

**A MULHER NA PRESIDÊNCIA E NA MÍDIA: UMA ANÁLISE DA  
REPRESENTAÇÃO DE DILMA ROUSSEFF NAS CHARGES JORNALÍSTICAS**

**Cristiane dos Santos Parnaíba<sup>1</sup>**

**Resumo**

Este artigo apresenta a proposta da pesquisa em desenvolvimento, cujo objetivo é verificar de que forma Dilma Rousseff, a primeira mulher eleita à presidente do Brasil, tem sido representada pelas charges publicadas nos jornais brasileiros. Para tanto, é revisitada a história da mulher na política nacional e sua representação na mídia, bem como feita uma revisão bibliográfica sobre charge e seu papel no jornalismo. Aliado à pesquisa bibliográfica, usaremos a Análise de Conteúdo, a fim de categorizar as charges e o referencial teórico-metodológico da Hermenêutica de Profundidade, proposto por Thompson, para a interpretação dos dados.

**Palavras-chave:** Representação política feminina; charge jornalística; Dilma Rousseff; representação da mulher na mídia.

**Pressupostos históricos e teóricos**

Com origem na Grécia Antiga, a democracia, como o próprio nome sugere é o governo do povo. Nas democracias antigas, diretas, esse poder era exercido diretamente, quando os sujeitos considerados cidadãos eram convidados a decidir sobre os assuntos governativos. Nos dias de hoje, nas democracias representativas, os cidadãos elegem, por meio do voto, um representante para cuidar das decisões do governo. Dentro desta lógica democrático-representativa, o direito ao voto é o que confere poder para o cidadão participar da vida política. Assim, todos os sujeitos que ficam à margem deste direito, são privados também de um direito básico de cidadania.

Na América Latina, a mulher passou a ter direito ao voto recentemente. O primeiro país latino-americano a conceder o sufrágio feminino em eleições nacionais foi o Equador, em 1929. Três anos depois, em 1932, a conquista chega ao Brasil, seguido do Chile, onde as

---

<sup>1</sup>Aluna do Programa de Pós-Graduação, Mestrado em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. E-mail: cris\_parnaiba@yahoo.com.br.

mulheres passaram a votar em 1934, da Bolívia em 1938, da Venezuela em 1946 e da Argentina, em 1947.

No Brasil, a luta por maior participação política feminina tem início por volta de 1920, quando as participantes do movimento conhecido como o das *sufrajettes*, em contato com as líderes internacionais do mesmo movimento, começam a articular mulheres das elites das capitais brasileiras na busca por direitos políticos (AVELAR, 2001, p. 18).

Em 1928 é eleita a primeira prefeita de uma cidade brasileira, Alzira Soriano, em Lages (RN). Porém, esta eleição só foi possível com uma mudança no Código Eleitoral do Rio Grande do Norte, pelo político Juvenal Lamartine de Faria, que permitia o direito da mulher de votar e se eleger (TSE.JUS.BR, 2013; AVELAR, 2001).

O direito da mulher ao voto em nível nacional se deu por meio do Decreto nº 21.076, de 24 de fevereiro de 1932, do então Presidente da República Getúlio Vargas, em resposta ao Código Eleitoral de 1932, que em seu artigo 2º afirmava: “É eleitor o cidadão maior de 21 anos, sem distinção de sexo, alistado na forma deste Código”. Mas, somente dois anos depois, em 1934, com a inauguração de um novo Estado Democrático de Direito, por meio da segunda Constituição da República, esses direitos políticos conferidos às mulheres foram assentados em bases constitucionais. No entanto, a nova Constituição restringiu a votação feminina às mulheres que exerciam função pública remunerada. (TSE.JUS.BR, 2013). Ainda assim, apenas em 1946 as mulheres votariam efetivamente, já que durante o período que ficou conhecido como a ditadura de Getúlio Vargas, esse direito foi diluído (AVELAR, 2001, p.20). O artigo 131 da Constituição de 1946 assegurava à mulher, bem como a qualquer outro cidadão maior de 18 anos, este direito: “São eleitores os brasileiros maiores de 18 anos que se alistarem na forma da lei” (TSE.JUS.BR, 2013).

Já na década de 1990, a Lei de Cotas surge para assegurar uma porcentagem mínima de mulheres nas disputas eleitorais. Criada em 1995, a Lei nº 9.100, determinou que, no mínimo, 20% das vagas de cada partido fossem destinadas a candidatas mulheres nas eleições municipais de 1996. Em 1997, com a Lei nº 9.504, esse percentual mínimo aumentou para 25% para as eleições de 1998, incluindo mais cargos eleitos por voto proporcional (Câmara dos Deputados, Assembleias Legislativas Estaduais e Câmara Distrital), e 30% para as posteriores (AVELAR, 2001, p. 80; GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 169; TSE.JUS.BR, 2013).

Foi ainda estabelecido que cada partido tenha uma cota mínima de 30% e máxima de 70% para cada um dos sexos (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 169).

Em 1994, no Maranhão, Roseana Sarney torna-se a primeira mulher a governar um estado brasileiro. E a primeira mulher eleita a presidente, foi Dilma Rousseff, em 2010.

Porém, a presença de mulheres em cargos eletivos no Brasil ainda é muito inferior a dos homens. Em abril de 2013, os dados da União Interparlamentar, acerca da igualdade dos gêneros nos parlamentos de vários países, colocaram o Brasil na 123ª posição do ranking, com 8,6% de mulheres no poder. Enquanto Ruanda, o primeiro colocado, conta com 56,3% de participação feminina nos cargos políticos. (UNIÃO INTERPARLAMENTAR, 2013).

A tabela abaixo mostra os números atuais (setembro de 2013) da composição de mulheres (♀) e homens (♂) em postos políticos no Brasil.

	Prefeituras		Governos Estaduais		Câmara		Senado	
♀	665	11,6%	02	7,4%	47	9,16%	11	13,6%
♂	4994	88,4%	25	92,6%	466	90,84%	70	86,4%
Total	5609		27		513		81	

Esta sub-representação política feminina tem origem na forma como foram atribuídos e distribuídos papéis sociais diferentes às mulheres e aos homens, sendo a elas reservado o espaço privado do lar e a eles o espaço público da política e de outras instituições.

A partir desta divisão de espaço privado e público, foram sendo disseminados e incentivados características e comportamentos pertencentes a cada gênero. Assim, as mulheres, independentes do tempo e lugar em que viviam, foram marcadas por características como beleza, maternidade, ingenuidade, habilidade nas tarefas domésticas, doçura e sensibilidade, entre outros. Sendo a mídia, uma das ferramentas usadas para legitimar este perfil de mulher ideal.

No século XIX, quando a discussão sobre a inclusão das mulheres no mercado de trabalho começa a aparecer no Brasil, podemos notar que algumas publicações até incentivam esta iniciativa, mas corroboram com a ideia de que a política não tem espaço para a mulher:

“Na política, porém, o bello sexo só deve passar *a vol d’oiseau*, n’um âmbito largo, que lhe deixe ver os factos de longe. Nada de se intrometer em luctas eleitorales, de pedir votos, de formar comitês, de patrocinar candidatos”(BUITONI, 2009, p. 35).

A análise de Buitoni a respeito do século XX revela que “[...] na imprensa feminina, a mulher está, metafórica e metonimicamente, ligada aos seus papéis sociais básicos: dona de casa, esposa, mãe, principalmente até os anos 1970” (2009, p. 200). A partir dos anos 1960, afirma a autora “[...] aparecia uma tendência que privilegiava a consumidora. E mais do que mãe ou esposa, o status de namorada foi se fortalecendo” (BUITONI, 2009, p. 200).

Uma das hipóteses para essa quase invisibilidade da representação política feminina na mídia, configurada por Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli (2008), é a de que “[...] o âmbito considerado “próprio” para a política feminina – questões sociais, família, assistência social, meio-ambiente etc. – é também aquele que menos impulsiona as carreiras políticas e que possui menor visibilidade na cobertura jornalística da política” (p. 24). Para testar esta hipótese, os autores analisaram, entre os anos de 2006 e 2007, os telejornais “Jornal da Band”, “Jornal do SBT” e “Jornal Nacional” e as revistas semanais “Veja”, “Época” e “Carta Capital” (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 25).

A partir da análise eles puderam observar “uma presença reduzida das mulheres em relação aos homens, permitindo observar assimetrias de gênero nas representações do mundo social e, em especial, nas representações da política difundidas pela mídia” (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 38). Para os autores, isso se dá em função de que os meios de comunicação de massa só dão espaço no noticiário político “[...] aqueles que estão investidos em cargos públicos, sejam eles eletivos ou de confiança” sendo que “[...] aos outros – categoria que inclui os próprios espectadores – cabe acompanhar o jogo” (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 38).

Em 2010 a candidatura e posterior eleição de Dilma Rousseff à presidência do Brasil alavancariam pautas na mídia sobre a questão da mulher na política. Diante disso, Leila Barbara e Maria Carmen Aires Gomes (2010) fizeram uma análise sobre a representação de Dilma Rousseff nas revistas “Veja”, “Época” e “Isto é” em dois momentos: de 2003 a 2006, em que Dilma era Ministra das Minas e Energia e depois da Casa Civil, durante o Governo Lula; e entre 2006 e 2009, abrangendo desde sua atuação como Ministra da Casa Civil à sua configuração como candidata à presidente (2010, P. 74).

Da análise feita pelas autoras, é notável a relação estabelecida entre características tidas como femininas, e a imagem de Dilma. Afirmam as autoras, ao observar a fase de Dilma enquanto Ministra que: “Sensibilidade, ternura, emoção, pureza não surgem como atributos e qualificadores da ‘natureza’ feminina de Dilma Rousseff-ministra, mas sim traços de rispidez, austeridade e agressividade, caracterizando uma imagem de sujeito-político-mulher, com potencialidades masculinas” (BARBARA; GOMES, 2010, p. 76).

Tais características, de acordo com as autoras foram mudadas, passando inclusive por um procedimento cirúrgico estético, visando suavizar a imagem de Dilma para a disputa presidencial, já que este cargo exigia uma figura mais humanizada (BARBARA; GOMES, 2010, p.88).

Porém, Dilma Rousseff, rompia, de acordo com as autoras, com o modelo de mulher proposto pelas teorias binárias, as quais existem características unicamente femininas e outras masculinas, e se configurou, inclusive por sua militância na guerrilha, como um sujeito-político-mulher, o que, pela mídia, foi bastante explorado.

Os resultados apontam ainda que os veículos midiáticos analisados constroem representações hegemônicas sobre Dilma Rousseff, pelo fato de ela não ter atributos e características do que seja uma “mulher tradicional, conservadora, aquela que atende ao modelo binário, biológico”, mas dura, com tom firme, comportamento inflexível (BARBARA; GOMES; 2010, p. 39)

As eleições de 2010, que além de Dilma Rousseff contaram com a candidatura de Marina Silva à presidência, também foram objeto de estudo de Marina Sanematsu e Jacira Vieira de Melo (2012), que monitoraram a cobertura jornalística de 29 jornais impressos diários, quatro revistas semanais e quatro telejornais de julho a outubro de 2010, sobre as eleições para cargos majoritários, a partir da perspectiva da participação das mulheres no processo eleitoral, como candidatas, como eleitoras e como foco dos programas de governo e plataformas eleitorais apresentadas pelas candidaturas. (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 479 – 480).

A investigação das autoras mostrou que “a presença de duas mulheres com grande força eleitoral na campanha presidencial de 2010 foi o fator que mais contribuiu para que o tema mulheres na política recebesse atenção na cobertura da imprensa” (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 480).

As autoras destacaram ainda que “a cobertura sobre mulheres na política deu-se em torno de dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda de interesse das mulheres” (SANEMATSU; MELO, 2012 p. 497) Sendo que “no primeiro caso, estão contabilizadas as matérias que discutiam as candidaturas, tendo em vista a condição feminina das postulantes aos cargos. No segundo estão os textos sobre algumas das questões que atingem diretamente a vida das mulheres brasileiras (SANEMATSU; MELO, 2012 p. 497).

Assim, diante do corpus estudado, as autoras consideraram a atuação da mídia fraca.

A cobertura sobre mulheres na política no período eleitoral foi superficial, mais factual do que analítica e pouco investigativa. A imprensa analisada – impressa e televisiva – não aproveitou a oportunidade apresentada por um momento inédito na política brasileira, em que as mulheres – como candidatas e eleitoras – tiveram papel fundamental na definição dos rumos do país. Várias questões, a partir de ângulos diversos, poderiam ter sido pautadas. Mas faltou esforço investigativo. Por desinformação, preconceito ou desinteresse, nas eleições de 2010 o jornalismo brasileiro ficou devendo, não apenas às mulheres brasileiras, mas ao fortalecimento da democracia no país (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 515)

Já o que nós pudemos perceber sobre a representação da mulher na mídia, desde a análise de Buitoni ao estudo de Sanematsu e Melo é que a visão estereotipada da mulher, herdada historicamente e fortalecida até então, pela cultura e pela mídia, está presente em todas as representações femininas feitas pelos meios de comunicação, seja na forma como uma revista feminina tenta encaixar a adolescente que responde a um teste num modelo pré-estabelecido ou na necessidade de suavizar a aparência de uma candidata à presidência do país.

Assim, a partir da trajetória política da mulher brasileira e da forma com que foi representada pela mídia, chegamos a nossa questão central de pesquisa: Como Dilma Rousseff tem sido representada nas charges jornalísticas? O motivo pelo qual escolhemos as charges, o *corpus* e o método de análise serão descritos a seguir.

### **Objeto, Material e Método**

Parente da caricatura, e muitas vezes com ela confundida, a charge, nosso objeto de estudo, é um gênero que circula nas páginas dos jornais e revistas, em programas de TV, na internet e até mesmo no rádio. Seu surgimento na imprensa se confunde com o da própria

caricatura, sendo que ambas muitas vezes desempenham o papel de críticos políticos, mostrando a opinião do jornal e/ou do chargista/caricaturista acerca dos fatos políticos.

Rozinaldo Miani define a charge como “[...] uma representação humorística e satírica, persuasiva, de caráter político e de natureza eminentemente dissertativa e intertextual; ela se constitui, em certa medida, como ‘herdeira da caricatura’ em sua conotação e expressão políticas” (2010, p. 58).

Publicada nos jornais, a charge se torna parte da ala deliberadamente opinativa da publicação, ganhando o papel de conferir-lhe identidade, assim como acontece com os artigos, as colunas e o editorial, todos membros da ala deliberadamente opinativa do jornal.

Sobre isso, o chargista Gilberto Maringoni afirma que

[...] com a crescente “objetivação” do noticiário em geral e uma pretensa imparcialidade nas pautas, revalorizou-se no país o columnismo opinativo. Esses adereços acabam sendo o diferencial de cada veículo. Por serem exatamente o “toque pessoal”, eles só tem função se funcionarem como antenas do jornal, abridores de picadas, aventureiros por “mares Dante nunca desbravados” dentro das páginas diárias (1996, p. 85)

Dessa forma, o jornalismo opinativo, incluindo aí as charges, deve ser mais “ousado” que o noticiário tradicional, permitindo ao leitor um momento de reflexão. De acordo com Maringoni (1996), esse papel reflexivo do jornal acaba tendo muito mais importância que suas características informativas, e informar se torna apenas uma obrigação. Isso porque com o avanço das tecnologias, o jornal impresso perdeu seu posto de trazer ao leitor as últimas notícias.

Lembrando o cartunista Fortuna, Maringoni diz que a charge é “uma espécie de ‘editorial gráfico’”. Porém, “enquanto num artigo o autor pode, após um contundente ataque, emendar um “mas-contudo-todavia”, na charge esses malabarismos não são permitidos. [...] A charge é contra ou a favor. É porrada ou não” (1996, p. 86).

Assim, a importância da charge neste trabalho se dá, principalmente, por duas de suas características: sua natureza persuasiva/opinativa e o uso que faz do humor. A importância da opinião aqui se justifica por, a partir da manifestação dela, conseguirmos identificar de que forma a presidente e mulher Dilma Rousseff está sendo representada; já o humor aqui é visto sob a perspectiva de Bergon (1980) que o considera como provocador do riso, sendo este riso uma espécie de gesto social capaz de coibir o motivo que lhe causou. Ou seja, o humor da

charge advém de um desvio (o fato que se tornou charge) e ao rirmos dele podemos refletir sobre o acontecimento, a partir, claro, do ponto de vista que a charge apresenta.

Para termos uma amostra significativa da representação de Dilma Rousseff nas charges de jornais brasileiros, optamos por escolher um jornal diário de cada região do país. Como critérios de escolha temos: a) ser um jornal de grande circulação, com base no IVC (Instituto Verificador de Circulação), b) publicar charges diariamente, e c) ser acessível online ou em bibliotecas públicas. Assim, a princípio o corpus será constituído de charges da Zero Hora (região Sul), Folha de S. Paulo (região Sudeste), Correio Braziliense (região Centro-oeste), Jornal do Commercio (região Nordeste) e Diário do Amazonas (região Norte). O período a ser analisado em cada jornal é de janeiro de 2011 a dezembro de 2012, abrangendo os dois primeiros anos do mandato de Dilma Rousseff. Para a análise serão consideradas as charges que contenham a representação gráfica da presidente Dilma.

Os métodos de análise serão dois. Primeiro, faremos uma análise de conteúdo, por jornal, a fim de categorizar por tema as charges. Na definição de Bardin, a análise de conteúdo aparece como “um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”, ainda de acordo com a autora sua intenção é a “inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção) inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (S.d., p. 38).

Porém, consideramos a análise de conteúdo insuficiente para interpretar as charges, sendo que a usaremos em todo o corpus apenas para separá-lo por categorias temáticas, Já para a interpretação do material, usaremos o referencial teórico-metodológico da Hermenêutica de Profundidade, proposto por Thompson (1995).

Thompson considera que “este referencial coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação” (1995, p. 355). Ele sugere que a interpretação destas construções seja feita em três fases: 1) análise sócio-histórica, cujo objetivo é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas; 2) análise formal ou discursiva, que olha para a organização interna das formas simbólicas, e pode ser feita usando vários métodos, como análise discursiva, semiótica, de conteúdo etc.; 3) interpretação ou reinterpretação, na qual a partir das duas fases anteriores, o autor interpreta ou reinterpreta os fenômenos estudados.

Consideramos que a charge se insere muito bem no tipo de análise proposta por Thompson porque para entendê-la automaticamente precisamos destas três fases, primeiro precisamos saber em que contexto ela está inserida, a que fato se refere; depois precisamos buscar na construção da charge os elementos para interpretá-la: imagem, texto, intertexto etc.; para só por último entendermos o seu significado.

Outro método a ser usado para a interpretação da representação de Dilma Rousseff nas charges será a entrevista com os chargistas dos jornais analisados. Até o presente momento, já temos coletadas todas as charges da Folha de S. Paulo, uma entrevista com o chargista Benett, da Folha, e dois aceites de entrevistas com chargistas do mesmo jornal: João Montanaro e Jean Galvão. A entrevista servirá como base para sabermos como são produzidas e escolhidas as charges publicadas nos jornais analisados.

### **Primeiras considerações**

A pesquisa encontra-se na fase de coleta de material. Assim, como considerações iniciais deixamos as questões que pretendemos resolver com a análise, sendo: 1) O fato de Dilma Rousseff foi aproveitado para a criação das charges?; 2) Se foi, esse uso foi feito de forma preconceituosa/discriminatória?; 3) Dilma Rousseff foi mais criticada por questões pessoais ou governativas?; 4) As charges contribuíram com uma visão estereotipada da mulher?; 5) A partir do conjunto das charges, é possível inferir quais opiniões acerca do mandato da presidente Dilma?; 6) Como foi a representação de Dilma Rousseff nas charges de seus dois primeiros anos de mandato?

Para fins de amostra de como será feita a análise, faremos aqui uma demonstração, com duas charges publicadas na Folha de S. Paulo em janeiro de 2011:



Charge 1: Angeli em 06 de janeiro de 2011

Seguindo a proposta de Thompson, a contextualização da charge se dá na chegada da primeira mulher eleita a presidente no Brasil. Já a análise dos elementos da charge, como a combinação do título “Novos tempos” com a imagem de seis homens sentados, de pernas cruzadas, vestindo saias e sapatos de salto alto, com Dilma Rousseff no meio deles, vestindo calça comprida, também remete à chegada da primeira mulher no poder, indicando um cenário de mudança, de novos tempos, no qual a mulher está no comando de vários homens que se colocam, agora, como seus subordinados. O uso de saias e sapatos de salto por esses homens, enquanto Dilma Rousseff usa calça comprida parece ser o dispositivo de humor usado pelo chargista para indicar esta mudança, sendo que evidencia o fato de, historicamente, as mulheres terem sido subordinadas aos homens, ao mesmo tempo em que legitima essa subordinação, vestindo os homens como mulheres. Interpretando a charge, a entendemos como um retrato crítico do momento retratado, que, por um lado, evidencia a mudança no quadro político do país, com a chegada de uma mulher à presidência e, por outro, mostra a subordinação a que as mulheres ainda estão submetidas.



Charge 2: Jean, 19 de janeiro de 2011

A charge oferece pouquíssimos recursos para sua interpretação, não contém título, diálogos ou legendas. Sua análise depende muito do estudo do contexto e da interpretação do desenho que a constitui. Assim, a primeira fase proposta por Thompson, da contextualização sócio-histórica, foi a mais importante neste caso. Para interpretar a charge, buscamos na própria Folha de S. Paulo esta contextualização e encontramos principal matéria de capa da edição do dia anterior à publicação da charge: “Plano de prevenção só estará pronto em 2014” é o seu título. O texto fala sobre o “Sistema Nacional de Alerta e Prevenção de Desastres Naturais”, que já existia desde 2005 com outro nome, mas não foi capaz de poupar vidas e casas de centenas de brasileiros nos desabamentos ocorridos na região serrana do Rio de Janeiro no período, ocasionados pelas chuvas. A leitura do texto e a observação da charge nos permitiu inferir dela que enquanto o Brasil, representado pela Bandeira, se desfazia em água, a presidente assistia a tudo embaixo da cobertura do Palácio do Planalto, sede do Poder Executivo Federal, indicando um descaso dela e de seu governo diante da situação.

Essas duas charges foram usadas apenas como uma amostra do trabalho de análise que será feito e não são capazes de, isoladas, responder as nossas questões de pesquisa, sendo que os resultados só surgirão após a análise e interpretação de todo o corpus.

### Referências

AVELAR, Lúcia. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

BARBARA, Leila. GOMES, Maria Carmen Aires. A representação de Dilma Rousseff

pela mídia impressa brasileira: analisando os processos verbais. In: **Revista Letras**. Santa Maria, v.20 n. 40 p. 67-92, 2010. Disponível em: <[http://w3.ufsm.br/revistalettras/artigos\\_r40/artigo\\_04.pdf](http://w3.ufsm.br/revistalettras/artigos_r40/artigo_04.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2013.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, S.d.

BERGSON, Henry. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

MARINGONI, Gilberto. Humor da Charge política no jornal. In: **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 7, p. 85-91, 1996.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Iconografia na imprensa alternativa do Brasil no final do século XX: a presença da caricatura no jornal “Brasil Agora”. In: **Patrimônio e Memória**, Assis, v.6, n.1, p.54-79, 2010.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Gênero e política no jornalismo brasileiro. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre: PUCRS, 2008. N. 36, p. 24-39. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4412/3311>> Acesso: 14.ago.2013.

SANEMATSU, Marina; MELO, Jacira Vieira de. Cobertura sobre mulheres na política nas eleições de 2010: uma oportunidade perdida de aprofundar o debate. In: ALVES, José Eustáquio Diniz; PINTO, Céli Regina Jardim; JORDÃO, Fátima. **Mulheres nas eleições 2010**. São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2012, p. 479-518.

Thompson, J. **Ideologia e cultura moderna**: Teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

UNIÃO INTERPARLAMENTAR. **Women in national parliaments**. Disponível em: <<http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>>. Acesso em: 4 abr. 2013.