

MISOGINIA E SEXISMO NA MÍDIA IMPRESSA:

Uma análise da construção da imagem e estereótipos relacionados às candidatas à Presidência da República de 1989 a 2018

Janete Monteiro Garcia¹

Resumo

O presente estudo propõe a análise semiótica da construção da imagem e estereótipos de gênero referentes às candidatas à presidência da república, de 1989 a 2018. A primeira mulher a participar do pleito foi Livia Maria Ledo Pio de Abreu, em 1989, pelo Partido Nacionalista (PN). O processo seguinte, em 1998, teve como candidata, Thereza Tinajero Ruiz, do Partido Trabalhista Nacional (PTN). A próxima eleição com presença feminina foi em 2006, tendo como candidatas Heloísa Helena Lima de Moraes Carvalho (também chamada de Heloísa Helena), pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Ana Maria Rangel, do Partido Republicano Progressista (PRP). Em 2010, Dilma Vana Rousseff, pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e Maria Osmarina Marina da Silva Vaz de Lima, mais conhecida como "Marina Silva", pelo Partido Verde (PV), disputaram pela primeira vez a presidência. Na eleição de 2014, Dilma Rousseff e Marina Silva concorreram novamente ao Palácio do Planalto e nesta eleição ainda se candidatou, Luciana Krebs Genro do PSOL. Em 2018, Vera Lúcia Pereira da Silva Salgado, do Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU) e Marina Silva foram candidatas. Manuela Pinto Vieira D'Ávila também registrou candidatura pelo PCdoB, no dia 1 de agosto, mas poucos dias depois, abandonou a busca pela cadeira de presidente para compor chapa como vice do Partido dos Trabalhadores. A questão principal é mostrar: como a mídia atuou *disforicamente* na construção da imagem das candidatas às eleições presidenciais neste período. Por meio da linguagem verbal e imagética, os discursos políticos e midiáticos veiculados pelo O Globo, O Estado de S. Paulo (Estadão), A Folha de S. Paulo, Revistas Veja e Isto É, criaram e propagaram estereótipos de gênero desqualificando as candidatas, *reiterando* em cada um destes processos a cultura do preconceito, da submissão, sexismo e misoginia, que permeia o cenário da política e comunicação brasileira. A fundamentação teórica tem base em Algirdas J. Greimas e Eric Landowski delineando conceitos da semiótica plástica e figurativa e de "negação do outro".

¹ Mestranda do Programa de Pós Graduação (PPGCOM), da Universidade Paulista (UNIP). E-mail: jane_s_monteiro@yahoo.com.br

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

Palavras-chave: Semiótica, Candidatas, Presidência, Misoginia, Sexismo.