha o olhar voltado para a câmera. Isso aplica sobre ela um olhar de julgamento, transformando-a em imagem de oferta. Uma foto com contato visual e pose tende a encorajar mais simpatia e confiança com relação ao retratado (Machin & Mayr, 2012). O uso dessa estratégia semiótica colocou Dilma em uma posição comum às mulheres, enquanto sujeitas passivas de observação. Os observadores foram convidados avaliar Dilma e sua personalidade enquanto representante política de forma negativa, dado que seu olhar quase sempre vago indica pensamentos negativos e submissão (Machin & Mayr, 2012). O olhar voltado para baixo contido em inúmeras imagens analisadas também remete ao estereótipo de gênero das figuras femininas religiosas, muito utilizadas como exemplos de mulher na educação das meninas (Flores, 2012), de forma que sinalizam uma espera pelo silêncio público de Dilma nos espaços públicos de poder.

Outra estratégia que suscitou estereótipos foi o uso de distanciamento longo nas fotografias da Revista *IstoÉ*. Esta escolha de distância e enquadramento não conota intimidade, mas solidão e isolamento (Machin & Mayr, 2012, p. 103). Mais uma vez a ideia de não pertencimento de Dilma nos cenários políticos de poder vem à tona, desta vez não enquanto figura fora de lugar, mas enquanto representante política que não merece a confiança e o respeito de seus pares.

Sobre as luzes, ambas as fontes fizeram pouco uso de iluminação ampla. As fotografias com muitas sombras e pouca iluminação, além de demonstrarem as decisões de Dilma como pouco conhecidas ou obscuras, criam afetos de incerteza política e de insegurança no observador. O contraste das sombras em seu rosto, marcando as rugas, também evocam os estereótipos vinculados a sua idade, trazendo a tona conceitos de desgaste. Quebra o arquétipo de princesa ou de juventude, e remete ao enquadramento midiático sobre mulheres políticas enquanto personagens híbridas responsáveis por performar identidades vinculadas ao masculino e ao espaço público, mas também competências ligadas à cultura feminina e ao espaço privado. O uso das cores, como por exemplo, a escolha em muitas das imagens de apenas duas cores para marcar suas sombras e rugas remete também a esta valorização da juventude nas mulheres, não importa em qual contexto, cargo ou situação. A identidade visual jovem, agradável a um modelo estético e ao de abertura da vida pessoal no estilo das celebridades (Argolo, 2014) é um estereótipo que, por ser quebrado por Dilma, deve ter essa quebra fortemente marcada em suas representações. Esse resultado conversa com a pesquisa realizada por Biroli (2010b) que mostrou como figuras femininas eram retratadas nos ambientes políticos de poder, geralmente com evidência em traços de personalidade, dos seus corpos, da sua juventude ou da vida pessoal.

Sobre o posicionamento do observador com relação a Dilma, ao posicioná-la na mesma altura do fotógrafo cria-se a conotação de pessoa comum, ordinária (Machin & Mayr, 2012, p. 106). Portanto, essas escolhas e suas repetições visam deslocar Dilma de sua posição de poder, trazendo a presidência para o campo do ordinário e reduzindo o prestígio que a sala presidencial e a presidência em si trazem. Quando as imagens não possuem estratégias para marcar que Dilma não possui qualidades para pertencer ao espaço, elas possuem estratégias que reduzem a importância do cargo.

Para Judith Butler (2015) as condições da reprodução das representações femininas pela mídia, em relação aos enquadramentos, provocam a deterioração do contexto ou seu deslocamento crítico. Isso fica claro no material analisado quando percebemos prevalência em ambas as fontes de uma escolha semiótica onde Dilma aparece sozinha ou com pessoas desfocadas ao fundo. Tanto nestas categorias, quanto

nos recortes, temos a impressão através dos usos semióticos de que Dilma não tinha, durante o processo de *impeachment* apoio. Além disso, as fotografias evocam uma redução em seu caráter de autonomia e independência.

Sobre o comportamento de Dilma, a grande quantidade de imagens continha uma aparência de flagrantes de momentos comuns que se associa ao estilo fotográfico das revistas de fofoca e das imagens captadas por paparazzis. Essa associação também remete a uma ideia de falta de seriedade e de protocolo político na mulher. O uso nestas imagens de um fundo geralmente desfocado ou sem detalhes, retira Dilma dos contextos políticos e descontextualiza situações, focando nos sentimentos, fraquezas e reações dela e provocando a perda do tempo e do espaço (Machin & Mayr, 2012).

Por último, um estereótipo presente nas fotografias foi o da *histerização* feminina. Em diferentes categorias de análise, tais como comportamento facial, distância da imagem, quantidade de pessoas na fotografia ou uso de cores ultra saturadas estratégias semióticas foram utilizadas para mostrar que Dilma não tinha o controle ou a racionalidade necessária a um governante. A construção de significados conjuntos nas escolhas visuais trazia conceitos implícitos de que mulheres são vazias de história e propensas ao descontrole emocional (Beauvoir, 1960). A repetição da ideia de que a razão é um domínio exclusivo do masculino contribui para a manutenção do senso comum de que mulheres são mais propensas a oscilações de humor e às atitudes por impulso. Dilma funcionou aqui enquanto um símbolo do feminino, com representações que levam a ideias de que as mulheres enquanto grupo que não possuem características emocionais ligadas aos papéis de liderança. A mensagem de que mulheres não estão aptas para cargos de liderança e cargos políticos por fatores psicológicos ou biológicos, usa dessas ferramentas para abalar a credibilidade intelectual e emocional do feminino.

As conclusões sobre o uso das ferramentas semióticas e dos estereótipos a elas relacionados apontam para uma produção de efeitos avaliativos negativos relacionados tanto a Dilma como às mulheres em posições de poder a partir de imagens que moldam as interpretações sociais excludentes e misóginas. Estas interpretações são formuladas por um processo de produção do poder simbólico, segundo os quais a dimensão espacial

e os recortes adquirem uma importância fundamental, pois a “luta de ideologias pode ser caracterizada por uma violência simbólica quando materializada em reportagens e fotografias” (Lima, 2017, p. 12).

As fotografias de Dilma Roussef analisadas neste trabalho produziram efeitos de sentido desmoralizantes, que utilizaram de estratégias semióticas para produzir efeitos de sentido estereotipantes sobre sua conduta política e seu pertencimento ao espaço público de poder. As repetições de discurso identificadas nas imagens se relacionam a preconceitos de gênero sobre o feminino enquadrando a figura da presidenta enquanto culpada, isolada ou irracional. Seu estatuto de mulher (apontada como solitária, carente, histérica, agressiva ou passiva) foi, conforme Macedo (2016), aquilo pelo qual Dilma não pôde ser perdoada no campo da política institucional.

Conclusão

“A recusa à ideologia machista, que implica necessariamente recriação da linguagem, faz parte do sonho possível em favor da mudança do mundo.”

(Freire, 1992, p. 68)

A intenção desta pesquisa foi analisar de que maneira as narrativas sobre gênero expressas nas representações fotográficas de Dilma Rousseff contribuíram para a construção de sua imagem política durante o processo de *impeachment*. Durante a análise, ficaram perceptíveis marcas deixadas repetidamente nos discursos que revelam Dilma de maneira negativa através do uso de estereótipos visuais. Ao analisarmos a pose das fotografias, o fato de serem ou não espontâneas, a iluminação, as cores, os efeitos da edição e as expressões faciais, entendemos de que maneira a revista *IstoÉ* e o Movimento Brasil Livre, tanto através dos meios tradicionais, como através das redes sociais, vinculam a imagem de uma figura feminina de poder na política nacional.

A linguagem é uma forma de prática social (Hodge & Kress, 1988) que naturaliza visões de mundo de forma a parecerem naturais e imutáveis. Percebemos nos padrões das representações midiáticas analisadas um uso semiótico de brutalidade através de sombras, de cores fortes e de imagens de isolamento. Isso contrasta com a valorização feminina no senso comum da fragilidade e do silêncio público (Murray, 2010). Com a base bibliográfica entendemos que essas imagens chocam, pois, a sociedade cria nas líderes femininas uma obrigação de cumprir dois papéis, o de política e o de mulher, com expectativas conflitantes entre si (Paxton & Hughes, 2007, p. 91). Ao mesmo tempo em que se espera de um líder firmeza, assertividade e até agressividade e domínio, ao se tratar de líderes femininas se cobra generosidade e doçura. Outras pesquisas já demonstraram que, se tratando de líderes políticas do sexo feminino, a avaliação é negativa ao seguir qualquer um destes caminhos (Paxton & Hughes, 2007).

Ao combinarmos uma análise dos diferentes aspectos, tais como pose, fundo, cores e composição, buscamos revelar essas camadas de ideologia. Dilma foi frequentemente retratada em expressões faciais duras ou raivosas, marcadas por uma

edição que aumentava o contraste da sombra e acentuava a coloração vermelha do rosto. Além disso, a maioria das fotos de Dilma analisadas eram descontextualizadas e espontâneas e seu olhar não estava voltado para a câmera.

Essa estratégia da repetição e da padronização corrobora com discursos misóginos e machistas que se propagaram pelos país na campanha a favor do *impeachment*. A representação ganha, assim, um valor simbólico por estar em harmonia com um padrão bem explorado de estereótipos da sociedade patriarcal.

A escolha pelo uso da Análise Crítica do Discurso se deu por ser uma teoria abertamente comprometida com a política e com a mudança social (Fairclough & Wodak, 1997: 258) negando o conceito de neutralidade científica. Além disso, definimos uma metodologia quantitativa pois nossa intenção era não apenas descrever os materiais semióticos, mas também documentar e trazer à tona padrões. Dessa forma pudemos comparar um recorte da mídia tradicional dita apartidária e sem viés político (revista *IstoÉ*) com um movimento favorável ao *impeachment* de Dilma (MBL) e verificar as relações de poder e de significação que se estabeleceram em cada um destes recortes.

As principais críticas ao uso da ACD se referem ao fato de utilizar métodos unicamente qualitativos e com isso, alguns autores contrários a teoria afirmam que é possível arbitrariamente escolher materiais que se encaixam em uma análise que se pretende defender (Machin & Mayr, 2012). Stubbs (1997), por exemplo, argumenta que ACD se beneficiaria do uso de métodos quantitativos e comparativos. Por isso essa pesquisa utilizou um método próprio quantitativo, utilizando as análises qualitativas apenas para fornecer evidências extras que firmassem as interpretações sobre os padrões.

Buscamos nessa pesquisa demonstrar a não neutralidade das mídias tradicionais e sociais com relação às mulheres políticas e aos estereótipos de gênero. Entendemos a responsabilidade social e a não neutralidade das fontes ao produzir e disseminar essas imagens, tendo Dilma enquanto um símbolo das mulheres em posições de poder.

Acreditamos que assim como as mídias podem reproduzir preconceitos de gênero, trazer essa realidade à tona torna-se um dos passos para o combate das representações estereotipadas.

Dado que Dilma sofreu *impeachment*, é difícil analisar quanto se deve à crise econômica e quanto se deve a rumores sobre loucura e esquizofrenia, as imagens descontextualizadas, enquadradas ou editadas, e a criação de uma representação estereotipada da mulher política. O que causa esse bombardeio de imagens padronizadas? Isso implicaria uma análise mais profunda, porém esta análise demonstra a urgência de um estudo da mídia brasileira e uma ação de combate às violências visuais nas representações midiáticas de gênero.

Concluimos que o *impeachment* pode ser considerado também um golpe midiático, dado que as reproduções da imagem de Dilma desmoralizavam a imagem da presidenta. Os padrões fotográficos a desqualificavam enquanto líder e enquanto mulher, colaborando na construção de sua imagem. Nas palavras de Dilma: “A História ainda vai dizer o quanto de violência contra mulher tem nesse *impeachment*”.

6. Referências Bibliográficas

- Achard, P. (1983/1999) Memória e Produção Discursiva do Sentido, in: Achard, Pierre et alii. Papel da memória. Campinas: Pontes.
- Alves, I. (2005). Interfaces: ensaios críticos sobre escritoras. Ilhéus, BA: Editus.
- Amaral, I. (2016). Redes sociais na internet: Sociabilidades emergentes. Covilha: LabCom
- Araújo, C. (2010). Rotas de ingresso, trajetórias e acesso das mulheres ao Legislativo: um estudo comparado entre Brasil e Argentina. Revista Estudos Feministas, vol. 18, nº 2, p. 567-584.
- Argolo, F. (2014). Dilma Rousseff: Trajetória e Imagem da Mulher no Poder. Salvador: UFBA. 151f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) - Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. Salvador.
- Aumont, J. (1993). A imagem. São Paulo: Papiros.
- Avelar, L. (2017). 50 Anos de Feminismo: Argentina, Brasil e Chile. São Paulo: Edusp, p. 255-299.
- Balandier, G. (1982). O poder em cena. Brasília, DF: UNB.
- Barret, M. (1999). As palavras e as coisas: materialismo e método na análise feminista contemporânea. Revista Estudos Feministas, vol. 7, n. 1 e 2, pp. 109 - 125.
- Barthes, R. (1977) Image, music, and text. London: Fontana.
- Barthes, R. (1982). A Mensagem Fotográfica. Teoria de Cultura de Massas, Adorno et al. Luis Costa Lima, org. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Barthes, R. (1989). Mitologias. 8ed. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Baukhage, C. (2011). Insights into internet memes. Fifth International Association for the Advancement of A. I.: Conference on Weblogs and Social Media. Bonn. Acesso em dezoito de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2757/3304>>
- Bauman, Z. (2007). Vida líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Baxter, J. (2017) Women leaders and gender stereotyping in the UK press: A poststructuralist approach. London: Palgrave Macmillan

Natalia Gomes - Mulheres no Espaço Político: Análise das representações fotográficas da Dilma Rousseff durante o processo de Impeachment

BBC. (2016). De aprovação recorde ao *impeachment*: relembre os principais momentos do governo Dilma. Portal BBC. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-37207258>>

Beauvoir, S. (1960) O segundo sexo: fatos e mitos. São Paulo: Difusão Europeia do Livro.

Belda, F. R. & Perin, L. (2017). Ciberativismo e coletivos brasileiros em redes sociais: práticas de formação cidadã ou antagonismo político? *Razon y Palabra*, (S.I.) v.21, n. 2_97, p. 441-458.

Betti, M. U. (2011). Pierre Bourdieu e a dominação masculina. 2011. Acesso em três de janeiro de 2020. Disponível em: <http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1498219873_ARQUIV_O_textocompletofazendogenerodoc.pdf>

Biroli, F. (2010a). Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos. *Cadernos Pagu*, nº 34. Campinas, p. 269-99.

Biroli, F. (2010b). Mulheres e política nas notícias: Estereótipos de gênero e competência política. In *Revista Critica de Ciências Sociais*, 90.

Boff, L. (2017). A morte de Dona Marisa tirou a máscara dos que odeiam Lula e o PT. Portal do jornal O Tempo. Acesso em nove de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/opiniao/leonardo-boff/a-morte-de-dona-marisa-tirou-a-mascara-dos-que-odeiam-lula-e-o-pt-1.1433803>>.

Bourdieu. P. (1989). O poder simbólico. Lisboa: Difel.

Bourdieu, P. (1998). Conferencia do Premio Goffman: a dominação masculina revisitada. In: Lins, D. A dominação masculina revisitada. Campinas: Papiurus.

Bourdieu, P. (2002). A dominação masculina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Braidotti, R. (1991). *Patterns of Dissonance*, Cambridge, Polity Press.

Briggs, A. & Burke, P. (2016). Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bruno, C. (2019). Vereador brasileiro propõe internamento compulsivo para grávidas com "propensão ao aborto". *Observador*. Acesso em dois de janeiro de 2021. Disponível em: <<https://observador.pt/2019/06/26/vereador-brasileiro-propoe-internamento-compulsivo-para-gravidas-com-propensao-ao-aborto/>>

Bulawka, H. M. (2012) *Gender representations in the Polish press: A feminist critical discourse study*, PhD Thesis. University of Birmingham.

Butler, J. P. (1990). *Gender Trouble – Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge, Chapman & Hall Inc.

Butler, J. P. (2015). *Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Campos, M. A., Medeiros, J. M. & Ribeiro, M. (2016). *Baderna: Escolas de Luta*. Coleção Baderna. São Paulo: Veneta.

Carniel, F.; Ruggi, L. & Ruggi, J. O. (2018) Gênero e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 24, nº 3, set.-dez., p. 523-546.

Carvalho, L. M. (2009a). As armas e os varões: A educação política e sentimental de Dilma Rousseff. *Revista Piauí*. Edição 31. Acesso em três de janeiro de 2021. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/as-armas-e-os-varoes/>>.

Carvalho, L. M. (2009b). Mares nunca dantes navegados - A trajetória de Dilma Rousseff da prisão ao poder e como ela se tornou a candidata do presidente Lula à sua sucessão. *Revista Piauí*. Edição 34. Acesso em três de janeiro de 2021. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/mares-nunca-dantes-navegados/>> .

Castells, M. (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press.

Castells, M. (2013). *Redes de Indignação e Esperança. Movimentos Sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

Castells, M. (2018) *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Tradução Joana Angélica d'Ávila Melo. Rio de Janeiro: Zahar.

Cazarin, E. A. (2013). Análise de Discurso e sua interface com o político. In. *O acontecimento do discurso no Brasil*. (Org). Indursky, F. & Mittmann S. & Ferreira, M. C. Campinas: Mercado das Letras.

Corten, A. (1999). Discurso de representação do político. In. *Os múltiplos territórios da Análise de Discurso*. Indursky, F & Ferreira, M. C. Porto Alegre: Sagra Luzatto.

Courtine, J. J. (2006). *O tecido da memória: Algumas perspectivas de trabalho histórico nas ciências da linguagem*. Cuiabá: Polifonia, 2006.

Debord, Guy. (1992). *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

De Simões, R. B. (2017) *Do escrutínio dos media aos media sob escrutínio: estereótipos de gênero no espaço público mediatizado*. Coimbra, 2017.

Dubois, P. (1993). O ato fotográfico e outros ensaios. Tradução: Marina Appenzeller. Campinas: Papirus.

Fairclough, N. (1992). A Análise do Discurso e a mercantilização do discurso público: as universidades. Tradução: Célia Maria Magalhães. Cambridge: Polity Press, 1992.

Fairclough, N. (2000). Nova linguagem?. Londres: Routledge.

Fairclough, N. (2003). Analysing Discourse. Textual analysis for social research. Abingdon: Routledge, 2003.

Fausto Neto, A. (1995). O Impeachment da Televisão: Como se Cassa um Presidente. Rio de Janeiro: Diadorim Editora.

Flores, T. M. (2012). À esquerda e à Direita: a Representação dos Valores de Gênero nas fotografias de duas deputadas Portuguesas. Revista Media & Jornalismo, nº 21.

Flores, G. B. (2017). Neutralidade e silenciamento no discurso jornalístico. In: Análise de discurso em rede: cultura e mídia. Vol. 3. Flores, G. B.; Neckel. N.R.M; Gallo, S. M.L (Orgs). Campinas: Pontes, 2017.

Flusser, V. (1998). Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica. Lisboa: Relógio d'Água.

Fraser, N. (2006) Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça numa era "póssocialista". Cadernos de campo, USP, São Paulo, n. 14/15, p. 231-239.

Freire, P. (1992). Pedagogia da esperança. São Paulo: Paz e Terra.

FresnaultDeruelle, P. (1993). La tête de l'emploi. L'éloquence des images. Paris: PUF, p. 37-48.

Gallo, M. B. (2016). As bombas de Dilma, - ISTOÉ Independente. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em: < https://istoe.com.br/452702_AS+BOMBAS+DE+DILMA/>

Geraldes, E.; Ramos, T.; Silva, J.; Machado, L.; & Negrini, V. (2016). Mídia, Misoginia e Golpe. 1. ed. – Brasília: FAC-UnB.

Globo. (2014). Governo Dilma: 1º mandato em números. G1 Política. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em <<http://g1.globo.com/politica/posse-de-dilma/segundo-mandato/numeros-do-primeiro-governo.html>>

Gobbi, D. (2016). Identidade em ambiente virtual: uma análise da Rede de Estudantes Pela Liberdade. 16f Dissertação Mestrado em Ciência Política – ICP, Universidade de Brasília, Brasília.

Goffman, E. (1959). A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes.

Gohn, M. da G. (2017). Manifestações e protestos no Brasil: correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez.

Gomes, N. L. (2008). Sem perder a raiz: corpo cabelo como símbolos da identidade negra. 2 ed. Belo Horizonte: Autentica.

Gomes, W. (2014). A política na timeline. Crônicas de Comunicação e Política em redes sociais digitais. Bahia. Ed. EDUFBA.

Greimas, A. J. (1984). Semiótica figurativa e plástica. Significação: Revista Brasileira de Semiótica, Nº 4.

Guimarães, A. S. A. (1999). Classes, raças e democracia. São Paulo: Editora 34.

Halliday, M. A. K. (1978) Language as social semiotic. London: Edward Arnold.

Hall, S. (1997). The spectacle of the 'other'. In S. Hall (Ed.). Representation. Culture representations and signifying practices (pp.223-290). London: Sage-The Open University

Hall, S. (2005). A identidade cultural na pós-modernidade. 10 ed. Rio de Janeiro: DT&A.

Haraway, D. (1995) Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. Cadernos Pagu, v. 5, p. 07-41.

Harding, S. (1993). A instabilidade das categorias analíticas na teoria feminista. Revista Estudos Feministas, n. 1, pp. 07 - 32.

Harding, S. (1996). Del problema de la mujer en la ciência al problema de la ciência en el feminismo. In: Ciência y feminismo. Madri: Ediciones Morata, pp. 15 - 27.

Hayes, D., & Lawless, J. (2016). Women on the Run. Gender, Media, and Political Campaigns in a Polarized Era. New York: Cambridge University Press.

Heck, M. C. (1996). The ideological dimension of media messages. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (eds.). Culture, media, language (pp. 122-127). London: Routledge.

Hirschman, E. C. (1986) – The effect of verbal and pictorial advertising stimuli on aesthetic, utilitarian, and familiarity perceptions. Journal of Advertising, 15 (2): 27-34.

Hodge, R. & Kress, G. (1988). Social Semiotics. Cambridge: Polity Press.

Indursky, F. (2017). O momento político brasileiro e sua discursivização em diferentes espaços midiáticos. In: Análise de discurso em rede: cultura e mídia. Vol. 3. 1. Flores, G. B.; Neckel, N.R.M; Gallo, S. M.L (Orgs). Campinas: Pontes.

Jodelet, D. (2001). Org. As Representações Sociais. Rio de Janeiro: Editora UERJ.

Kellner, D. (2001). *A Cultura da Mídia – Estudos Culturais: identidade política entre o moderno e o pós moderno*; trad. Ivone Castilho Beneditti. Bauru, SP: EDUSC.

Kossoy, B. (1999). *Realidades e Ficções na Trama Fotográfica*. São Paulo: Ateliê.

Kossoy, B. (2001). *Fotografia & história*. São Paulo: Ateliê.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001) *MULTimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Lagazzi, S. (2011). O Recorte e o Entremeio: condições para a materialidade significativa. In: Rodrigues, E. A.; Santos, G. L.; Branco, C. L. K. A. (orgs.). *Análise de Discurso no Brasil: Pensando o impensado sempre. Uma homenagem a Eni Orlandi*. Campinas: Editora RG, 2011.

Landowski, E. (2012). *Presenças do outro: ensaios de sociossemiótica*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva.

Lazar, M. M. (2007) *Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis*. *Critical Discourse Studies*, v. 4, n. 2, p. 141-164.

Ledin, P., & Machin, D. (2018). *Doing visual analysis: From theory to practice*. London: Sage

Lemos, A. (1997). *Tecnologias do Imaginário: Arte Eletrônica e Cibercultura*. *Revista FAMECOS*, n. 6. Porto Alegre.

Lester, P. (1995) – *Visual Communication. Images with Messages*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Lima, V. A. (2001). *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

Lipovetsky, G. (2000). *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lopes, P. & Segalla, V. (2016). *Áudios mostram que partidos financiaram MBL em atos pró-impeachment*. Portal de Notícias Uol. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/05/27/maquina-de-partidos-foi-utilizada-em-atos-pro-impeachment-diz-lider-do-mbl.htm>>

Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação. Uma perspectiva pós estruturalista* Guacira Lopes Louro - Petrópolis, RJ, Vozes, p. 14-36.

Machin, D. (2004) 'Building the world's visual language: The increasing global importance of image banks in corporate media', *Visual Communication*, 3 (3), pp. 316–336.

Machin, D. (2007). *Introduction to Multimodal Analysis*. London: Arnold.

Machin, D. & Mayr, A. (2012). *How to do Critical Discourse Analysis*. Sage Publications Ltd.

Manfrini, S. (2003). Dilma quer levar luz para 1,4 mi de domicílios rurais até 2006. *Folha de São Paulo Online*. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u68273.shtml>>.

Mariani, B. (1996). *O comunismo imaginário - práticas discursivas da imprensa sobre o PCB (1922 - 1989)*. Campinas: Unicamp.

Marshment, M. (1993). The picture is political: representation of women in contemporary popular culture, in Dianne Richardson & Victoria Robinson (eds.), *Introducing women's studies*, Londres, Macmillan Press, p. 123-150.

Marques, F. P. J. A.; Aquino, J. A. & Miola, E. (2014). Parlamentares, representação política e redes sociais digitais: perfis de uso do Twitter na Câmara dos Deputados. *Opinião Pública*, vol. 20, nº 2, p. 178- 203

Martins, C. (2015). *Mulheres, Liderança Política e Media*. Lisboa: Alêtheia Editores.

Martín-Barbero, J. (2006) *Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século*. IN: Moraes, D. *Sociedade Midiatizada*.

Martin, J. R. & White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan.

Mauad, A. M. (1990). *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social pela classe dominante no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. Niterói, UFF, Programa de Pós-Graduação em História Social, tese de doutorado, 2v.

Mauad, A. M. (1996). *Através da imagem: Fotografia e historia I Interfaces*. Tempo, Rio de Janeiro, vol. 1, n.º 2, p. 73-98.

Mauad, A. M. (2007). *O poder em foco – Imagens reservadas de homens públicos, uma reflexão sobre fotografia e representação social*. *Diálogos - Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História*, vol. 11, núm. 3, p. 119-149.

McLuhan, M. (1971). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Rio de Janeiro, Cultrix, 1971.

Media Ownership Monitor. (2019). Who Owns the Media in Brasil? Acesso em três de janeiro de 2020. Disponível em: <<http://brazil.mom-rsf.org/>>

Melo, I. F. de. (2011). Análise Crítica do discurso: modelo de análise linguística e intervenção social. São Paulo.

Montezano, C. T. & Pimenta, F. P. (2016). Análise Semiótica da capa do Cd “Anti” da cantora pop Rihanna. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Salto – SP.

Moraes, D. (2002). Imaginário social e hegemonia cultural. Edição de Julho de 2002. Acesso em quatorze de novembro de 2020. Disponível em: <<http://www.acesa.com/gramsci/?page=visualizar&id=297.>>

Mota Ribeiro, S. (2005). Imagem in Ana Gabriela Macedo e Ana Luísa Amaral (eds.), Dicionário da Crítica Feminista, Porto, Afrontamento.

Murray, R. (2010). Org. Cracking the Highest Glass Ceiling: a Global Comparison of Women’s Campaigns for Executive Office (Praeger).

Naldoni, T. (2012). Controverso e respeitado, Mino Carta continua se reinventando no mercado jornalístico. Revista Imprensa Jornalismo e Comunicação. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em <https://portalimprensa.com.br/revista_imprensa/conteudo-extra/46542/controverso+e+respeitado+mino+carta+continua+se+reinventando+no+mercado+jornalístico>

Narvaz, M. G. & Koller, S. H. (2006). Famílias e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa. Psicologia & Sociedade. Vol. 18, n. 1, pp. 49-55.

Neris, N. & Valente, M. (2017). Gênero, raça, classe e sexualidade nas eleições de 2016. InternetLab: São Paulo. Acesso em quatorze de novembro de 2020. Disponível em: <http://www.internetlab.org.br/wpcontent/uploads/2017/02/relatorio_outras_vozes.pdf>.

Nunes, A. (2017). Sanatório Geral: Um neurônio, vários codinomes - Mônica Moura diz que Dilma não sabe direito quem é. Revista Veja Online. Coluna Política. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/sanatoriogeral-um-neuronio-varios-codinomes/>> .

Nunes, B. R.; Ramos, V. S. & Guerra, M. O. (2016). Bela, Recatada e do Lar: o estereótipo da mulher perfeita. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Acesso em quinze de abril de 2021. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0497-1.pdf>>

Nunes, B. R.; Ramos, V. S. Almeida, V. & Guerra, M. (2017). A morte de dona Marisa Letícia: o ódio estampado em notícias. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Volta Redonda - RJ – 22 a 24/06/2017; Universidade Federal de Juiz de Fora/MG.

Oliveira, A. C. (2004). *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hacker Editora.

Oliveira, F. (2011). Movimentos Sociais Urbanos: antagonismo e disputa de significado na teoria do discurso. Anais do XV Congresso Brasileiro de Sociologia - 26 a 29 de julho de 2011 - Curitiba (PR).

Orlandi, E. P. (1996). *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes.

Pains, C. (2018). Brasil tem menos Parlamentares mulheres do que 151 países. Acesso em dezessete de novembro de 2020. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-tem-menos-parlamentares-mulheres-do-que-151-paises-22462336>>

Pardellas, S. (2015). Que país teremos? - ISTOÉ Independente. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em <[https://istoe.com.br/442726_QUE+PAIS+TEREMOS+/
>](https://istoe.com.br/442726_QUE+PAIS+TEREMOS+/)

Pardellas, S. (2016a). Os 7 crimes de Dilma - ISTOÉ Independente. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <[https://istoe.com.br/449533_OS+7+CRIMES+DE+DILMA/
>](https://istoe.com.br/449533_OS+7+CRIMES+DE+DILMA/)

Pardellas, S. (2016b). Uma presidente fora de si - ISTOÉ Independente. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <[https://istoe.com.br/450027_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/
>](https://istoe.com.br/450027_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/)

Pardellas, S. (2016c). A era Dilma se aproxima do fim - ISTOÉ Independente. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/era-dilma-se-aproxima-do-fim/>

Parry-Giles, S. J. (2014). *Hillary Clinton in the News: Gender and Authenticity in American Politics*. Illinois: Board of Trustees

Paxton, P. & Hughes, M. M. (2007). *Women, Politics and Power. A Global Perspective*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Pine Forge Press/ Sage.

Perrot, M. (1998) *Mulheres públicas*. São Paulo: Ed. UNESP.

Picado, B. (2009). Das feições do cargo ao face à face pela imagem: poética do retrato fotográfico na política. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.12, n.3.*

Pinto, M. J. (1995). Semiologia e Imagem. In: Fausto Neto, A.; Braga, J. L.; Porto, S.D.. (Org.). A encenação do sentido. 1ª ed. Rio de Janeiro: Diadorim/Compos.

Piscitelli, A. (2001). Re-criando a (categoria) mulher? Campinas. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <<https://ambfeminista.org.br/>>

Resende, V. & Ramalho, V. (2006). Análise do Discurso Crítica. São Paulo: Contexto.

Resende, V. & Ramalho, V. M. (2011). Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa. Campinas: Pontes.

Ribeiro, A. P. G. (2003). A mídia e o lugar da história. In: Herschmann, M. & Pereira, C. A. M. (orgs.). Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-papers.

Rose, G (2001). Visual methodologies, Londres, Sage.

Sardenberg, C.M.B. (2000). A Mulher frente à cultura da eterna juventude, VI Simpósio Baiano de Pesquisadoras(es) sobre Mulher e Relações de Gênero, Salvador, NEIM/UFBA.

Sardenberg, C.M.B. (2018). O pessoal é político: conscientização feminista e empoderamento de mulheres. Inc.Soc., Brasília, DF, v.11 n.2, pp.15-29.

Santaella, L. (2002). Semiótica Aplicada. SP: Thomson.

Scott J. W. (1988). Gender and the politics of history. New York: Columbia University Press.

Scott, J. (1989). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: Educação e realidade - Porto Alegre, 16 (2): 5-22, julho/dezembro. Acesso em três de novembro de 2020. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%A9nero-Joan%20Scott.pdf> acesso em 05/12/2020>.

Seffner, F. & Silva; R. A. (2013). A norma é pra cumprir ou pra transgredir? O complicado equilíbrio das questões de gênero e sexualidade no ambiente escolar.

Sodré, M. (2003). O Globalitarismo como neobarbárie. In: Por uma outra comunicação. Dênis de Moraes, (org.).Rio: Record.

Sodré, M. (2005). Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Rio de Janeiro: Vozes.

Sodré, M. (2009). A narração do fato. Petrópolis: Editora Vozes.

Sontag, S. (2004). Sobre Fotografia. São Paulo. Companhia das Letras.

Stubbs, M. (1997). Whorf's children: Critical comments on critical discourse analysis (CDA) in A. Rayan & A. Wray (eds) *Evolving Models of Language*. Clevedon: Multilingual Matters, pp 100-116

Swain, T. N. (2011). *Mulheres indômitas e malditas: a Loucura da Razão*. VII Colóquio Internacional Michel Foucault. O mesmo e o outro. 50 anos da História da Loucura. *Mulheres indômitas e malditas: a loucura da razão*.

Thompson, J. B. (1995). *Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes.

Thompson, J. B. (2011). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Trad. Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avirrit-zer. 12. ed. Rio de Janeiro: Vozes.

Toral, A. (2001). *Imagens em Desordens. A Iconografia da Guerra do Paraguai*. São Paulo: Edusp.

Van Dijk, T. (1993). *Discourse and Elite Racism*. London: Sage.

Van Dijk. (2015). *Discurso das elites e racismo institucional*. In: Lara & Lamberti Org. *Discurso e desigualdade social*. São Paulo, Contexto, pp. 31-48.

Vieira, A. O. (2017) *Crise política e impeachment: uma análise dos efeitos da cobertura midiática na deposição de Dilma Rousseff*. *Rev. Educ. e Soc.*, Naviraí, v. 4, n. 8, p. 4-26.

Villadot Y Presas, M. (2008). *La imagen de las mujeres políticas en los medios de comunicación*. In: *Mujeres, política y medios de comunicación*. Fundação Audiovisual de Andalucía. Acesso em dez de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.fundacionava.org/?section=mujer-y-medios-publicaciones&action=ficha&contentid=163>>

Volosinov, V. N. (1986) *Marxism and the philosophy of language*. Cambridge, MA: Harvard University Press

Walton, K. (1984). *Transparent pictures: on the nature of the photographic realism*. In: *Critical Inquiry*, Chicago, v. 11, n. 2, p. 246-277.

Wiggins, B.E. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Routledge, Oxon.

Wodak, R. (2004). *Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos*. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, v. 4, n. esp., p. 223-243.

Yim, P. C. & Bond, M. H. (2002). Gender Stereotyping of Managers and the Self-Concept of Business Students across their Undergraduate Education, *Woman in Management Review*, v. 17, n. 8, p. 364-372

Young, I. M. (2006). "Representação política, identidade e minorias". *Lua Nova*, nº 67, p. 139-190.