

DISCURSO, MEMÓRIA E IMAGEM PÚBLICA: A MULHER POLÍTICA EM CAMPANHA

Joseane Silva Bittencourt

Nilton Milanez

Introdução

No Brasil, a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que regulamenta as eleições, dispõe, no parágrafo terceiro do artigo 10, sobre o percentual que cada partido e coligação deve preencher para candidaturas de cada sexo. Assim está descrito: “§ 3º Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo”. É importante pensar sobre o que significa uma cota mínima de 30% para candidatura de cada sexo. Se existe essa exigência em lei, é porque havia (ou há) uma desproporção no preenchimento de vagas entre candidatos do sexo masculino e do sexo feminino. E a história nos mostra que essa desigualdade na ocupação de cargos públicos eletivos tende para as mulheres.

A partir dessa constatação, objetivamos analisar a constituição da imagem da mulher política como um sujeito apto para o governo dos outros, revestida de sua singularidade feminina, por meio da análise de dois excertos do programa eleitoral gratuito de televisão da coligação “Para o Brasil seguir mudando”, veiculado no dia 28 de outubro de 2010, cuja candidata é a agora presidente Dilma Rousseff. Para tanto, utilizamos a perspectiva da Análise do Discurso, tal como a praticamos no Brasil, evidenciando os aspectos teóricos e metodológicos que configuram o quadro do funcionamento discursivo das materialidades híbridas, como o vídeo, sob uma ótica da memória, tanto a memória discursiva quanto a memória das imagens, denominada intericonicidade; duas noções postuladas por Jean-Jacques Courtine.

Esse deslocamento dos *corpora* formado pela linguagem verbal para a linguagem híbrida se faz necessário pelo fato de que as novas tecnologias audiovisuais passaram a ter uma importância salutar no controle do sujeito público na sociedade contemporânea. O controle dos gestos, da modalização da voz, a enunciação de formas breves e a modificação da aparência remontam a toda uma pedagogia para o sujeito político, dispositivo para a arte de governar: “os discursos estão imbricados em práticas não-verbais, o verbo não pode ser mais dissociado do corpo e do gesto, a expressão pela linguagem conjuga-se com aquela do rosto, de modo que não podemos mais separar linguagem e imagem”. (COURTINE, 2011a, p. 150)

Assim, para a proposta sugerida neste trabalho, a imagem surge como a materialidade das discursivizações, fazendo com que os gestos e as expressões faciais do político signifiquem tanto quanto suas promessas e programas de governo, recuperando memórias imagéticas que decalam valores morais para o comportamento e caráter do político, imposto pelo discurso da governamentalidade, isto é, da capacidade de ação sobre a ação dos outros. Nesse sentido, cabe fazer uma espécie de retrospectiva sobre o conceito de memória discursiva até chegar à noção de intericonicidade para pensar nos sentidos imbricados na constituição do sujeito político.

Da memória discursiva à memória das imagens

Segundo Pêcheux (2002), em sua obra *O discurso: estrutura e acontecimento*, a materialidade do discurso se constitui a partir da observação do real da língua e o real da história para dimensionar a produção dos sentidos, estabelecendo uma relação entre uma atualidade e uma memória no acontecimento. Nesta obra, o filósofo francês analisa o enunciado *on a gagné*, pronunciado por uma multidão de eleitores a propósito da eleição do presidente François Mitterrand, em maio de 81, na França, tal como um grito de torcida em um evento esportivo.

Este deslizamento de um enunciado que costuma aparecer em um evento esportivo para o campo político só é possível por meio do que Pêcheux chama de opacidade da língua, fazendo com que a memória se atualize no acontecimento histórico, que é transparente, produzindo acontecimentos discursivos. Assim, a memória deve ser pensada “não no sentido diretamente psicologista da ‘memória individual’, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador” (PÊCHEUX, 2010, p. 50). A memória é, então, para Pêcheux, algo que vem restabelecer os implícitos de um texto para torná-lo legível e interpretável. Estes implícitos se materializariam sob a forma de paráfrases, remissões e retomadas, constituindo na repetição a regularização dos enunciados, mas também é um “espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contradiscursos” (PÊCHEUX, 2010, p. 52). Deste modo, a memória apresenta-se na formulação linguística por meio do conceito de interdiscurso, efeito de pré-construído, que consistiria numa “discrepância pela qual um elemento irrompe no enunciado como se tivesse sido pensado ‘antes, em outro lugar, independentemente’” (PÊCHEUX, 2009, p. 142).

Jean-Jacques Courtine, ao propor o estudo em sua tese de doutoramento, *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*, em 1981, empreende uma movência destes conceitos foucaultianos, como enunciado e arquivo e os relacionam com o conceito pecheutiano de interdiscurso para circunscrever um conjunto de práticas discursivas produzidas em lugares heterogêneos da prática social: postula-se, então, o conceito memória discursiva, que se constitui pela “existência histórica dos enunciados” (COURTINE, 2009, p. 105), uma memória que é coletiva, portanto, memória de todos, que permite aos sujeitos o agrupamento e reagrupamento de enunciados, assim como seu esquecimento, que estaria na ordem da memória lacunar, pautado na relação presença/ausência. Como ele aponta ainda em *O tecido da memória* (2006b, p. 02): “a memória que nos interessa [...] é a memória social, coletiva, em sua relação com a linguagem e a história”, estabelecendo uma forte relação com o pensamento de Pierre Nora, que concebe a noção de *lugar de memória*, fazendo Courtine pensar a língua como um lugar de memória. No entanto, Courtine mobiliza tais conceitos em sua tese de doutoramento para analisar formulações linguísticas em textos do Partido Comunista, confundindo, como ele mesmo esclarece (Courtine, 2010), o enunciado foucaultiano com o enunciado linguístico.

Assim, a memória discursiva, operacionalizada na análise dos enunciados linguísticos em sua tese (COURTINE, 2009) seria formada, portanto, de: i. domínio de memória, que diz respeito aos efeitos de lembranças, redefinição e transformação, mas também de efeitos de esquecimento, ruptura e negação do já-dito; ii. domínio de atualidade, que diz respeito a um conjunto de sequências que coexistem e se inscrevem na instância do acontecimento; e iii. domínio de antecipação, que diz respeito às sequências que sucedem à sequência linguística de referência, evidenciando um sempre-ainda do discurso. Assim, esses três domínios não corresponderiam a uma cronologia do antes, do presente e do depois, mas diria respeito às repetições, às rupturas, aos limites e às transformações no enunciado linguístico.

A mudança do objeto investigado levou Courtine a pensar, partindo do conceito de memória discursiva, que mostra as repetições, deslocamentos e modificações dos enunciados contidos nos textos, em uma noção para a memória visual, uma memória das imagens. Surge então a noção de intericonicidade, que consiste em dar um tratamento discursivo às imagens e estabelecer relações de imagens com outras imagens que produzem sentidos na história. A imagem não obedece a um modelo de língua; portanto, segundo Courtine, a noção de intericonicidade busca salientar “o caráter discursivo da iconicidade” (COURTINE, 2011c, p. 39 [tradução nossa]). Dessa forma, a noção de intericonicidade, mobilizada no Brasil desde 2006 pelos trabalhos de Milanez, coloca em destaque a iconicidade como “um dispositivo em rede, ancorando-se em um arquivo de imagens constituídas tanto pelas memórias das imagens externas aos indivíduos quanto pelas suas memórias internas” (MILANEZ, 2010, p. 219), emergindo, assim, uma arqueologia do imaginário:

a ideia de memória discursiva implica que não há discursos que não sejam interpretáveis sem referência a uma memória, que há um sempre-já do discurso; de acordo com a fórmula que nós empregamos do modo que usamos para descrever o interdiscurso. Eu diria a mesma coisa da imagem: toda imagem se inscreve em uma cultura visual, e esta cultura visual supõe a existência no indivíduo de uma memória visual, uma memória das imagens onde cada imagem tem um eco. Há um “sempre-já” da imagem. Essa memória das imagens pode ser uma memória das imagens externas, vistas, mas pode ser também a memória das imagens internas, sugeridas, “despertadas”, pela percepção de uma imagem exterior”. [tradução nossa] (COURTINE, 2011c, p. 39)

Assim, se pensarmos na memória discursiva como uma memória que é coletiva, formada por um domínio de memória, domínio de atualidade e domínio de antecipação, o mesmo deve ser atribuído à memória das imagens, visto que toda sociedade produz uma cultura também visual. Concepção próxima ao conceito de *memória coletiva*, de Maurice Halbwachs (2006), que estabelece a memória como algo partilhado pelo grupo e, assim, não haveria memória individual que não sofresse reconfigurações das memórias dos outros e do grupo ao qual o indivíduo pertence. Visto desta forma, a memória sempre seria social e coletiva. Destarte, as imagens internas, frutos de sonhos e lembranças individuais, sofrem influências das imagens coletivas (externas), pois, como aponta Halbwachs (2006, p. 30), “jamais estamos sós”. Mas essas imagens, quando internalizadas, são selecionadas, (re)configuradas e redistribuídas pelo sujeito de forma singular, determinada por uma percepção única. É sob essa perspectiva que a noção de intericonicidade permite delinear a

posição do sujeito como produtor, receptor e suporte dessas imagens, tendo o corpo como a materialização delas – uma *mídia viva* (BELTING apud MILANEZ, 2009).

Por isso, retornaremos aos estudos foucaultianos e a eles acrescentaremos as posições de Jean-Jacques Courtine sobre a memória das imagens que coloca o corpo como objeto de seus trabalhos, encontrando semelhanças com as ideias de Hans Belting, em seu livro *Pour une anthropologie des images* (2004). Nesta obra, Belting defende a premissa de que toda imagem deve ser observada e analisada a partir de um meio, de uma materialidade. O corpo, portanto, aparece com uma singularidade, que percebe tanto a imagem de outros corpos por meio de seus sentidos, quanto é, ao mesmo tempo, meio, *medium*. Assim, o corpo tanto é imagem (externa), como também suporte (das imagens internas), ou seja, o corpo como performance e percepção: “se quisermos considerar o corpo num sentido cultural, veremos a história da imagem refletindo a história do corpo que lhe é paralela” [tradução nossa] (BELTING, 2004, p. 121).

No campo político, particularmente, houve uma mudança notada por Courtine. Se antes, na constituição da AD como disciplina, o que se reunia como *corpus* de análise era o texto, sobretudo os textos dos partidos políticos, as “línguas de madeira”, o referido estudioso percebeu que estes discursos “sólidos” haviam sido substituídos pelas “línguas de vento” ou “discursos líquidos”, consoante a expressão de Zigmunt Bauman, como uma fala volátil, efêmera que, pronunciada em um instante é logo esquecida no outro, devido a exaustiva e numerosa propagação de informações na sociedade contemporânea. Esta volatilidade da fala pública aliada a uma nova configuração audiovisual faz emergir a imagem como carro-chefe da prática política, tendo o corpo do político e todas as implicações imagéticas como materialidade do controle, da competência e da governamentalidade.

Nos movimentos da imagem

Discutimos em trabalhos anteriores (BITTENCOURT, 2012a; 2012b) a constituição da mulher política, por meio dos sentidos produzidos por meio da linguagem verbal e não-verbal, como um sujeito apto ao governo de si para se tornar apto ao governo dos outros. Partimos do pressuposto de que há uma memória (discursiva e das imagens) que relegam determinadas características aos homens e outras, às mulheres. A distribuição dessas características dava-se, *grosso modo*, a partir da memória dos papéis que cada um dos sexos desempenha desde os primórdios dos tempos, seja a mulher aquela que deve cuidar da prole, por isso é relegada ao espaço privado e, ao homem cabe a função de prover o lar, seja por meio de alimentos, seja por meio da provisão de outros bens, circunscrevendo-se no espaço público (HÉRITIER, 2010).

Assim, a mulher que adentra o espaço político se constitui por meio de características consideradas viris, tais como, força física, agressividade, eficiência e austeridade, por conta de um espaço marcado pela competição, por um falar viril e por querelas que não competem à “sensibilidade feminina”. No entanto, as discursividades políticas contemporâneas transformaram-se por conta de novas configurações sociais e tecnológicas; a ideologia do apagamento da ideologia fez emergir uma língua líquida em detrimento da língua de madeira,

modificando drasticamente a comunicação política. A intimidade privada invadiu o espaço público e o político personalizou-se, desceu do palanque e agora conversa ao pé do ouvido com o telespectador/eleitor, uma conserva simples, ordinária – é a vez dos *midding styles* – como afirma Courtine (2006a, p.132). Percebe-se então uma passagem do “falar viril” para um “falar sensível” (COURTINE, 2011c), ou seja, há uma feminização do discurso político:

Mas ao passarmos *from the fire to the electrified fireside chat* e da guerra ao esporte pleno de *fair play*, nas práticas de fala pública, passamos também de um estilo enérgico e viril a uma maneira mais íntima, branda e “feminina” de falar em público, de modo que os debates e os pronunciamentos enfáticos que exploravam a força dos gestos e a potência da voz, tendem a transformar-se em conversas privadas, de tom ameno, tão ao gosto feminino, segundo não poucos estereótipos. (PIOVEZANI, 2009, p. 274)

Neste sentido, cabe pensar na constituição da imagem da mulher política por meio de uma imagem virilizada, questão discutida nos trabalhos anteriores que discutem a imagem da candidata Dilma Rousseff, veiculadas na *internet*, e de fotografias veiculadas na mídia impressa e eletrônica de fatos históricos que envolveram a referida candidata, seja no episódio da ditadura militar, quando ela foi presa, “fichada” e torturada e em imagens oficiais de sua candidatura, materialidades que mostram os efeitos de sentido em torno da questão da produção discursiva da virilidade e da sensibilidade na mulher por meio da memória discursiva e da intericonicidade, a memória das imagens, podendo ser associadas a outras mulheres políticas e guerreiras, como Joana D’Arc e a rainha Elizabeth (BITTENCOURT, 2012). Assim, na contemporaneidade, pode-se perceber o afrouxamento e mutação destas características que, historicamente, distinguem o homem da mulher, conforme afirma Courtine em *Histoire de la virilité*:

Parece, portanto, mais correto dizer que a virilidade entrou numa zona de turbulências culturais, um campo de incertezas, um período de mutações. O modelo foi realmente fundado “*en nature*” no corpo, com base em uma imagem de força física e potência sexual de um lado, e sobre um ideal de autodomínio e coragem do outro. [tradução nossa] (COURTINE, 2011c, p. 10)

O que pode ser esboçado nessas análises é que o componente de virilidade e sensibilidade devem ser dosados na mulher política: a sensibilidade seria uma porção que já existe na mulher; o que lhe falta deve ser acrescentado pelas características consideradas historicamente masculinas, seja força para a luta, coragem, eficiência e austeridade. No caso da candidata Dilma, a produção discursiva da virilidade deu-se na pré-campanha, como uma condição de sua aptidão para o governo dos outros. A sensibilidade, então, se constitui por meio da construção da imagem da candidata em sua propaganda política eleitoral gratuita na televisão que será analisada nesse trabalho.

A materialidade imagético-visual na constituição da mulher política

Segundo Burke (1999), o conceito moderno de propaganda emerge apenas no fim do século XVIII, quando as técnicas de persuasão utilizadas a partir da Revolução Francesa foram comparadas às técnicas cristãs de conversão. No entanto, algumas práticas utilizadas para dignificar a imagem dos reis podem ser, com o cuidado de não ser anacrônico, consideradas como predecessoras da propaganda política. O uso de pinturas, a concepção da posição do rei em emblemas e imagens, e seus movimentos calculados que mostravam sua posição, suas vestes adornadas ricamente; tudo isso contribuía para a constituição da imagem do rei e na crença em sua majestade divina. Com a passagem do regime absolutista para o regime democrático, a legitimação do sangue ou da vontade divina é substituída por outras formas de legitimações na política:

Quando a mensagem política não é mais concebida como expressão de uma vontade divina, nem carregada de sentido por uma ordem política e social transcendente, então, é na dimensão humana e psicológica das intenções e dos sentimentos que se forja uma nova legitimidade. Elaborou-se, pouco a pouco, um carisma secular que acompanhou o desenvolvimento da democracia, despojando-se cada vez mais dos elementos de autoridade divina ou estática que constituíram seus longínquos fundamentos. A constituição de uma “eloquência democrática”, ao longo do século XIX, é a tradução estilística, a expressão retórica da gestão secular, econômica e política de uma massa de indivíduos. (COURTINE, 2006a, p. 133)

Um importante espaço para visualizar a constituição de uma “eloquência democrática” é a televisão e, no caso da política, restringimos ainda mais esse espaço na propaganda eleitoral gratuita na televisão. Bourdieu (1997) afirma que a televisão exhibe imagens que possuem a particularidade de produzir “efeitos de real”, fazendo ver e fazendo crer no que se faz ver. Dessa forma, o político utiliza esse instrumento de comunicação para se fazer ver, ser visto e percebido. Sobre a propaganda, Pêcheux (2012, p.74) afirma que esta “se faz com imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos”, destacando sua psicologização. Assim, seguindo os passos de Bourdieu e Pêcheux, podemos perceber um destaque da exaltação dos afetos e das emoções na propaganda veiculada na televisão, da necessidade do saber comunicar o que as pessoas têm na cabeça, de tocá-las em seus desejos. Nada mais pertinente se pensarmos que vivemos em uma era da “mutação das sensibilidades” (COURTINE, 2011c, p. 127).

Como o político é visto na televisão? Ou melhor, como ele é visto e percebido em um programa eleitoral? Sabemos que os políticos utilizam as mais variadas estratégias para convencer o eleitor de sua capacidade para o governo, e uma peça-chave é a produção do programa gratuito de televisão, lugar onde os candidatos se apresentam para o público com seus currículos, propostas e jingles, dentre outras coisas.

Para ilustrar o tamanho deste trabalho de produção e execução desta estratégia de campanha política, o programa eleitoral da candidata Dilma Rousseff, por exemplo, que foi coordenado pelo jornalista João Santana, que teve à sua disposição, três câmeras de alta tecnologia, uma *Red One 4K*, câmera digital americana que possui a melhor resolução possível para imagens digitais (cerca de 8 milhões de pixels por quadro), pois recebe lentes semelhantes às câmeras que gravam em película de 35mm, utilizadas em cinema; as outras duas são uma *Canon 5D* e uma *Sony HDX 500*. Com este equipamento, foi possível fazer tomadas externas com imagem

de alta qualidade em várias regiões e pontos turísticos do Brasil, como no Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, no Farol da Barra, em Salvador, e nas Cataratas do Iguaçu, no Rio Grande do Sul. O marqueteiro João Santana contou ainda com 10 ilhas de edição e 4 estúdios de áudio para montar o encadeamento das imagens e as trilhas sonoras da campanha. Toda essa parafernália a disposição de sua equipe de campanha permitiu uma “produção cinematográfica” do programa eleitoral da candidata Dilma Rousseff que, segundo pesquisas realizadas por institutos, indicavam que 56% dos espectadores consideraram o programa da candidata o melhor das eleições de 2010.

Ainda sobre as estratégias que permeiam e compõem a produção do programa eleitoral, percebemos, de um modo geral, a utilização massiva de infográficos, gráficos, cujo efeito de sentido produz um “efeito de verdade” dos números e estatísticas de crescimento e desenvolvimento do país, além da exposição, em praticamente todos os programas, do currículo e da biografia da candidata, a fim de mostrar como a sua história de vida, singular e pioneira, é um ponto positivo para assumir o posto executivo máximo do país. Outras estratégias foram inovadoras, como ter a candidata como “entrevistadora” do povo, “homens e mulheres infames”, que tiveram espaço para falar de suas vidas e de como conseguiram transformá-las. Esta última estratégia produz um *efeito de real* (BARTHES, 2004, p.181), como já apontado anteriormente, ao associar a narração das histórias das pessoas com a informação da abrangência dos programas sociais e investimentos governamentais, trazendo uma memória da prática do jornalismo narrativo, formas de *dramatização* (BORDIEU, 1997, p. 25) dos acontecimentos como outra maneira de legitimação.

Dessa maneira, as estratégias de legitimação desse discurso político dão-se nas diferentes materialidades, tendo o dispositivo fílmico, que alia linguagem verbal e não-verbal, como uma materialidade discursiva que produz efeitos de real pelo fato de mostrar o *estar-ali* das coisas. É a objetiva da câmera o olho que permite ver o que não é visível (AUMONT, 1993) e o que nos faz direcionar o olhar, o sentido que produzirá sentidos:

Portanto, o que está em destaque é um dispositivo de técnicas, que podem nos servir de guia como materialidades produtoras de sentido, a saber, os efeitos especiais, de luz, sonoros, movimentos de câmera e o trabalho de edição. (...) Esse dispositivo de técnicas constrói o ambiente visual, indicando o caminho que nossos olhos devem seguir, controlando o nosso olhar e estabelecendo por meio do que está visto aquilo que está sendo dito, ou seja, uma semiologia para o audiovisual, orçamentada sobre o visível e o dizível. (MILANEZ, 2011, p.49)

Esse olhar que marca uma posição, constituído histórica e socialmente, captura as imagens dos corpos que serão materializadas na película, que receberá som, cortes e edições, encadeamentos e montagens, propiciando uma nova materialidade para se olhar – a imagem em movimento (MILANEZ, 2011).

Assim, partimos para a análise da materialidade da imagem em movimento para identificar a produção discursiva sobre a mulher política na televisão em programas eleitorais. Dessa forma, a investigação que se quer empreender é levantar uma ordem discursiva da imagem em movimento da materialidade fílmica, determinada por condições de possibilidade de emergência desse

discurso político. Posto isto, fica difícil separar a produção material dessas imagens de seu entorno histórico.

Destarte, a produção de sentidos no suporte fílmico se dá a ver na imagem em movimento; é neste ponto que se constitui a função enunciativa dos enunciados que emergem da produção fílmica. É o movimento das imagens, que foram selecionadas, hierarquizadas e montadas para produzir uma narrativa, numa “sintaxe organizacional” (MILANEZ, 2011, p. 45), que indica os posicionamentos dos sujeitos, inscritos em um campo associado, ou seja, um domínio de coexistência para outros enunciados. Isso se explica pelo fato de que a história contada no audiovisual foi produzida na descontinuidade, marcada pela edição de imagens que foram escolhidas em detrimento de outras, assim como os posicionamentos de câmera e a seleção de ângulos foram escolhidos e tantos outros foram rejeitados. Essa estratégia de construção do objeto fílmico nos faz levantar a pergunta foucaultiana: “por que essa enumeração e não outra?” (FOUCAULT, 2010a, p. 48).

Neste sentido, essa enumeração é delimitada por uma ordem discursiva, em que podemos dizer o que é permitido em determinado lugar e em determinado momento. É aqui, então, que se pode demarcar a singularidade do enunciado, que emergem sentidos em detrimento de outros, compreendendo formas de enunciação que mostram o mecanismo de controle da produção dos discursos.

Uma forma de controle que se pode exercer na materialidade audiovisual diz respeito aos “traços materiais que limitam a cena fílmica, garantindo a mostra daquilo que podemos ver enquanto espectadores” (MILANEZ; SOUSA, 2012, s/n). Falamos do “plano”, espaço em que se delimita a imagem, que define o que está dentro e fora dela, e que aponta para onde devemos olhar, guiando e determinando nossas formas de ver.

Partimos então para a análise dos excertos selecionados, extraídos do programa eleitoral da coligação “Para o Brasil seguir mudando”, veiculado pela TV no dia 28 de outubro de 2010, que será apresentado aqui por meio de fotogramas (AUMONT; MARIE, 2003, p. 136), que são imagens unitárias do filme, tais como foram registrados na película. Faremos as transcrições da trilha sonora – que significa todo o conjunto de qualquer som que compõe a materialidade fílmica, seja a fala das personagens, ruídos, música ou outros efeitos sonoros – e descreveremos os movimentos de câmera, a fim de mostrar os efeitos produzidos por todos esses aparatos na constituição da mulher política.

A mulher política em campanha

Dispusemos anteriormente os recursos e as técnicas utilizados pelos marqueteiros políticos para a produção dos programas eleitorais de televisão, bem como os gêneros que dão suporte para a narratividade do conteúdo mostrado no audiovisual. No entanto, selecionamos para a análise apenas aqueles gêneros que discursivizam a mulher como política apta ao governo dos outros. No excerto analisado, que dividimos em dois blocos para melhor descrição das imagens, do programa eleitoral veiculado no dia 28 de outubro de 2010, no qual destaca a singularidade da candidata por ser mulher. Vejamos os fotogramas do Programa Eleitoral Gratuito de Televisão:



Fotogramas – Programa Eleitoral Gratuito de Televisão (28/10/10)

Em uma tela branca, com uma música suave de fundo, começa a surgir anos escritos em preto correspondentes à ascensão de presidentes ao poder no Brasil, e no centro do enquadramento surge o número 35, correspondente ao número de presidentes que o país já teve. Há uma voz *off* dizendo: “O Brasil já teve 35 presidentes da República e, destes 35, todos foram homens”. Em seguida, os números desaparecem à medida que surgem fotos de todos os presidentes da República, todas em preto e branco. Segue a voz *off* voz: “Homens de todas as origens. Militares, fazendeiros, empresários, políticos”. Nesse momento, as fotografias dos

presidentes desaparecem enquanto surge, simultaneamente, a fotografia do até então presidente Lula, também em preto e branco, que toma quase todo o espaço do enquadramento. Segue a voz: “Mas entre todos eles, somente um veio do povo. Luís Inácio Lula da Silva. O primeiro operário presidente do Brasil”. Passa-se então para as imagens coloridas, plano geral da posse de Lula, em 2003, e o som de fundo, juntamente ainda com a música suave, é o povo cantando o grito de guerra utilizados em todas as campanhas do presidente – “Olê, olê, olê, olá, Lula, Lula” –, e ele, envolto de confetes, aparece ao lado de sua esposa, cercado de pessoas, quando se dirigia ao Palácio do Planalto para receber a faixa presidencial. Segue a voz: “E o que um operário entendia de presidência? Tudo”. Surge outra imagem em preto e branco em que Lula aparece, em plano geral, carregado nos braços do povo, nos tempos de atuação no sindicato. Segue o *off*: “Porque ele entendia de gente”. Há um corte dessa sequência e passa-se para uma imagem da candidata Dilma, em plano conjunto, possivelmente em um comício, onde ela aparece perto do povo, cumprimentando-o. A voz *off* diz: “É por isso que agora as pessoas querem sonhar de novo e querem eleger uma brasileira para a Presidência”.

Há um corte dessa sequência para uma imagem em que há um movimento de câmera em 180°, circundando Dilma, que se posiciona no lado direito do plano, que parece estar em uma ponte, olhando para o horizonte, para o lado esquerdo do fora-de-campo. Juntamente com a música suave, escutamos, em um tom bem baixo, aplausos e o povo gritando como se estivesse em um comício, saudando a candidata. Segue o *off*: “Experimentar um olhar feminino, cuidar das nossas crianças. Experimentar um jeito ainda mais sensível de governar”. Há um corte e a imagem volta para a multidão no comício. A voz *off* finaliza: “O Brasil está querendo fazer história mais uma vez. (...) Está em nossas mãos eleger a primeira mulher presidente do país”.

Nesses últimos fotogramas, a música suave dá espaço ao povo cantando o grito de guerra do Lula, mas ao invés do nome “Lula”, o nome “Dilma” é pronunciado. Aparece na imagem Dilma em plano conjunto com a multidão, uma inscrição em branco, cujas letras se movimentam, mudando de tamanho e espessura, com o seguinte texto: “Eu vou eleger a primeira mulher presidente do Brasil”.

Primeiramente, cabe ressaltar o uso do *off* na constituição do sentido para este audiovisual. A voz *off* provem de um espaço imaginário, pois não se situa nem no enquadramento do plano e nem está fora-de-campo, ou seja, naquilo que não está visível nas bordas do campo, mas participa de alguma forma do que está dentro do enquadramento. Michel Chion (2004, p. 169) afirma que a voz *off* é aquela “que força a imagem, que intimida o olhar”, sendo um dos modos privilegiados da propaganda. Deste modo, a voz *off* produz um efeito de continuidade na seleção descontínua e encadeamento das imagens, produzindo sentidos e arregimentando saberes. Na propaganda eleitoral, a voz *off* forma uma aliança com o espectador e uma sincronia do som com a imagem (CHION, 1993) para apontar o estar-aí da imagem, travando com ela uma espécie de metalinguagem, delimitando uma ordem discursiva para o audiovisual.

Podemos destacar agora, os sentidos produzidos no encadeamento dos planos em que aparecem Lula e Dilma para a construção discursiva da mulher política. A singularidade que permeia a candidatura da Dilma, em primeiro lugar, encontra-se no fato de que ela é mulher, visto que todos os presidentes da história foram homens, das mais variadas origens. Em segundo lugar,

outra singularidade é apontada pelo *off*, mas uma singularidade referente ao presidente Lula: “somente um veio do povo”. Essa singularidade também é marcada na imagem, quando aparece solitária a fotografia do Lula, quando todos os outros presidentes são mostrados em um único plano, o plano geral.

Além disso, outra marca de singularidade é evocada na cor das imagens: todas as imagens, até neste momento, aparecem em preto e branco, mas a imagem da posse de Lula aparece em imagem colorida. Todos esses índices de singularidade, marcados pela voz *off* e por essas diferenças na constituição das imagens e tipos de planos, evocam outros dizeres que estão na memória coletiva de nossa sociedade, como o “nunca antes na história”, frase muito utilizada pelo presidente Lula. Essa “história” determina o lugar da diferença, da raridade, daquilo que foge à normalidade, e que, portanto, pode ser tomado como um acontecimento discursivo.

No próximo quadro, quando o *off* diz que Lula entendia de presidência porque entendia de gente, e mostra, em preto e branco, Lula sendo carregado nos braços do povo; assim, todo o encadeamento discursivo destaca a ideia de que: 1. Lula veio do povo; 2. Lula sabe quais são os problemas do povo porque já foi povo e; 3. Como entendia dos problemas do povo, soube governar para o povo. O encadeamento discursivo continua com a imagem, agora colorida, de Dilma no meio do povo, do povo que “quer fazer história mais uma vez, elegendo a primeira mulher presidente”.

Assim, o povo que elegeu um operário, algo nunca visto na história do país, irá eleger uma mulher – outra vez a singularidade é marcada nesse encadeamento de imagens de Lula e Dilma. Isolamos esses dois fotogramas abaixo para mostrar, por intericonicidade, a singularidade da eleição de um operário e de uma mulher, que pode ser considerada uma história dos homens infames, “destas vidas destinadas a passar por baixo de qualquer discurso e a desaparecer sem nunca terem sido faladas e só puderam deixar rastros (...) a partir do momento de seu contato instantâneo com o poder” (FOUCAULT, 2010b, p. 207-8), e do seu contato com o poder, o operário e a mulher, os infames, poderiam suscitar o princípio democrático de que “o poder emana do povo”, como podemos visualizar nessas imagens:



Fotogramas – Programa Eleitoral Gratuito de Televisão (28/10/10)

Nelas podemos perceber a presença do povo ovacionando o operário e a mulher. A diferença, no entanto, é marcada pela cor das imagens e pelo tipo de plano: a primeira, em preto e

branco e em plano geral, determinado pelo cenário vasto e completo, onde podemos ver pessoas a uma grande distância, evoca o passado mostrando Lula ainda como “povo”, que se mistura com o povo: sua precedência é marcada na imagem pelo seu corpo, que está mais elevado do que todos os outros; a segunda, colorida e em plano médio, revela um devir, um presente que aponta para o futuro, que se constitui no governo com “o olhar feminino” e, por isso, ainda “mais sensível de governar”, no “cuidar das crianças”. Nesse plano, Dilma, estando na mesma altura que as outras pessoas, destaca-se por estar de costas levemente inclinada para a direita, enquanto o povo está de frente, inclinado para a esquerda. Aqui, fica patente a associação, por memória discursiva, da sensibilidade como uma característica feminina, que é reforçada pelo complemento “cuidar das nossas crianças”, como índice do universo familiar que aponta um devir: um governo feminino será pautado no cuidado de uma mãe para com sua família.

Essa sequência de imagens termina com a imagem de uma multidão de braços levantados, que correspondem ao *off*: “Está em nossas mãos eleger a primeira mulher presidente do Brasil!”, terminando com uma imagem que focaliza a Dilma de lado, em plano conjunto, que desfoca toda a multidão que aparece ao fundo. Nessas duas imagens, os sentidos produzidos recorrem novamente à memória discursiva de que “o poder emana do povo” e só ele pode escolher uma mulher presidente e fazer história com suas mãos, as mãos que trabalham, que levantam e carregam o presidente nos braços e que também depositam os votos nas urnas.

A memória discursiva também pode ser percebida na relação ao grito de guerra de Lula, que é ajustado ao momento eleitoral. Assim, o efeito sonoro do *jingle* “olê, olê, olê, olá, Dilma, Dilma”, traz uma memória da trajetória eleitoral de Lula, colando sua imagem à dele, assim como a voz *off* se transforma numa espécie de “porta-voz do povo” ao anunciar que “o Brasil quer eleger a primeira mulher presidente” ao mesmo tempo em que aparece a inscrição por cima da última imagem de Dilma com o povo: “Eu vou eleger a primeira mulher presidente do Brasil”. Assim, trilha sonora e encadeamento de imagens de Lula e Dilma da forma como já foram descritas e analisadas o colocam na posição de sujeitos singulares, que se colocam no lugar do povo, dos homens infames que podem “escrever sua história”.

Seguiremos com a análise da segunda sequência, ambientada agora em um escritório, onde a Dilma é entrevistada e conversa informalmente com alguém que está fora-do-campo, ou seja, esse alguém não participa visivelmente na composição do enquadramento da câmera, mas está presente pelo olhar dirigido da candidata. Vejamos.





Fotogramas – Programa Eleitoral Gratuito de Televisão (28/10/10)

Nesta passagem, em imagem colorida, Dilma aparece em primeiro plano, com camisa branca, colar de pérolas, olhando para o fora-de-campo do seu lado direito. Ela diz: “Tinha certas áreas que era como se estivesse escrito na porta: vedada a entrada de mulheres. Porque também tem o estereótipo, né?! Frágil e meiga. Nesse momento, a câmera focaliza em primeiríssimo plano (quando a câmera se aproxima e foca somente o rosto) e ela diz: “A gente é frágil e meiga, mas não é só frágil e meiga. Somos capazes de decidir, temos posição, somos assertivas”. A utilização do primeiro plano nessa parte do vídeo mostra a importância do que se tem a dizer, importância que é enfatizada pelo uso do primeiríssimo plano. Segundo Aumont (1992), o primeiríssimo plano é um método de ver, em que a tela toda ela transforma-se em rosto, fascinando, impressionando, mostrando o invisível que se torna visível. Dubois (apud AUMONT, 1993) afirma que o primeiríssimo plano produz efeitos *pulsionais* que determinam ora a fascinação ora a repulsa do que está sendo focalizado. Nesse caso, a ênfase que se quer dar é na posição da candidata que desloca a memória do que é ser mulher e atribui outras características que são esquecidas por esta

mesma memória; é aqui que reside o efeito *pulsional* desse close: mostrar o que estava encoberto pela memória dessas palavras que formavam imagens (MILANEZ, 2010) da mulher.

Assim, o sentido produzido por essa conversa-entrevista é marcar um tom de informalidade, de intimidade, mas também de cumplicidade da mulher política com seu eleitorado, no qual ela expõe sua opinião sobre a dificuldade de algumas mulheres entrarem em determinados ambientes e desempenharem funções historicamente atribuídas aos homens. Essa questão nos reporta à memória discursiva de que “a mulher é o sexo frágil”, que puxa o fio discursivo de que “homem não chora”. Esses enunciados são colocados em rede, que repetem e deslocam os saberes sobre os sujeitos.

Ao retornar à descrição das imagens desse excerto, vemos que há um corte dessa sequência para uma imagem de Lula, em preto e branco, no dia da posse, cercado de pessoas, e a voz *off* diz: “Em 2002, Lula se torna o primeiro operário a ser eleito presidente do Brasil”. Passa-se para uma imagem fixa em que Lula e Dilma aparecem em pé, lado a lado, sorrindo e o *off* diz: “e faz de Dilma a primeira mulher da nossa história...” Aparece outra imagem fixa em plano americano, em que Lula e Dilma aparecem sentados, um voltado para o outro, e Dilma tem o dedo apontado para alguma coisa no livreto segurado pelo Lula; o *off* continua: “a ser ministra de Minas e Energia (...)” Corta-se para outra imagem fixa, em que aparece um grupo de pessoas vestidas com macacão e capacete, Lula está de cócoras e Dilma em pé, logo atrás dele; a voz continua: “presidente do conselho da Petrobrás, e depois (...)”; corta-se para uma imagem fixa em que Lula e Dilma aparecem sentados com outras pessoas ao redor de uma mesa, em reunião, diz o *off*: “ministra-chefe da Casa Civil (...)”.

Essa sequência, toda em preto e branco, nos oferece uma espécie de biografia executiva da candidata, que nunca havia se submetido a uma eleição, mas que assumiu vários cargos de confiança do governo Lula; assim, o sentido produzido pelo encadeamento dessas imagens fixas de fotografias mostra um passado recente, visto que ela só renunciou ao cargo de Ministra-Chefe da Casa Civil para concorrer à Presidência, evocando uma experiência, uma espécie de *curriculum*, em que se apresenta as suas qualidades e as recomendações do “seu último chefe”: o presidente Lula. Essas formas de mostrar a Dilma nos fotogramas em preto e branco, sempre ao lado do presidente Lula, em reuniões, mas também em momentos de descontração, em que ela ri com o presidente, evidenciam a posição de Dilma como “braço-direito” do presidente Lula, estando com ele nos mais importantes passos de seu governo.

Voltando à descrição dos fotogramas, podemos perceber um corte dessa sequência de imagens fixas e em preto e branco e surge uma imagem colorida em plano geral, em que Dilma aparece em roupas esportivas, brincando com um cachorro; diz o *off*: “Assim é Dilma, mulher, mãe e avó (...)” Corta para uma imagem em que Dilma aparece do lado direito do plano e na profundidade de campo há uma grande navio atracado; diz o *off*: “movida pela determinação, pelo pioneirismo que marcou (...)”. Corta para uma imagem em que Dilma aparece ao lado de uma mulher negra, e ao fundo, há uma paisagem de uma cidade, continua o *off*: “todos os seus passos”. Corta para uma imagem em que Dilma aparece de carona em um trator com um agricultor, apontando com o dedo para frente; continua a voz em *off*: “com ela fica a certeza (...)”. Há um corte para uma imagem em que Dilma aparece no centro, em meio de um grupo de trabalhadores,

provavelmente da indústria petroquímica, a voz em *off* conclui: “o Brasil vai eleger sua primeira mulher presidente”. Essa sequência mostra uma mulher comum, que tem um cachorro, que é mãe e avó, que faz caminhada e exercícios físicos, mas também é determinada, pioneira – apontando implicitamente para a memória do período em que foi presa e torturada pela ditadura, e que assumiu cargos executivos importantes no governo, demarcando sua precedência no campo político – e que, por isso, tem todos os pré-requisitos para ser uma presidente.

Assim, o casamento das imagens com a voz *off* marca os *lugares institucionais* (FOUCAULT, 2010, p. 57) para a mulher política, os lugares onde se legitimam os discursos. São eles o lugar da família, determinado pela atribuição da candidata ao papel de mulher, mãe e avó, ou seja, daquela que sabe reger bem a sua família, seu espaço doméstico e sua vida privada; e o lugar da gestora tecnocrata no espaço público, aquela “movidada pela determinação e pelo pioneirismo”, que sabe apontar o caminho por onde o povo deve seguir, refletindo na condução e no governo dos outros.

Conclusão

A partir da análise empreendida, podemos concluir que a propaganda eleitoral da até então candidata Dilma Rousseff, veiculada na televisão em 2010, produz um discurso de legitimação em torno da imagem da candidata em questão, marcado pela memória de alguns lugares institucionais historicamente ocupados por homens e por mulheres. Dessa forma as características consideradas historicamente masculinas, relegadas ao espaço público são deslocadas para a constituição da imagem da mulher política, historicamente associada ao espaço doméstico e, portanto, privado, com o intuito de reforçar a imagem de boa gestora.

No entanto, a imagem da mãe, esposa, avó se fez presente de maneira contundente para trazer à memória social da mulher que cuida e que protege sua família, deslocando essas atribuições da família para o povo. Dessa forma, a imagem viril da “dama de ferro”, “boa gestora”, “eficiente”, “durona” e “exigente” se une à imagem sensível da “mãe” e da “avó”, daquela que protege, que nutre e que cuida. Assim, a mulher política possui todas as qualidades que permitam com que ela faça um governo “família”, evocando uma memória alhures das funções paternas e maternas que, nesse caso, podem ser atribuídas a um só sujeito, evocando sua singularidade: à mulher política.

Identificamos, assim, alguns discursos que emergiram sobre a mulher política para a constituição da imagem da candidata por meio da imagem em movimento em sincronia com o som e do encadeamento discursivo das imagens para demarcar os estados “viril” e “sensível” que legitimam a sua candidatura, apontando para novas materialidades e novos deslocamentos teóricos e metodológicos para a Análise do Discurso. Assim, imagem, imagem em movimento, corpo e som estabelecem uma ordem discursiva política na constituição desse sujeito político que nunca está por acabar.

Referências

AUMONT, J. **A imagem**. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas, SP: Papirus, 1993.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Trad. Heloísa Araújo Ribeiro. Campinas – SP: Papirus, 2003.

BARTHES, Roland. **O efeito de real**. In: _____. O rumor da língua. Trad. Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2004, p. 181-190.

BELTING, H. **Pour une anthropologie des images**. Paris: Gallimard, 2004.

BITTENCOURT, J. S. **A virilização da mulher política: corpo e memórias em imagens midiáticas de Dilma Rousseff**. Anais Eletrônicos 2ª Jied. UEM: Maringá, 2012a. Disponível em: <anais.jiedimagem.com.br>

_____. **Corpo, memória e política**. A produção discursiva da virilidade e da sensibilidade em Dilma Rousseff nas eleições de 2010. Vitória da Conquista, 2012b. (Dissertação de Mestrado)

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Trad. Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRASIL, **Lei eleitoral nº 9.504 - de 30 de setembro de 1997**. Disponível em: <http://www010.dataprev.gov.br/sislex/paginas/42/1997/9504.htm> Acesso em: outubro de 2012.

BURKE, Peter. **A fabricação do rei**. A construção da imagem pública de Luís XIV. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

CHION, Michel. **La audiovisión**. Trad. Antonio López Ruiz. 1ª Ed. Barcelona: Editorial Paidós, 1993.

_____. **La voz en el cine**. Espanha: Ed. Cátedra, 2004.

_____. **Metamorfoses do discurso político**. Derivas da fala pública. Trad. Nilton Milanez; Carlos Piovezani Filho. São Carlos: Claraluz, 2006a.

_____. **O tecido da memória**: algumas perspectivas de trabalho histórico nas ciências da linguagem. In: Revista Polifonia. V 12, nº 2. Cuiabá: EdUFMT, 2006b, p. 01-13.

_____. **Análise do discurso político**. O discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

_____. **Discurso, história e arqueologia**. In: MILANEZ, Niton; GASPAR, Nádea Regina. **A (des)ordem do discurso**. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. **Discurso e imagens**: para uma arqueologia do imaginário. In: SARGENTINI, V.; CURCINO, L.; PIOVEZANI, C. (Orgs.) **Discurso, semiologia e história**. São Carlos: Claraluz, 2011a, p. 145-162.

_____. **Déchiffer le corps**. Penser avec Foucault. Paris: Éditions Jérôme Millon, 2011b.

COURTINE, Jean-Jacques. **Impossible virilité**. In: COURTINE, J-J; CORBAIN, Alan; VIGARELLO, George. **Histoire de la virilité. La virilité en crise? XXe-XXIe siècle**. V. 3, Paris: Seuil, 2011c, P. 07-11.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.

_____. **A vida dos homens infames**. In: Ditos e Escritos IV. Estratégia, Poder-Saber. Org. Manuel Barros da Motta. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. 2ª ED. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b, p. 203-222.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

HÉRITIER, Françoise. **La différence des sexes**. Explique-t-elle leus inégalité? Petite conférence. Montrouge: Bayard Éditions, 2010.

MILANEZ, Nilton. **O nó discursivo entre corpo e imagem**: que identidade para o brasileiro é essa? In: MACHADO, Ida Lucia; MENDES, Emília; LIMA, Helcira. Revista de Estudos Semiodiscursivos. Imagem e Análise do Discurso. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

_____. **Discurso e imagem em movimento**. O corpo horrorífico do vampiro no trailer. São Carlos: Claraluz, 2011.

MILANEZ, Nilton; SOUSA, Victor P. **O sujeito e o olhar**: entornos audiovisuais-discursivos do sobrenatural na telenovela brasileira. In.: LUCENA, Ivone Tavares. OLIVEIRA, Maria Angélica de. LUCENA, Josete Marinho de (Orgs.). **Discurso, Sentido e Cultura: Palavras Multicolores**. João Pessoa: Editora UFPB, 2012 (no prelo).

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**. Estrutura e acontecimento. Campinas: Pontes, 2002.

_____. **Semântica e discurso**. Uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni P. Orlandi et al. 4ª edição. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

_____. **O papel da memória**. In: Papel da memória. Campinas: Pontes, 2010, p. 49-56.

_____. **Foi “propaganda” mesmo que você disse?** IN: Análise de discurso. Michel Pêcheux. Textos selecionados: Eni P. Orlandi. 2ª Ed. Pontes, 2011, p. 73-92.