

## **REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA PROPAGANDA ELEITORAL**

### **Análise de Discurso da comunicação feminina no período eleitoral de 2022.**

ARAÚJO, Vitória Barbosa<sup>1</sup>;

GIANNOTTI, Marcos<sup>2</sup>;

#### **RESUMO**

Este artigo aborda o problema da baixa participação de mulheres na política e tem como objeto de pesquisa a propaganda eleitoral de candidatas a deputadas federais durante as eleições de 2022 no Brasil, com o objetivo de identificar as estratégias discursivas, os elementos de linguagem e as funções desse tipo de processo comunicacional. Como procedimentos metodológicos de investigação, utilizamos pesquisa bibliográfica para fundamentação teórica e formação do corpus, adotamos Análise de Discurso, pautada no contrato de comunicação de Charaudeau (2006) (O CONTRATO, 2015), com apoio do modelo comunicacional de Massimo Canevacci (TIPOLOGIA, 1990), com as linguagens constituintes do discurso publicitário. Os resultados deste estudo buscam discutir de que forma a propaganda eleitoral pode contribuir para a inserção da mulher na política, estimulando assim a representatividade feminina nesse campo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Representatividade Feminina; Propaganda Eleitoral; Redes Sociais; Análise de Discurso; Eleições 2022.

---

<sup>1</sup> Graduanda do 8º semestre do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, e-mail: vbarbosadearaujo@gmail.com

<sup>2</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, e-mail: marcos.giannotti@belasartes.br