

## **PRESIDENTA NAS CAPAS DE REVISTA: Dilma Rousseff e as representações de gênero nas capas da *Veja*, *Istoé* e *Época***

**Victor Felipe Buratto Machado<sup>1</sup>**

**Vanessa Wendhausen Lima<sup>2</sup>**

**Resumo:** Considerando o design editorial como detentor de uma potência de produção cultural que impacta diretamente o público, especialmente no campo da política, este trabalho buscou analisar os discursos de gênero presentes na representação feminina nas capas das revistas *Veja*, *Istoé* e *Época* que noticiam a presidenta Dilma Rousseff. O método utilizado para realizar a investigação das capas foi a análise de conteúdo (BARDIN, 2011), sustentada pelos estudos de gênero – como Joan Scott, Susan Okin, Joana Maria Pedro e outras importantes autoras. O *corpus* do trabalho foi definido entre seis capas no período de 2015 e 2016, dentre as três revistas. As categorias que nortearam a interpretação dos dados foram a violência, descontrole, inaptidão e indiferença. Como resultado, observou-se que as capas criam discursos que desqualificam Dilma por meio de atributos e estereótipos de gênero que destacam as desigualdades entre homens e mulheres, sobretudo no campo da política. Assim, podemos perceber a potência do design editorial, e para além dele, na própria vida cotidiana, como perpetrador de normas e padrões baseados em visões tradicionais de gênero.

**Palavras-chave:** Gênero; Mulheres; Design Editorial; Dilma Rousseff; Política.

### **1 INTRODUÇÃO**

Um estudo desenvolvido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) expôs a diferença de ordenamento entre os homens e as mulheres no setor público (ENAP, 2020)<sup>3</sup>. Apesar das trabalhadoras ocuparem 59% do total de funções federais, ganham 24% a menos do que os trabalhadores masculinos. Este dado representa um quadro mais generalizado do país, pois “o Brasil ocupa o 132º lugar no ranking do Fórum Econômico Mundial, na lista de 149 nações, sobre equidade salarial para trabalho similar, formulado em 2018. Um ano antes, ocupava a 119ª

---

<sup>1</sup> Graduando em Design. E-mail: viktorburatto@gmail.com

<sup>2</sup> Prof.<sup>a</sup> Dra. E-mail: vanessa.wendhausen@satc.edu.br

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.enap.gov.br/pt/acontece/noticias/mulheres-ocupam-poucos-cargos-de-comando-no-setor-publico>>. Acesso em: 20. Set. 2021.

posição” (ENAP, 2020). Nesse sentido, percebe-se que ainda que as mulheres consigam adentrar os espaços de cargos públicos, encontram obstáculos que impedem seu pleno desenvolvimento para que possam assumir os mais altos cargos de liderança (ENAP, 2020), ficando mais sujeitas a ocupações no campo dos serviços sociais e de educação (OBSERVATÓRIO DE DESIGUALDADES, 2021)<sup>4</sup>.

Uma quebra desse modelo patriarcal de divisão nos cargos públicos de poder pode ser encontrada na eleição da primeira mulher presidenta do Brasil, Dilma Rousseff. Ela foi escolhida no primeiro turno, em 2010, por mais de 47 milhões de brasileiros, com 46,91% dos votos válidos (CÂMARA, 2010)<sup>5</sup>. Quatro anos depois foi reeleita, na disputa considerada a mais acirrada desde a redemocratização, superando seu adversário de segundo turno com mais de 54 milhões de votos, totalizando 51,64% (G1, 2014)<sup>6</sup>.

Entretanto, entre 2015 e 2016 sofreu um processo de *impeachment*, resultando na cassação do seu segundo mandato (SENADO NOTÍCIAS, 2016)<sup>7</sup>. Esse processo, por sua vez, foi marcado pela forte presença midiática machista e misógina direcionada, em sua maioria, para as qualidades emocionais da presidenta. O fato dela ser mulher era, rotineiramente, associado à crise política como uma suposta impossibilidade de liderar o país, pela falta de preparação política e estabilidade psicológica ao lidar com adversidades (CARDOSO; SOUZA, 2016).

De acordo com Biroli (2010), assim que as mulheres conseguem quebrar a barreira de gênero que envolve os altos cargos de poder público são submetidas a compreensões redutoras marcadas por estereótipos sobre as suas participações na política (BIROLI, 2010). Além de seu caráter ser colocado à prova, seu corpo é posto em debate público, visto que jornais e revistas tendem a “analisar” como se comportam por explicações que fiscalizam suas constituições físicas, trazendo informações sobre fatores biológicos e expressões de gênero que podem definir o comportamento feminino (FABRÍCIO, 2004).

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://observatoriodesigualdades.fjp.mg.gov.br/?p=1548>>. Acesso em: 20 Set. 2021.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/tv/206269-dilma-rousseff-e-eleita-a-primeira-mulher-presidente-do-brasil/>> Acesso em: 20 Set. 2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/dilma-e-reeleita-presidente-e-amplia-para-16-anos-ciclo-do-pt-no-poder.html>> Acesso em: 23 Set. 2021.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/28/impeachment-de-dilma-rousseff-marca-ano-de-2016-no-congresso-e-no-brasil>> Acesso em: 25 Set. 2021.

Diante desse contexto, o presente artigo busca responder ao problema de pesquisa: “Como as mulheres em cargos de poder são representadas nas capas de revistas?” Apoiado nisso, o objetivo geral do trabalho consiste em analisar a representação do gênero feminino presente em seis capas da revista *Veja*, *Istoé* e *Época* entre 2015 e 2016, na figura da presidenta Dilma Rousseff (BIROLI, 2010; BUENO, 2013; OKIN, 2008; PEDRO, 1994, 2005; SOIHET, PEDRO, 2007; WOLF, 1992). Os objetivos específicos do trabalho pretendem: identificar o design editorial como atuante na relação cultural em suas produções gráficas; discutir o design como ferramental cultural e de atuação política e compreender o gênero como categoria de estudo e abordagem teórico prática.

Para esta empreitada é utilizada a análise de conteúdo que, de acordo com Bardin (2011, p. 48), é um conjunto de técnicas comunicacionais, objetivando “obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] dessas mensagens”.

Assim, considera-se esta pesquisa de natureza básica, utilizando da geração de conhecimentos úteis e universais, para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista. No tocante à abordagem do problema, se considera qualitativa. Sob o ponto de vista dos seus objetivos, define-se como exploratória, proporcionando investigar a delimitação do tema, colaborando para a formulação de resultados. Os procedimentos técnicos do trabalho se delimitam com levantamentos de conteúdos teóricos, através do estudo bibliográfico, e estudo de caso, o qual busca compreender um fato, inserido no seu contexto, que ajuda na busca de interpretações e explicações sociais complexas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

## **2 O DESIGN EDITORIAL COMO ATIVIDADE POLÍTICA**

O texto não existe como conteúdo abstrato. Ele usa do materialismo para tomar uma forma sensível ponderando o que é entendido por leitura. E a leitura, por sua vez, permite decodificar e interpretar os signos verbais, visuais e outros passíveis de reconhecimento por uma coletividade que partilha de certas visões de mundo. Desse modo, as formas dos objetos são lidas, assim como a ambientação em que é inscrita, acionando “redes simbólicas que possibilitam a construção de

horizontes e de expectativas em relação ao que será, enfim, lido enquanto elemento do código verbal” (GRUSZYNSKI, 2015, p. 573).

A possibilidade de decodificação dos signos gráficos se dá pelo letramento, como prática cultural estabelecida, tanto historicamente como socialmente. A invenção da prensa de tipos móveis de Gutenberg, e a popularização da produção de diversos novos materiais gráficos impressos, favoreceu a ampliação da cultura letrada e promoveu um longo e firme declínio da analfabetização (GRUSZYNSKI, 2015; MEGGS, 2009).

Os vínculos dos produtos editoriais com o letramento configuraram um estado único<sup>8</sup> em comparação a outros objetos gráficos, pois com a difusão dos impressos “se constituiu gradualmente a padronização dos livros, o que favoreceu a construção de um pensamento mais organizado e linear por parte dos leitores” (GRUSZYNSKI, 2015, p. 573).

A padronização possibilitou que o design editorial, como área de especialidade do design gráfico, tivesse ainda mais destaque pelos seus domínios e habilidades que abrangem os aspectos artísticos e culturais, se responsabilizando pela ordenação das mensagens textuais e visuais, de modo que comunique e permita o acesso a um conteúdo informativo (GRUSZYNSKI, 2015; FETTER, 2011). Ademais, atua cumprindo diferentes funções que cooperam e possuam coesão estrutural, tal como “dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores, e estruturar o material de forma clara” (CALDWELL; ZAPATERRA, 2014).

Para Caldwell e Zapatterra (2014, p. 8), uma definição prática do design editorial seria tratá-lo como um jornalismo visual. Isto é, diferente de outras matérias e disciplinas do design gráfico que delimitam para um direcionamento teórico e prático único, o editorial pode “entretêr, informar, instruir, comunicar, educar ou ser uma combinação dessas coisas”.

Assim, pode trabalhar simultaneamente com texto e imagem, mesmo tendo a liberdade de escolha entre eles, ainda que sigam a mesma corrente de pensamento (FETTER, 2011). E é importante destacar que a “grande maioria dos conteúdos editoriais tem em seu cerne a ideia de comunicar uma ideia ou contar

---

<sup>8</sup> Gruszynski (2015, p. 572) compreende o texto verbal como vínculo entre o editorial e cultural. Costuma se destacar como elemento predominante, mesmo com diferentes produções e propostas ao longo da história, “livros impressos sem palavras, obras fundadas em imagens, em recursos visuais/táteis ou mesmo sonoros”.

uma história” pela organização e apresentação das palavras, juntos dos elementos visuais (CALDWELL; ZAPATERRA, 2014, p. 8)

A atividade da área do design editorial desenvolveu-se conforme novos formatos de publicações surgiam. De acordo com Gruszynski (2015, p. 576), essa evolução se baseia na história do “livro manuscrito que foi referência formal para a produção do livro impresso, que, por sua vez, foi modelo para os primeiros jornais que gradualmente desenvolveram uma identidade visual própria”. Esse avanço foi impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico, que possibilitou uma contínua ampliação de diversidade e qualidade editorial, como em livros, revistas, jornais e, mais recentemente, em publicações multiplataforma.

O Iluminismo<sup>9</sup>, por meio das sociedades científicas, nesse sentido, incentivou o exercício do pensamento e discussão para o avanço da ciência com a utilização dos impressos voltados para intelectuais, eruditas e cientistas, “cujo desenvolvimento não contava com a simpatia da religião nem das autoridades” (FETTER, 2011, p. 24). Ainda que esses editoriais tivessem cara e jeito de livro, passaram a ser considerados revistas, por trazerem diversos artigos sobre uma mesma temática e com um público definido (SCALZO, 2009).

A primeira revista foi publicada na Alemanha, em 1663, e era chamada *Erbauliche Monaths-Unterredungen*<sup>10</sup>, tratando sobre teologia e, devido a seu ineditismo, inspirou publicações semelhantes pelo mundo. Alguns anos mais tarde, na França, surgiria o *Journal des Savantes*<sup>11</sup>, em 1665, e em 1672 a *Le Mercure Galant*<sup>12</sup>. Com notícias curtas, poesias, moda e objetos luxuosos, mostrou-se tão eficaz que ganhou popularidade e serviu de inspiração para outros países (FETTER, 2011; SCALZO, 2009).

A primeira revista mais semelhante ao que encontramos na contemporaneidade apareceu em Londres, em 1731, conhecida como *The Gentleman’s Magazine*. Seu nome foi inspirado nos “grandes magazines – lojas que vendiam um pouco de tudo” (SCALZO, 2009, p. 19). Já os primeiros títulos nos Estados Unidos, como *American Magazine* e *General Magazine*, foram popularizados durante o desenvolvimento do país e a migração para os centros

---

<sup>9</sup> O Iluminismo foi a corrente que desenvolveu a imagem que temos da Época Moderna. Uma época de progresso, avanços científicos e da crença na “razão” (FETTER, 2011).

<sup>10</sup> Edificantes Discussões Mensais, em tradução livre. N.A.

<sup>11</sup> Jornal de Cientistas, em tradução livre. N.A.

<sup>12</sup> O Mercúrio Galante, em tradução livre. N.A.

urbanos, como reflexo da industrialização, incentivando a alfabetização em massa (SCALZO, 2009; FETTER, 2011). As revistas adotaram um espaço central na “forma de fazer circular, concentradas, diferentes informações sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber” (SCALZO, 2009, p. 20).

O avanço tecnológico possibilitou que as revistas tivessem um barateamento e, conseqüentemente, estimulassem um aumento expressivo de novas tiragens. Após a Guerra Civil, as revistas nos Estados Unidos alavancaram ainda mais na popularidade e circulação, sendo divididas entre populares e de elite. Não existia um impresso com qualidade e preço acessível, e com a invenção da rotativa foi possível uma revista moderna, com preço baixo e de grande circulação que preenchesse o requisito. Então, “criou-se [...] o conceito de circulação de massa, o que fez surgir o maior mercado de revistas do mundo, que estabeleceu modelos imitados em todo o mundo” (FETTER, 2011 *apud* ALI, 2009, p. 340).

No Brasil, a chegada das revistas ocorreu juntamente com a vinda da Corte Portuguesa, no começo do século XIX, com a instalação da Imprensa Régia<sup>13</sup>. Antes desse período, era proibido por Portugal a presença de imprensa no país (SCALZO, 2009; MARTINS, 2012). A primeira revista produzida em solo brasileiro<sup>14</sup>, *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*, surgiu em 1812, em Salvador, na Bahia, abordando questões sobre costumes e virtudes morais e sociais. No ano de 1813, organizou-se *O Patriota*, no Rio de Janeiro, com o apoio da elite intelectual do período, propondo divulgar autores e temas brasileiros.

Os interesses dos campos de conhecimentos humanos também ganharam espaço, em 1822, com os *Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura*, do Rio de Janeiro. E em 1827 ocorre a primeira segmentação temática

---

<sup>13</sup> De acordo com Barra (2015, p. 446), “A Imprensa Régia do Rio de Janeiro foi criada pelo decreto de 13 de maio de 1808 para dar continuidade na nova sede do império português ao trabalho executado pela sua homônima lisboeta. Estava subordinada à Secretaria dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, então sob a responsabilidade de d. Rodrigo de Sousa Coutinho. A nova tipografia é criada em um momento no qual o projeto de reforma do império se transforma em um projeto de construção de um novo império português na América, posto em prática com a transferência da Corte. Frente às tensões políticas que essa nova situação criava, a tipografia atuou na legitimação e sustentação daquele projeto político. Dessa forma, a sua função cultural de difundir o conhecimento das Luzes na nova sede do império português se apresentava ao mesmo tempo como uma função política”.

<sup>14</sup> A revista *Correio Braziliense*, também chamado de *Armazém Literário*, veio ao Brasil em 1808, com caráter “Oposicionista e crítico [...], discutia os problemas da Colônia e atravessava o oceano Atlântico para circular por aqui” (MARTINS, 2012, p. 6). Ela não é considerada a primeira produzida em território brasileiro, já que era concebida em Londres, na Inglaterra. Pelas imposições políticas de censura, a clandestinidade foi o caminho para o *Correio*, escrito, editado e impresso pelo exilado brasileiro Hipólito José da Costa (FETTER, 2011; MARTINS, 2021).



dedicada aos médicos, com *O Propagador das Ciências Médicas*. No mesmo ano nasceu a pioneira entre as revistas femininas – *Espelho Diamantino* –, voltada à “Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e Modas dedicados às Senhoras Brasileiras. [...] Tudo isso para deixar a mulher à altura da civilização e dos seus progressos” (SCALZO, 2009, p. 28).

Todas essas publicações tiveram vida curta e sofreram com a falta de recursos, saindo poucas vezes ou uma única vez. Com o lançamento da revista *Museu Universal*, em 1837, com texto leves, acessíveis e ilustrações, adotou-se uma nova fórmula para atingir os leitores e conseguir manter sua periodicidade. Em 1849 ocorreu o lançamento de *A Marmota na Corte*, marcando o início das revistas de variedades que abusavam de ilustrações, textos curtos e humor (SCALZO, 2009).

O início do século XX é marcado pela *Belle Époque*, um período de transformações científicas e tecnológicas de efervescência social, com mudanças na vida cotidiana e nas próprias cidades (MARTINS, 2012; SCALZO, 2009). As revistas acompanham esse desenvolvimento, com a adoção de “múltiplos processos de inovação tecnológica que permitiram o uso de ilustração diversificada – charge, caricatura, fotografia”, atingindo um requinte visual antes inimaginável (MARTINS, 2012, p. 40).

Nesse sentido, destaca-se o lançamento da revista *O Cruzeiro*, em 1928 (MARTINS, 2012). A revista estabelece uma nova linguagem jornalística, com grandes reportagens e uma atenção especial ao fotojornalismo. Seu sucesso abriu espaço para o surgimento de novas publicações voltadas para o jornalismo, alguns mais críticos e investigativos, como a revista *Realidade*, de 1966 (SCALZO, 2009). Depois do fechamento da *Realidade*, a Editora Abril investiu na revista *Veja*, lançada em 1968, inaugurando o gênero de revistas semanais de informação, baseado no molde americano da *Time*<sup>15</sup> e da *Newsweek*<sup>16</sup> (MARTINS, 2012).

A revista *Veja* se mantém, até hoje, a mais vendida, mas não segue sozinha em termos de popularidade, sendo acompanhada de periódicos como *IstoÉ*, da Editora Três, e *Época*, da Editora Globo. Essas revistas contribuem para uma

---

<sup>15</sup> A revista de notícias semanais *Time* está dentre as conhecidas no mundo e com maior circulação. Ela teve destaque após sua primeira edição, em 1923, por ser a primeira a adotar o conceito de revista semanal de notícias. Disponível em: <<https://time.com/section/history/>> Acesso em: 12 Out. 2021.

<sup>16</sup> Semelhante a *Time*, a *Newsweek* é uma renomada revista de notícias semanais. Teve seu lançamento em 1933, com o nome *News-Week*. Disponível em: <<https://www.newsweek.com/about-newsweek>> Acesso em: 12 Out. 2021.

adoção prática de moldes editoriais que tangem a construção midiática das notícias na sociedade, conhecidos como formadores de opinião. Essa característica estabelece uma medida desproporcional “entre as preferências políticas da mídia impressa e a percepção da maioria da sociedade”, que adentram em um novo embate sobre o governo e as suas oposições (MARTINS, 2012, p. 127).

Desse modo, constroem uma “análise isenta [que] dá lugar às acusações sumárias, de dedo em riste. As consequências dessa irresponsabilidade editorial para o processo democrático como um todo são bastante graves” (MARTINS, 2012, p. 127). Isto é, as revistas, utilizando do seu caráter formativo social, implementam narrativas baseadas em coberturas e furos políticos que afetam e transformam diretamente o cenário público-político ao dar preferência a determinadas notícias com base em construções textuais e imagéticas.

A imagem que o leitor compreende da publicação, desse modo, é resultante das suas páginas, na qual o design desempenha seu papel na preparação de textos e imagens que compõem o projeto, aplicando valores teóricos na ordenação de mensagens visuais e textuais, como “hierarquia da informação, ritmo e harmonia de composição” (FETTER, 2011, p. 52).

O objetivo da construção de um projeto consiste na transmissão de uma mensagem, não se medindo somente pela qualidade visual, mas sim como o público-alvo a recebe. E por lidar com aspectos culturais, sociais, econômicos, tecnológicos e ecológicos de um projeto, o design não carrega neutralidade, tendo uma raiz que impacta culturalmente e promove valores em determinados grupos sociais (ROSSI, 2008 *apud* FRASCARA, 2006).

Historicamente, entretanto, as questões políticas estiveram à margem do trabalho do design. Desde a criação da *Deutsche Werkbund*<sup>17</sup>, em 1907, era importante que sua produção não carregasse elementos conscientes de pensamentos políticos<sup>18</sup> e tivesse em foco a plena procura pelo funcional (PORTINARI; NOGUEIRA, 2016). Dessa forma, o design passou a se nortear por

---

<sup>17</sup> Associação Alemã de Artesãos, defendiam a junção do design de alta qualidade com a arquitetura e produtos manufaturados, empregando uma convergência entre arte e tecnologia. N.A.

<sup>18</sup> Nessa época, a recente Revolução Russa movia ideologicamente o imaginário de boa parte da intelectualidade e da classe artística europeias, que acreditavam poder unir seus ideais políticos às práticas profissionais. Os diversos movimentos de vanguarda da época estavam embebidos da ideologia marxista, haja vista o número espantoso de conjuntos habitacionais e operários que a utopia moderna foi capaz de erigir. Neste sentido, a potência política do design e da arquitetura estava em construir uma sociedade mais justa e igualitária” (PORTINARI; NOGUEIRA, 2016, p. 34).



uma criação sistêmica de objetos despidos de subjetividade, politização e pensamentos ideológicos, desvinculando-se dos diversos contextos sociopolíticos. Isto é, sua construção ignoraria a inserção cultural, política, social e econômica do sujeito que a produz, delimitando uma divisão entre criador e receptor. O resultado dessa construção, portanto, seria livre de qualquer elemento subjetivo do seu criador (PORTINARI; NOGUEIRA, 2016).

Na contemporaneidade, no entanto, Moraes e Paraguai (2019) afirmam que é necessário um amplo olhar pelo referencial do cotidiano entendendo os objetos compostos de dinâmicas culturais, com uma superfície linguística para a comunicação. Este novo posicionamento possibilita o debate, fomentando o caráter público acerca das problemáticas da sociedade, caracterizada por um ambiente político de intervenções e apropriações (MORAES; PARAGUAI, 2019).

Com uma pluralidade de meios comunicacionais (revistas, jornais, livros etc.) que necessitam do trabalho do design para contribuir no processo constitutivo de seus projetos de comunicação com a sociedade, cada vez mais se faz necessário compreender a área como um elemento de engajamento social (VILLAS-BOAS, 2009). Então, o design passa a ser compreendido como um discurso, “e como tal espelha a condição cultural na qual e para a qual foi concebido ao mesmo tempo em que contribui para produzir, realimentar ou transformar esta mesma condição cultural” (VILLAS-BOAS, 2009, p. 21). Assim, pode contribuir para o dimensionamento e adoção de manifestações culturais, adotadas pelas massas, para realização de uma atividade instrumental de expressão de valores simbólicos (VILLAS-BOAS, 2009; YAMAMOTO, 2014).

Diante dessa percepção, o design pode dar suporte para que as representações sociopolíticas, utilizando do plano visual, se preocupem diretamente com o direcionamento da informação e seus meios. Dessa forma, é importante entender a área como um campo “do conhecimento [relativo] ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais [...] com objetivo expressamente comunicativo” (VILLAS-BOAS, 2009, p. 27).

E a revista, nesse contexto, utiliza dessas características na sua construção, tanto na capa – como um convite tentador para criar interesse e envolver o leitor – quanto no miolo, para continuar a experiência de oferta da informação, educação e lazer ofertado (FETTER, 2011). Portinari e Nogueira (2016,

p. 43) afirmam que “a vocação do design estaria, portanto, em sua capacidade de construir múltiplas possibilidades de um futuro real, micro-utopias de futuros desejáveis”, possibilitando as diferenciações ao sujeito ativo, pelo teor político de significados e afetos diferenciáveis, uma abertura para novos sentidos desejados.

Assim, “[...] o designer toma as rédeas dos meios de produção e passa a atuar de forma consciente de sua potência de produzir afetos, mas sem almejar controle sobre aquilo que está sendo gerado no outro” (PORTINARI; NOGUEIRA, 2016, p. 43). Assim, desenvolver uma produção gráfica exige entender o potencial de impacto, que está submerso em diversas vertentes.

A “comunicação visual pode beneficiar ou até ser nociva para a sociedade em diversos aspectos (sociais, econômicos, ambientais). Pode, inclusive, servir para persuasão de políticas públicas” (YAMAMOTO, 2014, p. 17). O exercício do design, com a atuação social consciente, precisa ter ações metódicas e informadas, sustentadas nos “valores econômicos, comunitários, educacionais, culturais e sociais” (YAMAMOTO, 2014 apud FRASCARA, 1989).

### **3 MULHERES, GÊNERO E CORPO**

Os emergentes estudos voltados às mulheres possibilitaram a reorganização de diversos campos do conhecimento, fazendo emergir a compreensão das experiências femininas, do caráter pessoal e de suas atividades públicas e políticas (SCOTT, 1990; COLLING, 2014). Essa possibilidade, majoritariamente, deu-se com a utilização do gênero como uma categoria de análise, a qual se encontra interseccionada com a questão de raça e a classe, que são cruciais para uma releitura do passado (SCOTT, 1990).

Sendo assim, a semântica do gênero pode ser inicialmente associada à relação gramatical da língua na qual, como em diversos idiomas, os objetos inanimados e seres vivos possuem um gênero masculino ou feminino (SOIHET; PEDRO, 2007). Entretanto, tentar compreender os sentidos intrínsecos do termo acaba sendo um esforço infundado, já que todas as palavras, assim como as ideias e as coisas, possuem uma história do que querem representar e correlacionar com um significado fixo. Conseqüentemente, desvincular a notação *gênero* da imaginação humana é uma tarefa complexa (SCOTT, 1990).

A amplitude do uso gramatical possibilitou que variações nascessem e/ou fossem adaptadas para outros fins, como a ideia de gênero utilizada pelas feministas para aludir a “organização social da relação entre os sexos” (SCOTT, 1990, p. 72). Não obstante, suas primeiras utilizações como categoria de estudos ocorrem dentre as feministas norte-americanas nos anos 1980, que “queriam enfatizar o caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo” (SCOTT, 1990, p. 72) e usufruir da oportunidade de utilização de uma linguagem de classificação de fenômenos que caminha lado a lado com a neutralidade, sem atribuição do masculino e feminino em sua escrita, funcionando como uma recusa ao determinismo biológico (SCOTT, 1990; PEDRO, 2005; COLLING, 2014).

Essa variação vai ao encontro da escolha de uma palavra que pudesse direcionar a produção teórica para um estudo de compreensão dos sexos e de seus simbolismos, diferindo de uma categoria centrada e estreita, como o voltado para “mulheres” na categoria de pesquisa e ensino (SCOTT, 1990). Portanto, pode-se afirmar que as feministas norte-americanas, nos anos 1980, tentavam fixar o conceito de diferenças pelo comportamento e não pelo sexo biológico, entendendo o gênero como objeto conectado a cultura (PEDRO, 2005).

Dessa forma, a categoria gênero possibilita compreender as relações socioeconômicas e culturais entre mulheres e homens, destacando o caráter relacional entre o feminino e o masculino. Assim, a categoria gênero decodifica construções culturais pela divisão social das ideias de papéis pré-estabelecidos para homens e mulheres, além de oferecer um modo de diferenciar as práticas sexuais atribuídas (SCOTT, 1990). Joan Scott (1990) esclarece que:

Essa utilização enfatiza o fato de que o mundo das mulheres faz parte do mundo dos homens, que ele é criado nesse e por esse mundo masculino. Esse uso rejeita a validade interpretativa da ideia de esferas separadas e sustenta que estudar as mulheres de maneira isolada perpetua o mito de que uma esfera, a experiência de um sexo, tenha muito pouco ou nada a ver com o outro sexo. Além disso, o termo "gênero" também é utilizado para designar as relações sociais entre os sexos. Seu uso rejeita explicitamente explicações biológicas, como aquelas que encontram um denominador comum, para diversas formas de subordinação feminina, nos fatos de que as mulheres têm a capacidade para dar à luz e de que os homens têm uma força muscular superior (SCOTT, 1990, p. 75).

A partir desse entendimento, nota-se que a questão política é diretamente afetada pelas relações de gênero, com destaque para a falta de representatividade

das mulheres no espaço público, em cargos que podem efetivamente intervir na sociedade, como é o caso da política partidária. Nesse sentido, ainda que ocorra visibilidade feminina nesses locais, “não significa, necessariamente, a incorporação de discursos e práticas feministas ou mesmo um deslocamento mínimo em relação às práticas convencionais” (BIROLI, 2010, p. 271). Tal constatação concreta uma barreira inclusiva para diferentes indivíduos e grupos sociais com distintos impactos entre homens e mulheres. Um obstáculo que pode se relacionar ao silenciamento e demérito de perspectivas e vivências relevantes (BIROLI, 2010).

Essa questão é fomentada pela discussão contemporânea movida na distinção do *público* e do *privado* que se dá, especialmente, pela teoria liberal. A relação com o *privado*, correlacionado com a vida pessoal, entende que uma intrusão ou interferência à liberdade vem da necessidade de exceção em parceria com uma justificativa especial. Em contrapartida, o *público* possui uma abertura de interferência pelo seu caráter acessível (OKIN, 2008)<sup>19</sup>.

Assim, ainda de acordo com Okin (2008), mesmo que ocupem funções na esfera pública, com interferência direta na vida ativa, as mulheres chegam a estes espaços carregando uma série de estereótipos e preconceitos relativos à esfera do privado. Ou seja, entram no espaço político a partir de elementos considerados inferiores e ligados à natureza, tais como compaixão, benevolência e cuidados, todos considerados incompatíveis com supostos atributos (força, violência e eloquência) exigidos pela esfera pública.

É válido pontuar que a maioria das feministas do século XIX e do início do XX<sup>20</sup> defendiam seus direitos políticos e oportunidades de trabalho através da argumentação de que seriam mães e esposas melhores “ou que as capacitariam para trazer sua sensibilidade moral especial, desenvolvida na esfera doméstica, para o mundo da política” (OKIN, 2008, p. 312). Ou seja, ainda quem elas lutassem contra a subordinação jurídica e exigissem direitos iguais no âmbito *público*, aceitaram a condição associativa direta da esfera *privada* e da naturalização das responsabilidades domésticas. Isso porque tais mulheres, oriundas das classes

---

<sup>19</sup> Ademais, ao se tratar das esferas, a terminologia de público e privado carrega ao menos duas significações que se aplicam em distintos conceitos centrais. Caracterizando seu uso “tanto para referir-se à distinção entre Estado e sociedade (como em propriedade pública e privada), quanto para referir-se à distinção entre vida não-doméstica e vida doméstica” (OKIN, 2008, p. 306). Portanto, esse artigo utilizará dos termos alternadamente visando ao mesmo fim teórico-prático. N.A.

<sup>20</sup> Na primeira onda do feminismo. N.A.

médias, tinham como principal interesse a ampliação dos direitos políticos, entendendo que entre suas condições de existência estavam o papel de mães e de esposas.

De acordo com Flavia Biroli (2010), a sub-representação política das mulheres causa dois grupos de problemas. O primeiro associado às democracias liberais, em que a liberdade coexiste com exclusão sistêmica de grupos sociais específicos, e o segundo ligado “à manutenção das mulheres em posições subalternas” em sociedades nas quais sua presença política foi universalizada. Da mesma forma, essa sub-representação se espelha também na mídia<sup>21</sup>, em que são reforçados por estereótipos e a posição marginal das mulheres na política (BIROLI, 2010, p. 271).

Os filtros utilizados sobre as mulheres, designando a sua atuação em sociedade, recaem sobre separações tradicionais que tangem o íntimo, na esfera doméstica, referente às emoções e ao corpo. Essa forma de compreender o feminino, a partir de atributos de domesticidade, criou as condições para utilização discursiva baseada no suposto desinteresse e falta de habilidade das mulheres para cargos públicos, refletindo assim seu suposto não pertencimento à esfera pública (BIROLI, 2010). Assim, a dualidade opositiva entre feminino, espaço privado, e masculino, espaço público, concretiza e reafirma a divisão hierárquica que corrobora com a marginalização das mulheres na política (OKIN, 2008).

As desigualdades entre os homens e mulheres, no trabalho e na política, são inextricavelmente causais às desigualdades dentro da família, no *privado*. Assumir uma distinção e uma divisão operaria “no sentido de reificar e, assim, legitimar a estrutura de gênero da sociedade, e de proteger uma esfera significativa da vida humana [...] do exame atento ao qual o político é submetido” (OKIN, 2008, p. 315). Da mesma forma, a representação midiática dos estereótipos de gênero é gerada pela dinâmica social de definição dos papéis sociais, hierarquicamente distintos, entre mulheres e homens dentro dessa estrutura (BIROLI, 2010).

A divisão entre feminino e masculino, para além da domesticidade, também se estabelece por meio de discursos universalizados que delimitam e normatizam os campos de ações dos sujeitos. Para as mulheres, caberia se

---

<sup>21</sup> Biroli (2010, p. 271) compreende a mídia como uma “esfera que participa ativamente da reprodução ou da transformação de práticas, valores e instituições que configuram as formas atuais da representação e da participação política nas democracias e legitimam as formas assumidas pelas relações de gênero”.

apresentar em diversas instâncias da vida a partir de papéis sociais fundamentados em discursos de incompatibilidade entre o público e o privado (BUENO, 2013). Esses discursos referem-se aos papéis que devem ser exercidos pelas mulheres na sociedade, em especial, sobre a maternidade, cuidado e criação dos filhos (OKIN, 2008). Na sociedade contemporânea, a função social da mulher estaria em garantir a reprodução da espécie em favor do capital, como mão de obra. Função esta que só seria plenamente realizável no espaço doméstico, longe dos problemas e das disputas existentes no espaço público.

Assim, a suposta natureza feminina universal estaria ligada às competências relacionadas ao “sentimento, intuição, domesticidade, inaptidão, passividade” imprescindíveis ao doméstico, já as masculinas “seriam a racionalidade e praticidade” essenciais para o sucesso na esfera pública (BUENO, 2013, p. 27). Tais qualificações contribuíram e reforçaram constantemente a imagem de feminilidade<sup>22</sup> padrão, que sustenta uma divisão social com base em normativas, padrões morais e modelos de corpos que ditam o que se considera aceito e/ou compreendido como feminino e masculino (BUENO, 2013, apud SWAIN, 2001).

O surgimento desse discurso estaria, portanto, atrelando as mulheres à esfera privada, por meio da realização de tarefas ligadas aos cuidados da família e a maternidade. Tudo que viria sair desse espaço, como “a vida intelectual, a busca pelo conhecimento, a manipulação da força, entre outros atributos”, já não caberiam à mulher (BUENO, 2013, p. 28). Assim, supostamente incapazes de agir na esfera pública, as mulheres deveriam se dedicar à manutenção do casamento e da família, por meio de atividades consideradas femininas.

Neste conjunto de funções estava a manutenção da beleza e de um corpo saudável e esbelto, capaz de atrair a atenção masculina, servindo de entretenimento e satisfação aos olhos de homens que cotidianamente “enfrentam” diversas dificuldades em nome do sustento familiar (WOLF, 1992; POSSENTI, 2018). Essa

---

<sup>22</sup> Estabelecer a feminilidade como um discurso compreende sua parte cultural histórica dos séculos XVIII e XIX na nascente do modelo burguês de sociedade. As mulheres eram relacionadas a qualidades, atributos e limitações, ditos como feminilidade, aplicado a todas as mulheres pelos aspectos físicos, em especial à capacidade procriadora (BUENO, 2013). A posição e função social eram definidas pela maternidade, onde o privado se tornava o espaço de excelência para cuidado da família como sua responsabilidade. Reafirmando esta atividade, “determinados predicados se tornaram essenciais, fazendo parte do que é considerado feminino, como a docilidade, o recato e a subserviência” (BUENO, 2013, p. 28). Por tanto, ainda que homens e mulheres fossem iguais biologicamente, o traço “natural” de “irracionalidade, passionalidade e dependência emocional” (FABRÍCIO, 2004, p. 240) nas mulheres impediriam que elas atuassem na vida pública, econômica, acadêmica e intelectual. Essas atividades estariam voltadas aos homens, por apresentarem características próprias na biologia masculina que justificassem isso (FABRÍCIO, 2004).



forma de perceber o feminino contribuiu e sustentou a institucionalização da exclusão feminina da esfera pública, de cargos políticos eletivos, constituindo uma *pseudolegitimação* das mulheres como desinteressadas de participar efetivamente da política supostamente percebida “coisa de homens” e voltarem sua atenção ao que seria “natural”, a domesticidade e os cuidados (BIROLI, 2010).

Essa naturalidade estaria ligada ao espaço privado, associado às atividades domésticas e à maternidade, instituídas nos valores práticos patriarcais, onde o eixo se estabelece no “desinteresse feminino pela política, o silêncio sobre a atuação pública das mulheres e, no limite, a reprodução de estereótipos de gênero” (BIROLI, 2010, p. 274). Não obstante, essa desigualdade baseada no gênero chega no mercado de trabalho, por meio da divisão sexual que mantém as mulheres desvalorizadas e com menores salários. Isso fortalece uma escolha econômica “racional” em muitas famílias, estimulando “que as mulheres sejam responsáveis pela criação das crianças, o que mantém todo o ciclo de gênero em curso” (OKIN, 2008, p. 317).

Aquelas que ainda conseguem transitar entre esses espaços são vinculadas a uma sensibilidade moral especial, desenvolvida na esfera doméstica, e que é pouco valorizada na esfera pública (OKIN, 2008). Fundamentados nestas representações de feminilidade, quando as mulheres chegam a postos e cargos públicos são percebidas como portadoras de sensibilidade intensa, com frequência instabilidade e histeria emocional, comportamento obsessivo, infantilidade e fragilidade mental e corporal (FABRÍCIO, 2004).

Baseados nessa forma de perceber o feminino, os meios midiáticos, através de seu aparato técnico e discursivo, ratificam interações e percepções estereotipadas dos indivíduos em sociedade, reorganizando e afirmando valores simbólicos que são reproduzidos culturalmente (BIROLI, 2010). Em sua essência, os responsáveis pela produção de tais discursos carregam pensamentos e interesses sociais que são direcionados a um resultado desejável. Como decorrência, as representações das mulheres reforçam os estereótipos ligados aos papéis tradicionais de gênero (BIROLI, 2010).

As representações de feminilidade nas mídias precisam considerar as “associações tradicionais entre o que se entende por feminino e os papéis e expectativas relacionados à esfera privada” (BIROLI, 2010, p. 279). Deste modo, a

presença das mulheres na atuação política não assegura uma mudança social às práticas e discursos convencionais nas relações de gênero, mas, sim, demonstram que sua baixa presença, ou total exclusão, definida pelos “estereótipos, indica, no entanto, que os filtros que definem quem estará presente no noticiário, e como estará presente, incidem diferentemente sobre homens e mulheres” (BIROLI, 2010, p. 279).

#### 4 MÉTODO E ANÁLISE

A partir das discussões anteriormente estabelecidas, embasadas no design editorial e na categoria de gênero, busca-se analisar seis capas de revistas – sendo elas da *Veja*, *Istoé* e *Época* – nos anos de 2015 e 2016, período *pré-impeachment*, que destacam a presidenta Dilma Rousseff como matéria principal. A escolha das revistas deu-se pelo seu caráter de formador de opinião, e sua abrangência nacional, visto que estão dentre as principais revistas de informações semanais que circulam no Brasil (ASSIS, 2010). Com esta análise, pretende-se identificar o potencial dos semanários em difundir normas e padrões de gênero acerca de mulheres que chegam no espaço político.

A *Veja* é a revista semanal informativa mais vendida e lida do Brasil, sendo a única da categoria de informação no mundo que desfruta de tal situação<sup>23</sup>. Seu nascimento inaugurou o gênero de notícias semanais no país, com páginas repletas de texto e poucas páginas coloridas, o que causou certo estranhamento dentre o público ainda não familiarizado com o gênero (MARTINS, 2012). Seu lançamento, pela Editoria Abril, ocorreu em 1968, com uma ampla publicidade de divulgação. Em sua primeira edição esgotou setecentos mil exemplares, e em 1971 passou a adotar um formato de vendas por assinatura, o que hoje representa mais de 80% da sua tiragem<sup>24</sup> (MARTINS, 2012).

Já a *Istoé* e *Época* surgiram posteriormente utilizando os mesmos moldes da *Veja*, ou seja, como revistas de informações gerais. A *Istoé*, publicada semanalmente pela Editora Três, teve seu lançamento em 1976, em meio à ditadura

---

<sup>23</sup> Em outros países, as revistas mais vendidas normalmente são as relacionadas a assuntos da televisão (SCALZO, 2009).

<sup>24</sup> Atualmente, a tiragem das revistas impressas está em baixa, mas a queda é ainda mais destacada para a *Veja*. Em 2014 chegou a vender um milhão de impressos, reduzindo-se por conta do advento das revistas e jornais digitais. Em 2019 a revista já contava com 217 mil exemplares, e em 2020, com somente 144 mil (PODER 360, 2021). Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/revistas-em-2020-circulacao-impressa-e-digital-despenca/>> Acesso em: 26 Set. 2021.

militar, com matérias e temas que polemizaram as discussões e acontecimentos nacionais. De início, sua publicação era mensal, mas a partir da décima edição passou a ser semanal (ASSIS, 2010). Já a revista *Época* surgiu em 25 de maio de 1998, publicada pela Editora Globo, como mais uma opção no mercado de mídia. Assim como as demais revistas, aborda temas relacionadas à atualidade, visando estabelecer uma parceria e confiança com a sociedade (ASSIS, 2010).

Para cumprir com o objetivo do trabalho, utilizou-se da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). O método é composto por um conjunto de técnicas de análise que, pela descrição objetivada, sistematiza, quantifica (ou não) e interpreta uma comunicação. Sua escolha deu-se pelo detalhamento processual e pela contextualização da leitura que busca compreender e utilizar dos significados sociais, políticos, psicológicos e históricos que corroboram para a análise de gênero das capas. A autora organiza a análise de conteúdo em três partes: “a pré-análise; a exploração do material; o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação” (BARDIN, 2011, p. 124).

De acordo com Bardin (2011), a primeira etapa é a pré-análise, caracterizada como o momento organizacional do material que constituirá o *corpus* de toda a investigação. Objetiva operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais, conduzindo a um esquema preciso de progresso das operações sequenciais no plano de análise. É nessa fase que ocorre o processo de *leitura flutuante* e a definição de regras para constituir o *corpus*.

A *leitura flutuante* consiste no estabelecimento de um contato com o material que se deseja analisar e conhecer, invadindo-se pelas primeiras hipóteses e objetivos do trabalho, servindo de base para *escolha dos documentos* – chamado de *constituição do corpus* –, sendo o momento de escolha sobre quais dados serão analisados. O universo dos dados (gênero documental sobre o que se pode analisar) pode ser definido antes da *constituição do corpus* e, caso não seja possível, é um recorte do objeto. Ele, obrigatoriamente, segue um protocolo de seleção de acordo com o objetivo do estudo.

A escolha do *corpus* implica a concordância e estabelecimento de quatro regras, como traz Bardin (2011): *Regra da exaustividade*, definido o *corpus* é preciso considerar todos os elementos deles. Portanto, não se pode deixar de fora qualquer um dos elementos que não possa ser justificado no plano do rigor;

*representatividade*, em que a análise pode utilizar de uma amostra para falar do todo, já que será generalizado; *homogeneidade*, onde os documentos analisados devem ser homogêneos, obedecendo os critérios precisos de escolha, e por último a *pertinência*, com documentos adequados enquanto fonte de informação, de tal forma que corresponda ao objetivo que origina a análise.

Na etapa da *leitura flutuante*, verificou-se que as capas das revistas semanais possuem temáticas de notícias semelhantes, acompanhadas pelos acontecimentos que sucedem sua circulação – foram avaliadas 60 capas, dessas, 20 de cada editora. As notícias tendem a ser variadas, mas guiadas pela repercussão que tomam com os leitores, servindo de termômetro para como prosseguir com a repetição do mesmo assunto.

A presidenta Dilma Rousseff entrou em foco com sucessivas capas direcionadas a sua gestão política durante seu governo, incentivadas pelo *impeachment* – as editoriais aumentaram sua frequência de publicações voltadas para Dilma durante o período da sua reeleição, em 2014, até o golpe, em 2016. As notícias direcionam as responsabilidades dos problemas econômicos para a falta de conhecimento econômico e político, como também para “a falta de um controle emocional” para lidar com as adversidades.

Esta narrativa alia-se à tradicional imagem da mulher como sujeito incapaz de atuar na esfera pública, política, pois esse espaço necessita de frieza e cálculo elaborado das ações e decisões a serem tomadas, o que por sua vez seria incompatível com o temperamento dito feminino, instável e incontrolável. Para Okin (2008), a esfera política geralmente está dissociada do feminino, pois ela supostamente exigiria força, vigor, controle e capacidade de negociação, características não encontradas na esfera doméstica, espaço destinado às mulheres.

Após o primeiro contato com as revistas *Veja*, *Istoé* e *Época*, percebeu-se que as revistas que trazem em destaque a Dilma Rousseff tendem a direcionar e focalizar sua representação no corpo, rosto e expressão. Dando procedência para a delimitação do *corpus*, estabeleceu-se um recorte temporal e quantitativo de revistas para serem analisadas. Estabeleceu-se duas capas de revistas, uma por ano, entre 2015 e 2016 –, o período foi definido por mais capas que discutem a atuação da

presidenta Dilma Rousseff devido ao momento de *impeachment* que o seu governo enfrentava.

Os dados obtidos foram submetidos às regras estabelecidas por Bardin (2011), para realizar a *constituição do corpus*. A *regra da exaustividade* foi articulada a partir da avaliação das capas dentro do período definido, não deixando de fora qualquer uma das opções que se enquadrem na pesquisa. A *representatividade*, por sua vez, estabeleceu-se por meio de uma delimitação de datas, entre 2015 e 2016, que priorizam a presença de Dilma Rousseff nas capas, com matérias voltadas diretamente a ela.

No campo da *homogeneidade* escolheu-se a semelhança de estrutura e função em suas capas, obedecendo o critério de busca *on-line*, e por fim, a *pertinência*, ou seja, a *escolha dos documentos* de acordo com o objetivo da análise, viabilizando um agrupamento de dados que possibilitam compreender a representação do gênero feminino – a figura de Dilma Rousseff – nas capas das revistas.

Assim, nosso *corpus* foi definido a partir de possíveis representações do gênero feminino – no que tange ao corpo e às relações emocionais da presidenta – e delimitadas pela homogeneidade das discussões políticas presentes. Como resultado, optou-se pelas capas da Revista *Veja* edição Nº 2455 de 2015 e Nº 2474 de 2016; da Revista *Istoé* Nº 2381 de 2015 e Nº 2417 de 2016 e da Revista *Época* Nº 902 de 2015 e Nº 928 de 2016 (Figura 1).

Figura 1 – Capas das Revistas *Veja*, *Istoé* e *Época* direcionadas para a presidenta Dilma Rousseff



Fonte: *Veja* (2021, online)<sup>25</sup>; *Istoé* (2021, online)<sup>26</sup> e *Época* (2021, online)<sup>27</sup>.

Após a conclusão da primeira etapa, é possível adentrar na etapa de **exploração do material**, a qual Bardin (2011) ressalta como a mais longa e fadigosa do método, visto que aqui os resultados da pré-análise são explorados. É o momento de codificação dos dados brutos, sendo organizados e agregados em unidades comuns, passíveis de leitura. Nesta fase é realizada a *referenciação dos índices* e a *elaboração dos indicadores* que, como o nome adianta, é o momento em que são escolhidos os índices, ou seja, os temas que aparecerem recorrentemente no *corpus* e as unidades de registro. E a *codificação* ou escolha das categorias permite um recorte com base nas unidades de registros, apontando elementos comuns, permitindo o agrupamento com base nas características partilhadas entre os recursos.

Ao aprofundar nas capas das revistas, o *corpus* da análise foi repartido em quatro diferentes *categorias*, que se distinguem pelos diferentes sentidos

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/>>. Acesso em: 30 Set. 2021.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://istoe.com.br/edicoes/page/10/>>. Acesso em 30 Set. 2021.

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/edicoes-anteriores/>>. Acesso em: 30 Set. 2021.



atribuídos pelas representações de gênero presentes. A **violência** é a categoria que aborda ataques direcionados nas capas para a ex-presidente, atrelado às conotações agressivas em sua construção gráfica – são consideradas as capas que subentendam uma ferocidade direcionada ao lado físico, como rosto e corpo.

O **descontrole** aborda as capas que tratam Dilma Rousseff como instável, na busca por um enfoque rígido em ação e gestão – identificado em *corpus* que direcionam a matéria principal para a emoção associada à política. A **inaptidão** é uma categoria que remete à suposta falta de habilidade em manejar determinados assuntos, representado por traços de um semblante simples e que, supõe-se, não entender sobre o que lhe é requerido – está atrelado às expressões físicas e suas representações na capa, com pouca expressão e vivacidade pela falta de saturação da imagem.

E, por último, a **indiferença**, aparentando pouco importar uma coisa como o contrário dela, estando em tranquilidade ao não se envolver com alguma situação política – se percebe pela falta de destaque para uma expressão facial eloquente ou ao realizar outra atividade.

Os elementos acima destacados tradicionalmente são mobilizados por nossa sociedade quando se busca desqualificar o feminino. Descontrole, inaptidão e indiferença são traços marcadamente femininos quando se refere à esfera pública e o espaço político, isso porque em diferentes momentos históricos e em diferentes civilizações as mulheres são criadas desde a infância para assumir tarefas domésticas, cuidar da família e criar seus filhos e filhas, atividades que supostamente não requerem elementos da cognição, pois são consideradas natas em todas as mulheres (BIRILO, 2010). Outro elemento que aparece é a violência, que neste caso não se trata de força física, mas de uma violência simbólica, que é manipulada para desqualificar e inferiorizar as mulheres a partir de traços considerados femininos.

Durante a última etapa – **o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação** – os dados são tratados a fim de transformá-los em significativos e válidos. O analista poderá propor as inferências e adiantar interpretações, podendo descobrir ocorrências inesperadas que dão aporte para possíveis novas análises de conteúdo. Para isso, é necessária a retomada à fundamentação teórica já construída, visando usá-la de alicerce e usufruir de suas perspectiva para a

investigação – estabelecendo uma relação entre dados e teoria que dão sentido à interpretação.

As interpretações sempre serão no sentido de compreender o profundo discurso que está por trás da suposta realidade – que fala além do que é mostrado (BARDIN, 2011). Diante desta perspectiva as capas selecionadas foram analisadas por meio da categoria analítica de gênero, pois através desta perspectiva conseguimos apreender significados e símbolos utilizados pelos periódicos com a intencionalidade de desqualificar a atuação de Dilma Rousseff na Presidência da República.

De início, a categoria que mais se destaca dentre o *corpus* da pesquisa é **descontrole**, com capas que abordam a relação emocional da presidente e, conseqüentemente, sua incapacidade de gestão – os sentimentos de como a mulher se porta perante uma adversidade se coloca em debate, objetivando um ataque estruturado pelas relações de gênero (BIROLI, 2010; BUENO, 2013).

Figura 2 – Capa da *Istoé* (Edição Nº 2417) na categoria descontrole



Fonte: *Istoé* (2021, online).

Figura 3 – Capa da *Istoé* (Edição Nº 2381) na categoria descontrole



Fonte: *Istoé* (2021, online).

A capa da *Istoé* (Figura 2) traz a imagem da presidenta Dilma Rousseff em destaque, focando no rosto, enfatizado pelas expressões faciais contrastantes, transmitindo a ideia de estar gritando – em meio a um ataque de fúria. Sua face centralizada, sem outros elementos imagéticos externos, direcionam a intenção construtiva da capa para Dilma e seus sentimentos. Por si só, a foto ressalta a ideia de descontrole e loucura, mas o texto articula para uma formação concreta

manipuladora de sentido. É presente o título principal em caixa alta, “as explosões nervosas da presidente”, seguido do texto secundário, que destaca com diferentes cores ações de Dilma no intuito de confirmar seu descontrole, como “surtos de descontrole”, “quebra móveis dentro do Palácio”, “grita com subordinados e xinga autoridades” e “perde [...] as condições de conduzir o País”.

Tais representações imagéticas e discursivas vão ao encontro de tradicionais representações do feminino, quase beirando a histeria, “condição” está atrelada intimamente ao feminino. De acordo com Ana Maria Colling (2014), a histeria e o descontrole foram utilizados como elementos que justificavam a ausência das mulheres dos espaços de controle, da vida pública, pois, dadas aos sentimentos e os rompantes animais, seriam incapazes de conduzir e fazer escolhas para o bem comum, elementos essenciais da política.

O tom crítico e ríspido da capa visa transmitir seu comportamento emocional como presidenta na véspera do *impeachment* ao persuadir o público com sensacionalismo textual e uma imagem sem um contexto concreto. Esses ataques à personalidade de Dilma vão de encontro aos atributos de feminilidade, como a passividade e benevolência, requeridos pela sociedade patriarcal de uma mulher. Ainda que a mulher adentrasse a esse espaço público, se faria necessário agir com tranquilidade – voz baixa, compreensão e acolhimento –, e com uma sensibilidade moral, sem perder a postura de uma “boa mulher”.

A capa da *Istoé* (Figura 3) aborda com uma construção imagética semelhantemente as expressões de Dilma, apresentando o descontrole pela desorientação dos seus sentidos – ela aparenta estar assustada, com linhas de expressão destacadas ao redor dos olhos, protrusão dos lábios e olhar fixo no objeto causador da emoção. A sensibilidade sentimental do gênero feminino estaria aflorada, incapaz de agir aos relatos de escândalo político descrito no texto, sem conseguir reagir com a racionalidade que, supostamente, somente um homem teria (BUENO, 2013; OKIN, 2008; WOLF, 1992). De acordo com Sirio Possenti (2018, p. 583):

O fato de Dilma Rousseff ser mulher – a primeira a exercer a presidência do Brasil – nunca deixou de funcionar como um ingrediente nas avaliações a que foi diariamente exposta, seja quando foi elogiada (como no período da “faxina”, no início de seu primeiro mandato), seja quando criticada, clara ou veladamente, por ser “confusa”, “irritadiça”, “mandona” ou “autoritária”. Eventualmente, por parecer estar “fora de si”.

No que diz respeito à **violência**, as capas da *Veja* (Figura 4) e *Época* (Figura 5) retratam um discurso de ódio relacionado a Dilma – ora o ataque é direcionado a ela e noutra momento é incitado por ela. Na capa da *Veja* (Figura 4) Dilma é representada em um cartaz com uma imagem sorridente e utilizando a faixa presidencial – maior título de poder no país –, sob um fundo de parede de cimento. A serenidade da foto é quebrada pelos rasgos violentos direcionados ao rosto dela, sustentados pelo texto principal, “Fora do Baralho”.

O sentido construído pelas junções dos signos visuais e textuais remetem ao ataque centralizado no descarte/exclusão/eliminação da presidenta do poder. De acordo do Sirio Possenti (2018, p. 584), em seus dois mandatos como presidenta do Brasil Dilma Rousseff “foi alvo de repulsa e de desprezo, de agressões psicológicas e de avaliações negativas” que legitimaram ataques misóginos e justificaram inúmeros atos de violência dos quais cita como principais indicativos:

- (a) na abertura da Copa das Confederações, em 2013, no estádio do Maracanã, com platéia constituída basicamente por pessoas da classe média (sem “povo”), ao anúncio de sua presença a plateia respondeu com um coro de “Dilma, vai tomar no cu”;
- (b) montagem com seu rosto encimando uma “mulher” de pernas abertas sendo penetrada pelo instrumento com que se enche o tanque de combustível dos carros (tratava-se de um adesivo que podia ser comprado para ser colado nos carros...). Nem é necessário comentar esses fatos, tão clara é sua significação e sua agressividade contra a mulher Dilma (POSSENTI, 2018, p. 586).

Figura 4 – Capa da *Veja* (Edição Nº 2474) na categoria violência



Fonte: *Veja* (2021, online).

Figura 5 – Capa da *Época* (Edição Nº 928) na categoria violência



Fonte: *Época* (2021, online)

Na capa da revista *Época* (Figura 5) Dilma é retratada como alguém pronta para a violência, ir à guerra, para lutar por seus ideais. Utilizam de uma imagem sem saturação, junto da tintura facial, para relacioná-la a um combatente de guerra. A parte textual questiona sua capacidade política ao considerar o enfrentamento do golpe que se arquitetava contra o seu governo pelo *impeachment* – por ficar firme aos seus ideais, é considerada instável e agressiva. Assim, as sentidos violentos mesclam nas capas um discurso convincente contra a presidenta, dando aporte para a violência de gênero direcionado ao seu corpo e a moral.

Na **indiferença**, a representatividade feminina na política é colocada em xeque devido à relação sociocultural construída entre os gêneros e o espaço público. O que se relaciona para além do doméstico supostamente não seria de interesse da mulher, que portanto não direcionaria sua atenção para esta esfera da existência. Na capa da *Época* (Figura 6) Dilma é representada em foco, com um fundo preto, destacando a totalidade do seu corpo. A predileção pela imagem sustenta elementos corpóreos como as mãos e pernas cruzadas, imóvel – por estar sentada, sem nenhum movimento aparente – e olhando ao relógio em seu pulso.

A falta de expressividade física é complementada com o texto, ao supor que ela seria uma “Presidente sem poder” suficiente. Como resultado significativo, a presidenta estaria desinteressada dos assuntos de interesse público e político, esperando que o tempo passasse para não participar da política – um espaço considerado masculinizado. Assim, de acordo com Ana Colling (2014, p. 24), a sociedade ocidental destinou “aos homens o espaço público, político, onde centraliza-se o poder; à mulher, o privado e seu coração, o santuário do lar. Fora do lar, as mulheres são perigosas para a ordem pública”.



Figura 6 – Capa da *Época* (Edição N<sup>o</sup> 902) na categoria indiferença



Fonte: *Veja* (2021, online).

De modo final, na categoria **inaptidão**, exacerba-se a concepção da inaptidão feminina para cargos que tangem à esfera pública, sendo estes relacionados à intelectualidade e busca pelo conhecimento que caberiam aos homens. Essa forma de perceber as mulheres contribui para a institucionalização da exclusão categórica de cargos políticos (BIROLI, 2010).

Figura 7 – Capa da *Veja* (Edição N<sup>o</sup> 2455) na categoria ignorância



Fonte: *Veja* (2021, online).

A capa da *Veja* (Figura 7) constrói um sentido simplista de Dilma, isto é, alguém que porta um semblante de desconhecimento sobre a temática apresentada



– estabelecido pela relação imagética, com fundo escuro e pouca vivacidade devido à baixa saturação da foto. Essa naturalidade de não compreensão e pertencimento sobre o espaço político estaria sujeitando a mulher aos valores práticos patriarcais, ou seja, ao ambiente doméstico (BUENO, 2013; OKIN, 2008).

Os textos reforçam essa exclusão do espaço privado ao ressaltar que “sem Dilma, a confiança volta” e que seu golpe seria pela incompetência como governadora – visto que supostamente uma mulher não saberia lidar com a presidência. De maneira geral, as mulheres que ousam sair de seu espaço tradicional, reivindicando a política e o espaço público, são vistas como “transgressoras destas normas [e] tornam-se homens, traindo a natureza, transformando-se em monstros. Estes limites da feminilidade, determinados pelos homens, são uma maneira clara de demarcar a sua identidade” (COLLING, 2014, p. 24).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Buscamos por meio desta pesquisa compreender a importância e o impacto do design editorial no espaço político. Durante muito tempo considerada neutra e objetiva, a produção cultural resultante do design foi considerada apolítica e, portanto, um campo que respondia meramente às necessidades objetivas da sociedade. Por meio da análise das capas das Revistas *Veja*, *Istoé* e *Época*, ancorados na análise de conteúdo e nos estudos de gênero, podemos perceber a potência do design editorial no campo da política, e para além dele, na própria vida cotidiana, como perpetrador de normas e padrões baseados em visões tradicionais de gênero.

Os sentidos construídos nas capas das revistas *Veja*, *Istoé* e *Época* levam o leitor a considerar Dilma Rousseff como louca, descontrolada e outros adjetivos que atacam cruelmente seus aspectos emocionais. Ficou evidente que as diferentes capas buscaram criar um discurso que desqualificava Dilma Rousseff na condição de presidenta do Brasil, recorrendo constantemente a atributos e estereótipos que ressaltam as desigualdades entre homens e mulheres, sobretudo no campo da política. A dominação masculina nesses espaços políticos relativizam os ataques direcionados para as mulheres, com a justificativa de não pertencerem a esse espaço público.

Diante desse contexto, esse artigo conseguiu responder ao problema de pesquisa ao compreender como as mulheres em cargos de poder são representadas nas capas de revistas pelos estereótipos de gênero que são socialmente construídos. O objetivo geral do trabalho foi concluído ao analisar a representação do gênero presente nas seis capas de revistas.

Assim como os objetivos específicos, em que foi identificado o design editorial como atuante na relação cultural em suas produções gráficas, discutido o design como ferramental cultural e de atuação política e, por fim, compreendido o gênero como categoria de estudo e abordagem teórico prática. E portanto, torna-se possível realizar novos estudos que considerem um período temporal mais amplo e quantitativamente maior, considerando mais capas e revistas para realizar análises.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, Edjane Gomes de. **Veja, Istoé e Época**: recontando a história no universo midiático. 2010. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/6305>>. Acesso em: 02. Nov. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRA, Sérgio Hamilton da Silva. A Impressão Régia do Rio de Janeiro e a colonização dos sertões na construção do novo império português na América (1808-1822). **Topoi** (Rio de Janeiro) [online]. 2015, v. 16, n. 31, p. 442-464. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/2237-101X016031004>>. Acesso em: 19 Set. 2021.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello Brandão; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 44-57

BIROLI, Flávia. Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras: ausências e estereótipos. **Cadernos Pagu** [online]. 2010, n. 34, p. 269-299. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/HgrSHSrY5xLSQGB3WSjv8cm/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 21 Ago. 2021.

BUENO, Juliana Fleig. **A mulher (re)paginada**: as representações da “nova mulher” e o discurso de beleza na revista Nova Cosmopolitan na década de 1980. 2013. Dissertação (Mestrado em História) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/32362>>. Acesso em: 02 Set. 2021.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Editorial design**. London: Laurence King, 2007.

CARDOSO, Yasmin Ribeiro Gatto; SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. Dilma, uma “presidente fora de si”: O impeachment como um processo patriarcal, sexista e midiático. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, vol.3, n. 2, p.45-65, Jul/Dez 2016. Disponível em: < <http://repositorio.ufes.br/handle/10/11447>> Acesso em: 25 Set. 2021.

COLLING, Ana Maria. **Tempos diferentes, discursos iguais: a construção do corpo feminino na história**. Dourados, MS: Editora UFGD, 2014.

FABRÍCIO, Branca Falabella. Mulheres emocionalmente descontroladas: identidades generificadas na mídia contemporânea. **DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada** [online]. 2004, p. 235-263. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0102-44502004000200003>>. Acessado em: 04 Set. 2021.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986-2010)**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/30193>> Acesso em: 12 Set. 2021.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design editorial e publicação multiplataforma. **Intexto**. n. 34, p. 571-588, set./dez. Online. 2015. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/58547/35502>>. Acesso em: 17 Ago. 2020.

MARTINS, Ana Luiza. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

MEGGS, Philip. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MORAES, Ágatha; PARAGUAI, Luisa. **Arte de rua: objetos-resistência**. DATJournal, Volume 4, n.2, dez 2019. p. 60-68.

OKIN, Susan Moller. Gênero, o público e o privado. **Revista de Estudos Feministas**. Ano 16. Vol. 02. Florianópolis: UFSC, 2008. p. 305-332. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ref/a/4MBhqfxYMpPPPkqQN9jd5hB/?lang=pt>>. Acesso em: 04 Mai. 2021.

PORTINARI, Denise Berruezo; NOGUEIRA, Pedro Caetano Eboli. Por um design político. **Estudos em Design**, Volume 24, n.3, dez 2016. p. 32-46. Disponível em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/379>>. Acesso em: 11 Nov. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Casar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PEDRO, Joana Maria. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História**, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 77-98, 2005. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/his/a/fhHv5BQ6tvXs9X4P3fR4rtr/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 14 Abr. 2021.

PEDRO, Joana Maria. Relações de gênero na pesquisa histórica. **Revista Catarinense de História**, n. 2, p.35-44, 1994

POSSENTI, Sírio. A misoginia como condicionante do golpe de 2016 no Brasil. **Discurso & Sociedad**, v. 12, n. 3, p.581-593, 2018. Disponível em: <[http://www.dissoc.org/ediciones/v12n03/DS12\(3\)Possenti.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v12n03/DS12(3)Possenti.pdf)>. Acesso em: 08 Nov. 2021.

ROSSI, Geraldo Abud. **O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas**. 2008. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/91993>>. Acesso em: 12 Set. 2021.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul./dez., p. 71-99, 1995. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>>. Acesso em: 24 Mai. 2021.

SOIHET, Rachel; PEDRO, Joana Maria. A emergência da pesquisa da história das mulheres e das relações de gênero. **Revista Brasileira de História** [online]. 2007, v. 27, n. 54, p. 281-300, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/QQh4kZdCDdnQZjv6rqJdWCc/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 15 Mai. 2021.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.  
\_\_\_\_\_. **O que é e (o que nunca foi) design gráfico**. 6a Ed. ampl. Rio de Janeiro. 2AB, 2007.

YAMAMOTO, Ricardo Kenji Kunitake. **Papel Social do Designer Gráfico: Realidades e Premissas**. Faculdade de Design, FAU USP, São Paulo, 2014.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.