



**LIDIANE REIS ALVES PIMENTA**

**GIRL FROM MISSIONÁRIA: O *ETHOS* DISCURSIVO DE  
TÁBATA AMARAL NO INSTAGRAM**

**LAVRAS – MG  
2023**

**LIDIANE REIS ALVES PIMENTA**

**GIRL FROM MISSIONÁRIA: O *ETHOS* DISCURSIVO DE TÁBATA AMARAL NO  
INSTAGRAM**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, área de concentração em Objetos Culturais e Produção de Sentidos, para a obtenção do título de Mestre.

Profa. Dra. Luciana Soares da Silva  
Orientadora

**LAVRAS – MG  
2023**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração de Ficha Catalográfica da Biblioteca  
Universitária da UFLA, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Pimenta, Lidiane Reis Alves.

Girl from Missionária: o *ethos* discursivo de Tábata Amaral no  
*Instagram* / Lidiane Reis Alves Pimenta. - 2023.

187 p.

Orientador(a): Luciana Soares da Silva.

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de  
Lavras, 2023.

Bibliografia.

1. Discurso Político. 2. Ethos Discursivo. 3. Mulher. I. Silva,  
Luciana Soares da. II. Título.

**LIDIANE REIS ALVES PIMENTA**

**GIRL FROM MISSIONÁRIA: O *ETHOS* DISCURSIVO DE TÁBATA AMARAL NO  
INSTAGRAM**

**GIRL FROM MISSIONÁRIA: THE DISCURSIVE *ETHOS* OF TÁBATA AMARAL ON  
INSTAGRAM**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, área de concentração em Objetos Culturais e Produção de Sentidos, para a obtenção do título de Mestre.

**APROVADA** em 24 de abril de 2023.

Prof. Dr. Márcio Rogério de Oliveira Cano – UFLA-MG

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lilian Aparecida Arão – CEFET-MG

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Luciana Soares da Silva - UFLA  
Orientadora

**LAVRAS – MG  
2023**

*Aos meus pais, Ilídia e João, e aos meus irmãos,  
Leonardo e Lígia.  
Dedico.*

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pela presença amorosa, por me inspirar, fortalecer e estar constantemente ao meu lado, amparando-me em todos os momentos da minha vida.

À minha mãe, Ilídia, que além de mãe, foi minha professora nos anos iniciais do ensino fundamental, apaixonada pela profissão, foi a mulher mais forte que já conheci e mais amorosa. Embora, não se debatesse tanto sobre a pauta feminista e nunca termos conversado sobre esse termo, hoje reconheço que minha mãe foi uma grande feminista: com um pensamento além do seu tempo, sempre atenta à necessidade de igualdade de direitos, apaixonada pela sua liberdade e detentora de conselhos que sempre incentivava a todos a estudar, trabalhar e buscar independência, atitudes que refletiam seus posicionamentos em prol ao respeito, equidade e justiça.

Mesmo minha mãe não estando mais fisicamente a meu lado, sinto sua presença diariamente e só tenho a agradecer por sempre ter segurado a minha mão, pelo incentivo, por ter despertado em mim a consciência de classe e o interesse por questões políticas, pelas orientações, pelo amor incondicional, pelo cuidado, educação, amizade, pelas melhores risadas. Hoje, embora não sem lágrimas de saudade, eu sei que “No amor, só existem infinitos” (Mia Couto).

Ao meu pai, João, pelos diálogos traçados, pelos gestos de cuidado, amor e incentivo.

Aos meus irmãos, Leonardo e Lígia, pelo amor fraternal, pela presença constante e por todo o suporte que somos uns para os outros.

Ao Lucas, meu namorado e parceiro de todos os dias, pelo incentivo desde o primeiro dia que falei sobre o desejo de cursar o mestrado, obrigada por sempre estar ao meu lado.

Agradeço, de modo muito especial, ao meu amigo-irmão Rangel Militão Franco, que desde a graduação em Letras está presente em minha vida. Obrigada pela amizade, pela motivação, pelas risadas, pelas conversas sérias e aleatórias. Agradeço também pela imensa ajuda em me socorrer com a língua inglesa ao longo do mestrado.

À minha orientadora, professora Doutora Luciana Soares da Silva, pela serenidade durante as minhas inúmeras indecisões durante a fase inicial desse trabalho, por me conduzir pelas descobertas da pesquisa científica, por todas as oportunidades que me concedeu e por todos os ensinamentos que me proporcionou.

Ao professor Doutor Márcio Cano, por ter estado presente em momentos importantes do meu percurso no mestrado, agradeço pela gentileza nos ensinamentos, pelas reflexões propiciadas durante as aulas, pelo aceite em fazer parte das bancas de qualificação e defesa e pelas contribuições para a finalização deste trabalho.

À professora Doutora Lilian Arão, que tão gentilmente aceitou o convite para participar das bancas de qualificação e defesa, pelas considerações fundamentais para o enriquecimento das discussões abordadas na dissertação.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Letras da UFLA, que muito contribuíram para a minha formação acadêmica, por proporcionarem discussões riquíssimas durante as aulas e das quais muito me fizeram avançar para um olhar mais crítico e reflexivo sobre assuntos relativos aos conteúdos ministrados, à educação e à vida.

À Universidade Federal de Lavras, por, em meio à pandemia da Covid-19, ter aberto a possibilidade do ingresso no Mestrado em Letras, com todo o processo seletivo e as aulas em formato remoto. Obrigada pela formação humanizada!

“É que ninguém caminha sem aprender a caminhar, sem aprender a fazer o caminho caminhando, sem aprender a refazer, a retocar o sonho por causa do qual a gente se pôs a caminhar.” (Paulo Freire)



## RESUMO

A linguagem carrega sentidos que são construídos socio-historicamente, refletir como tais sentidos se constituem é buscar contribuir para a compreensão da tessitura do poder hegemônico estabelecido na sociedade, uma vez que a língua(gem) atua na arquitetura da ideologia dominante. O objetivo geral da presente dissertação de mestrado é analisar a constituição do *ethos* discursivo da Deputada Federal Tábata Amaral, enquanto instância política, na rede social *Instagram*, em sua articulação com a construção social do sujeito feminino. Como objetivos específicos pretende-se: a) investigar o processo de produção dos discursos selecionados a partir dos conceitos de sujeito, semiotização do mundo e contrato de comunicação da Teoria Semiolinguística; b) identificar quais imaginários sociodiscursivos emergem dos discursos proferidos por Tábata Amaral e relacioná-los às construções sócio históricas e ideológicas que envolvem o feminino; c) descrever os modos de organização do discurso, com foco no aspecto enunciativo e d) analisar o *Instagram* como dispositivo de criação e transmissão do discurso político. Nossa pesquisa assume uma metodologia teórico-metodológica e qualitativa, na qual buscamos na Teoria Semiolinguística do Discurso de Patrick Charaudeau (2001, 2005, 2009, 2010, 2011, 2017, 2018, 2019a, 2019b, 2020) os fundamentos teóricos balizantes do trabalho, bem como apresentamos um percurso histórico acerca do movimento feminista e da luta em busca do direito ao voto, principalmente a partir de Telles (1999), Duarte (2019) Hahner (2003), Silva (2013) e Alves (2019). Para compreender o funcionamento e as particularidades do dispositivo *Instagram*, tomamos como base teórica os estudos de Recuero, Bastos e Zago (2020) e Castells (2021). Espera-se, desse modo, contribuir para os estudos de gênero na análise discursiva, com a ampliação de reflexões sobre como o feminino se coloca em uma sociedade patriarcal, cujo imaginário social que circunda a figura do político perpassa pelo gênero masculino. Ademais, buscamos trazer contribuições no âmbito do discurso político, o qual se encontra inserido em um novo dispositivo utilizado como canal de transmissão do ato de comunicação: o *Instagram*. Nessa investigação, verificamos que em períodos não eleitorais, a enunciadora aciona, prioritariamente, *ethé* ligados à razão e à credibilidade e evoca seu percurso acadêmico como estratégia de persuasão da instância cidadã. Durante o período eleitoral de 2022, os discursos figuram *ethé* associados ao afeto, com imaginários sociodiscursivos ligados à religião, como culpa e redenção, mas também imaginários relativos a uma trajetória heróica, o percurso acadêmico, nesse momento, é mobilizado de forma a emocionar a instância cidadã.

**Palavras-chave:** Discurso Político. *Ethos* discursivo. Imaginários sociodiscursivos. Mulher. *Instagram*.

## ABSTRACT

Language carries meanings that are socio-historically constructed, reflecting on how such meanings are constituted is to seek to contribute to the understanding of the fabric of hegemonic power established in society, since language acts in the architecture of the dominant ideology. The general objective of this master's dissertation is to analyze the constitution of the discursive *ethos* of Parliamentarian Tábata Amaral, as a political instance, on the social network *Instagram*, in its articulation with the social construction of the female subject. As specific objectives it is intended: a) to investigate the production process of selected discourses from the concepts of subject, semiotization of the world and communication contract of the Semioliinguistic Theory; b) identify which imaginary sociodiscursive emerge from the speeches given by Tábata Amaral and relate them to the socio-historical and ideological constructions that involve the feminine; c) describe the modes of organization of discourse, focusing on the enunciative aspect and d) analyze *Instagram* as a device for creating and transmitting political discourse. Our research assumes a theoretical-methodological and qualitative methodology, in which we seek in the Semioliinguistic Theory of Discourse by Patrick Charaudeau (2001, 2005, 2009, 2010, 2011, 2017, 2018, 2019a, 2019b, 2020) the guiding theoretical foundations of the work, as well as presenting a historical journey about the feminist movement and the struggle for the right to vote, mainly from Telles (1999), Duarte (2019) Hahner (2003), Silva (2013) and Alves (2019). In order to understand the functioning and particularities of the *Instagram* device, we take as a theoretical basis the studies by Recuero, Bastos and Zago (2020) and Castells (2021). It is expected, in this way, to contribute to gender studies in discursive analysis, with the expansion of reflections on how the feminine is placed in a patriarchal society, whose social imaginary that surrounds the figure of the politician permeates the masculine gender. In addition, we seek to bring contributions within the scope of political discourse, which is inserted in a new device used as a transmission channel for the act of communication: *Instagram*. In this investigation, we found that in non-electoral periods, the enunciator uses, as a priority, *ethé* linked to reason and credibility and evokes her academic path as a persuasion strategy for the citizen instance. During the 2022 election period, the speeches figure *ethé* associated with affection, with imaginary sociodiscursive linked to religion, such as guilt and redemption, but also imaginaries related to a heroic trajectory, the academic trajectory, at that moment, is mobilized in order to move the citizen body.

**Keywords:** Political Discourse. Discursive *ethos*. Imaginary Sociodiscursive. Woman. *Instagram*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Situação de comunicação .....	26
Figura 2 - Dissimulação no discurso político .....	28
Figura 3 - Contrato de comunicação político .....	35
Figura 4 - Chamado à instância cidadã.....	43
Figura 5 - Procedimentos de construção enunciativa .....	71
Figura 6 - Um grande sonho .....	111
Figura 7 - Quem é Tábata? .....	113
Figura 8 - O contrato de comunicação político no <i>Instagram</i> .....	114
Figura 9 - Bio do <i>Instagram</i> de Tábata Amaral .....	117
Figura 10 - Biografia no site da Câmara dos Deputados .....	118
Figura 11 - Representatividade feminina na política .....	122
Figura 12 - <i>Ethé</i> referentes à Figura 11 .....	124
Figura 13 - Ameaças I .....	125
Figura 14 - Ameaças II.....	125
Figura 15 - Violência de gênero .....	126
Figura 16 - Nosso lugar .....	133
Figura 17 - <i>Ethé</i> e categorias .....	135
Figura 18 - A educação mudou a minha vida .....	138
Figura 19 - Situação de comunicação publicação Culpabilidade e Redenção .....	140
Figura 20 - <i>Ethos</i> de inteligência .....	141
Figura 21 - A escolhida .....	142
Figura 22 - <i>Ethos</i> de culpa .....	145
Figura 23 - <i>Ethos</i> de humanidade .....	146
Figura 24 - <i>Ethos</i> de solidariedade .....	148
Figura 25- <i>Ethé</i> post 26/03/2022 Culpabilidade e Redenção .....	152
Figura 26 - <i>Girl from Missionária</i> .....	153
Figura 27 - A semiotização do mundo .....	156
Figura 28 - <i>Ethos</i> heróico .....	161
Figura 29 - <i>Ethé</i> de inteligência e potência .....	162
Figura 30 - <i>Ethos</i> cativante .....	164
Figura 31 - <i>Ethos</i> de competência .....	165
Figura 32 - <i>Ethos</i> de caráter .....	166

Figura 33 - *Ethé* post *Gril from Missionária* ..... 167

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA DO DISCURSO</b> .....	<b>19</b>
2.1	Análise do discurso: alguns elementos históricos .....	19
2.2	A Teoria Semioliológica do Discurso de Patrick Charaudeau.....	23
2.3	Os sujeitos da linguagem .....	25
2.4	A semiotização do mundo .....	29
2.5	O discurso político.....	33
2.6	O contrato de comunicação e as estratégias do discurso político.....	34
2.7	O discurso político e o <i>Instagram</i> .....	38
2.7.1	O dispositivo <i>Instagram</i> .....	38
2.7.2	A circulação do <i>discurso político no Instagram</i> .....	44
<b>3</b>	<b>PARA SE PENSAR OS ATORES POLÍTICOS: IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS, <i>ETHOS</i> E MODO ENUNCIATIVO DO DISCURSO</b> .....	<b>52</b>
3.1	As representações sociais .....	52
3.2	Os imaginários sociais .....	55
3.3	Identidade social e discursiva .....	57
3.4	A origem do conceito de <i>ethos</i> .....	62
3.5	O <i>ethos</i> na Teoria Semioliológica.....	63
3.6	<i>Ethé</i> de credibilidade e <i>ethé</i> de identificação .....	66
3.7	O modo de organização Enunciativo.....	69
<b>4</b>	<b>A TRAJETÓRIA DA MULHER NO BRASIL</b> .....	<b>73</b>
4.1	Hierarquia e opressão na condição de vida feminina .....	73
4.2	As diferentes formas de opressão feminina .....	75
4.3	O movimento feminista no contexto brasileiro .....	78
4.4	O itinerário da conquista do voto feminino .....	86
4.5	Mulheres brasileiras em destaque na política .....	92
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>102</b>
5.1	O dispositivo de análise.....	102
5.2	Percurso metodológico .....	105

<b>6</b>	<b>A MULHER POLÍTICA EM CENA NO <i>INSTAGRAM</i>: ANÁLISE DO <i>CORPUS</i> .....</b>	<b>107</b>
6.1	Análise do discurso político no <i>Instagram</i> : o contrato de comunicação .....	107
<b>6.2</b>	Análise da <i>bio</i> do <i>Instagram</i> de Tábata Amaral .....	<b>116</b>
<b>6.3</b>	A violência de gênero na política .....	<b>121</b>
6.4	Porque eu estudei, porque é mérito meu.....	129
6.5	Dos imaginários sociodiscursivos ao <i>ethos</i> : análise de <i>posts</i> de ano eleitoral.....	137
6.5.1	Culpabilidade e redenção: de Eva a Tábata.....	137
6.5.2	<i>Girl from Missionária</i> .....	153
6.6	Mulheres e política: uma história a ser mudada .....	168
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>174</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>180</b>

## 1 – Introdução

Os estudos linguísticos atuais revelam a importância da articulação entre a linguagem e a sociedade. A linguagem carrega sentidos que são construídos socio-historicamente e pensar como tais sentidos se constituem é buscar contribuir para a compreensão da tessitura do poder hegemônico estabelecido na sociedade, uma vez que a língua(gem) atua na arquitetura da ideologia dominante.

O desenvolvimento da Ciências da Linguagem possibilita, em seus diferentes campos de estudo, compreender que a língua vai além de um sistema pautado por regras, mas permite refletir sobre a relação linguagem, sujeito e sociedade de uma forma integrada e interdependente, levando em conta a manifestação ideológica e, conseqüentemente, a produção de sentidos.

Disciplinas como a Análise do Discurso permitem que não nos entreguemos ao óbvio, mas analisar e discutir pelas lentes discursivas o mundo que nos cerca. Desse modo, atentos ao movimento discursivo nas redes sociais e como estas ocupam uma posição imperativa para a compreensão das novas formas de manifestação política, apresentamos como proposta de trabalho o estudo do discurso político na rede social *Instagram*, aliado às relações de gênero estabelecidas na sociedade.

Apesar das inúmeras lutas do movimento feminista ao longo do tempo e avanços nas pautas reivindicadas, a conquista de espaços em algumas áreas ainda é incipiente, como podemos observar no espaço político, prioritariamente, ocupado por homens. No Brasil, a Câmara dos Deputados é composta por 513 cadeiras, em 2018 foram eleitas 77 deputadas e nas eleições de 2022, foram eleitas o total de 91 deputadas<sup>1</sup>, o que equivale a apenas 17,7% das vagas na Câmara dos Deputados ocupadas por mulheres.

No Senado Federal, composto por 81 cadeiras, foram eleitas 4 senadoras para a legislatura iniciada em fevereiro de 2023, somando-se as que já ocupavam uma vaga no Senado, totaliza-se 10 mulheres senadoras para o atual mandato. Desde a Proclamação da República, em 1889, o Brasil teve 39 presidentes, destes, apenas uma mulher, Dilma Rousseff.

Percebe-se que a política é um campo ocupado predominantemente por homens, e os estudos discursivos têm se atentado a esta questão. É vasto o número de pesquisas que abordam a temática de gênero no discurso político, logo buscamos levantar uma problemática que se apresente relevante e que contribua para os estudos da Análise do Discurso.

---

<sup>1</sup> Disponível em <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher/noticias/bancada-feminina-alcanca-91-deputadas-federais-1> Acesso em 20 out. 2022.

Portanto, diante da problematização do nosso trabalho, levantamos o seguinte problema de pesquisa: Quais são os *ethé* construídos no discurso político de Tábata Amaral e quais imaginários sociodiscursivos refletem? A análise direciona-se para o sujeito enquanto ocupante de um lugar social, que movimenta uma rede social com milhares de seguidores e que se apresenta como deputada federal e ativista pela educação.

A escolha de Tábata Amaral ocorreu porque a parlamentar possui um grande engajamento no *Instagram*, diariamente há publicações no *feed* (página) da rede social, seja foto ou vídeo, acompanhados de texto, os quais ficam salvos e podem ser vistos por qualquer pessoa que acesse o perfil da parlamentar, uma vez que a conta é pública. Também, diariamente, há interação com os seguidores por meio dos *stories*, que são publicações de curta duração que ficam disponíveis para visualização pelo período de 24 horas.

Na data de 21/07/2022, ao iniciar a nossa construção do *corpus* para análise, a parlamentar tinha um total de 664 mil seguidores no *Instagram*, em nova consulta, na data de 27/12/2022, alcançava o total de 790 mil seguidores, um aumento de 126 mil seguidores em pouco mais de cinco meses, o que comprova o engajamento e o alcance da conta de Tábata Amaral.

Optamos por constituir o *corpus* com postagens cuja temática esteja voltada para assuntos educacionais, uma vez que a pauta permeia a construção da identidade social da parlamentar. Por identidade social, Charaudeau ([2009]) entende aquela que é atribuída e reconhecida devido o sujeito estar inserido em determinada comunidade social e desenvolvendo papéis específicos, são conhecimentos que estão na exterioridade do discurso, e que associados à construção discursiva posta na rede social em análise, colaboram para a constituição do *ethos* de Amaral.

Amaral ficou conhecida nacionalmente devido várias reportagens que a identificavam como a jovem da periferia, que estudou a maior parte da infância e adolescência em escolas públicas e passou em seis universidades norte americanas, optando por fazer graduação na Universidade de Harvard.

Enquanto Deputada Federal, eleita para seu primeiro mandato para o período de 2019 a 2022, reeleita para 2023 a 2026, tem a educação como sua principal plataforma de trabalho. Amaral atua como membro da Comissão de Educação da Câmara dos Deputados e apresentou ao longo de seu mandato vários projetos de leis direcionados à educação.

Dessa forma, compreendemos que Tábata Amaral possui uma identidade social fortemente associada ao seu percurso educacional e cuja identidade discursiva busca legitimar-se amparada nesse fato. Além disso, a parlamentar é uma mulher jovem, que se autodenomina



progressista, logo, partimos da hipótese que Amaral constitui para si *ethé* que visam romper com discursos postos sócio-histórico e ideologicamente vinculados a estereótipos femininos, e aciona a educação para construir *ethé* que a vinculem à força, à determinação, à superação.

Após justificarmos o motivo da escolha da Tábata Amaral e o recorte do *corpus* direcionado a discursos que envolvam a temática educacional, justificamos o motivo da escolha por discursos retirados do *Instagram*. Entendemos que estudar as redes sociais como dispositivo de propagação do discurso político é um assunto que se coloca de alta relevância por ser um canal ainda novo para essa finalidade.

Conforme Castells (2021) a campanha presidencial de Barack Obama, em 2008, representou um divisor de águas na utilização da tecnologia nas campanhas eleitorais. O uso da *internet* e das redes sociais e a consequente mobilização popular foram fatores que amplificaram o compartilhamento de informações. Eleitores criaram perfis nas redes sociais para colaborar com a campanha de Obama e fazer mais pessoas aderir ao então candidato e ao seu *slogan* “*Yes, we can.*” Após a campanha de 2008 de Obama, segundo Castells (2021), todas as campanhas políticas passaram a adotar estratégias do uso da *internet* e da comunicação sem fio, a fim de maximizar a participação popular.

Duas campanhas marcantes nesse sentido foram a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, em 2016, e de Jair Bolsonaro, no Brasil, em 2018, nas quais a aparente simplicidade de ambas escondiam técnicas refinadas para alavancar o candidato, com equipes de *marketing* a serviço dos políticos, com ampla apropriação do espaço da *web* para a divulgação dos discursos políticos, com especial utilização das redes sociais (*Facebook, Twitter* e *Instagram*).

As redes sociais caracterizam-se como um novo dispositivo de fazer reverberar o discurso político. Patrick Charaudeau publicou em 2006 a primeira edição do livro *Discurso político*, no qual aborda alguns lugares de veiculação de tal discurso e o traz associado, especificamente, às mídias consideradas tradicionais como televisão, jornais, revistas etc. Nesse sentido, buscamos ampliar as discussões postas por Patrick Charaudeau ao nos direcionarmos para o *Instagram* como lugar de criação e divulgação do discurso político. A plataforma oferece inúmeras possibilidades e estratégias de mobilização eleitoral e compreender como tal rede abarca o discurso político possibilita avançar nos estudos discursivos.

Buscaremos na Teoria Semiolinguística proposta pelo teórico Patrick Charaudeau o aparato teórico necessário para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que propõe uma teoria que visa articular fatores psicossociológicos - referentes aos aspectos psicológicos, sociais e por

consequente, ideológicos que perpassam o ato discursivo - aos fatores internos, linguísticos ou languageiros, que contribuem na construção do sentido. Desse modo, é uma teoria que trabalha os processos linguísticos associados aos aspectos sócio-históricos ideológicos, e por compreender que a imagem de si, ou seja, o *ethos*, constitui-se na intersecção da identidade social com a identidade discursiva do sujeito falante.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a constituição do *ethos* discursivo da Deputada Federal Tábata Amaral, enquanto instância política, na rede social *Instagram*, em sua articulação com a construção social do sujeito feminino. Como objetivos específicos pretende-se:

- a) investigar o processo de produção dos discursos selecionados a partir dos conceitos de sujeito, semiotização do mundo e contrato de comunicação da Teoria Semiolinguística;
- b) identificar quais imaginários sociodiscursivos emergem dos discursos proferidos por Tábata Amaral e relacioná-los às construções sócio-históricas e ideológicas que envolvem o feminino;
- c) descrever os modos de organização do discurso, com foco no aspecto enunciativo
- d) analisar o *Instagram* como dispositivo de criação e transmissão do discurso político.

Nossa pesquisa assume uma abordagem teórico-metodológica e qualitativa, na qual buscamos na Teoria Semiolinguística do Discurso de Charaudeau (2001, 2005, 2009, 2010, 2011, 2017, 2018, 2019a, 2019b, 2020) os fundamentos teóricos balizantes da análise do *corpus* constituído, bem como apresentamos um percurso histórico acerca do movimento feminista e da luta em busca do direito ao voto, principalmente a partir de Telles (1999), Duarte (2019) Hahner (2003), Silva (2013) e Alves (2019).

Considerando a Introdução o primeiro capítulo deste trabalho, iniciamos no segundo capítulo algumas considerações históricas acerca da Análise do Discurso e mais especificamente alguns conceitos concernentes à Teoria Semiolinguística, além de discutirmos sobre o discurso político e como este se desdobra no *Instagram*.

No terceiro capítulo, focamos nos conceitos de representação social, imaginários sociodiscursivos, *ethos* e o modo enunciativo do discurso. A representação social e os imaginários sociodiscursivos nos ajudarão a compreender a constituição da imagem de si no discurso (*ethos*), pois para a Teoria Semiolinguística o *ethos* é uma conjunção do plano enunciativo com os dados preexistentes ao discurso.

No quarto capítulo, efetuamos uma recuperação histórica acerca da trajetória da mulher no Brasil, cujas lutas foram essenciais para avanços na efetivação de direitos femininos, como ocupar lugares e posições a elas antes negados. Abordamos o movimento feminista e a luta

sufragista brasileira e como as mulheres adentraram o território político, fazemos, ainda, alguns pontos de intersecção com o movimento feminista norte americano, com o qual o movimento brasileiro buscou se articular, por ser um movimento mais conservador.

No quinto capítulo, discorremos sobre a metodologia abordada no trabalho e, por fim, no sexto capítulo procedemos à análise do *corpus*, retomando os conceitos estudados ao longo do trabalho a fim de identificar e discutir como ocorre a construção do *ethos* discursivo de Tábata Amaral, tendo por base o recorte efetuado.

Esperamos que esta pesquisa possa contribuir para os estudos de gênero na análise discursiva, que leve à ampliação de reflexões sobre como o feminino se coloca em uma sociedade patriarcal, cujo imaginário social que circunda a figura do político perpassa pelo gênero masculino. Faz-se necessário problematizar as questões de gênero, que ainda precisam ser amplamente debatidas e postas à luz, a fim de que a sub-representação feminina na política, em especial a brasileira, possa ser amplamente discutida e possamos todos entender que a mulher pertence a uma maioria que se faz minorizada socialmente.

Também buscamos contribuir com os estudos do discurso político propagado pelo dispositivo do *Instagram*, fato que ganhou força nas últimas eleições, sendo um fenômeno a nível mundial a utilização das redes sociais nas campanhas políticas e no cotidiano do político, com estratégias de captação do eleitorado cada vez mais refinadas.

## 2 – A Teoria Semiolinguística do discurso

Iniciaremos nosso percurso de estudo com a apresentação de alguns elementos históricos acerca da Análise do Discurso, sua relação com as demais áreas do conhecimento, sua natureza interdisciplinar e como tornou-se uma disciplina consolidada, que abarca estudos do campo linguístico associados à fatores sócio-históricos de produção. A Análise do Discurso reflete sobre a produção dos discursos, mas associado a isso, pensa a produção dos sentidos como produto das práticas de enunciação.

Abordaremos mais especificamente a Teoria Semiolinguística do Discurso, uma vertente recente, surgida na França em 1977, a partir da publicação da tese de doutorado desenvolvida pelo linguista Patrick Charaudeau. A tese transformou-se em livro e foi publicado na França em 1983, porém, apenas em 2008 que a primeira obra do pesquisador chega ao Brasil.

### 2.1 - Análise do discurso: alguns elementos históricos

Iniciamos este capítulo ao abordar alguns princípios históricos da constituição e desenvolvimento da Análise do Discurso – doravante AD - disciplina que surgiu com o objetivo de apreender o texto para além das construções puramente linguísticas, não como língua fechada em si própria, mas associada a uma conjuntura histórica, social e ideológica.

A AD foi, desde o seu surgimento na década de 1960, alvo de preconceitos e críticas de pesquisadores do campo linguístico, devido a proposta de articular linguagem e sociedade, porém, ao longo do tempo, consolidou-se como ciência, como afirma Orlandi (2017, p. 8) “é preciso, para se fazer ciência do discurso estabelecer uma relação de consistência entre teoria, o método, os procedimentos, e o objeto”. Os estudos discursivos desenvolveram-se com intensidade nas últimas décadas, estabelecendo métodos e procedimentos concretos e significativos de análise, a fim de apreender o funcionamento linguístico em situação de comunicação, na relação entre o texto e seu contexto.

Maingueneau (2015), ao abordar alguns elementos históricos da AD, atribui ao linguista Zellig S. Harris o papel de pioneiro na utilização do termo Análise do Discurso, ao publicar em 1952 um artigo intitulado *Discourse Analysis*, porém o sentido atribuído por ele ao termo era em uma perspectiva estruturalista, na qual se filiava. Seu trabalho, que estava mais próximo do que hoje entendemos como linguística textual, voltava-se a analisar as estruturas textuais, não por um viés conteudista, mas reduzia o texto a uma frase longa, ou seja, empregava

o mesmo método de análise de unidades menores como morfemas e frases, para unidades maiores (textos), procedendo a uma análise linguística.

Harris não considerava o contexto sócio-histórico de produção, uma marca dos estudos discursivos. Essa primeira referência ao termo análise do discurso, era, portanto, vinculada ao processo de decomposição do texto, inerente aos seus aspectos internos, de classificação de elementos formais, não havendo o estudo das relações externas a ele.

Posteriormente, em uma direção diferente, Benveniste destaca o sujeito falante no processo de enunciação. Segundo Fiorin (2017), a teoria da enunciação é concebida como uma instância de mediação entre a língua e a fala, sendo as categorias linguísticas de pessoa, espaço e tempo responsáveis pela transformação de língua em fala. Benveniste em vez de considerar a fala em um sentido individual, a insere em um exercício social, por conseguinte, levanta a relação que se estabelece entre locutor, seu enunciado e o mundo, tríade que será essencial nas reflexões acerca do discurso.

A percepção de Benveniste de que a linguística não poderia ser considerada apenas sob o aspecto interno da língua, justificou a sua divisão em dois campos: o que compreendia a língua como um sistema de signos, base da linguística do sistema, e o que entendia a frase e a linguagem em ação. Ambos os entendimentos marcam maneiras diferentes de pensar a teoria do discurso, em seu funcionamento externo (social) e interno (linguístico-discursivo) (EMEDIATO; MACHADO; LARA, 2020).

Conforme Maingueneau (2007), a partir da constatação da existência de uma esfera denominada discurso, que se identificava, em alguns aspectos, com a produção de unidades transfrásticas, em situações contextualizadas, a AD passa a constituir-se, progressivamente, como disciplina, fato que ocorreu a partir do final dos anos de 1960.

A França foi um dos principais lugares de desenvolvimento da AD, país no qual havia toda uma conjuntura intelectual que proporcionava condições a um pensamento que englobasse diferentes disciplinas. Segundo Malidier (2011), o país passava por uma efervescência de diferentes correntes no campo da linguagem: o estruturalismo de Saussure, o gerativismo, cujo maior nome é Noam Chomsky, o marxismo althusseriano que possibilitou reflexões sobre a instância ideológica e abriu caminhos em direção à psicanálise. Havia um contexto teórico que favoreceu uma articulação entre os campos da linguística, marxismo e psicanálise, regiões do conhecimento que constituíram a disciplina.

Tendo por base a interdisciplinaridade, a AD articula o plano linguístico e o social. Segundo Charaudeau (2010), a interdisciplinaridade não é um acúmulo de disciplinas, de conceitos e seus resultados, é necessário que haja interrogação sobre eles, logo, enquanto

analistas do discurso é desse lugar que faremos os questionamentos e reconsideraremos conceitos e resultados das outras disciplinas em um movimento de diálogo com estas.

Nota-se que no início dos anos de 1960, os linguistas compunham uma parte daqueles que foram os inspiradores da AD, a outra parte era composta por antropólogos (Hymes), sociólogos (Garfinkel, Sacks), filósofos (Pêcheux, Foucault). Nessa direção, Maingueneau (2007, p. 18) afirma:

O discurso somente se torna verdadeiramente objeto de um saber se ele for assumido por diversas disciplinas que possuem cada uma um interesse específico: sociolinguística, teorias da argumentação, análise do discurso, análise da conversação, análise crítica do discurso etc.

A partir da convergência de diversas correntes de estudo, a AD trabalha o discurso em suas condições sócio-históricas de produção, busca apreender o entrelaçamento dos enunciados, vinculados às circunstâncias de enunciação, a partir de um lugar social, relaciona o linguístico e o social, o discurso em seu funcionamento interno e externo. “O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2005, p. 15).

Conforme Maingueneau (2015), o grande ano da AD foi 1969, no qual a revista francesa de linguística *Langages*, sob responsabilidade de Jean Dubois, que desfrutava de grande prestígio à época, dedica uma edição especial, o número 13, ao novo campo de estudo. Nesse número, a revista utiliza o termo “análise de discurso” como tradução francesa do artigo de Harris, de 1952, e como título do volume.

Nesse mesmo período, Michel Pêcheux desenvolvia seu trabalho pautado nos estudos sobre marxismo de Althusser, a psicanálise de J. Lacan e na linguística estrutural de Saussure, filiado teoricamente aos movimentos de ideias sobre o sujeito, a ideologia e a língua, procedia em uma ação de “decompor” os textos e revelar a ideologia que neles se manifestava.

Michel Foucault lança o livro *A arqueologia do saber* cuja influência sobre o campo da AD foi expressiva; para o autor, a noção de discurso não estava vinculada a um conceito linguístico. O filósofo visava apreender o enunciado de forma a estabelecer correlações com outros enunciados a ele vinculados, sendo estes, submetidos a regras e práticas que regulavam o discurso em diferentes períodos da história.

Percebe-se que surgiram concomitantemente diferentes visões acerca da análise do discurso, conforme Maingueneau (2015), as pesquisas no campo da AD na França da década

de 1960 explorou prioritariamente o discurso político da esquerda francesa, devido ao contexto social da época.

Os estudos acerca do discurso podem ser representados pelo que Emediato, Machado e Lara (2020) classificam em três gerações da análise do discurso, as quais apresentaremos de forma sucinta. Os autores afirmam que não se trata de um percurso evolutivo da AD, mas é uma maneira didática de fazer referência aos três diferentes pensamentos sobre o discurso.

A primeira geração caracteriza-se por uma tendência representacional, há o correlacionamento constitutivo entre discurso e ideologia. Essa fase tem como maior nome o filósofo M. Pêcheux, que orientado por uma base marxista-althusseriana, traz para a cena discursiva a noção de materialismo histórico. A primeira tendência dá um maior enfoque ao funcionamento externo (social) do discurso e faz surgir conceitos que, ainda hoje, são primordiais nos estudos discursivos, como: formações imaginárias, formação discursiva, interdiscurso.

A segunda geração, que emerge a partir dos anos de 1980, revela uma orientação enunciativa e pragmática, que coloca no centro de suas questões o sujeito enquanto ser social, vinculado a uma situação de comunicação, caracterizada enquanto gênero do discurso. Tal tendência apresenta um processo analítico metodológico que busca apreender o funcionamento discursivo interno (linguístico) por meio da organização enunciativa e das formas de construção textual e assim fundamentar as análises do funcionamento externo (social ou psicossocial) do discurso. Teóricos como Patrick Charaudeau (Teoria Semiollingüística), Dominique Maingueneau (Cenas de enunciação, cenografias, hiperenunciador, etc), Amossy (*ethos*), Goffman (teoria das faces), dentre outros, associam-se a essa geração

A terceira geração manifesta uma orientação sociocognitiva, cujo interesse incide em “uma cognição externa operando no funcionamento psicossocial da interação comunicativa e da configuração do discurso” (EMEDIATO; MACHADO; LARA, 2020, p. 31). Para os autores, no campo da AD, há uma inter-relação entre cognição, discurso e sociedade, que perpassa por diferentes níveis de análise: o sujeito e a constituição de suas competências, os juízos presentes na argumentação e seus modos de raciocínio, a interação social em seus contextos e modelos de situação, a constituição da memória discursiva etc. O modelo sociocognitivo encontra-se nos trabalhos de diferentes analistas, como Charaudeau, Marie-Ane Paveau, Teun van Dijk.

A AD ampara-se na materialidade lingüística conjugada às condições sócio-históricas de produção, trabalha a língua não como um sistema abstrato, mas em seu uso no mundo, relacionada à sua exterioridade. Aborda a relação língua-discurso-ideologia, sendo o discurso

o lugar no qual podemos observar e compreender como a língua, em sua condição de não transparência, produz sentidos por/para os sujeitos (ORLANDI, 2005).

A partir dessas considerações, apresentaremos, a seguir, um percurso da noção de discurso e alguns conceitos referentes à AD que nortearão o nosso trabalho e servirão de suporte teórico no desenvolvimento de nossa análise.

## 2.2 - A Teoria Semiollinguística do Discurso de Patrick Charaudeau

É importante situar a teoria a que esta pesquisa se filia, pois como vimos no tópico anterior, dentro do campo dos estudos discursivos há diferentes abordagens que, embora possuam pontos de convergência, também conservam suas especificidades. Desse modo, buscaremos apresentar a Teoria Semiollinguística – doravante TS - proposta pelo francês Patrick Charaudeau que norteará nossos estudos teóricos.

A TS constitui uma vertente da AD francesa, surgida em meados da década de 1980, com a publicação em 1983, pela editora Hachette, da obra *Langage et discours – Eléments de sémiollinguistique (théorie et pratique)* de autoria de Patrick Charaudeau.

A Semiollinguística enquanto perspectiva que estuda o discurso, busca apreender as múltiplas dimensões que compõem um ato de linguagem, propõe uma teoria que visa articular fatores psicossociológicos - referentes aos aspectos psicológicos, sociais e por conseguinte, ideológicos que perpassam o ato discursivo - aos fatores internos, lingüísticos ou languageiros, que contribuem na construção do sentido.

Charaudeau ([2005]<sup>2</sup>) explica o motivo pelo qual a teoria discursiva que desenvolveu pode ser chamada de semiollinguística:

*Semio* -, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do sentido e sua configuração se fazem através de uma relação forma-sentido (em diferentes sistemas semiológicos), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação; *lingüística* para destacar que a matéria principal da forma em questão – a das línguas naturais. Estas, por sua dupla articulação pela particularidade combinatória de suas unidades (sintagmático – paradigmática em vários níveis: palavra, frase, texto), impõem um procedimento de semiotização do mundo diferentes das outras linguagens.

---

<sup>2</sup> Tivemos acesso ao artigo de Charaudeau (2005) por meio de sua página na internet (<<https://www.patrick-charaudeau.com/>>), na qual os textos não possuem numeração de páginas.



Nota-se que, além de englobar dimensões internas e externas à análise do ato de linguagem, a TS possibilita o estudo de diferentes sistemas semiológicos, seja elementos linguísticos, visuais, estéticos (literatura, dança, rituais de tradição cultural etc.) dos quais há uma construção de sentido que emerge da situação de comunicação como um todo, não apenas com foco na língua ou no processo social que o perpassa.

Porém, foi no campo dos estudos políticos e midiáticos que a semiolinguística ganhou, inicialmente, notoriedade, como refletem as obras *Discurso político* e *Discurso das mídias*, sendo posteriormente ampliada para outros campos de estudo, como a literatura, discurso religioso, educacional etc.

Conforme Nogueira (2004), na TS há alguns aspectos fundamentais postulados por Charaudeau, os quais sintetizamos a seguir:

- 1) buscar articular o plano situacional, relativo ao contexto sócio-histórico de produção discursiva, ao plano linguístico, referente às características internas do discurso. A partir desse fundamento, o autor propõe a noção de *contrato de comunicação*, amparado no entendimento que todo ato de linguagem realiza-se dentro de um tipo específico de relação contratual, como o educacional, o midiático, político, jurídico etc.;
- 2) articulação dos planos macro e microsocial, no qual a passagem de um plano ao outro não é concebida de forma automática, pois dentro de um dado contrato de comunicação, diferentes situações devem ser consideradas para a efetivação dessa associação de plano, como as identidades dos sujeitos envolvidos no ato languageiro, sua posição na estrutura macrosocial de poder, o projeto de fala dentro desse contrato, a situação de comunicação envolvida. Por exemplo, Tábata Amaral, enquanto investida no cargo de Deputada Federal, tem a função de legislar, ou seja, propor, discutir e aprovar leis, porém Amaral não se encontra legitimada a toda situação dentro do contrato de comunicação político, ela pode legislar, mas não está autorizada a sancionar uma lei aprovada pelo Congresso, função atribuição exclusiva do Presidente da República.
- 3) compromisso com a dimensão da interação social, cuja forma de interação dos parceiros não está predefinida em relação ao momento de interação, o que há é uma série de expectativas acerca das identidades e dos discursos previsto pelos sujeitos. Somente pela interação languageira que os componentes relativos ao plano situacional seriam reconhecidos ou não dentro da cena discursiva;

- 4) e, finalmente, ressalta-se o compromisso da intencionalidade dos sujeitos, na qual entende-se que os sujeitos possuem um “projeto de fala” possibilitado pelo contrato de comunicação, no qual os sujeitos detêm certa liberdade nas formas que julgar mais adequadas ao ato de fala, ou seja, Charaudeau entende que os sujeitos não são totalmente assujeitados pelas condições sociais e históricas, mas também não são totalmente livres no seu dizer.

A partir da apresentação dos postulados que norteiam a teoria, identificamos que a TS possui uma abordagem mais linguística, enquanto outras vertentes da AD refletem questões mais filosóficas em suas concepções. Mas por meio da AD, em suas variadas perspectivas teóricas, é possível discutir os sentidos que perpassam o discurso, debater a historicidade e as intersecções a outros discursos. É possível apreender como o poder e questões ideológicas, que se encontram no âmago da sociedade, são refletidos por meio da linguagem. E entendemos ser justamente por meio da linguagem uma das maneiras de busca por práticas mais inclusivas e igualitárias, uma forma de mudança social, pois reconhecer que por meio da língua(gem) há opressão é o primeiro passo para combatê-la.

Dessa forma, após a apresentação das ideias principais que norteiam a TS, achamos apropriado abordar com mais detalhes a noção de sujeitos da linguagem, essencial para compreender concepções postas por essa vertente discursiva, como o ato de linguagem e contrato de comunicação.

### **2.3 - Os sujeitos da linguagem**

Na TS uma das principais preocupações teóricas de Charaudeau é a articulação entre o plano situacional, referente à realidade social na qual o discurso é produzido, com o plano linguístico, concernente aos mecanismos internos do discurso.

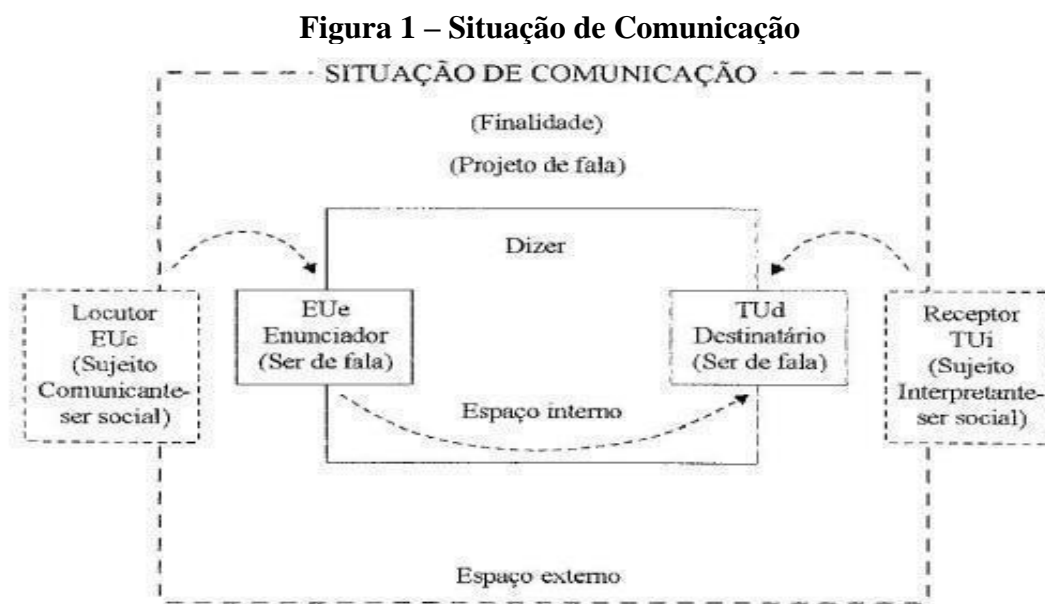
Charaudeau (2019a) postula o ato de linguagem como *interenunciativo*, que envolve produção ou interpretação, entre quatro sujeitos: EUc – Eu comunicante e TUi – Tu interpretante, que são os dois sujeitos agentes, seres sociais, localizados na esfera externa do ato de linguagem; EUe – Eu enunciador e TUD – Tu destinatário, realizados e instituídos na fala, encontram-se no espaço interno do quadro comunicacional.

Assim, o pesquisador afasta-se da perspectiva adotada pela Teoria da Comunicação, que estabelece a função comunicativa entre um remetente (falante/codificador) e o destinatário (ouvinte/decodificador), cujo processo ocorre de forma linear e exitosa. Na TS existem quatro

sujeitos languageiros (EUc, EUe, TUi e TUd) ao invés de dois (emissor e receptor). Para Charaudeau, todo processo enunciativo passa por essas quatro instâncias e não apenas duas e os efeitos de sentidos que emanam do ato languageiro, nem sempre são os visados pelo locutor.

Os quatro sujeitos languageiros participam de um jogo de encenação, denominado por Charaudeau *mise-en-scène*, entre o *dizer* e o *fazer* que compõem o ato de comunicação, juntamente com a articulação resultante de fatores como: i) *situação de comunicação*: de ordem psicossocial, no qual se encontram os sujeitos do *fazer* (plano externo) ligados pelo contrato de comunicação; ii) *os modos de organização do discurso*: expressos em quatro modos (enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo); iii) *a língua*: material verbal organizado em sistemas significantes; e iv) *o texto*: resultado material do ato de comunicação, que engloba as escolhas conscientes ou não que os sujeitos de linguagem realizam a partir das categorias da língua e expressas sob os modos de organização discursivos. (PAULIUKONIS, 2016)

Segundo Charaudeau (2001), o *dizer* e o *fazer* no ato de linguagem combinam-se de modo indissociável um do outro, o *fazer* relacionado ao circuito situacional (externo) e o *dizer* associado ao circuito discursivo (interno), logo, o discurso político como ato de linguagem, para conseguir ser desvelado deve ser considerado na totalidade da enunciação languageira, ou seja, em ambos os circuitos, que pode ser representado conforme figura abaixo:



(CHARAUDEAU, 2019a, p. 52)

No circuito externo, interagem o EUc e o TUi, sujeitos que compreendem o quadro do *fazer*, nomeados como *parceiros*; no circuito interno estão o EUe e o TUd, pertencentes ao quadro do *dizer* e identificados por *protagonistas*. Há um encontro de sujeitos que não são

idênticos, sendo o ato de linguagem um evento de produção exercido por um EU iniciador do processo de produção que se dirige a um TU destinatário e um evento de interpretação produzido por um TU interpretante que constrói uma imagem do EU locutor. Percebe-se que o ato de linguagem é um encontro dialético, que envolve tanto o circuito externo como interno do quadro comunicacional e não um simples processo de produção de uma mensagem por um emissor destinado a um interlocutor.

No circuito externo encontramos o EUC que é quem comanda a produção do ato linguageiro, é uma pessoa de existência real, com identidade social, é quem fala ou escreve, e quem coloca em cena, por meio de uma projeção discursiva, o EUE, ser de palavras, possuidor de uma identidade discursiva. O circuito externo também é composto pelo TUI, pessoa real, que lê e interpreta o texto, mas de uma forma independente do EU, uma vez que institui a si próprio como responsável pelo ato de interpretação.

Quando o EUC, ser de fala, converte-se em EUE e institui o outro como TUD, ser projetado no discurso conforme as representações linguageiras das práticas sociais, passa-se do circuito externo para o circuito interno do ato de linguagem.

No circuito interno do discurso, espaço que a enunciação acontece, encontramos o EUE, caracterizado como um ser discursivo, que corresponde a uma imagem de si mesmo que o EUC objetiva passar para o TUI, sendo que este pode aderir ou não à imagem produzida pelo EUC. O TUD também é um ser do discurso, uma imagem que o EUC tem do TUI, uma idealização formulada pelo EUC acerca de quem seja o TUI.

Charaudeau (2019a) cita um exemplo didático para tornar a compreensão dos sujeitos linguageiros mais fácil, em “Saia!”, o EUC, responsável pelo ato de produção, organiza o ato de linguagem de modo a criar a imagem de um EUE de autoridade, alguém que está em posição de superioridade em relação ao TU, e isso implica um TUD que é instituído como “sujeito que deve obedecer a uma ordem”. O TUD, como a imagem projetada pelo EUC, não pode fazer nada além do que obedecer a ordem, porém, no processo de interpretação, o TUI, que é um sujeito que age independentemente do EU, pode recuperar a imagem do TUD que o EU apresentou, ou seja, obedecer a ordem de sair ou pode recusar o estatuto do TUD fabricado pelo EU, gerando uma não identificação ao não obedecer a ordem emitida. Desse modo, postula-se que o TUD está em relação de transparência com a intencionalidade do EU, todavia, o TUI encontra-se em uma relação de opacidade com tal intencionalidade, visto que age independentemente do EU.

Dessa forma, Charaudeau também compreende que não há relação de transparência entre o EUE e EUC, exatamente pelo primeiro ser uma representação linguageira realizada pelo segundo. Conforme o pesquisador o “EUE é apenas *uma máscara de discurso* usada por EUC.

É por isso que EUC, consciente desse estado de fato, pode jogar, com finalidades estratégicas, tanto o jogo da transparência entre EUE e EUC, quanto da ocultação do EUC por EUE.” (CHARAUDEAU, 2019a, p. 49)

Conforme citado no exemplo acima, o EUC projeta um TUD, o qual nem sempre será coincidente com o TUI e, mesmo quando há coincidência, não se pode falar que foi total, uma vez que não é possível abarcar todas as intenções efetuadas pelo EUC no ato linguageiro. Há, também, alternância de papéis, pois quando o TUI toma a palavra, ele passa a ser o EUC e o EUC passa a ser o TUI. Ademais, além do EUE projetado pelo EUC existe um EUE idealizado também pelo TUI, portanto, podemos afirmar que existem dois EUE, um colocado em cena pelo EUC e outro projetado pelo TUI.

Com vistas a exemplificar o quadro comunicacional apresentado e os sujeitos linguageiros, elaboramos um caso em um contexto de dissimulação instaurada no discurso político:

**Figura 2 – Dissimulação no discurso político**

<p><i>Situação de Dissimulação</i></p>	<p>EUC = sujeito real, político enquanto ser social.          TUI = ser social, cidadão/eleitor.          EUE = sujeito de fala, imagem projetada pelo EUC, conforme sua intencionalidade de fala.          TUD = imagem projetada pelo EUC sobre o TUI.          EUC pensa <i>x</i>, mas pressupõe que o TUD pensa <i>não x</i> considerando o que sabe sobre TUI.          O EUC quer obter a adesão e o consequente voto de TUI.          EUE diz <i>não x</i>          TUI, em um processo interpretativo, adere ao EUC com base no <i>não x</i> dito pelo EUE.          Logo, instaura-se uma situação de dissimulação em que EUC mesmo pensando <i>x</i>, estabelece um ato de linguagem no qual o EUE diz <i>não x</i>, a partir da imagem TUD instaurada conforme conhecimentos prévios acerca de TUI.</p>
--	--

Fonte: elaborado pela autora

Verifica-se, portanto, que Charaudeau (2019a) utiliza-se dos quatro sujeitos linguageiros, nomeando-os por diferentes termos. A fim de facilitar o entendimento, sintetizamos conforme apontado por Silva (2013, p. 105)

O ponto central é que os sujeitos locutor e interlocutor desdobram-se em seres de fala no espaço do dizer, tornando-se enunciador e destinatário. [...] quando quisermos pontuar a voz que fala no texto, usaremos o termo locutor e interlocutor, visto que eles, por serem desdobrados em seres de fala, dão conta de explicar a interação dos parceiros na situação de comunicação.

Percebe-se, portanto, que o ato de linguagem vai além da transmissão e recepção de uma mensagem pelos sujeitos, mas resulta de uma *mise-en-scène*, de uma encenação em que todos representam papéis sociais. O ato de linguagem realiza-se em um ponto de convergência dos processos de produção e interpretação, caracterizados por duas entidades, desdobradas em sujeitos do *fazer* e do *dizer*.

No tópico seguinte, abordaremos as noções de texto e discurso relacionados aos fenômenos psicológicos e sociais, que resultam em um processo de semiotização do mundo, realizado por meio da intervenção dos sujeitos.

## **2.4 - A Semiotização do mundo**

A TS possui uma base interativo-comunicacional, a construção dos sentidos é abordada por meio da relação com a forma de diferentes sistemas semiológicos. Durante o ato de linguagem, os sujeitos utilizam de categorias da língua, organizadas discursivamente, de modo a produzir sentido, articuladas por meio de um texto.

Conforme Charaudeau (2001), o discurso não deve ser associado apenas à expressão verbal da linguagem, pois ele a ultrapassa na medida que pode utilizar-se de diferentes códigos semiológicos como o gestual e o imagético, ademais o discurso é o lugar da encenação da significação que se constitui a partir de um conjunto de ideias que permeiam determinada sociedade e que apresentam componentes enunciativos (discurso) e enuncivo (histórico).

Logo, o teórico reflete sobre o discurso como lugar, ao mesmo tempo, vinculado ao fenômeno da encenação do ato de linguagem; que se encontra associada ao espaço externo, lugar do fazer psicossocial, dos saberes partilhados, construídos por determinados grupos sociais de forma inconsciente, conforme os sistemas de conhecimento e de crença que circulam em certo espaço social, bem como relacionado ao espaço interno, lugar da organização do dizer.

Por aspecto psicossocial, Moura (2022) situa os estudos de Charaudeau com origem na Psicologia Social que estabelece uma relação entre a linguagem e o comportamento humano inserido em um contexto social; ao utilizar o termo psicossocial, considera-se um sujeito dotado de intencionalidades. Parte-se de uma perspectiva que o processo enunciativo sofre impacto da constituição do sujeito (quem é ele, seu estatuto social, como ele se enquadra na sociedade etc.), sendo que todas essas características psicossociais constituem um sujeito quadruplo, condição estudada na seção anterior.

Charaudeau (2011) manifesta-se sobre a diferenciação entre texto e discurso, a qual nem sempre ocorre de maneira clara, segundo o autor:

O discurso não é texto, mas ele é carregado por textos. O discurso é um percurso de significância que se acha inscrito num texto, e que depende de suas condições de produção e dos locutores que o produzem e o interpretam. Um mesmo texto é portador de diversos discursos e um mesmo discurso pode impregnar textos diferentes. Há discurso atravessando textos diferentes, e um mesmo texto pode ser portador de discursos diferentes. (CHARAUDEAU, 2011, p. 06)

Para exemplificar, citamos um texto criado para ser proferido por um político em determinada situação de campanha, tal texto poderá ser constituído por diferentes discursos, como o religioso, o científico, o jurídico, o didático, uma série de discursos que nem sempre são manifestados de forma explícita, mas que estão presentes no texto de forma implícita. Tais discursos significam a partir do contexto sócio-histórico em que se materializam, pelos sujeitos envolvidos no ato de linguagem, pela organização enunciativa que marca a posição do locutor em relação ao interlocutor e a outros dizeres.

Portanto, mobilizamos para compreender determinado discurso tanto o plano interno do texto, com seus aspectos linguísticos, como os imaginários que circulam na sociedade, os componentes situacionais vinculados ao plano externo ao texto. Conforme Charaudeau (2011, p. 06) “o discurso necessita de configuração textual para significar, isso quer dizer que essa significância, num dado momento, foi o texto.”

O processo discursivo depende da combinação entre os elementos internos da língua (morfofossintáticos, semânticos) associados aos fatores extralinguísticos (sociais, psicológicos, históricos etc.) o que leva a uma produção de sentido que é ideológico, mas que, ao mesmo tempo, materializa-se pelas construções linguísticas.

O processo de semiotização do mundo, conforme Charaudeau ([2005]), ocorre por meio da passagem dos fatores externos à língua para o *real* construído pelo discurso, processo

efetivado por meio de dois mecanismos: de *transformação* e de *transação*, definidos pelo teórico:

- O primeiro, processo de transformação, que partindo de um “mundo a significar, o transforma em “mundo significado” sob a ação de um sujeito falante;
- O segundo, o processo de transação que faz deste “mundo significado” um objeto de troca com um sujeito que desempenha o papel de destinatário deste objeto. (CHARAUDEAU, [2005])

O processo de transformação ocorre sob ação de um sujeito falante e compreende quatro tipos de operação: i) *identificação*: relacionada à nomeação dos seres, atividade próxima ao que seria a substantivação; ii) *qualificação*: caracterização, descrição dos seres do mundo, aproxima-se da adjetivação; iii) *ação*: os seres do mundo agem ou sofrem a ação, são transformados em “identidades narrativas”; operação realizada prioritariamente por meio de verbos e iv) *causação*: os seres agem ou sofrem a ação em razão de alguma causa, a sucessão dos fatos é explicada em “relação de causalidade”, há a utilização de operadores lógicos.

O mecanismo de transação está voltado para o interlocutor e para a interação, realiza-se conforme quatro princípios: i) *alteridade*: no ato de linguagem os parceiros devem reconhecer-se em suas semelhanças (saberes partilhados, motivações comuns) e diferenças (papel particular exercido por cada um). Na produção do ato de linguagem deve-se pensar em quem é o interlocutor, implica uma legitimação entre os parceiros do ato de comunicação; ii) *pertinência*: ligado ao contrato de comunicação, exige que o ato de linguagem seja apropriado a seu contexto e à sua finalidade para que haja credibilidade. Os sujeitos compartilham saberes comuns acerca das coisas do mundo; iii) *influência*: ao produzir um ato de linguagem todo sujeito objetiva agir sobre seu interlocutor, fazê-lo agir, seja orientar seu pensamento, seja para afetá-lo emocionalmente e o sujeito recepto-interpretante sabe que é alvo de influência e, iv) *regulação*: os parceiros utilizam de estratégias a fim de proceder à regulação do jogo de influências e manutenção do ato comunicativo. A falha nesse princípio pode provocar uma ruptura do ato de linguagem, as estratégias são utilizadas para garantir a intercompreensão.

Os processos de transformação e transação realizam-se conforme procedimentos diferentes, mas de forma interdependente, logo, em uma análise, a semiotização do real deve ser considerada pela relação dos signos linguísticos com as estratégias de significação socialmente partilháveis, em situações interativas de comunicação, realizadas por meio da intervenção de um sujeito psicossociolinguageiro.

Na análise do texto como discurso, deve-se observar ambos os aspectos, conforme conclui Pauliukonis (2016, p. 114):



[...] deve-se enfatizar a importância desse novo paradigma do enfoque enunciativo que prioriza observar a presença do sujeito emissor em relação direta com seu interlocutor, durante a realização de operações e manobras enunciativas. Sob essa perspectiva, a língua deixa de ser vista como um meio de proposição informativa ou de referência ao real e passa a ser analisada pelo âmbito da influência e da interatividade dos seres discursivos, no processo de reconstrução ou semiotização da realidade, o que acontece por meio das operações regidas tanto por coerções de ordem linguístico-gramaticais como por imposições de ordem sócio-interacionais.

Para facilitar a compreensão do processo de semiotização elaboramos o seguinte exemplo: um político participa de uma reunião cujo assunto é economia, pelo processo de transformação, haverá a significação do mundo que reflete uma subjetivação, logo, os termos escolhidos, a forma que o assunto é colocado em pauta, as relações estabelecidas passam pela perspectiva desse sujeito enunciativo. Ressalta-se que o processo de transformação (nomeação, adjetivação, ações, causa) não é realizado de forma aleatória, há uma significação nesse ato de linguagem, que nos remete ao processo de transação.

O político utiliza as categorias da língua e transforma um fato bruto em um mundo significado (o seu discurso perante o interlocutor) ao refletir quem é esse outro a quem ele se dirige: empresários ou empregados dos diversos setores? É a partir desse outro que o político elaborará seu discurso, uma vez que falar de economia para grupos diferentes demandará um projeto enunciativo diferente, com estratégias discursivas distintas, pois ao optar enunciar de um modo, muitas outras formas foram silenciadas, e isso, conforme Charaudeau, reflete uma intencionalidade. Ademais, deve-se pensar qual é o canal que será utilizado (conversa face a face, reunião on-line etc.), o espaço-tempo em que se inscreve o ato e a maneira como pretende influenciar o seu interlocutor, são considerações que o enunciativo deverá se atentar. Portanto, o processo de transformação ocorre de forma simultânea ao processo de transação.

Compreender tais processos é essencial, pois o discurso político utiliza-se de diversas estratégias, de modo a proceder à determinada encenação, na qual o locutor volta-se ao seu interlocutor, conforme o imagina e segundo a finalidade intencional do ato de linguagem. Veremos nos tópicos seguintes, conceitos que nos guiarão no entendimento de como o discurso se constrói e se projeta até o interlocutor, noções como discurso político e contrato de comunicação prototípico do supracitado discurso.

## 2.5 - O discurso político

O fenômeno político é alvo de estudos das mais diferentes disciplinas, todavia, nenhuma conseguiu esgotar seu objeto. Áreas como Filosofia, Sociologia, Psicologia Social, Antropologia Social, Ciências da Linguagem, Ciências Políticas, dentre outras reservam lugar de destaque para a questão. A AD, desde as suas origens, dedica-se a analisar os discursos políticos, considerados em seus contextos social, histórico e psicológico, dessa forma, o analista do discurso observa diferentes aspectos de tais discursos, como em que prática social estão inscritos, qual o espaço de circulação, as relações de poder que se instauram, a associação à dimensão linguística, dentre outras possibilidades.

Charaudeau (2018) compara o discurso político a um jogo de máscaras, em que toda palavra proferida no campo político deve ser considerada pelo que diz como pelo que silencia. Salienta-se que a expressão “jogo de máscaras” não significa, necessariamente, uma dissimulação ou algo negativo, mas refere-se à multiplicidade de papéis sociais que o sujeito político pode assumir nas cenas enunciativas, ou seja, as diferentes faces de si que pode projetar no discurso.

O discurso político se faz propício a esse jogo de máscaras uma vez que inúmeras estratégias são acionadas com o objetivo de apresentar-se como alguém crível, digno de fé e, assim, persuadir e seduzir o maior número de pessoas, prováveis eleitores. Vê-se, portanto, que a linguagem está presente na ação política, associada tanto a um espaço de discussão, a fim de definição de atividades a serem executadas, de debate de ideias, como no próprio fazer político, espaço da ação, pois conforme Charaudeau (2018, p. 23)

A palavra política deve se debater entre uma *verdade do dizer* e uma *verdade do fazer*, uma verdade da ação que se manifesta por meio de uma palavra de decisão e uma verdade da discussão que se manifesta por meio de uma palavra de persuasão (ordem da razão) e/ou de sedução (ordem da paixão).

Percebe-se que o discurso político está intrinsecamente associado a um *fazer*, uma vez que a linguagem orienta a ação, expressa em voto, em uma manifestação de cobrança ou reivindicação nas ruas ou nas redes sociais, em um debate etc. O semiolinguista afirma que qualquer enunciado, mesmo que não o pareça em sua superfície, pode ter um sentido político a partir do momento que a situação assim o permita e o contrário também ocorre, um enunciado aparentemente político pode ter outro significado. “Não é, portanto, o discurso que é político,

mas a situação de comunicação que assim o torna. Não é o conteúdo do discurso que assim o faz, mas é a situação que o politiza.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 40).

Conforme Charaudeau (2021), o ator político tem como objeto de seu discurso a ideia do que poderia ser uma sociedade ideal, para tanto, age em uma dupla lógica: a simbólica, definidora de valores e que contém os sistemas ideológicos e a lógica pragmática, na qual o político deve deixar claro quais medidas e procedimentos executará para satisfazer a parte simbólica. O ator político, portanto, estabelece com a instância cidadã um contrato de comunicação política, o qual se pauta em uma relação de cumplicidade, e cuja noção veremos mais detalhadamente no tópico a seguir.

## **2.6 - O contrato de comunicação e as estratégias do discurso político**

Charaudeau (2019b) afirma que todo ato de linguagem ocorre dentro de uma situação específica de comunicação, que é portadora de restrições próprias, as quais são garantidas pela cointencionalidade. Esse esquema é denominado pelo teórico de contrato de comunicação, que resulta da articulação entre os componentes linguísticos, dados internos, e dos componentes situacionais característicos da troca languageira, dados externos.

Essa relação contratual é implicitamente compreendida pelos parceiros do ato languageiro, como se houvesse uma espécie de acordo prévio sobre os dados do quadro de referência, infere-se que os sujeitos sejam capazes de entrar em um acordo acerca das representações de linguagem, ou seja, há uma espécie de aliança que permite aos sujeitos construir conjuntamente os sentidos.

Os contratos de comunicação, sejam educacionais, políticos, midiáticos etc., funcionam segundo saberes compartilhados. Conforme Charaudeau (2019a), as circunstâncias que os determinam são de ordem socioinstitucional, portanto seguem definições socialmente estabelecidas. Exemplificamos: em um pronunciamento de um candidato recém-eleito ao cargo de Presidente da República, temos estabelecido um contrato de comunicação político. Há um sujeito legitimamente eleito que discursa para o povo de uma nação, existem expectativas compartilhadas sobre o modo como cada parceiro agirá e falará. A população aguardará um discurso de agradecimento e que aborde o trabalho a ser realizado no cargo, enquanto o político, atento aos anseios do eleitorado, discursará de modo fervoroso, entusiasta e dirá que as promessas de campanhas serão cumpridas.

Dessa forma o contrato de comunicação instaurar-se-á a partir dos papéis assumidos pelos parceiros do ato languageiro, orientados por aspectos do plano situacional, como a

identidade dos parceiros, o objetivo da interação, as circunstâncias do tempo e espaço, e aspectos relativos ao plano comunicacional e discursivo, como quais as maneiras de dizer e quais as estratégias discursivas pertinentes a fim de atingir o objetivo posto.

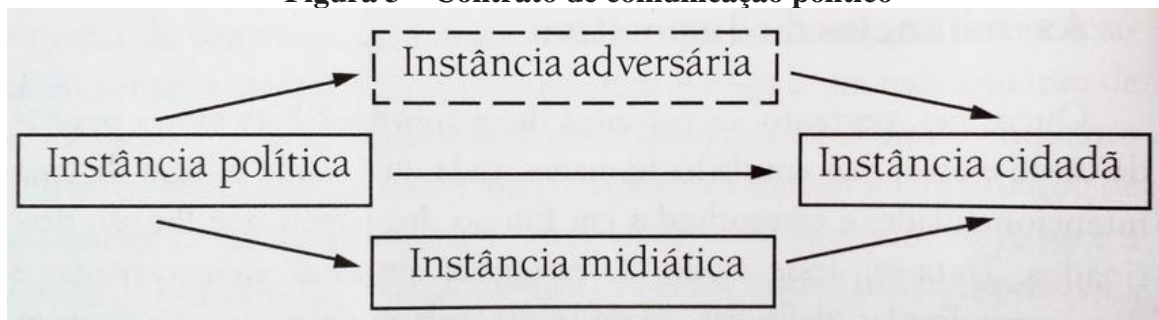
No contrato de comunicação político, há o político que busca construir um discurso que seja bem-sucedido, que produza a adesão do eleitor e que ocasione na sua eleição ao cargo pretendido ou na manutenção da posição conquistada, do outro lado, temos o eleitor, que objetiva ser ouvido em suas reivindicações, críticas, desejos e que seu discurso gere um *fazer* por parte do político.

Charaudeau (2018) enumera três lugares de fabricação do discurso político: o lugar da governança, no qual se encontra a instância política e seu duplo antagonista, a instância adversária; o lugar da opinião, no qual está localizado a instância cidadã e o lugar da mediação, onde se verifica a instância midiática.

Conforme Silva (2013), o sujeito empírico não pode ser considerado parceiro do contrato de comunicação política, uma vez que no ato de linguagem desempenha determinado papel social, por tal motivo Charaudeau (2018) refere-se a eles como instâncias, que se definem em relação aos atributos identitários e finalidade comunicacional.

Podemos representar o contrato de comunicação política conforme o esquema abaixo:

**Figura 3 – Contrato de comunicação político**



(CHARAUDEAU, 2018, p. 56)

A instância política é o lugar da governança, os atores estão investidos em um *poder fazer*, relativo ao poder de ação e de decisão, constituem-se, também, em um *poder fazer pensar* relativo à manipulação. A instância adversária encontra-se no mesmo lugar da governança, porém em oposição à primeira. Ela deseja ascender à posição de poder, portanto, cria um discurso que visa gerar um embate com a instância política, de crítica ao poder vigente.

A instância cidadã é aquela que se encontra fora do espaço de governança, mas exerce uma influência sobre a instância política, pois produz discursos que se dedicam, principalmente,

a interpelar o poder governante. A instância cidadã não é homogênea, uma vez que a comunidade a ela relacionada possui diferentes percepções da instância política. Ela é uma entidade que integra organizações e situações diversas, como: sindicatos, corporações, manifestações de rua, comunidades virtuais, situações de protestos e inúmeras outras.

A instância midiática também se encontra fora da governança, ela está legitimada em seu papel de informante e busca a credibilidade dos cidadãos e dos políticos. Possuidora de um discurso de cooptação e para tanto utiliza-se de diversas estratégias. Conforme o pesquisador

A noção de estratégia repousa na hipótese de que o sujeito comunicante (EUC) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados efeitos – de persuasão ou de sedução – sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não - com o sujeito destinatário ideal (TUd) construído por EUC. (CHARAUDEAU, 2019a, p. 56)

Percebe-se que a noção de contrato de comunicação está vinculada aos princípios do processo de transação (semiotização do mundo): o reconhecimento da identidade dos sujeitos envolvidos no ato de linguagem, legitimando o direito à fala de cada um; o contrato que só obterá êxito se houver saberes partilhados e reconhecidos entre os parceiros languageiros, o auditório que precisa reconhecer o projeto de fala do enunciador como adequado, e, concomitantemente, os sujeitos do ato de linguagem possuidores de liberdade dentro desses contratos, segundo os princípios de influência e regulação.

O discurso político utiliza constantemente estratégias para construir um discurso de modo a convencer ou seduzir a instância cidadã. O sujeito comunicante (EUC) usa de estratégias a fim de fabricar para si mesmo diferentes imagens de enunciador (EUE), conforme a sua intenção junto à esfera cidadã, logo, Charaudeau (2018) afirma que no campo político há diferentes estratégias discursivas que podem ser a legitimidade, credibilidade e cooptação.

A legitimidade perpassa pelo reconhecimento de um sujeito por outros sujeitos, em nome de um valor comum a todos os membros de determinado grupo, ela determina o direito do sujeito de *dizer* ou *fazer* algo. O direito de *dizer* algo em função do cargo ou função institucional que ocupa, em nome de um *saber*, decorrente do conhecimento, ser reconhecido sábio e em nome de um *saber-fazer*, ser reconhecido como especialista na área.

No domínio político, o sujeito é legitimado a ocupar um cargo público eletivo em decorrência de uma aceitação coletiva, ou seja, pelos votos a ele atribuídos pela instância cidadã. De acordo com Charaudeau (2018), há três tipos de imaginários sociais na origem da legitimidade política: filiação, formação e mandato.

A legitimidade por filiação é referente à noção do sujeito pertencer à família tradicional da política, segundo Moura (2020) tal legitimidade pode ser considerada também por filiação ideológica, como por exemplo a determinado campo discursivo, liberal, socialista etc.

A legitimidade por formação supõe que o sujeito político tenha frequentado instituições de ensino de prestígio, tenha obtido lugares de destaque durante o percurso acadêmico, graduando-se entre os primeiros colocados. Percebe-se que há no imaginário social a ideia de que o perfil ideal para estar na condição de governante do povo é um sujeito pertencente à elite, que seja bem-nascido e bem formado.

O último imaginário referente à legitimidade é por mandato, ou seja, passa pela ação popular da eleição, sendo atribuído ao sujeito político o direito de governar por meio da ação direta da instância cidadã, trata-se de uma legitimidade representativa.

Enquanto a legitimidade pauta-se em um *direito de dizer ou de fazer* a credibilidade é determinada por uma *capacidade do sujeito de dizer ou de fazer*, portanto, associa-se a um *saber*.

Para captar o eleitorado, o político deve construir um discurso que convença da pertinência do seu projeto, sendo ele capaz de executá-lo, aquele que detém a capacidade para tanto e deve, por conseguinte, fazer com que o maior número de pessoas adira aos valores que reverberam em seu discurso.

Logo, o político, uma vez legitimado perante a instância cidadã, deve criar uma imagem de si que se apresente como crível, a fim de gerar uma identificação e conseqüentemente uma adesão. Tal imagem construída discursivamente remonta à Retórica Clássica, sendo chamada de *ethos*<sup>3</sup>. A credibilidade não é suficiente, logo, deve-se cooptar o outro. O discurso político relaciona-se com a imagem, mas também com a razão e com a paixão, conforme Charaudeau (2018, p. 84)

[...] a encenação do discurso político oscila entre uma ordem da razão e a da paixão, misturando, *logos, ethos e pathos*. [...] Para o político, é uma questão de estratégia a ser adotada na construção da sua imagem (*ethos*) para fins de credibilidade e de sedução, da dramatização do ato de tomar a palavra (*pathos*) para fins de persuasão, da escolha e da apresentação os valores para fins de fundamento do projeto político.

Não entraremos mais detalhadamente nos conceitos de *logos* e *pathos*, uma vez que o foco de nosso estudo é o *ethos*, todavia, quando se fizer necessário, recorreremos em nossa

---

<sup>3</sup> Trataremos de forma mais detalhada acerca do *ethos* no Capítulo 3 deste trabalho.

análise aos referidos conceitos para embasar o estudo do *ethos*, uma vez que, conforme apontado por Charaudeau (2018), persuasão e sedução são constitutivas do discurso político e o discurso pathêmico é uma estratégia de captação e o logos acionado como forma de dar credibilidade ao discurso, dessa forma, colaboram para a constituição da imagem do político. Ressalta-se que sempre que tais categorias forem acionadas, será de modo a embasar a análise do *ethos*, conforme nosso objetivo de pesquisa. No capítulo 3 deste trabalho, apresentaremos o conceito de *ethos*, sua origem, a relação com os estudos discursivos e sua associação com os imaginários sociais.

Na última seção deste capítulo, discutiremos o discurso instituído no âmbito da *web*, mais especificamente na rede social *Instagram*. Estabeleceremos algumas reflexões acerca do dispositivo de circulação do discurso político na rede e se tais discursos sofreram modificações significativas a partir desse dispositivo. Tais reflexões são importantes haja vista que nas últimas eleições as redes sociais foram usadas como meios de divulgar plataformas de trabalho, permitiram a interação entre político e os usuários da rede, o compartilhamento do conteúdo postado pelos candidatos etc. As mídias sociais tornaram-se ferramentas para conhecer a opinião pública e de moldar a imagem do político aos olhos do eleitor.

## **2.7 – O discurso político e o *Instagram***

### **2.7.1 – O dispositivo *Instagram***

Antes de iniciarmos nossa discussão sobre o discurso que se manifesta na rede social da parlamentar Tábata Amaral, faz-se necessário refletir sobre o *Instagram*, suas configurações, funcionamento e organização.

Podemos compreender o *Instagram* a partir do conceito de instância midiática, sendo um dos meios de união entre o político e o eleitor. O *Instagram* tornou-se uma potente ferramenta de transmissão da mensagem do político até o eleitorado, desse modo, apresenta-se como um dispositivo que possibilita que o discurso político chegue à instância cidadã.

Conforme Charaudeau (2018, p. 53), o dispositivo pode ser compreendido como aquilo “que estrutura a situação na qual se desenvolvem as trocas languageiras ao organizá-las de acordo com os lugares ocupados pelos parceiros da troca, a natureza de sua identidade, as relações que se instauram entre eles em função de certa finalidade.”. O estudo do dispositivo permite ao analista do discurso apreender o canal de transmissão do discurso político e, conseqüentemente, uma significação mais ampla da situação de comunicação e dos efeitos de sentidos gerados, logo “as significações do discurso político são fabricadas e mesmo

refabricadas, simultaneamente, pelo dispositivo da situação de comunicação e por seus atores.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 53)

Dessa forma, sendo a referida plataforma meio de propagação do discurso político, apresentaremos alguns postulados de pesquisadores, tanto da AD como das mídias de comunicação, que se dedicaram a estudar os ambientes *online*, discutiremos algumas das características dessas redes a fim de enriquecer nosso debate e contribuir para a compreensão de como tais canais são usados nas estratégias de campanhas eleitorais, ademais buscamos promover a atualização das discussões sobre os dispositivos que reverberam o discurso político.

O *Instagram* tem como foco as imagens, sendo fotos ou vídeos, os textos escritos só podem ser inseridos na plataforma a partir da vinculação às imagens. É uma rede que possui características típicas dos ambientes da *web*, como a multimodalidade, isto é, a mobilização de diversos canais: fotos, vídeos, música, textos escritos. Maingueneau (2015) ao estabelecer algumas reflexões sobre os discursos que circulam na *web*, utiliza-se do termo “iconotexto” que se refere ao estabelecimento de uma relação indissociável entre imagem e texto, ou seja, são produções semióticas, sendo a *web* um ambiente característico da relação entre o componente visual e o componente verbal, em que ambos se associam e se complementam.

Com relação à TS, busca-se analisar os discursos sob uma perspectiva linguística ampla, cuja realização de sentido é feita por meio da combinação forma-sentido, que aciona diferentes sistemas semiológicos. Conforme Charaudeau (2019a, p. 21), a análise semiolinguística do discurso é tanto semiótica quanto linguística, é semiótica “pelo fato de que se interessa por um objeto que só se constitui em uma intertextualidade.” A TS interessa-se por diferentes linguagens, logo, abrange materialidades multimodais em seus estudos, sendo adequada para análises de objetos discursivos que trabalham tanto o plano verbal como visual, características do ambiente da *web*.

O *Instagram* possui dois principais recursos de interação: o *feed*, que se caracteriza por todas as publicações do perfil do usuário, no qual há a possibilidade de outro usuário do aplicativo curtir, comentar e compartilhar; e os *stories*, que são publicações rápidas, fotos ou pequenos vídeos, com duração de até 60 segundos, que ficam disponíveis para visualização pelo período de 24 horas, com possibilidade de curtir, comentar e reagir com alguns *emojis*.

A rede social supracitada tornou-se um aplicativo para além do compartilhamento de fotos, podemos identificar várias materialidades multisemióticas, recursos de inserção de vídeos, *emojis*, *gifs*, filtros (aplicação de efeitos nas imagens), veiculação de notícias, divulgação de produtos, há a possibilidade de interligação com outras redes sociais como o *Facebook* e o compartilhamento de conteúdo por meio do *WhatsApp*.



O aplicativo do *Instagram* pode ser acessado de forma gratuita, mediante *login*, tanto por computadores como por *smartphone*, possibilita o registro e compartilhamento de situações do dia a dia, algo que o usuário deseja divulgar para seus seguidores, um “recorte” da vida particular. Os conteúdos podem circular com rapidez, tendo em vista o caráter amplo e dinâmico da *internet*, e alcançar um grande público, portanto, a comunicação estabelecida foge das restrições efetuadas por outros meios, como a face a face, jornais, televisão etc., uma vez que uma postagem pode viralizar e chegar a milhões de pessoas usuárias da rede social.

Conforme reportagem do *Portal Estado de Minas Gerais*<sup>4</sup>, estudo divulgado pela plataforma Cupom Válido, o Brasil é o terceiro país do mundo que mais faz uso das redes sociais, o brasileiro tem uma média diária de 3h42min conectado, cerca de 70,3% da população tem perfil nas redes sociais, o que equivale a mais de 150 milhões de usuários, e esse nicho foi identificado pelos mais diferentes setores. O *Instagram* deixou de ser usado apenas como página pessoal e passou a ser um meio de divulgação de produtos, projetos, notícias, serviços e inclusive de ações políticas. Os partidos políticos e seus candidatos/políticos identificaram nas redes sociais uma poderosa ferramenta para atingir o eleitorado.

Segundo Recuero, Bastos e Zago (2020), os usuários das mídias sociais, ao utilizarem recursos disponibilizados por essas plataformas *online*, como “curtir” ou compartilhar publicação, aceitar amigos, seguir uns aos outros, marcar algum perfil em determinada postagem, formam redes de relações, ou seja, conexões entre os usuários são estabelecidas. Desse modo, tais conexões são terreno fértil para as estratégias políticas, que podem fazer chegar determinado conteúdo de forma mais ampla e veloz a um grande número do eleitorado.

Essas conexões assumem um caráter amplo quando pensamos em sua característica ativa, pois o usuário não precisa estar *online* para receber as notificações; assim que entrar em sua conta da rede social, as atualizações publicadas por aqueles que compõem a sua rede de conexões serão mostradas. Essa forma assíncrona de conversação, de compartilhamento de conteúdo, permite que os usuários visualizem matérias postadas anteriormente, o que segundo Recuero (2021)<sup>5</sup> permite modos novos de circulação de informação, modos novos de eleger temática na esfera pública.

Ademais, conteúdos que circulam nas redes sociais não ficam restritos a esse espaço, dependendo do teor do assunto, transbordam para outros espaços e para pessoas que podem não ter acesso às redes sociais. Nesse sentido, citamos o influenciador digital e ativista racial

---

<sup>4</sup> Disponível em [https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/09/28/interna\\_tecnologia,1309670/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-usa-rede-sociais-diz-pesquisa.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/09/28/interna_tecnologia,1309670/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-usa-rede-sociais-diz-pesquisa.shtml) Acesso em 17 maio 2022.

<sup>5</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=8Jr3zuVbmm0> Acesso em 05 jan. 2023.

Adalberto Neto que denunciou em seu perfil do *Instagram* um caso de fraude em concurso público, no qual a candidata teria se apropriado de vaga destinada às pessoas pardas e negras. O vídeo de denúncia do influenciador ganhou ampla repercussão e o Telejornal Bom Dia DF fez uma matéria sobre o episódio<sup>6</sup>.

Nesse sentido, são inúmeros os casos dentro do discurso político que ganham outros espaços para além da *web*, como as reivindicações feitas por parlamentares acerca do passe livre no transporte público no segundo turno das eleições gerais de 2022. Verificou-se um alto índice de abstenção no primeiro turno das eleições, principalmente vindo de eleitores socialmente mais vulneráveis. Houve, por conseguinte, uma mobilização nas redes sociais por diversos políticos solicitando aos prefeitos e governadores a gratuidade no transporte no dia do segundo turno. Muitos usuários das redes sociais se juntaram ao movimento, fortalecendo a reivindicação, que foi acatada por diversos líderes estaduais e municipais.

Nessa perspectiva, Castells (2021, p. 71) afirma que nem todas as pessoas estão incluídas nas redes sociais *onlines* “Mas todos são afetados pelos processos que ocorrem nas redes globais que constituem a estrutura social. As principais atividades que moldam e controlam a vida humana em todos os cantos do planeta estão organizadas em redes globais [...]”, o que compreende a instância política. Conforme citamos, mesmo aqueles que não adentraram esses espaços, podem ser influenciados por aquilo que ali ocorre, pois vira notícias em TV, comentários nas conversas informais etc.

Recuero, Bastos e Zago (2020) citam os estudos de Boyd (2010) nos quais a autora define algumas características dos espaços das redes sociais *online*, sendo: 1) permanência – que significa que as interações realizadas nas redes permanecem ali inscritas; 2) buscabilidade – como resultado da permanência, a buscabilidade significa que tais interações deixam rastros, podendo ser recuperadas; 3) reaplicabilidade – significa a reprodução de conteúdos e 4) escalabilidade – referente à multiplicação de registros nas redes sociais atingindo um grande alcance.

Todas essas características identificamos no *Instagram*, as publicações e as interações permanecem no ciberespaço, podendo ser buscadas por usuários, compartilhadas, realizadas marcações de perfis, e assim, as informações tornam-se mais visíveis a outros usuários por meio da escalabilidade.

Ressalta-se que tais ações podem ser feitas, inclusive, entre usuários que não integram a mesma rede de seguidores, mas estabelecem conexões entre si, o que pode ser compreendido

---

<sup>6</sup> Disponível em <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/05/ativista-acusa-servidora-de-fraude-em-cota-racial-de-concurso-do-tribunal-de-justica-do-df-ela-nega.ghtml> Acesso em 09 jan. 2023.

por meio do algoritmo, ou seja, refere-se a critérios estabelecidos pela rede social para que determinados conteúdos cheguem ao usuário. Exemplo, se o usuário “curtir” páginas ou publicações de viagens, o algoritmo indica conteúdo sobre esse tema, caso o usuário “curta” assuntos ou páginas sobre política, o *Instagram* mostrará mais conteúdos políticos.

Para tanto, o engajamento de cada perfil é muito importante, pois quanto mais interações (curtidas, compartilhamentos, comentários efetuados, visualizações em *story* etc) houver em determinada página do *Instagram*, mais esse conteúdo poderá ser sugerido a outros usuários, logo “a ‘buscabilidade’, ou seja, a possibilidade de que a informação seja encontrada também contribui para a escalabilidade” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2020, pág. 31)

Tais possibilidades de conexões causaram um impacto muito grande sobre o cenário político, com a perspectiva de exposição de conteúdo a um número mais significativo de pessoas e uma velocidade maior no fluxo de informação. Segundo Aggio e Reis (2013, p. 160) são, basicamente, duas as formas que as campanhas políticas entendem os usuários das redes sociais *online*:

uma [...] encara-os como potenciais eleitores – assim como o são aqueles atingidos por peças televisivas e radiofônicas – que precisam ser convencidos a preferir um candidato em detrimento dos outros. Outra perspectiva – tão ou mais importante que a anterior – não os define apenas pela contribuição que podem dar através do voto, mas como podem desempenhar ações a fim de amplificar os esforços de campanha para conquistar novos eleitores. Nesta perspectiva, os usuários dos *social media* são potenciais militantes ou apoiadores que funcionam como elo entre as campanhas e outros eleitores que trafegam pela mesma plataforma.

Nesse sentido Castells (2021, p. 284) afirma que “Quanto mais uma campanha puder contar com o apoio de seguidores ideologicamente dedicados, mais o apelo potencial do candidato mostrará resultados nas urnas.”. Percebe-se um grande movimento dos políticos, por meio do *Instagram*, em chamar os usuários para participar da campanha, em divulgar o conteúdo por eles postados, a fim de levar o nome e a plataforma de trabalho para mais pessoas. Fato identificado na imagem a seguir:

**Figura 04 – Chamado à instância cidadã**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralisp<sup>7</sup>

Na *Figura 04 – Chamado à instância cidadã* percebemos o sujeito político chamando seus seguidores, às vésperas do primeiro turno das eleições de 2022, a marcar o perfil de mais um usuário do *Instagram* a fim de conhecê-la. A referida publicação é composta pela imagem acima e por mais dois vídeos: o primeiro refere-se ao vídeo que viralizou nas redes sociais em que a parlamentar confronta, no início de 2019, o então Ministro da Educação Ricardo Velez Rodrigues; tal vídeo foi responsável por Amaral aumentar exponencialmente seus seguidores no *Instagram*, uma vez que gerou repercussão positiva para a Deputada, devido sua firmeza e conhecimento acerca da educação ao debater com o Ministro.

O segundo vídeo refere-se a uma retrospectiva da parlamentar contando sobre sua trajetória na educação e na política. Portanto, a publicação reúne um chamado da instância cidadã, com vídeos que trazem dados importantes da parlamentar, é uma publicação direcionada à marcação de usuários, comentários e compartilhamento, justamente, para amplificar o alcance de Amaral na supracitada rede social e entre os eleitores em potencial.

Percebe-se que os usuários das redes sociais, especificamente do *Instagram*, rede que estamos analisando, não são compreendidos apenas como receptores passivos do discurso, mas as campanhas políticas utilizam-se de estratégias para levar esse usuário da rede a participar do movimento político, colaborar com a construção da campanha ao viralizar os conteúdos, dar engajamento para as publicações, marcar outros usuários etc.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CjK8jcxOOqV/> Acesso em: 10 jan. 2023

Para haver esse engajamento a instância política deve, segundo Castells (2021) produzir uma mensagem que seja comum entre os valores do político e do público-alvo para o qual ela foi dirigida, portanto, as campanhas políticas elaboram estratégias para que o produto postado nas redes sociais apresente conexão entre o político e o eleitorado.

Entre as publicações de Amaral no *Instagram* encontramos grande número de postagens que abordam a questão da maior participação feminina no Congresso, outras com interação voltada para jovens, ao fazer conteúdo com uma linguagem fácil, atualizada sobre o que circula na rede e também aborda a temática da qualidade da educação pública. Por conseguinte, a parlamentar estabelece uma conexão com tal público: mulheres, jovens, com aqueles que defendem a importância da pauta educacional no fazer político.

Portanto, o *Instagram* apresenta possibilidades ideais para que o discurso político ocorra, de modo a engajar os usuários, a dar visibilidade ao político, para que os conteúdos circulem na plataforma. Desse modo, refletiremos a seguir sobre a estrutura do discurso veiculado no *Instagram*, se o contrato e as estratégias, conforme estudamos nas seções 2.5 – *O discurso político* e 2.6 - *O contrato de comunicação e as estratégias do discurso político*, mantêm-se no modelo padrão do contrato político ou se há novas formas de se dirigir à instância cidadã, diferenciando-se dos discursos proferidos nos meios tradicionais de divulgação do discurso político como rádio, televisão, debates, jornais etc.

### **2.7.2 – A circulação do discurso político no *Instagram***

Nesta subseção, estabeleceremos uma reflexão acerca do entrecruzamento entre o discurso político e a rede social *Instagram*. É importante pensar como ocorre a configuração dos discursos relacionados ao âmbito político que se estabelecem na mídia social, para tanto, retomaremos conceitos estudados anteriormente acerca do contrato de comunicação político e as estratégias.

Conforme Charaudeau (2018, p.52), “Em termos mais apropriados à análise do discurso, diremos que é preciso descrever inicialmente as restrições estruturais da situação de comunicação política antes de descrever as estratégias discursivas que os atores podem utilizar.” Nesse sentido, na subseção anterior efetuamos o estudo da configuração do dispositivo *Instagram*, sua interatividade, a reprodutibilidade de conteúdos, a buscabilidade no ambiente da rede social *online*, as conexões estabelecidas entre os usuários.

Neste momento nossa reflexão se volta para depreender a construção do discurso por agentes políticos na supracitada plataforma digital. Recuperaremos os lugares de fabricação do

discurso político, que conforme Charaudeau (2018) são três: a instâncias política, com seu duplo antagonista, instância adversária, instância midiática e instância cidadã.

O *Instagram*, que atua sob a forma de instância midiática, estabelece-se como o canal de transmissão do discurso proferido pelo político até os usuários da rede, eleitores em potencial. Segundo Maingueneau (2015, p. 161), “é inegável que grande número de práticas da Web encontra sua origem em práticas anteriores, isso não significa que derivem da mesma ordem.” Ao refletir sobre essa afirmação, remetemo-nos ao fato do discurso político estar historicamente vinculado à publicidade: campanhas em rádio e TV, distribuição de panfletos, produção de *slogans*, ou seja, há uma base relacional com a mídia, todavia, com as redes sociais, esse discurso assume novos contornos.

Piovezani Filho ([2007]<sup>8</sup>) cita uma metamorfose do discurso político contemporâneo, a qual relaciona às modificações da fala política na atualidade, com “transformações do conteúdo, da expressão e da circulação”. O autor aponta as transformações do discurso político, de uma característica mais hermética, padrão, em formato escrito ou proferido em palanques, para um formato mais flexível, cotidiano, que estaria cada vez mais vinculado aos avanços tecnológicos.

Piovezani Filho ([2007]) assinala o deslocamento do discurso político para a televisão, mais especificamente. Entendemos que as reflexões utilizadas pelo autor podem ser consideradas para o *Instagram*, uma vez que considera que a interação entre político e telespectador, por meio da TV, ocorre sob um efeito de ilusão, de aparente proximidade, em uma associação entre imagem, movimento e som. Essa simulação do “real” pode ser também identificada no *Instagram*, porém de forma ainda mais abrangente, em que um usuário interage com outros por meio de *lives* (transmissões ao vivo), do recurso do *story*, das publicações do *feed*, com saturação de imagens, vídeos e publicações.

Segundo Piovezani Filho ([2007]), o ator político nas mídias de comunicação é também uma voz, devido a passagem da escrita para a fala, o autor ressalta as modificações dessa voz, que nas tribunas soava forte, com rigor e controlada, atualmente, essa voz foi suavizada, em uma adaptação à linguagem audiovisual. Courtine (2011, p.125) pondera sobre o discurso político, segundo ele “A grandiloquência retórica e a ênfase gestual apagam-se pouco a pouco nos discursos. Um estilo dialogado e familiar, feito de conversação ordinária e tecido de gestos cotidianos, tende então a substituí-las”.

Percebe-se tais características no *Instagram*, o político dirige-se ao seu seguidor, este último definido como instância cidadã, com um tom de voz cordial, é comum o estabelecimento

---

<sup>8</sup> Artigo disponível no site da Revista Abralín <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/954>, o qual não possui numeração de páginas. Acesso em 17 jul. 2022.

de rotinas, como por exemplo todas as manhãs gravar um *story* dando “bom dia”, gravar vídeos explicativos sobre alguma ação, sempre em tom ameno, amigável, às vezes professoral, justamente para tentar criar uma imagem de alguém próximo desse público, alguém que se institui praticamente como um amigo, com simulacros de contatos diários e frequentes, nota-se, portanto, que a fala pública assume novas formas, metamorfoseia-se.

Para Piovezani Filho ([2007]), a alteração desse corpo/voz marca uma mudança das formas de expressão e circulação do discurso político. O palanque, na atualidade, é a rede social; nas eleições gerais de 2018, o então candidato a Presidente da República, Jair Bolsonaro, elegeu-se ao cargo, porém não compareceu a maioria dos debates organizados pelas redes de televisão, seus discursos eram efetivados por meio de mídias digitais; inclusive, após ser eleito, manteve essa característica, promovendo toda quinta-feira uma *live* em suas redes sociais, na qual abordava diferentes assuntos sobre sua ação governamental.

Os sujeitos políticos marcam uma presença cada vez maior e mais expressiva no *Instagram*, uma vez que foi a plataforma de rede social que mais cresceu nos últimos anos, há investimentos em equipes de marqueteiros que visam trabalhar de forma a aumentar o engajamento das páginas, ou seja, na produção de materiais de divulgação como vídeos, fotos, textos, de modo a haver uma regularidade e constância nas publicações.

Todavia, os conteúdos divulgados não se restringem a dados de campanha, propostas políticas, agenda de trabalho, mas retratam também o político em ambiente familiar, tomando café da manhã em família, levando os filhos à escola, em celebrações religiosas, brincando com animais de estimação, ou seja, em situações cotidianas. Mescla-se vida privada e vida pública, tal fato, conforme Piovezani Filho ([2007]), relaciona-se à construção da imagem do sujeito político:

Fabricar e expor o “eu”, na política contemporânea, são ações que apontam para o deslocamento relativo da fonte de credibilidade e legitimidade; de algum modo, passa-se da função pública aos atributos pessoais: “sinceridade”, “honestidade”, “simplicidade”, “generosidade” são elevadas à condição de valores essenciais daqueles que exercem ou estão destinados a exercer cargos públicos. (PIOVEZANI FILHO, [2007])

Por conseguinte, entendemos que a conexão entre vida privada e pública nas redes sociais, em um contexto político, dá-se mediante uma intenção de criar uma imagem de si que leve a uma identificação do usuário da *internet*; se antes o discurso político era voltado para gerar um sentimento de confiança no eleitor, atualmente, com o advento das redes sociais, o discurso político está voltado para além da credibilidade: busca-se a sedução do público, por

meio da circulação de imaginários que remetam o político a uma “pessoa do povo”, com traços de simplicidade, dedicação, valorização da família etc.

De acordo com Charaudeau (2018, p.63), o discurso da “instância midiática encontra-se em um duplo dispositivo: de *exibição*, que corresponde à sua busca por credibilidade, e de *espetáculo*, que corresponde à sua busca por cooptação.” Nesse sentido, percebemos tais aspectos no *Instagram*, o político em um movimento constante de ser visto, de mostrar sua rotina, seus trabalhos no cargo desempenhado, as propostas e projetos apresentados ao Congresso, em uma busca por credibilidade junto à instância cidadã, de construir uma imagem de si de quem é capaz de fazer pelo cidadão.

O dispositivo de espetáculo, que busca cooptar o eleitor, revela-se segundo uma ordem de dramatização dos discursos proferidos, busca-se tocar as emoções dos usuários da rede, dessa forma, o político faz uso de um discurso que aciona uma narrativa de vida, momentos de dificuldade e superação vivenciados, segundo “experiências dos homens e que se mistura à racionalização das representações sociais” (CHARAUDEAU, 2020, p.89). Logo, tais representações originam imaginários sociodiscursivos<sup>9</sup> que circulam na sociedade, como capacidade, superação, força de vontade etc.

Segundo Courtine (2011), a partir dos anos de 1990 houve uma ampliação, por meio das mídias, da espetacularização dos corpos na vida política, porém o teórico afirma que esse fato não foi inaugurado pela política-midiática atual, mas foi engendrado na sociedade há tempos, “Governar foi e permanece sendo saber mostrar-se” (COUTRINE, 2011, p.119). O teórico cita como exemplo o Rei Luís XIV, rei da França de 1.643 a 1.715, nomeando-o como “indivíduo-espetáculo”, o qual encenava todo um ritual corporal na esfera pública, havia teatralidade em seus gestos e em sua oratória e, segundo Courtine, embora tenha havido transformações na cena política contemporânea, os políticos e o ato de governar sempre se valeram do espetáculo.

Conforme Charaudeau (2018, p. 85), “As mídias compreenderam bem que o mundo político tem necessidade de dramaturgia, e que essa dramaturgia consiste, para uma grande parte, em uma guerra de imagens para conquistar imaginários sociais.” A espetacularização ocorre de forma mais ampla nas redes sociais do que em mídias como rádio e TV, porque nestas últimas passa-se por uma mediação do jornalista, que escolhe temas que o candidato/político terá que falar a respeito; em debates há a participação do oponente, instância adversária, que também pode fazer perguntas e interagir. Entretanto, no *Instagram*, o dono do perfil escolhe o que vai falar, segundo o assunto que mais o favorece, escolhe o meio de se comunicar com

---

<sup>9</sup> Estudaremos o conceito de imaginários sociodiscursivos no Cap. 3 desta dissertação.



usuário, se por vídeo, *live*, uma publicação no *feed* ou no *story*, discursos que aparentam espontaneidade, porém que passam pelo crivo da equipe de *marketing*.

Conforme Sargentini (2015) as mídias de rádio e televisão atendem ao Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, o qual se dá de forma impositiva ao telespectador, porém, os usuários do *Instagram* acessam a plataforma de modo espontâneo, por conseguinte, os conteúdos veiculados nas referidas plataformas não assumem um caráter tão rígido como na televisão ou rádio, os políticos elaboram conteúdo de modo a chegar no usuário de forma que não pareça impositivo.

Uma das estratégias utilizadas é elaborar um conteúdo conforme as *trend* do momento; por *trend* entende-se algo que é tendência, um conteúdo que está no topo dos assuntos na *web*, pode ser uma dança, música, dublagem de vídeos etc. E o político utiliza-se desse conteúdo viral para criar algo fluído, informal, que acompanhe os assuntos mais falados e transmita sua mensagem ao eleitorado.

O discurso político atual, segundo Curcino (2021, p.132) “intensifica sua tendência às formas breves, à linguagem telegráfica e entra nas redes sociais sob formas cada vez mais sintéticas e sincréticas, algumas delas desinstitucionalizadas, sem autor reconhecível ou origem acessível.” Deprendemos que os discursos com abordagem política, veiculados nas redes sociais, caracterizam-se por formas lacônicas, mas que buscam abranger diferentes assuntos, seja educação, saúde, segurança social, economia. Percebe-se em páginas do *Instagram* que políticos visam falar de uma gama diferenciada de assuntos, mas todos tratados de forma breve e sem aprofundamento, justamente, para atender à característica da *internet* de instantaneidade e agilidade.

Outro ponto tratado por Curcino (2021) é acerca da forma livre de enunciar, discursos que se proliferam com rapidez, cujo limiar entre verdade e mentira é por vezes flexibilizado e dificilmente penalizado, tendo em vista a dificuldade em identificar a origem de determinadas publicações. Ressalta-se que os conteúdos que ferem as informações verdadeiras, são propagados nas redes para atingir objetivos específicos, sejam políticos ou ideológicos.

O retorno do público do *Instagram* não é igual ao de uma plateia presencial, que reage instantaneamente, na plataforma digital o usuário pode comentar a publicação, porém se não agradar o político, caso haja muitos comentários negativos, estes podem ser apagados ou bloqueados.

Geralmente as páginas dos políticos são públicas<sup>10</sup>, ou seja, podem ser acessadas e suscitar interação com qualquer usuário e não apenas com aqueles que os “seguem”, a recepção do conteúdo é ampliada, tais redes, portanto, “complexificam o que podemos entender por ‘destinatário’” (MAINGUENEAU, 2015, p.174)

Conforme Charaudeau (2018), sobre a intervenção da instância cidadã nas mídias “é pedida sua opinião, mas ele jamais pode discuti-la; seria desejado que se exprimisse racionalmente, mas só suas emoções são solicitadas.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 295), podemos explicar esse fato ao destacar as muitas formas de interação que os políticos estabelecem no *Instagram*, abrir caixinhas com perguntas ou sugestões, votação em determinada enquete, são interações que promovem o engajamento da sua conta, pois, como aponta o teórico, o que dá destaque ao perfil do político são as curtidas, os comentários, os compartilhamentos, ou seja, as emoções desse usuário são acionadas.

O *Instagram* favorece efeitos de naturalidade e autenticidade, de diálogo com os seguidores, possibilita a mobilização de apoiadores, o gerenciamento da imagem do político, além do efeito de aproximação com os usuários, os quais se sentem participando da construção da campanha política e dos planos de governo.

Percebe-se que o discurso político sofreu transformações para adaptar-se à evolução tecnológica e ao avanço das redes sociais, os políticos adentraram esse território e, com ajuda de equipes especializadas, constroem conteúdos e discursos de forma a atingir o maior número de usuários da rede.

Compreendemos que há uma estreita relação entre política, mídias e público: o *Instagram* (instância midiática), como uma das redes sociais mais utilizadas no mundo, é empregada por políticos (instância política) como forma de divulgação de conteúdo, a fim de influenciar a opinião dos usuários da rede (instância cidadã).

Seria possível identificar quem é a instância cidadã que ocupa o *Instagram*?

Esta é uma questão que se revela complexa, a instância de recepção vinculada às mídias é heterogênea, de acordo com Charaudeau (2018, p.283) “se compõe de leitores-ouvintes-teleespectadores de idades, graus de instrução, meios sociais e interesses diferentes.” Dessa forma, não é possível identificar com precisão quem é a instância cidadã no *Instagram*, uma vez que o público que “segue” e acompanha o perfil do político, não precisa ser, necessariamente, alguém que cultive os mesmos ideais e concepções políticas que ele.

---

<sup>10</sup> O *Instagram* permite que o usuário coloque sua conta no modo privado, ou seja, é possível apenas a seus seguidores acessar as informações e conteúdos por ele postados.

A instância cidadã utiliza-se das mídias para alcançar o político, para ilustrar tal situação, remetemo-nos à aprovação do piso nacional da enfermagem em 2022. O Projeto de Lei 2564/2020, estabelecia o valor do piso salarial nacional para os profissionais da enfermagem, à época, a categoria profissional, de forma articulada, foi às redes sociais (*Twitter*, *Instagram*, *Facebook*) dos Deputados e Senadores e comentava nas mais diversas publicações dos políticos com a *hashtag* #aprovapl2564. A *hashtag* é um termo que traz palavras-chaves sobre determinado assunto e, quando postada em uma rede social, transforma-se em um *hiperlink* que, ao ser clicado, direciona o usuário para outra página com publicações relacionadas ao mesmo assunto. Portanto, é possível fazer o monitoramento das *hashtags* e elevá-la aos assuntos mais comentados das redes sociais, pressionando os políticos a posicionarem-se a favor de pautas reivindicadas por determinada classe, como foi o caso da enfermagem.

Em relação à instância política, Charaudeau (2018, p.80) afirma que “O político, em sua singularidade, fala para todos como portador de valores transcendentais: ele é a voz de todos na sua voz, ao mesmo tempo em que se dirige a todos como se fosse apenas o porta-voz de um *Terceiro*, enunciador de um ideal social.” Tal questão está vinculada à dramatização do discurso político, buscar a persuasão da instância cidadã por meio de discursos que recorram à emoção. O político cria uma imagem de si (*ethos*), aquele que fala direcionado para o outro, o interlocutor, de modo a incorporar a voz do *Terceiro*, ou seja, ele traz em sua voz a projeção da idealidade de um político, imagem construída socialmente.

Após refletirmos sobre o dispositivo *Instagram* e as características do discurso político que são produzidos na supracitada rede social, analisando-os conforme postulados do contrato de comunicação político e as estratégias utilizadas, valemo-nos de Charaudeau (2020, p. 79) que afirma:

O discurso político é, constitutivamente, um discurso de persuasão e de sedução, e o ator político deve navegar entre um discurso de forte teor simbólico portador de valores de uma idealidade de “bem viver juntos” e um discurso de firmeza pragmática propondo os meios de realizar esse sonho.

Percebemos que os discursos enunciados pelos políticos no *Instagram* possuem atributos que nos apontam características de persuasão e de sedução, com vistas a cooptar a instância cidadã, conforme estratégias constituintes do contrato de comunicação político. Todavia, consideramos o que Courtine (2011) pondera para as mídias de TV, cinema e rádio, estendemos tal entendimento para a *web*, segundo o teórico “Todos os dados da interlocução política foram modificados; os públicos, as performances, os registros retóricos, vocais e

gestuais foram profundamente transformados.” (COURTINE, 2011. p.127), tal transformação ocorreu para acompanhar a realidade social e as características dos discursos circulantes no âmbito virtual da *internet*.

Não houve, por conseguinte, uma descaracterização do discurso político, pois a estrutura do contrato e as estratégias se mantêm, houve, todavia, uma metamorfose de tal discurso, conforme termo utilizado por Piovezani Filho ([2007]), para atender à instância cidadã que também se modificou, que adentrou as redes sociais e valoriza a celeridade, que não se fixa por muito tempo aos conteúdos, mas preza por sua fluidez e criatividade.

Portanto, as transformações sociais e culturais, além da necessidade por rapidez de informação e dinamismo na circulação, levaram o discurso político para as redes sociais e o *Instagram* se apresenta como um novo dispositivo que faz reverberar tal gênero discursivo, que se apresenta modulado pelo dispositivo, segundo características desses espaços virtuais.

No próximo capítulo abordaremos os conceitos de representação social, imaginários sociodiscursivos, *ethos* e sua relação com as identidades sociais e discursivas, além do modo enunciativo do discurso, o qual influi diretamente na construção da imagem do enunciador. São conceitos que perpassam de maneira muito sutil pelo discurso e sobre como a mulher se faz representada por meio de ideias e imagens que são socialmente fabricadas e engendradas na memória coletiva.

### **3 – Para se pensar os atores políticos: imaginários sociodiscursivos, *ethos* e modo enunciativo do discurso**

No capítulo anterior, situamos a Teoria Semiolinguística como aparato teórico selecionado para o desenvolvimento de nosso trabalho, pois a partir dela poderemos analisar nosso *corpus* por uma perspectiva tanto ideológica, da construção do sentido concernente à realidade social, mas amparados pelo material languageiro, referente às características internas do discurso.

Os sentidos construídos pelo ato de linguagem não existem fora de uma dada situação de comunicação, na qual se encontram os parceiros da troca languageira, ligados pelo contrato de comunicação, espaço de restrições, cujas regras devem ser seguidas para que haja a intercompreensão e, ao mesmo tempo, espaço de manobras, que compreende diferentes estratégias discursivas que, postas pelo sujeito comunicante, visam atingir determinada finalidade enunciativa. Logo, há todo um processo de semiotização do real, que possibilita a passagem do significado textual para a significação discursiva.

Neste capítulo, vamos abordar conceitos que também são latentes na perspectiva semiolinguística e nos ajudarão a compreender as imagens projetadas, social e discursivamente, dos atores políticos, noções como representação social, imaginários sociodiscursivos, identidades social e discursiva, *ethos* discursivo e como o modo de organização enunciativo do discurso contribui para a formação dessas imagens.

#### **3.1 - As representações sociais**

Por representação social, termo que Charaudeau buscou na Psicologia Social, entende-se o modo de tomar consciência do mundo socialmente partilhado. É uma noção que repousa sobre a ideia de adesão de membros de um grupo a valores comuns, sendo constituída por um conjunto de crenças, conhecimentos e opiniões que circulam entre indivíduos do mesmo grupo.

Conforme Charaudeau (2018), a noção de representação social é uma questão vasta e perpassa diferentes visões (teorias mais subjetivistas ou cognitivistas); o pesquisador, entretanto, foca em relacionar alguns pontos dessas teorias e integrá-las em uma problemática do discurso.

O primeiro ponto parte do pressuposto que “o indivíduo encontra-se preso entre *práticas sociais* concretas, nas quais é levado a fazer trocas com outros, e uma atividade de

*conceituação*, que tem por finalidade tornar o mundo inteligível ao atribuir-lhe valores.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 195), tal atividade de conceituação funda-se tanto em uma consciência afetiva, decorrente da relação de deseabilidade que o sujeito estabelece com os objetos do mundo, como por uma consciência racional, originária dos discursos de justificação relativos à experiência do mundo que ele produz.

Pode-se também relacionar a atividade de conceituação ao processo de semiotização do mundo, que estabelece procedimentos de nomeação e adjetivação de seres. Nesse ponto, o semiolinguista destaca que as representações sociais comportam uma tripla dimensão: cognitiva, relativa à organização mental da percepção; simbólica, no que tange à interpretação do real e ideológica, condizente à atribuição e valores que desempenham o papel de normas sociais.

O segundo ponto vincula-se à compreensão que as representações sociais são inseparáveis de uma teoria do sujeito, em que o sujeito individual ou coletivo é, em parte, sobredeterminado pelas condições sociais do grupo a que pertence. Para que no ato de linguagem haja um reconhecimento recíproco, os sujeitos envolvidos na troca linguageira devem considerar os saberes compartilhados entre eles ou entre o grupo social a que pertencem.

O terceiro ponto é relativo à interpretação da realidade que nos cerca, a qual se manifesta sob relações de simbolização do real e de suas significações. As representações são constituídas pelo conjunto de crenças, conhecimentos e opiniões acerca de dado objeto social, são produzidas e partilhadas por indivíduos pertencentes a um mesmo grupo, podem ser de ordem cultural, societal, comunitária e outras de ordem grupal. Conforme Charaudeau (2018, p. 196) “as representações sociais organizam os esquemas de classificação e de julgamento de um grupo social e lhe permitem exibir-se através de rituais, de estilizações de vida, de signos simbólicos.”

O semiolinguista formula a hipótese de que as representações sociais constituem “*maneiras de ver* (discriminar e classificar) e *de julgar* (atribuir um valor) o mundo, mediante diversos *discursos* que engendram *saberes*, sendo que é com esses últimos que se elaboram sistemas de pensamento, mistura de conhecimento, de julgamento e de afeto.” (CHARAUDEAU, 2018, p.197). As representações sociais, portanto, são entendidas não como um conceito, mas como mecanismos de geração de sentido, de engendramento de saberes e construção de imaginários, estes últimos se sustentam a partir das diferentes representações as quais se constituem pelos diferentes saberes.

As representações sociais são pautadas nos saberes de conhecimento e de crença e dão origem aos imaginários sociais. Por saberes de conhecimento, entendem-se aqueles que visam

estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo para além da subjetividade do sujeito, compreendem dois tipos de saberes: o científico e o de experiência.

O conhecimento científico está na ordem do provado, da razão científica, um saber que pode ser apurado segundo alguns fiadores, como sistemas de cálculo e medidas, instrumentos especializados como lunetas, calculadores, microscópios, cujos procedimentos de averiguação podem ser recuperados e utilizados por uma coletividade, ou seja, não estão restritos à singularidade ou experiência individual.

O conhecimento de experiência não possui garantia de comprovação, passa pelo domínio da experiência universalmente partilhada. Charaudeau (2017) discorre que tal saber é sustentado, inclusive, quando contradiz o saber científico. Por exemplo, é comum falarmos apenas que o raio cai na terra, tal enunciado caracteriza-se como um saber de experiência, mesmo que as leis da física afirmem que o raio pode ocorrer em sentido ascendente, quando se inicia no solo e sobe em direção ao céu, ou descendente, quando se inicia na tempestade e desce em direção ao solo.

Os saberes de crença sustentam julgamentos, avaliações e apreciações sobre o mundo, referem-se à valores que são atribuídos, estando inseridos em uma subjetividade, provêm de um movimento de avaliação, no qual o sujeito determina seu julgamento acerca do fato. Também implicam em dois saberes: o de revelação e o de opinião, o primeiro supõe um lugar de verdade exterior ao sujeito, que se insere em um movimento de total adesão ao fato, o qual não pode ser provado cientificamente, é o caso de doutrinas religiosas ou profanas. Charaudeau (2017) cita como exemplo a afirmação “Jesus é o filho de Deus feito homem”, que se caracteriza como uma verdade revelada, aceita por um grupo. É um saber completamente fechado, que se apresenta sob a forma de evidência e como um saber de revelação. Podemos citar além das doutrinas religiosas, como exemplos desse saber, as ideologias.

Quanto ao saber de opinião, identifica-se como algo pessoal e partilhado, o qual também não dá possibilidade de discussão por resultar de um movimento de avaliação pessoal, podendo ser tanto uma opinião individual como coletiva, que procede da apropriação, por um sujeito, de um saber circulante em grupos sociais.

Logo, as representações sociais são estruturadas pelos saberes de conhecimento e de crença, porém, a fronteira entre esses dois saberes não é claramente delimitada. No discurso político, alvo de nosso estudo, percebe-se tal porosidade entre os saberes de forma mais nítida, uma vez que os sujeitos políticos jogam com tal condição com fins estratégicos, ou seja, tentam, muitas vezes, fazer com que uma verdade de crença se passe por uma verdade de conhecimento.

As representações sociais, com base nos saberes de crença, originam os imaginários sociais, conceito que veremos a seguir.

### 3.2 - Os imaginários sociais

Os imaginários constituem-se como uma forma de apreensão da realidade dentro de um universo de significação, que tem como referência as representações sociais instituídas por determinados grupos; são o resultado “de uma dupla interação: do homem com o mundo, do homem com o homem” (CHARAUDEAU, 2018, p. 204). O imaginário é da ordem do verossímil, o possivelmente verdadeiro, ao modo que essencializa a percepção acerca do mundo em um saber (provisoriamente) absoluto.

Os imaginários circulam na sociedade de forma nem sempre consciente e podem ser engendrados por diferentes instituições, como sindicatos, escolas, igrejas etc., sendo assimilados pelos membros desses grupos como um caráter de evidência ou podem estar submersos no que se considera inconsciente coletivo, o qual se constrói ao longo do tempo e reflete algum tipo de juízo enraizado e naturalizado na sociedade. Nas palavras de Charaudeau (2018, p. 203):

À medida que esses saberes, enquanto representações sociais, constroem o real como universo de significação, segundo o princípio de coerência, falaremos de “imaginários”. E tendo em vista que estes são identificados por enunciados linguageiros produzidos de diferentes formas, mas semanticamente reagrupáveis, nós os chamaremos de “imaginários discursivos”. Enfim, considerando que circulam no interior de um grupo social, instituindo-se em normas de referência por seus membros, falaremos “imaginários sociodiscursivos”

A TS foi, por tempos, alvo de críticas por parte de estudiosos da AD, os quais alegavam que a teoria não debatia os aspectos ideológicos presentes no discurso, cujos conceitos estariam vinculados de maneira demasiadamente forte a um referencial linguístico. Todavia, o conceito de imaginários sociodiscursivos permite ao analista do discurso discutir questões ideológicas, uma vez que tal conceito abrange os sistemas de valores que circulam na sociedade. Mesmo que a TS não tenha na ideologia uma categoria principal de análise, como a vertente materialista do discurso, ela não está à margem dos estudos semiolinguísticos, pois os imaginários sociodiscursivos configuram-se com base nos saberes de crença, que se sustentam a partir de um movimento de avaliação acerca do mundo.



Conforme Charaudeau (2018) há uma proliferação de noções sobre ideologia, cujas concepções não são absolutas, ou seja, segundo o pesquisador conceitos como ideologia, teorias, doutrinas, por vezes entrelaçam-se, não possuindo contornos rígidos “Quando uma ideologia se endurece, ela tende a tornar-se uma doutrina (marxismo, capitalismo); quando é fluída, permanece um simples sistema de crenças (socialismo, liberalismo).” (CHARAUDEAU, 2018, p.201)

Por conseguinte, o semiolinguista não busca descrever ou definir o que é ideologia, mas compreender como saberes de crença atravessam determinados tipos de discursos e se configuram nos imaginários sociodiscursivos. (CHARAUDEAU, 2018)

Grupos sociais constroem e compartilham saberes que refletem valores e crenças comuns. É frequente no discurso político, o ator político fazer referência à família, a sua proteção e valorização, pois há imaginários sociodiscursivos vinculados a valores sacralizados sobre o que é ser uma família e o que ela representa na sociedade, que perpassam por discursos ligados à moral e à religião.

Como vimos no primeiro capítulo, a semiolinguística visa articular o campo linguístico ao plano ideológico, o ato de linguagem a sua exterioridade e, ao abordar o imaginário enquanto sociodiscursivo, é compreendê-lo como a materialização de um ato de linguagem, uma vez que as representações são identificáveis nos e pelos discursos que circulam na sociedade. Eles são investidos de um tipo de saber que reflete, por vezes, a tríade já citada pela retórica clássica: o *páthos* (discurso direcionado ao afeto), o *logos* (discurso pautado em argumentação racional) e o *ethos* (criação de uma imagem de si por meio da discursividade). Os imaginários sociodiscursivos circulam em espaço de interdiscursividade e dão testemunho de identidades coletivas.

O discurso político, por exemplo, é marcado por imaginários de como o político ou candidato ao cargo público deve comportar-se, qual imagem deve construir para si a fim de atender a uma expectativa da população (*ethos*), como a argumentação deve transpassar o seu discurso com o objetivo de atingir e convencer o maior número de eleitores (*logos*) e como tal discurso deve atingir as paixões desse auditório (*pathos*).

Os imaginários refletem, como dissemos acima, valores identitários, percepções ou julgamentos partilhados pela coletividade, por tal motivo, não são fixos, mas correspondem aos valores concebidos em determinado domínio de prática social e englobam perspectivas diferentes conforme cada grupo. Em sua expressão social, os imaginários manifestam valores compartilhados pelos grupos sociais, nos quais eles se reconhecem e estabelecem uma memória

identitária. No próximo tópico aprofundaremos nossas reflexões acerca da constituição das identidades.

### 3.3 - Identidades social e discursiva

Conforme Charaudeau ([2009]), o mecanismo de construção identitária implica uma tomada de consciência de si mesmo; é necessário que haja a percepção das diferenças e semelhanças que se estabelecem em face ao outro, é o chamado *princípio da alteridade*.

Uma vez percebida a diferença, origina-se um duplo processo: de atração e de rejeição. O movimento de atração provém da descoberta da incompletude do ser, da fascinação com o diferente, que nos move rumo à compreensão do outro. O movimento de rejeição ocorre porque a diferença constitui-se como uma ameaça para o sujeito, por isso, tal percepção é geralmente compreendida de forma negativa e, quando tal julgamento se estabelece e se generaliza, torna-se um estereótipo.

Segundo Amossy (2016, p. 125), a estereotipagem “é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado.” As imagens concebidas dos sujeitos operam-se segundo uma doxa, isto é, conforme representações partilhadas, um modelo pré-construído e inculcado no interior de um grupo. Charaudeau estabelece uma diferenciação entre os imaginários sociodiscursivos e os estereótipos, o teórico explana sobre a sua proposta de estudo:

[...] nossa proposição consiste em se desfazer de uma noção, o estereótipo, que é demasiado restritiva, uma vez que só é identificada por seu caráter de fixação de uma verdade que não seria provada ou que seria falsa. O imaginário não é verdadeiro nem falso. Ele é uma proposição de visão do mundo que se baseia nos saberes que constroem os sistemas de pensamento, os quais podem se excluir ou se sobrepor uns aos outros. (CHARAUDEAU, 2017, p. 587)

O estereótipo é entendido na TS como uma ideia pré-concebida de algo julgado como negativo, quanto aos imaginários sociodiscursivos, não cabe analisá-los como verdadeiros ou falsos, bons ou ruins, mas estabelecer uma abordagem que permita apreender seu surgimento, a situação comunicativa em que se inserem, qual visão do mundo refletem. Portanto, achamos que tal abordagem é pertinente ao nosso trabalho, uma vez que não pretendemos partir de uma opinião já estabelecida, mas buscamos determinar os imaginários que perpassam pelo discurso

de Tábata Amaral no campo político e buscar na contextualização histórica os reflexos que se (re)velam na atualidade.

Ao longo do capítulo 2, vimos noções como os sujeitos da linguagem, a semiotização do mundo, o contrato de comunicação, que perpassam por questões identitárias, como o reconhecimento do ato linguageiro a partir de quatro sujeitos, o processo de transação que engloba aspectos de legitimidade, credibilidade e captação, a concepção de parceiros em um reconhecimento mútuo. Toda situação de comunicação se constitui em um espaço de troca entre os parceiros e essa relação se define com base em alguns preceitos, dentre eles as características identitárias, como os aspectos: sociais (idade, sexo, raça, classe...); socioprofissionais (político, professor, médico, empresário etc); psicológicas (nervoso, frio, calculista, agressivo...) e relacionais (se os parceiros já se conhecem ou é um primeiro contato, relação de amizade, profissional, familiar etc).

Charaudeau ([2009]) afirma que a identidade do sujeito é compósita, há a existência de um sujeito que se constrói por meio da sua identidade discursiva, mas que necessita de uma base da identidade social, logo, o teórico postula que é pela combinação dessas duas identidades que se efetiva o poder de influência do sujeito falante.

A identidade social está relacionada à uma condição de reconhecimento de um sujeito pelos demais, é ela quem confere legitimidade a alguém, que, em nome de um valor socialmente aceito, encontrar-se-á autorizado a agir de determinada maneira ou a ter o direito à palavra. Conforme Charaudeau ([2009]), a legitimidade depende de normas institucionais, que atribuem funções, lugares e papéis aos investidos por tais normas.

Citamos anteriormente o exemplo do político recém-eleito ao cargo de Presidente da República que discursa para a instância cidadã, tal político estará apto a exercer o cargo mediante vitória no processo eleitoral. Diante das normas institucionais e da identidade social de Presidente, está legitimado na gestão federal, a escolher ministros, a sancionar leis aprovadas pelo legislativo, dentre outras atribuições. Estas funções e tal legitimidade somente perduram enquanto no exercício do cargo, findando ao término do mandato.

Charaudeau ([2009]) cita um outro tipo de legitimidade, aquela que é conferida em decorrência de premiações, de títulos honoríficos, ingresso em academias ou organizações especializadas na área de atuação (Literatura, Química, Engenharia etc.). Segundo o semiolinguista, pode haver um deslocamento da legitimidade conferida por um *saber fazer* para a legitimidade da palavra que permite falar em nome de sua prática. Conforme postula o teórico, a identidade social

[...] é, pois, algo ‘atribuído-reconhecido’, um ‘pré-construído’: em nome de um saber reconhecido institucionalmente, de um saber-fazer reconhecido pela performance do indivíduo (experto), de uma posição de poder reconhecida por filiação (ser bem nascido) ou por atribuição (ser eleito/ser condecorado), de uma posição de testemunha por ter vivido o acontecimento ou ter se engajado (o militante/o combatente). (CHARAUDEAU, [2009]<sup>11</sup>)

Tal processo de legitimação, verificamos também no Capítulo 2, subtítulo 2.6 - *O contrato de comunicação e as estratégias do discurso político*, cuja legitimidade da instância política é conferida por um sujeito coletivo (eleitores), envolvendo imaginários associados à filiação, formação ou mandato e deriva-se de um olhar social que reflete os valores dos quais se origina.

Constata-se que a identidade social encontra-se na exterioridade do discurso, é ela quem legitima o enunciador em função do estatuto e do papel que ocupa em uma dada situação de comunicação, ela deve responder à questão “Estou aqui para dizer o quê, considerando o status e o papel que me é conferido por esta situação?” (CHARAUDEAU, [2009]).

Nessa perspectiva, acionamos os trabalhos do sociólogo Erving Goffman (1985), uma vez que o caráter multidisciplinar da AD nos permite mobilizar diversas disciplinas a fim de fazer um paralelo com estudos realizados por diferentes teóricos da filosofia, da psicanálise, da sociologia etc, que nos ajudam em nosso objetivo de pesquisa. Goffman (1985) traz em suas pesquisas algumas considerações acerca da construção da identidade na vida cotidiana; o autor utiliza-se da metáfora do teatro ao estudar as diferentes “máscaras” assumidas pelos sujeitos nas variadas situações de interação nas quais se encontram.

Segundo o sociólogo (1985) a identidade é compreendida como produto da socialização, desse modo, é possível identificar quais máscaras assumir em dada situação de comunicação. Uma mesma pessoa pode se fazer valer de diferentes máscaras, por exemplo: uma mulher em casa pode utilizar a máscara da mãe protetora, no trabalho, a máscara da professora exigente, entre um grupo de colegas assume a máscara da amiga confidente, ou seja, tais máscaras são inerentes à condição humana, uma vez que podemos combinar os muitos papéis sociais que assumimos, pois estamos permanentemente inseridos em um processo de representação.

Assim sendo, o sujeito participa de diferentes situações de comunicação, diferentes esferas de atividades e, conforme tais situações, adota papéis adequados a esses espaços de representação. O teórico afirma que durante a encenação as representações compreendem um equipamento expressivo, denominado fachada, que pode ser o vestuário, o sexo, idade,

---

<sup>11</sup> Tivemos acesso ao artigo de Charaudeau (2009) por meio de sua página na internet (<<https://www.patrick-charaudeau.com/>>), na qual os textos não possuem numeração de páginas.

características raciais, atitudes, gestos corporais, padrões de linguagem etc., ou seja, Goffman, como sociólogo, compreende que tais recursos expressivos também comunicam, o que pode ser feito um paralelo com o campo discursivo, uma vez que para a AD a seleção lexical, os gestos, o cenário, o corpo, são formas de inscrição de sentidos.

O sociólogo diz que estas fachadas podem ser assumidas de maneira intencional ou não, exemplificaremos com a questão da linguagem que, em um ambiente familiar, entre amigos, o ator social utiliza-se de uma linguagem não padrão, não atento às regras gramaticais, uma vez que a situação social na qual se encontra não solicita tal comprometimento. Todavia, em uma situação de entrevista profissional ou um seminário acadêmico, tais regras devem ser obedecidas, por serem situações sociais mais formais, que vão gerar ou não o aceite no emprego almejado e tal desatenção acarretaria a descrença quanto à competência do enunciador, logo, a fachada assumida seria uma encenação consciente de alguém que se utiliza da linguagem formal.

Conforme Goffman (1985) observa, uma fachada social tende a se tornar institucionalizada em termos das expectativas estereotipadas, como por exemplo o ator quando assume um papel social estabelecido, geralmente verifica que uma determinada fachada já foi definida para esse papel e tende a incorporá-la. Nesse sentido, podemos refletir que o sujeito ao representar um papel social, representa uma identidade coletiva associada a tal papel social.

No discurso político, tal incorporação é um movimento comum, pois o ator político busca criar uma imagem de si, que corresponda ao modelo pré-estabelecido e que busque atender às expectativas da sociedade. Conforme Charaudeau (2018, p. 85), “o político encontra-se sempre tomado por uma dramaturgia que o obriga a construir para si um personagem, certa figura que vale como uma imagem de si [...]”, sendo essa imagem construída pelo enunciador na interação com o outro e apoiado em certas representações que estão fixadas em certos grupos sociais.

Portanto, segundo Goffman (1985), quando o indivíduo se apresenta diante dos outros a tendência é incorporar valores, comportamentos, posições reconhecidas como de prestígio pela sociedade, construindo para si uma face/imagem que perpassa por representações valorizadas e, para tanto, aciona dados de sua identidade social como da constituição da identidade discursiva.

A identidade discursiva se constrói conforme o sujeito faz uso da palavra, ou seja, no ato de linguagem, e deve buscar responder ao seguinte questionamento: “Estou aqui para falar como?” (CHARAUDEAU, [2009]), uma vez que essa maneira de falar influi diretamente na

imagem gerada. A identidade discursiva perpassa por duas estratégias: de credibilidade e de captação.

A credibilidade está associada à criação de uma imagem digna de crédito, a gerar uma confiança no interlocutor sob uma suposta sinceridade do sujeito falante. Objetiva responder à pergunta: “como fazer para ser levado a sério?” (CHARAUDEAU, [2009]). Para tanto, faz-se uso de atitudes discursivas, como a neutralidade, na qual busca apagar em sua fala as marcas de avaliação pessoal; o distanciamento, em que assume uma posição de analista frio, que examina sob uma ótica da razão e, o engajamento, em que o sujeito assume uma posição diante dos fatos, atitude que se destina a gerar uma imagem de convicção.

As estratégias de captação surgem quando o EUc não se encontra em posição de autoridade para com o seu interlocutor, e necessita, portanto, criar meios para gerar no ato discursivo uma adesão às suas ideias e opiniões. Conforme Charaudeau ([2009]), na captação, o objetivo do enunciador é responder à pergunta “Como fazer para que o outro possa ‘ser tomado’ pelo que eu digo?”, logo, surge a necessidade de *fazer crer*, que pode ser por meio da *persuasão*, fazer pensar ao recorrer à razão, ou por meio da *sedução*, fazer sentir ao evocar a emoção.

Dentre as diferentes atitudes discursivas vinculadas às estratégias de captação, destaca-se a *atitude polêmica*, em que o enunciador antecipa as possíveis objeções do seu interlocutor e constrói um discurso de modo a questionar as ideias ou a própria figura do outro. Pode-se também adotar uma *atitude de sedução*, na qual o locutor assume um papel de herói, em um relato cujos personagens gerem identificação ou rejeição ao interlocutor e pode ocorrer também uma *atitude de dramatização*, com um discurso que faz menção aos dramas da vida, de forma a apoiar-se em valores socialmente compartilhados.

A construção das identidades é um mecanismo que está intrinsecamente relacionado tanto ao conceito de imaginário sociodiscursivo como às noções estudadas no Capítulo 2. A situação de comunicação, na qual os quatro sujeitos linguageiros articulam-se nos circuitos internos e externos do quadro comunicacional, advém de um “entrecruzamento de olhares”, que o EU e o TU constituem-se como seres sociais e discursivos. O contrato de comunicação institui-se na medida que os parceiros estabelecem uma intercompreensão, na qual, além dos fatores como as características da identidade social dos parceiros, são determinantes fatores como o *status*, o papel social, o lugar que ocupam na relação comunicacional. Relaciona-se também à semiotização do mundo, processo de transação: princípio da alteridade (legitimidade) e princípios da influência e regulação (credibilidade e captação) que se articulam a uma competência discursiva e constroem uma identidade discursiva para o sujeito.

Segundo Charaudeau ([2009]), “a identidade discursiva se constrói com base nos modos de tomada da palavra, na organização enunciativa do discurso e na manipulação dos imaginários socio-discursivos”, ela está sempre em um processo de construção, resultante das escolhas efetuadas pelo sujeito falante, mas que leva em consideração os fatores constituintes da identidade social, sendo nessa influência mútua das identidades sociais e discursivas que emerge o *ethos*.

### 3.4 - A origem do conceito de *ethos*

O conceito de *ethos* remonta à Antiguidade Clássica, com os estudos de Aristóteles, conhecidos principalmente por meio de sua obra intitulada *Retórica*. Para o filósofo a noção de *ethos* refere-se à uma imagem que o orador constrói de si mesmo, por meio do discurso, com o objetivo de persuadir o auditório.

Conforme Amossy (2016a), os estudos de Aristóteles partiam do entendimento que a imagem de si era construída discursivamente, diferentemente dos romanos, para os quais a construção imagética apoiava-se em dados externos ao discurso, cuja autoridade advinha de fatores individuais ou institucionais, como a reputação da família, o estatuto social, modo de vida, ou seja, condições prévias ao discurso que, segundo eles, garantiriam credibilidade à imagem.

De acordo com Ekkehard Eggs (2016), Aristóteles propõe uma tríade que, ao ser mobilizada no discurso, contribui para o sucesso da argumentação, sendo o *logos* (ou *phrónesis*), pertencendo ao domínio da razão, da prudência, do raciocínio lógico; o *ethos* (ou *areté*) correspondente à virtude e o *pathos* (ou *eúnoia*) relacionada à benevolência, solidariedade. O *ethos* e o *pathos* são vinculados à esfera da emoção, todavia o primeiro é voltado para o orador, a construção da imagem do enunciador, cuja finalidade é causar boa impressão e o segundo voltado para as disposições emocionais do auditório.

Segundo Emediato (2001, p. 163), a relação entre o orador e o auditório é essencial, pois “O orador é, para Aristóteles, incorporado pelo Ethos, pois sua credibilidade é função de seu caráter, de sua virtude e da confiança que o auditório lhe atribui.”, por tal motivo, que Aristóteles dá ao *ethos* um lugar de destaque na retórica, uma vez que está fortemente ligado à construção imagética do orador, fator que o coloca em evidência na arte da persuasão.

As três categorias aqui citadas ficaram por certo tempo abandonadas e ressurgiram com os estudos mais recentes que se dedicaram à argumentação, Perelman e seus trabalhos sobre a

nova retórica, na Sociologia, conforme postulados de Bourdieu, na pragmática com Ducrot, ou Goffman, dentre outros que concentraram seus trabalhos a desenvolver a questão da imagem de si no discurso.

A partir dos anos de 1980, alguns estudiosos vinculados à Análise do Discurso buscaram trabalhar o conceito de *ethos* de forma que ultrapassasse o quadro argumentativo, em uma perspectiva que o inscreve no ato de enunciação. Para empreender nossa reflexão teórica acerca do *ethos* no contexto da AD utilizaremos os trabalhos de Patrick Charaudeau (2018).

### 3.5 - O Ethos na Semiologia

Nos estudos discursivos, encontramos vertentes que consideram o *ethos* apenas em uma concepção discursiva, mas a linha a qual nos filiamos, a Teoria Semiológica, o entende em uma conjunção do plano enunciativo com os dados preexistentes ao discurso. O semiologista Patrick Charaudeau (2018) estudou a questão do *ethos* no campo da AD como uma das estratégias vinculadas ao gênero discursivo político. O pesquisador parte dos seguintes questionamentos: (i) enquanto construção da imagem de si, o *ethos* liga-se à pessoa real que fala (o locutor) ou à pessoa como ser que fala (o enunciador)? (ii) A questão da imagem de si concerne apenas ao indivíduo ou pode dizer respeito a um grupo de indivíduos?

Charaudeau (2018) reflete sobre a concepção de *ethos* e o associa às identidades, tanto social como discursiva:

De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem que se transveste o interlocutor a partir daquilo que se diz. O *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora, para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe *a priori* do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem. (CHARAUDEAU, 2018, p. 115)

Percebe-se que para o estudioso o *ethos* afasta-se da noção posta inicialmente pela Retórica, a qual o concebe em uma perspectiva discursiva, em que o orador constitui uma imagem de si a partir do que se fala, e voltada para a finalidade de persuasão. Charaudeau alia ao *ethos* os conceitos de identidade, pois segundo ele, a imagem de si ancora-se tanto ao que o público sabe antes acerca do sujeito enunciador quanto ao que se apresenta no ato de linguagem.



Maingueneau (2016) em seus estudos sobre *ethos* também o associa ao ato enunciativo, cujo público constrói uma representação prévia do enunciador, tal entendimento vai ao encontro da vertente semiolinguística. O teórico utiliza as terminologias de *ethos* discursivo, que emerge a partir do ato de linguagem, e *ethos* pré-discursivo, ligado à imagem preexistente do locutor, todavia considera-se, perante a AD, que o discurso não se restringe ao ato de linguagem (projeto de fala em si), pois o gestual se comunica, as expressões faciais, o cenário, as vestimentas, logo, são também considerados discursos e se amalgamam na construção da imagem do enunciador.

Os estudos de Amossy aproximam-se da abordagem de *ethos* posta pela TS, uma vez que a pesquisadora compreende que “a eficácia da palavra não é nem puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguística). Ela acontece simultaneamente em diferentes níveis.” (AMOSSY, 2016, p.136). Entretanto a autora (2016), diferentemente de Charaudeau, trabalha com a questão da imagem prévia a partir do conceito de estereótipo, que reflete representações sociais cristalizadas, cuja doxa, ou seja, a crença comum, compreende um saber preexistente que o auditório detém sobre o orador. Logo, o enunciador adequa o seu discurso conforme os esquemas coletivos que julga interiorizado pelo destinatário.

Segundo Amossy (2016a) a construção da imagem de si está contida em todo ato de linguagem, sem que o locutor faça de forma explícita um autorretrato de si, uma vez que sua maneira de dizer implica em uma construção do *ethos*, observada a partir das suas competências linguísticas, na entonação, em seu estilo, as quais são utilizadas pelo interlocutor para a construção de uma representação do locutor, ou seja, tal imagem é elaborada de forma independente à intenção do locutor.

Percebemos que a AD incorpora alguns conceitos da Retórica, mas com adaptações, como a trilogia *ethos*, *páthos* e *logos*, muito abordada por diferentes teorias que estudam a linguagem. Charaudeau, Maingueneau e Amossy possuem pontos de convergência em seus trabalhos, os três afastam-se do conceito aristotélico que enquadra o *ethos* em uma perspectiva de persuasão, e o trazem para o campo dos estudos discursivos, segundo um entendimento que não busca um convencimento do auditório, mas apreender como a construção discursiva constitui a imagem do enunciador.

A nossa opção por trabalhar o conceito de *ethos* sob a perspectiva semiolinguística ocorre por partilharmos o entendimento que, de fato, as identidades sociais e discursivas influenciam na construção da imagem de si. No campo político, objeto de nosso estudo, é recorrente o acionamento, por parte dos candidatos, de fatos de sua vida pregressa, como a profissão, percurso educacional, informações sobre a família, atividades de lazer que praticam, dentre outras informações que ajudarão a compor um projeto enunciativo voltado a conquistar

o eleitor, a construir uma imagem positiva de si, que atenda aquilo que acredita ser apreciado por determinado público, como ser um bom líder, religioso, competente, que valoriza a família etc. Entendemos que até mesmo sem conhecer dados precedentes ao candidato o enunciador é capaz de elaborar uma imagem deste, uma vez que é comum circular na sociedade imaginários acerca do político.

Retornando à problemática posta de ser o *ethos* uma imagem referente ao enunciador ou ao sujeito empírico do texto, a semiolinguística entende que é por meio do ato linguageiro que o locutor constrói uma imagem de si, porém para o ato enunciativo obter sucesso é preciso considerar os dois aspectos: o sujeito enquanto ser social e como uma construção discursiva.

Logo, a posição adotada pela TS inscreve o *ethos* como resultado do ato discursivo, das escolhas linguísticas efetuadas pelo EUc para originar um EUe, mas ao mesmo tempo, apoia-se na imagem prévia relacionada ao enunciador. O semiolinguista afirma que o *ethos* é resultado da fusão de duas identidades, a social e a discursiva, as quais se incorporaram em uma única, sendo essa combinação que gera o poder de influência do enunciador.

O EUc mostra-se em sua identidade social, na qual se funda sua legitimidade e seu direito à palavra, segundo a situação de comunicação em que está inserido. Situação composta, dentre outros elementos, pelo contrato de comunicação que, em função da identidade dos parceiros e dos objetivos comunicacionais destes, reúne as condições para a realização do ato enunciativo, no qual o sujeito constrói para si uma identidade discursiva, que resulta o EUe.

Conforme Charaudeau (2018), o destinatário pode construir do enunciador uma imagem que este não desejou, ou seja, contrariando a visada discursiva pretendida pelo locutor, logo a construção do *ethos* dá-se na relação estabelecida entre o EUe e o TUD, sujeitos discursivos, projetados pelo EUc.

Chegamos, portanto, a resposta da primeira pergunta apontada na introdução desta seção, referente ao *ethos* enquanto construção imagética de si, ligar-se à pessoa real que fala (o locutor) ou à pessoa como ser que fala (o enunciador). Diante dos estudos apresentados, percebemos que o *ethos* na TS é entendido na conjuntura da fusão daquilo que se sabe *a priori* do locutor e do que é construído no ato de linguagem. Como aponta Charaudeau (2018), o *ethos* liga-se a um cruzamento de olhares, é a imagem que o locutor objetiva produzir de si, construída discursivamente a partir da maneira como pensa que o outro o vê ou como deseja que o outro o veja, associada à imagem que o interlocutor tem do sujeito falante, com base em indícios pré-discursivos.

Para responder ao segundo questionamento apresentado no início deste tópico, se a imagem de si concerne apenas ao indivíduo ou se pode dizer respeito a um grupo de indivíduos,

sustenta-se que a questão identitária perpassa as representações sociais circulantes em dada comunidade e que se configuram como imaginários sociodiscursivos.

Logo, chegamos à resposta da segunda questão, uma vez que o *ethos*, enquanto relacionado à percepção das representações sociais, ligado a uma memória coletiva, pode associar-se a uma imagem coletiva, oriunda de uma visão essencializada de determinados grupos, o que Charaudeau denomina *ethos* coletivo, que “corresponde a uma visão global, mas à diferença do *ethos* singular, ele é construído apenas pela atribuição apriorística de uma identidade que emana de uma opinião coletiva em relação a um outro grupo.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 117). Podemos exemplificar o entendimento sobre *ethos* coletivo com a representação de que as mulheres são sensíveis, que todo carioca é esperto ou que todo mineiro é sossegado.

O *ethos*, como resultado de um jogo de máscaras, que aciona diferentes representações sociais, pauta-se em uma encenação linguageira, na qual os sujeitos, em função dos imaginários sociodiscursivos e das identidades dos parceiros, constroem imagens uns dos outros ao agirem e falarem.

Portanto, compreendemos que o *ethos* deve ser considerado tanto em uma perspectiva extradiscursiva quanto intradiscursiva, não sendo construído somente por meio do discurso, uma vez que influem aspectos sociais em sua composição, o que nos possibilitará melhor compreender as imagens acionadas pela mulher no discurso político. A seguir, dissertaremos acerca das duas categorias de *ethos* propostas por Charaudeau.

### **3.6 - *Ethé* de credibilidade e *Ethé* de identificação**

Charaudeau (2018) desenvolveu seus estudos em uma perspectiva teórica alicerçada no discurso político, o teórico apresenta duas categorias de *ethos*: *ethé* de credibilidade, fundados em um discurso da razão e *ethé* de identificação vinculados a um discurso do afeto. Porém, estes conceitos podem ser adaptados e utilizados em outros gêneros do discurso como o publicitário, o religioso, o jornalístico etc. Ressalta-se que a AD francesa nasce fundamentalmente da análise dos discursos políticos e foi sendo ampliada para outros campos de investigação, possibilitando estudos nas mais diversas áreas.

Na teoria proposta por Charaudeau, as categorias de *ethos* foram estipuladas a partir dos estudos com foco no discurso político, conforme o teórico

[...] o ethos político é resultado de uma alquimia complexa feita de traços pessoais de caráter, de corporalidade, de comportamentos, de declarações verbais, tudo relacionado às expectativas vagas dos cidadãos, por meio dos imaginários que atribuem valores positivos e negativos a essas maneiras de ser. (CHARAUDEAU, 2018, p. 137)

Na TS a credibilidade não é uma qualidade associada à identidade social do sujeito, mas resultado de um constructo discursivo efetuado pelo falante, de modo a torná-lo digno de crédito. O pesquisador (2018) desenvolve o exemplo do sujeito político, o qual deve responder a seguinte pergunta: “Como fazer para ser aceito?”, para tanto, deve construir, por meio da encenação linguageira, uma imagem em que se coloque como digno de fé, que corresponda à qualidade de credibilidade, dessa forma, deve demonstrar um *poder fazer*, uma vez que mostrar-se crível implica ter esse poder.

No discurso político a credibilidade é essencial, mostrar uma imagem de si que consiste em levar o interlocutor a acreditar que se tem conhecimento ou meios de pôr em prática aquilo que anuncia ou promete. Conforme Charaudeau (2018), a credibilidade deve satisfazer concomitantemente a três condições: de sinceridade, que equivale a apresentar-se como transparente, desenvolver um discurso que aparenta ser verdadeiro; condição de performance, referente a um fazer, aplicar o que se promete e condição de eficácia que diz respeito a ocorrência de resultados positivos àquilo que foi prometido.

Para representar o conjunto de *ethé* de credibilidade, Charaudeau define três tipos de *ethos*: sério, virtuoso e competente. O *ethos* de sério é caracterizado por diferentes índices corporais e mímicos, como por exemplo uma expressão circunspecta, rigidez na postura corporal, um comportamento comedido diante de críticas. Índices verbais também são considerados, como tom firme e ponderado, um falar direto e simples, sem muitos efeitos oratórios. O *ethos* de seriedade também se constrói pelas propostas de trabalho apresentadas, as quais não podem ser de difícil realização.

O *ethos* de virtude está associado a uma visão nobre da política, ou seja, o político deve demonstrar sinceridade, fidelidade e uma honestidade pessoal, que remete tanto a uma retidão de caráter na vida pública como privada. Por fim, o *ethos* de competência exige, simultaneamente, o saber e a habilidade, o enunciador deve demonstrar domínio do assunto do qual trata e deve provar ter os meios, poder e experiência devidos para realizar suas propostas.

Os *ethé* de identificação são extraídos do afeto social e visam alcançar o maior número de indivíduos, conforme Charaudeau (2018), o *ethos* é construído com base em uma tríplice relação: entre si, o outro e um terceiro ausente, portador de uma imagem ideal de referência; o

si visa afiançar a imagem ideal e o outro, influenciado por essa imagem, adere à pessoa que a ele se dirige. E dessa forma transcorre o discurso político, no qual o *ethos* do enunciador é construído direcionado a si mesmo, para o eleitor e para os valores sociais de referência.

Os *ethé* de identificação acionam diferentes valores que o político acredita que provocarão uma aquiescência do cidadão, como imagens associadas a um conservadorismo ou de liberal, sinceridade, homem ou mulher “do povo”, intelectual, logo, joga com imagens que considera positivas, ligadas a valores de referência e que, perante determinado público, poderá resultar em uma adesão desse possível eleitor.

O teórico destaca alguns *ethé* de identificação mais recorrentes no discurso político, sendo eles: potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade. De forma breve, apresentaremos alguns pontos relevantes de cada *ethos* a fim de caracterizá-los.

O *ethos* de potência é entendido como uma energia física que impulsiona à ação, remete ao imaginário de força corporal ou determinação em agir. O *ethos* de caráter também é vinculado à força, porém, neste caso, à do espírito, sendo relacionado à coragem, controle de si, firmeza e moderação. O *ethos* de inteligência desperta a admiração e o respeito àquela pessoa que demonstra possuí-la, é uma característica vinculada não à vida política do enunciador, mas é apreendida decorrente do comportamento da vida privada.

Outro *ethos* que compõe o conjunto de *ethé* de identificação é o de humanidade, associado à capacidade que o político tem de demonstrar sentimentos, compaixão para com aqueles que sofrem. Geralmente é acionado em situações dramáticas, como acidentes, tragédias naturais ou humanitárias, nas quais o político expressa sentimentos de comoção que envolve a situação.

O *ethos* de chefe se direciona para o cidadão, “é uma construção de si para que o outro adira, siga, identifique-se a este ser que supostamente é representado por um outro si-mesmo idealizado.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 153). No domínio político essa figura é associada à imagem daquele que conduz e comanda o seu povo.

Por fim, tem-se o *ethos* de solidariedade que se caracteriza “pela vontade de estar junto, de não se distinguir dos outros membros do grupo e, sobretudo, de unir-se a eles a partir do momento em que se encontrarem ameaçados.” (CHARAUDEAU, 2018, p. 163). O movimento identitário de solidariedade é expresso por um sentimento de partilha, mostrar-se atento às necessidades dos outros.

Diante da apresentação e breve explanação acerca das duas categorias de *ethé* determinadas por Charaudeau, reflete-se que no discurso político o *ethos* deve abranger imaginários amplamente engendrados na sociedade, para que atinja a grande parte do eleitorado

de modo a haver identificação e/ou credibilidade. Conforme o teórico assevera, o *ethos* é como um espelho da cidadania “no qual se refletem os desejos uns dos outros”. (CHARAUDEAU, 2018, p. 87)

Para fechar esse capítulo, abordaremos no próximo tópico o modo de organização enunciativo do discurso, no qual encontramos os protagonistas, seres de fala, internos ao ato linguageiro e que nos auxiliam, por meio de todo o contexto discursivo, a compreender a encenação do ato de comunicação e a apreender a identidade discursiva que é base para a constituição do *ethos*.

### **3.7 - O modo de organização Enunciativo**

Na TS do discurso, Charaudeau (2019a) aponta que o ato de comunicação é composto pela situação de comunicação, a língua, o texto e os modos de organização do discurso. No capítulo 2 já abordamos alguns desses componentes, nosso foco neste tópico é o último elemento, ou seja, o modo de organização do discurso, mais especificamente o enunciativo.

Charaudeau (2019a) define o modo de organização do discurso como os procedimentos linguísticos que operam na categorização do mundo referencial, conforme finalidade estabelecida pelo enunciador: enunciar, descrever, narrar e argumentar. Por conseguinte, o autor lista quatro modos: enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo.

Para iniciar nossas considerações acerca do modo enunciativo do discurso é primordial refletir sobre o conceito de enunciação. Nesse sentido, Xavier (2021) cita os estudos de Émile Benveniste (1970) ao afirmar que a enunciação é o ato de colocar em uso o sistema da língua, sendo o discurso a manifestação da enunciação. Podemos entender a enunciação como um processo que coloca em funcionamento a língua e resulta no enunciado, como seu produto. Segundo Xavier (2021, p. 100, *grifos da autora*) “O modo enunciativo é, portanto, uma categoria do discurso (e não de língua) e se refere ao comportamento dos interlocutores, *seres da fala*, internos ao ato de linguagem.”

O modo enunciativo articula-se segundo duas ordens: linguística, que reflete as marcas linguísticas do enunciador no enunciado, como por exemplo, pronomes pessoais, advérbios, tempos verbais, adjetivos etc; a segunda ordem é a discursiva, refere-se à encenação do dizer pelo enunciador, os efeitos de sentidos produzidos, e, ademais, a partir dessa ordem os outros modos discursivos (descritivo, narrativo e argumentativo) são colocados em cena. (CHARAUDEAU, 2019a)

Portanto, o modo enunciativo é uma categoria do discurso que designa o modo pelo qual o sujeito falante atua na encenação do ato de comunicação, logo, tal modo relaciona-se ao ordenamento das categorias da língua, de forma a apreender a posição que o sujeito falante ocupa em relação ao *interlocutor*, em relação ao que *ele próprio diz* e em relação ao *que o outro diz*, ao passo que também atravessa a encenação dos demais modos de organização.

Como nossa pesquisa é voltada para o estudo do discurso político, caracterizado como um “jogo de máscaras”, em que a encenação discursiva ocorre por meio da ação de influência entre enunciador e sujeito destinatário, ação, comumente, mascarada por meio de diversos procedimentos linguístico-discursivos, entendemos que estudar o modo enunciativo é uma forma de apreender a construção de sentidos no *corpus* selecionado.

Concernente aos procedimentos enunciativos, distingue-se três funções, sobre as quais, para facilitar o entendimento, elaboramos exemplificações:

- *Enunciação alocutiva*: há o estabelecimento de uma *relação de influência* entre locutor e interlocutor, geralmente expressa por meio de pronomes pessoais de segunda pessoa, acompanhados de verbos modais, de qualificativos e de variadas denominações que refletem a implicação do interlocutor, o lugar designado a ele pelo locutor e a relação entre ambos. Conforme Charaudeau (2018), a forma como o interlocutor é acionado no enunciado, tem o poder de fabricar determinada imagem do locutor, fato que contribui na construção do *ethos*. No enunciado “Meu povo ...” proferido por um político, aciona-se a imagem de um chefe de Estado, quanto ao enunciado “Companheiros e companheiras ...” o interlocutor poderá acionar a imagem de um político de esquerda, devido aos imaginários sociais estabelecidos na sociedade sobre tal construção enunciativa advinda de um político.
- *Enunciação elocutiva*: revela-se o *ponto de vista* do locutor. Tal enunciação é expressa por pronomes pessoais de primeira pessoa acrescidos de verbos modais, de advérbios e de qualificativos que, além de colocar o enunciador em cena, refletem seu posicionamento. No enunciado “Eu me comprometo a cuidar de nossos jovens.” o trecho destaca o enunciador e fabrica um *ethos* de compromisso, de alguém que está se responsabilizando com a juventude. Conforme Charaudeau (2018), quando a enunciação elocutiva é expressa por meio de pronome de terceira pessoa no plural, contribui para criar um *ethos* de solidariedade, como em “Vamos lutar para a construção de um país mais justo”, no qual o político apresenta-se como alguém que se encontra junto ao povo, em uma luta, supostamente, conjunta.


- *Enuniação delocutiva: retoma a fala de um terceiro. É expressa por meio de enunciados que visam apagar traços dos interlocutores, a fim de aparentar impessoalidade. Segundo Charaudeau (2018, p. 179), “A enuniação delocutiva faz o auditório entrar em um mundo de evidência e, empregada no discurso político, paramenta o orador como se fosse um *soberano*, pois ele é colocado acima da massa e se faz portador de uma verdade estabelecida.” No exemplo “Brasil, um país de todos” o enunciado não implica um enunciador nem um interlocutor, a voz que emerge é uma voz que apresenta uma – suposta – verdade soberana: o Brasil é um país que oferece a inclusão de todos.*

Charaudeau (2019a) apresenta um quadro dos procedimentos da construção enunciativa, composto por três colunas: Comportamentos Enunciativos, Especificações Enunciativas e Categorias de Língua, que pode ser representado da seguinte forma:

**Figura 5 - Procedimentos de construção enunciativa**

<b>COMPORTAMENTOS ENUNCIATIVOS</b>	<b>ESPECIFICAÇÕES ENUNCIATIVAS</b>	<b>CATEGORIAS DE LÍNGUA</b>
<p><b>RELAÇÃO DE INFLUÊNCIA</b></p> <p>(relação do locutor ao interlocutor)</p> <p>⇒ <b>ALOCUTIVO</b></p>	<p><b>Relação de força</b></p> <p>(locutor/interlocutor)</p> <p>+ -</p>	<p>Interpelação</p> <p>Injunção</p> <p>Autorização</p> <p>Aviso</p> <p>Julgamento</p> <p>Sugestão</p> <p>Proposta</p>
	<p><b>Relação de pedido</b></p> <p>(locutor/interlocutor)</p> <p>- +</p>	<p>Interrogação</p> <p>Petição</p>
<p><b>PONTO DE VISTA SOBRE O MUNDO</b></p> <p>(relação do locutor consigo mesmo)</p> <p>⇒ <b>ELOCUTIVO</b></p>	<p>Modo de saber</p>	<p>Constatação</p> <p>Saber/ignorância</p>
	<p>Avaliação</p>	<p>Opinião</p> <p>Apreciação</p>
	<p>Motivação</p>	<p>Obrigaçã</p> <p>Possibilidade</p> <p>Querer</p>
	<p>Engajamento</p>	<p>Promessa</p> <p>Aceitação / recusa</p> <p>Acordo / desacordo</p> <p>Declaração</p>
	<p>Decisão</p>	<p>Proclamação</p>



<p><b>APAGAMENTO DO PONTO DE VISTA</b></p> <p>(relação do locutor com um terceiro)</p> <p> <b>DELOCUTIVO</b></p>	<b>como o mundo se impõe</b>	Asserção
	<b>como outro fala</b>	Discurso relatado

(Fonte: CHARAUDEAU, 2019a, p. 85)

Desse modo, entendemos que abordar o modo enunciativo do discurso é de fundamental importância para buscar, a partir das marcas linguísticas, os efeitos de sentidos que emergem da enunciação no *corpus* por nós trabalhado, sendo o discurso político um campo fértil para buscar compreender a encenação discursiva do enunciador dentro de determinado propósito comunicativo.

Após a apresentação dos conceitos teóricos, no próximo capítulo, partiremos para uma contextualização histórica acerca da inserção da mulher no campo político e toda a resistência enfrentada para ocupar espaços, até então, dominados pelos homens.

## 4 – A trajetória da mulher no Brasil

Frente ao tema que desenvolvemos neste trabalho acerca da construção do *ethos* da parlamentar Tábata Amaral, na rede social *Instagram*, pensando a articulação do *ethos* com a construção social do sujeito feminino, consideramos pertinente discutir neste capítulo o percurso histórico que a mulher perfaz ao longo dos anos: suas lutas e conquistas para ocupar lugares e posições a elas negados; o movimento feminista e a luta sufragista brasileira são pontos de intersecção com nossa pesquisa.

O levantamento histórico é relevante uma vez que seus reflexos se fazem presentes na sociedade e nos discursos atuais, cujos enunciados refletem a historicidade. A luta feminina buscou (e ainda busca) posições igualitárias em relação aos homens, mulheres movidas contra a violência sexista advinda de construções sociais que perpassam séculos, que sofreram resistência para adentrar campos vistos como masculinos, como a inserção na vida acadêmica, em inúmeras carreiras e na arena política, ainda hoje, fortemente preenchida por homens.

### 4.1 - Hierarquia e opressão na condição de vida feminina

Abordar a temática feminina é trazer ao debate os lugares ocupados pelas mulheres, muitos dos quais foram historicamente invisibilizados, as representações instituídas acerca do gênero, o cerceamento de direitos, a vigília sobre seus corpos e sua sexualidade, mas, ao mesmo tempo, não é contar a história feminina como um “adendo”, de forma secundária, mas ressaltar as inúmeras lutas das mulheres para a conquista e manutenção de direitos adquiridos; é pensar o papel central exercido por elas nos mais diferentes níveis de atividade, como artístico, científico, educacional, político, dentre tantos outros nos quais se fizeram presentes.

De tal forma, abordaremos ao longo desse capítulo as situações de opressão que as mulheres estavam submetidas, mas também trataremos da luta feminista, que buscou e ainda busca a emancipação das mulheres, a visibilidade às pautas reivindicadas e a obtenção de melhores condições de saúde, trabalho, educação, acesso à direitos etc.

Para entender o papel que a mulher tem hoje na sociedade, é preciso refletir sobre a construção histórica da formação política, estrutural e econômica do Brasil: somos uma país de origem colonial, escravocrata e agrária.

No Brasil Colônia, encontramos diferentes formas de opressão e violência contra mulheres indígenas, brancas e negras. Segundo Teles (1999), o homem europeu colonizador

via o homem indígena como um trabalhador e ser explorado, enquanto as mulheres indígenas eram enxergadas como concubinas ou para o trabalho doméstico.

As mulheres brancas também eram objetificadas, trazidas ao Brasil com o intuito de cumprir a determinação do rei de povoar o país. A Colônia era explorada em prol do capitalismo emergente na Europa e as mulheres eram da mesma forma exploradas, a sociedade organizou-se de modo patriarcal, cujas decisões e privilégios cabiam ao homem. Às mulheres brancas cabia o trabalho doméstico, cuidado com o lar, tarefas de fiação, tecelagem, rendas e bordados. (TELES, 1999)

A Igreja Católica era uma das disseminadoras da ideologia patriarcal e delegava à mulher o papel de submissão ao esposo e, que esta mesma mulher, deveria ser constantemente vigiada e cerceada

O fundamento escolhido para justificar a repressão da mulher era simples: o homem era superior, e portanto cabia a ele exercer a autoridade. [...] De modo que o macho (marido, pai, irmão etc.) representava Cristo no lar. A mulher estava condenada, por definição, a pagar eternamente pelo erro de Eva, a primeira fêmea, que levou Adão ao pecado e tirou da humanidade futura a possibilidade de gozar da inocência paradisíaca. Já que a mulher partilhava da essência de Eva, tinha de ser permanentemente controlada. (ARAÚJJO, 2020, p. 45-46)

A mulher negra, assim como a indígena, também era violentada, usada como instrumento de prazer sexual do homem branco, trabalhava nas lavouras e de serviçais nas fazendas ou casarões, muitas escravas jovens e que estivessem em período lactante eram obrigadas a ser amas-de-leite dos filhos dos senhores brancos. A imposição estabelecida “sobre as escravas lactantes em privilegiar as crianças brancas impossibilitava delas darem os cuidados necessários para sua própria prole, o que acarretava a alta mortalidade entre as crianças negras.” (SILVA, 2016, p. 302). Muitas escravas lactantes eram vendidas, o comércio de amas-de-leite para alimentação dos filhos de terceiros tornou-se um negócio rentável para seus senhores.

Segundo Carneiro (2019), no Brasil e na América Latina a origem da construção identitária está na violação colonial efetuada pelos homens brancos sobre mulheres negras e indígenas, sendo a violência sexual colonial “o ‘cimento’ de todas as hierarquias de gênero e raça presentes em nossas sociedades” (CARNEIRO, 2019, p.313), com a mulher negra invisibilizada, erotizada e violentada ao longo da nossa formação nacional.

O Brasil formou-se tendo por base a concentração da terra, com um regime latifundiário-escravocrata, criou uma estrutura social rígida, na qual a mulher da classe dominante deveria ser submissa ao marido, cuidadora da família e do lar e exemplo de moral.

#### **4.2 – As diferentes formas de opressão feminina**

Ao longo do tempo as mulheres foram silenciadas e excluídas de muitos lugares públicos de decisões, a sociedade ocidental, amparada por um modelo patriarcal, delegava à mulher branca o espaço particular, ou seja, o lar era seu lugar. Para tanto, meninas eram educadas para serem esposas dedicadas, mães zelosas e donas de casa exemplares.

As escolas eram em maior número destinadas à educação dos meninos, conforme Louro (2020), as meninas que recebiam instrução educacional eram, prioritariamente, filhas daqueles que possuíam boa posição social e econômica, frequentavam aulas de piano e francês, seus ensinamentos privilegiavam o desenvolvimento de habilidades artesanais como bordado, trabalhos em renda, crochê, o aprendizado da culinária e maneiras de comandar a casa. Logo, justificava-se a educação das meninas para tornarem-nas esposas e mães virtuosas, modelos de conduta e caráter do lar, responsáveis por educar as gerações do futuro e fornecer bons cidadãos ao país.

Conforme Almeida (1998), a mentalidade acerca da educação feminina no Brasil foi herança recebida, enquanto colônia, de Portugal, país que desde o século XVIII defendia uma educação para as meninas com o intuito de torná-las boas esposas e mães. Pauta abordada no meio português por diferentes intelectuais como em *Cartas sobre a educação da mocidade*, escrita por António Nunes Ribeiro Sanches em 1750. Mesmo após a Proclamação da República, o Brasil continuou-se a veicular o mesmo pensamento, atribuindo à mulher o espaço doméstico e uma educação voltada para os cuidados do lar.

A educação das mulheres, portanto, ainda perpassava pelo território dos valores, da moralidade, cujos ensinamentos recebidos deveriam refletir-se no ambiente doméstico. A educação feminina não poderia ser concebida sem uma sólida formação cristã, em uma sociedade, que, ainda hoje, sofre fortes influências do catolicismo. A Virgem Maria, mãe de Jesus, era o modelo de mulher e mãe a ser seguido, características como doçura, dedicação, entrega à família, pureza, abdicção, deveriam guiar o ideal feminino, em busca de uma constante perfeição moral.

O casamento e a maternidade eram vistos como a verdadeira profissão feminina e dela não deveria se afastar. O lar era o reduto feminino, segundo o pensamento que vigorava na

sociedade brasileira há tempos. O Brasil Colônia era permeado pela ideia que “havia apenas três ocasiões em que a mulher poderia sair do lar durante toda a sua vida: para se batizar, para se casar e para ser enterrada.” (ARAÚJO, 2020, p. 49), a circulação de mulheres em espaços públicos deveria ocorrer apenas em ocasiões especiais, como em eventos religiosos.

No âmbito científico, Priore (2020) traz um estudo sobre a medicina e o corpo feminino nos primeiros tempos de colonização. A pesquisadora expõe que o desconhecimento anatômico, a ignorância fisiológica e as fantasias sobre o corpo feminino construíam um discurso científico errôneo sobre a saúde da mulher. Médicos visavam compreender o funcionamento do útero, chamado de *madre*, visto somente para fins de procriação, “a fêmea não devia ser mais do que terra fértil a ser fecundada pelo macho.” (PRIORE, 2020, p. 82)

Nessa perspectiva os médicos reforçavam a ideia de que a função biológica da mulher ligada à fecundidade era relacionada a fatores morais e metafísicos, como fragilidade, submissão, possuir bons sentimentos e exercer a maternidade.

O corpo feminino era captado pelo olhar médico sob o viés da fecundidade, a *madre* era, segundo o entendimento médico de então, o critério que estabelecia a saúde da mulher. Conforme Priore (2020), no Brasil Colônia, sangramentos eram feitos sob os mais diversos pretextos, sendo a sangria entendida como um excelente remédio para o corpo da mulher, inclusive as parturientes eram vítimas dessa prática. “Marcada por síncope, entrecortada por espasmos, convulsões e gritos de sofrimento, essa forma horrível de morrer esvaindo-se em sangue lembrava uma espécie de rito em que a mãe dava a vida pelo rebento.” (PRIORE, 2020, p. 98).

O corpo feminino era cercado de imaginários, inclusive, que era instrumento do maligno, carregando em si o pecado “era um espaço de disputa entre Deus e o Diabo” (PRIORE, 2020, p. 113). Mulheres que detinham o conhecimento da cura, ervas, infusões, tornavam-se perigosas, eram atacadas, perseguidas e, por vezes, mortas, sob a acusação de curandeirismo.

Às mulheres é associado imaginários como de culpabilidade; mitos, lendas, parábolas refletem tal questão: no discurso cristão a culpa é consequência de um pecado cometido, como também de um ato original “Foi pela mulher que o pecado começou, e é por causa dela que todos nós morreremos.” (Eclesiástico 25, 24). Versículo bíblico que remete a Eva que, ao lado do homem, come a fruta proibida, associada ao conhecimento e, dessa forma, perde o direito ao Paraíso.

Tais considerações levam a refletir sobre o cerceamento do corpo, do conhecimento, do fazer feminino, controlados em diferentes âmbitos, seja na medicina, na educação, nas relações sociais, o olhar e a voz predominante eram masculinos. As mulheres eram consideradas como

cidadãs de segunda classe, desprovidas de preparo e “portadoras de cérebros ‘pouco desenvolvidos’ pelo seu ‘desuso’” (LOURO, 2020, p. 449), a elas cabia o cuidado com a família; seus sonhos e anseios pessoais deveriam ser apagados e considerados sob a vertente da função social: formadora dos futuros cidadãos.

O ideal normativo de boa esposa e mãe cuidadosa, que tinha o lar como seu reduto, era o vigente em uma sociedade fortemente estabelecida sob o viés patriarcal. Mas esta é apenas uma perspectiva da realidade feminina, pois reflete uma condição da mulher branca, de classe média e alta. Mulheres negras e aquelas oriundas de classe social mais baixa ocupavam postos no mercado de trabalho: estavam presentes nas fábricas, como empregadas domésticas, parteiras, costureiras, serviços considerados de menor valor social.

A mulher se fazia presente em diferentes áreas trabalhistas, na agricultura o trabalho escravo foi substituído pela contratação das famílias, cujo trabalho feminino estava incluído na contratação dos serviços. As mulheres trabalhavam tanto para os donos das terras como para a própria subsistência, no preparo de carnes, doces, farinhas, no plantio, cuidado com os animais, dividiam com os maridos tais tarefas.

O espaço fabril contava com inúmeras mulheres imigrantes, vindas de diferentes países europeus, que substituíram a mão de obra escrava. Elas trabalhavam nas indústrias de fiação e tecelagem, enquanto homens ocupavam postos nos setores de metalurgia, calçados e mobiliário. (RAGO, 2020) Os salários oferecidos às mulheres eram ainda mais baixos que o dos homens, além da questão salarial ainda sofriam com o assédio sexual nos locais de trabalho.

As mulheres negras, após o fim do período escravocrata, continuaram trabalhando em condições subumanas, com baixos salários e tratamento degradante, eram consideradas “como figuras extremamente rudes, bárbaras e promíscuas, destituídas, portanto, de qualquer direito de cidadania.” (RAGO, 2020, p. 582)

Nota-se que o tratamento dedicado à mulher não era coeso, o ideal feminino veiculado diante uma aceitação social de recato, beleza, perfeição moral, mães de família era a mulher branca, de classe média e alta. As demais, como mulheres negras, imigrantes, de baixas condições sociais, além de opressão de gênero, sofriam as mais diferentes formas de violências: física, sexual, exploração do trabalho etc. Para justificar os abusos sob uma perspectiva moral, o argumento veiculado era “que as mulheres das camadas mais carentes da população, quer devido à constituição física, quer à falta de formação moral, eram muito inferiores às ‘mulheres normais’ e mais inclinadas aos vícios e tentações o mundo moderno.” (RAGO, 2020, p. 593)

Assim como as mulheres eram percebidas e tratadas de maneiras diferenciadas, o movimento feminista brasileiro também não abarcou as diferenças existentes de classe e gênero.

O movimento brasileiro foi liderado por mulheres brancas e provenientes de classe social elevada, que reivindicavam, dentre outras pautas, uma inserção igualitária no mercado de trabalho, controlado pelos homens.

Logo, enquanto algumas mulheres lutavam para trabalhar, outras desejavam condições de trabalho mais dignas, melhores salários, locais de trabalho higienizados, proteção contra o assédio. Percebe-se um movimento feminista brasileiro construído, principalmente, sob pautas consideradas a partir de visões e realidades de mulheres da alta classe social, que compartilhavam entre si características comuns de opressão de gênero, mas que não se aprofundava nas opressões sofridas por mulheres de outras classes sociais e de outras raças.

### **4.3 – O movimento feminista no contexto brasileiro**

O movimento feminista nos possibilita refletir sobre as conquistas alcançadas sob ação organizada das mulheres, temas como planejamento familiar, sexualidade, violência doméstica, saúde, educação, participação da vida social, o voto, puderam ser debatidos pelo viés da desigualdade de gênero. Segundo Duarte (2019, p. 25)

a vitória do feminismo é inquestionável quando se constata que suas bandeiras mais radicais se tornaram parte integrante da sociedade, como o direito de a mulher frequentar a universidade, escolher sua profissão, receber salários iguais e candidatar-se ao que quiser.

O feminismo trouxe ganhos significativos para as mulheres, tendo algumas bandeiras de reivindicações alcançado maior destaque perante a sociedade, como o voto e discussões sobre sexualidade, cuja pauta envolve questões ligadas ao corpo, prazer, controle de natalidade e a descriminalização do aborto, esta última ainda é alvo de discussões e polêmicas no Brasil.

Duarte (2019) afirma que a história do feminismo é pouco conhecida por ser pouco contada, o que nos leva a refletir sobre a resistência que o movimento ainda encontra por parte da sociedade, inclusive por mulheres. Percebe-se que há um antifeminismo vigente, que traz uma ideia errônea do movimento se posicionar contra os homens e constrói uma imagem negativa da feminista, inculcando estereótipos de “mulher macho”, mal-amada, contra a família e o casamento e, portanto, sendo um perigo para a estrutura social.

A escritora bell hooks<sup>12</sup> (2018) pondera sobre a perpetuação de apenas um modelo de feminismo, segundo a autora, o movimento desde o seu início foi polarizado e apresenta dois tipos de feminismo: um, cujas pensadoras hooks classifica de reformistas, as quais enfatizaram a defesa da igualdade de gênero; outro, com pensadoras chamadas revolucionárias, que não buscavam apenas uma alteração do sistema, mas sua transformação de forma mais profunda, a fim de eliminar o patriarcado.

A mídia, estruturada em um sistema patriarcal, não deu destaque ao grupo classificado como revolucionárias. Logo, a imagem do feminismo veiculada foi o pensamento reformista, que buscava igualdade entre homens e mulheres no mercado de trabalho. O pensamento revolucionário feminista era mais conhecido e aceito nos círculos acadêmicos, fatos que também justificam um conhecimento social parcial do movimento feminista.

Não há um consenso sobre a origem do feminismo e também não há uma definição exata sobre o termo, mas muitas pesquisadoras dedicam-se ao tema, trazendo algumas designações. Para Teles (1999, p. 10),

o feminismo é um movimento político. Questiona as relações de poder, a opressão e a exploração e grupos de pessoas sobre outras. Contrapõem-se radicalmente ao poder patriarcal. Propõe uma transformação social, econômica, política e ideológica da sociedade.

Para Duarte (2019, p. 26), o feminismo pode ser compreendido "como todo gesto ou ação que resulte em protesto contra a opressão e a discriminação da mulher, ou que a exija a ampliação de seus direitos civis e políticos, por iniciativa individual ou em grupo." Nota-se que tanto na primeira definição como na segunda, o ponto central é a opressão sofrida pelas mulheres e a luta pela conquista de direitos, logo, não há uma oposição ao homem, mas ao sistema patriarcal, ou seja, ao sexismo institucionalizado.

O feminismo é um movimento caracterizado por seu "fluxo e refluxo" (Duarte, 2019, p. 26), ou seja, momentos de maiores debates e efervescência, e outros mais calmos, de recuo e menor visibilidade em torno de suas bandeiras, fato que o comparou a ondas. Duarte (2019) estabelece quatro momentos de maior destaque no feminismo brasileiro: em torno dos anos de 1830, 1870, 1920 e 1970, nos quais o movimento estaria mais próximo da concretização de suas reivindicações.

---

<sup>12</sup> A utilização do nome bell hooks com letras minúsculas é uma prática utilizada pela autora como forma de dar enfoque ao seu trabalho e não à sua pessoa, nosso posicionamento é de respeitar a opção da autora e, portanto, aderimos à escrita do nome com letras minúsculas.



O primeiro momento do feminismo brasileiro tem como bandeira o direito à educação. Na primeira metade do século XIX, a educação feminina era restrita, os meninos aprendiam ler, escrever, matemática, gramática, enquanto o ensino das meninas, admitidas somente em escolas de primeiro grau, tinham por ensino prioritário as prendas domésticas, portanto, atingir um nível maior de instrução e chegar às universidades e ao mercado de trabalho era privilégio masculino.

É nesse cenário que se destaca o nome de Nísia Floresta Brasileira Augusta, que rompe com os limites privados atribuídos à mulher e publica seu primeiro livro *Direito das mulheres e injustiça dos homens* (1832), o qual debate o direito das mulheres à instrução e ao trabalho. A pesquisadora questiona em seu livro o discurso masculino sobre a falta de capacidade feminina, considerando, por exemplo, as mulheres menos aptas às ciências do que homens. Para Augusta, a aparente falta de capacidade feminina seria reflexo de uma má educação ofertada às mulheres, cujos homens beneficiar-se-iam da submissão feminina, sendo que a falta de educação – ou a baixa qualidade dela – um fator impeditivo às mulheres tomarem consciência da opressão sofrida.

As ideias propostas por Augusta, além de serem consideradas revolucionárias na época, foram inspiradas na obra *Vindications of the rights of woman* (Uma reivindicação pelos direitos das mulheres), de 1792, da escritora e filósofa Mary Wollstonecraft. Nota-se que os debates sobre a opressão sofrida pelas mulheres, com a consequente ausência de direitos já era uma questão tratada há tempos e nosso primeiro momento vinculado ao feminismo sofreu influências europeias.

Nesse sentido, o viés eurocentrista do feminismo brasileiro invisibilizou durante muito tempo as mulheres oriundas de grupos subalternizados, como indígenas e negras, pois não integralizou de maneira efetiva as especificidades de tais grupos, com o reconhecimento da diversidade e desigualdades existentes entre essas mulheres. Somente anos mais tarde que mulheres desses grupos foram adentrando o movimento feminista e reivindicando seus direitos, como veremos mais à frente, nesta mesma seção.

No segundo momento do feminismo no Brasil, de acordo com Duarte (2019) buscou-se a ampliação da educação e a conquista do voto e caracteriza-se pelo aumento exponencial de jornais e revistas editados por mulheres, que traziam artigos e matérias sobre as ideias e potencialidades femininas, os quais ventilavam os ideários feministas.

Segundo Teles (1999), o jornal que apresentava ideias mais “avançadas” para a época era *O Sexo Feminino*, dirigido por Francisca Senhorinha da Mota Diniz, cujo primeiro número foi publicado em 7 de setembro de 1873. Diferentemente de suas antecessoras, que buscavam convencer os homens acerca das necessidades e capacidades femininas, Diniz dirige-se

diretamente às mulheres instigando-as na luta por seus direitos. Temas como a dependência econômica das mulheres em relação aos seus esposos e a conseqüente submissão feminina, o direito à educação, ao voto e a abolição da escravidão eram recorrentes no semanário dirigido por Diniz.

Nessa segunda onda do feminismo brasileiro, outros jornais marcaram época como o *Echo das Damas*, editado por Amélia Carolina da Silva Couto, circulante no Rio de Janeiro entre 1875 e 1885. *O Domingo* e o *Jornal das Damas*, ambos de 1873, ofereciam a suas leitoras textos sobre moda, vida doméstica, romance-folhetim, mas entre um e outro artigo referente aos interesses “tipicamente femininos” da época, incorporavam publicações clamando pelo ensino superior e trabalho remunerado feminino. Estratégia que podemos entender como um “conta-gotas” a fim de inserir, gradativamente, as reflexões do movimento feminista em um maior público, inclusive entre as mulheres que ainda não se identificavam com as pautas propostas.

A imprensa teve papel fundamental nesse segundo momento do movimento feminista brasileiro, de divulgação das ideias, conscientização das mulheres e articulação feminina, pois, à medida que mais mulheres aderiam à corrente feminista, mais a imprensa masculina, o teatro e a literatura manifestavam-se de forma jocosa, ridicularizando mulheres que ingressavam nas universidades, as quais buscavam no exterior uma graduação.

O início do século XX é marcado pela terceira onda feminista no Brasil, com “movimentação inédita de mulheres mais ou menos organizada, que clamam alto pelo direito ao voto, ao curso superior e à ampliação do campo de trabalho, pois queriam não apenas ser professoras, mas também trabalhar no comércio, nas repartições, nos hospitais e indústrias.” (DUARTE, 2019, p. 35)

Entre os nomes de maior visibilidade está o de Bertha Lutz, que, formada em Biologia pela Sorbonne, em Paris, retorna ao Brasil, e, havendo presenciado o levante das mulheres na França, desperta seu interesse pela causa feminista. Entretanto, como veremos na seção seguinte, ao liderar o movimento brasileiro buscou afastar-se do modelo estabelecido na Europa, aproximando-se do feminismo conservador posto pelas sufragistas norte-americanas.

Destaca-se que na década de 1920 foi intensa a movimentação das mulheres, buscando ocupar espaço na imprensa, com suas reivindicações mais inflamadas, porém caracterizou-se por um “feminismo burguês e bem-comportado” (DUARTE, 2019, p.36). Os registros dessa época dão destaque a nomes como de Bertha Lutz, já citado, Maria Lacerda de Loura, Leolinda Daltro, dentre outras mencionadas na causa sufragista.

O momento histórico do Brasil refletia a abolição da escravidão, cuja condição de exploração, violência e marginalização das mulheres negras não se alterou. O desenvolvimento industrial abria as portas para os imigrantes brancos, vindos da Europa, aos negros impunha-se serviços de condições degradantes e salários muito baixos. Os negros libertos eram considerados uma massa de descartáveis, permaneceram excluídos da sociedade e as mulheres negras eram ainda mais exploradas e oprimidas.

Porém o feminismo brasileiro nessa época, como um movimento que nasceu nas elites femininas, pouco se falava sobre as condições da mulher negra, fato que revela as muitas diferenças do feminismo. Segundo Ribeiro (2018) o feminismo negro começou a ganhar força no Brasil na década de 1980 e, embora o gênero possa unir as mulheres, outras especificidades as segregam. Não obstante a terceira onda estar em curso durante a libertação dos escravos, o movimento feminista não olhou de forma efetiva para as mulheres negras, outros debates, também de suma importância, não podem invisibilizar a mulher negra.

O movimento feminista precisa ser interseccional, dar voz e representação às especificidades existentes no ser mulher. Se o objetivo é a luta por uma sociedade sem hierarquia de gênero, existindo mulheres que, para além da opressão de gênero, sofrem outras opressões, como racismo, lesbofobia, transmisoginia, torna-se urgente incluir e pensar as intersecções como prioridade de ação, e não mais como assuntos secundários. (RIBEIRO, 2018, p. 47)

Carneiro (2019) utiliza a expressão “enegrecendo o feminismo”, empregada para se referir à trajetória da mulher negra dentro do movimento feminista brasileiro. A pesquisadora aborda a dupla subvalorização pela qual passa a mulher negra: gênero e raça. Segundo a autora:

A consciência de que a identidade de gênero não se desdobra naturalmente em solidariedade racial intragênero conduziu as mulheres negras a enfrentar, no interior do próprio movimento feminista, as contradições e as desigualdades que o racismo e a discriminação racial produzem entre mulheres, particularmente entre negras e brancas no Brasil. (CARNEIRO, 2019, p. 275)

Logo, as mulheres negras buscaram ampliar a pauta feminista e assegurar que o movimento debatesse as desigualdades raciais e buscasse garantir direitos a uma grande parcela da sociedade brasileira que não se via representada nesse espaço de discussão. Carneiro (2019) aponta que desde meados da década de 1980, houve avanços como a criação de diversas organizações e instâncias de nível regional e nacional de mulheres negras, as quais foram

norteadoras para as discussões e implementação de ações que resultaram em mudanças efetivas na ótica feminista.

Dentre os avanços obtidos pela atuação da mulher negra no interior do movimento feminista, podemos citar a luta pela inclusão do registro da cor nos formulários da rede pública, informação importante para uma melhor avaliação das condições de saúde dos pacientes, uma vez que mulheres brancas e negras apresentam diferenças significativas em termos de saúde. Ademais, cita-se a implantação de um programa de atenção à anemia falciforme, que consiste em uma doença hereditária comum entre a população negra. (CARNEIRO, 2019)

Além da questão de saúde a ação política das mulheres negras vem promovendo reflexões sobre o racismo e sexismo que as relegaram à marginalização social, dentre as quais o reconhecimento da necessidade de políticas públicas efetivas para as mulheres negras, voltadas para a equiparação de oportunidades sociais, debates sobre a violência simbólica, relativa a um padrão estético hegemônico que circula na sociedade, caracterização da violência contra a mulher a partir do conceito de violência racial, reflexões sobre inserção e permanência nas universidades, discussões sobre o mercado de trabalho, dentre outros temas.

As mulheres negras não estavam ausentes do movimento feminista em seu início, porém eram minoria, por não se verem representadas nas pautas reivindicadas, pois não eram consideradas frágeis, faziam parte de um contingente de mulheres que trabalhavam em diferentes lugares, muitas vezes em condições sub-humanas, não eram vistas como “rainhas do lar” e eram postas à margem da sociedade. Todavia, ao longo do tempo, o protagonismo político das mulheres negras ganhou força e determinou mudanças significativas nas concepções e na atuação do feminismo do Brasil, fato que contribuiu para o “alargamento dos sentidos de democracia, igualdade e justiça social.” (CARNEIRO, 2019, p. 288)

Voltando às ondas do movimento feminista, após inúmeras lutas o presidente Getúlio Vargas promulga em 1932 o novo Código Eleitoral que garante o direito ao voto às mulheres, o qual foi incorporado à Constituição em 1934.

O quarto momento do feminismo brasileiro apontado por Duarte (2019), inicia-se nos anos de 1970, como foco na revolução sexual e na literatura. O ano de 1975 tornou-se o Ano Internacional da Mulher, sendo convocado pela ONU (Organização das Nações Unidas). O Brasil que vivia o período de ditadura militar, viu a iniciativa como uma oportunidade de fazer algo público. O ano de 1975 tornou-se um marco para o avanço das ideias feministas, com encontros e congressos que proporcionavam debates e reflexões sobre metas para a eliminação da discriminação, reivindicações de maior visibilidade, conscientização política e melhores condições de trabalho, cujas ideias passam a ressoar junto à opinião pública. (DUARTE, 2019)

Diante da conjuntura histórica da ditadura militar e censura, as mulheres queriam se expressar, agir, resistir, enfrentar e posicionaram-se contra o cenário político vigente, mas, concomitantemente, também debatiam sobre a sexualidade, seus corpos, o aborto. A pílula anticoncepcional atua como um aliado das mulheres em relação à desvinculação de sexo e maternidade, sexo e compromisso, as mulheres passam a ter maior liberdade em relação ao seu prazer.

Ao final de década de 1970 e ao longo dos anos de 1980, há uma articulação entre feministas universitárias, alunas e professoras, as quais promovem a legitimação dos estudos feministas diante os saberes acadêmicos. Inúmeros grupos de pesquisas sobre o estudo da mulher são criados, nas mais diversas universidades, como o Grupo de Trabalho Mulher na Literatura, da Associação Nacional de Pós-Graduação em Letras e Linguística (Anpoll), o Núcleo de Estudos da Mulher e Relações de Gênero (Nemge) da Universidade de São Paulo, o Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher (Neim) da Universidade Federal da Bahia, dentre muitos outros. (DUARTE, 2019)

No campo literário, inúmeras escritoras utilizavam sua voz e seus textos para se posicionar frente ao regime ditatorial, como Nélide Piñon, Lygia Fagundes Telles, Lya Luft, Hilda Hilst, dentre tantas que poderiam ser listadas.

A partir de 1990, Duarte (2019) assinala uma acomodação do movimento feminista no país, mas pontua que alguns estudiosos entendem o período como tempos “pós-feministas”. Todavia apresentamos uma vertente das classificações das ondas do movimento feminista no Brasil, caracterizando-o em quatro momentos específicos, porém há classificações diferentes, Ribeiro (2018) cita três ondas: a primeira a partir do início do século XIX, a segunda nos anos de 1970 e a terceira que corresponderia aos anos 1990-2000, a qual foi alavancada pelos estudos de Judith Butler.

Segundo Duarte (2019), Eva Blay também segue a linha de listar três ondas do feminismo brasileiro: o primeiro momento compreendendo o século XIX; o segundo abrangendo o período dos anos de 1930 com a conquista do voto feminino e o terceiro a partir dos anos de 1970. Duarte diferencia-se de Blay ao subdividir o primeiro momento (século XIX) em duas etapas, compreendendo a primeira onda a partir do livro Direitos das mulheres e injustiça dos homens, de Nísia Floresta e a segunda a partir do surgimento de inúmeros periódicos voltados para o público feminino, com vistas a promover a conscientização e a divulgação das bandeiras feministas. Conforme Duarte (2019), essa subdivisão assume um caráter mais didático e político.

O movimento feminista, como já ressaltamos anteriormente, não assume uma característica única, mas contém contradições, ambiguidades, avanços, recuos, conquistas, que compõem um longo processo de mudança, que buscava, e ainda busca, a emancipação das mulheres e a libertação das opressões instituídas pelo sistema patriarcal.

Nesse sentido, outra reflexão que se faz necessária é sobre as pautas das mulheres indígenas. Conforme Soares (2021), antropóloga e socióloga, indígena oriunda do povo Karipuna do Amapá, percebe-se que os movimentos de mulheres indígenas em contexto nacional não se declaram como feministas, mas como movimento de indígenas mulheres (a indicação de indígenas anterior à mulheres, pois entendem que antes de se identificarem como mulheres, identificam-se como indígenas).

Algumas das indígenas mulheres vinculadas a movimentos de mulheres entendem-se como feministas, outras não, sendo que para a pesquisadora nenhuma está errada. Conforme Soares (2021), o importante é refletir sobre a especificidade das reivindicações dessas mulheres “são movimentos que possuem raízes, troncos, sementes, trajetórias, oralidades, memórias e demandas bastante específicas, que diferem daquelas demandas de outros feminismos de origem não indígena.” (SOARES, 2021, p. 3-4)

Nesse sentido, Soares (2021) cita uma palestra de Sônia Guajajara, líder indigenista brasileira, que veio posteriormente a se tornar Deputada Federal e Ministra dos Povos Indígenas, a qual afirma que as lutas das mulheres indígenas não estão segregadas das lutas contra o extermínio dos povos indígenas e pela demarcação de terras. Soares narra o protagonismo e liderança das mulheres indígenas dentro de seus povos, atualmente ocupando postos de cacicas, vice-cacicas e conselheiras, muitas são pajés, fundadoras de aldeias, parteiras e responsáveis para passar para as crianças os primeiros ensinamentos.

Soares (2021) traz em seu trabalho estudos e relatos de diferentes povos indígenas em que as mulheres se identificam vinculadas a um movimento que luta pela coletividade e contra a violência que acomete seus povos, sendo as indígenas acadêmicas as mediadoras entre os conhecimentos dos territórios indígenas e dos territórios das universidades.

Percebe-se, a partir da pesquisa efetuada por Soares (2021), que, independentemente dos movimentos das indígenas mulheres enxergarem-se ou não como feministas, essas mulheres são líderes em seus povos, olham pelo bem-estar da coletividade e estão em permanente processo de luta por defesa de seus direitos e da sua existência, conforme destaca o Manifesto das primeiras brasileiras:

Nós, mulheres indígenas, lutamos pela demarcação das terras indígenas, contra a liberação da mineração e do arrendamento dos nossos territórios, contra a tentativa de flexibilizar o licenciamento ambiental, contra o financiamento do armamento no campo. Enfrentamos o desmonte das políticas indigenistas e ambiental. (MANIFESTO DAS PRIMEIRAS BRASILEIRAS – AS ORIGINÁRIAS DA TERRA: A MÃE DO BRASIL É INDÍGENA, 2021. Disponível em: <https://anmiga.org/manifesto/> Acesso em 02 mar. 2023.)

Desse modo, muito mais importante que se reconhecerem como feministas ou não, as indígenas mulheres sabem do papel fundamental que possuem para a conquista e garantia de direitos de seus povos, fortalecem-se a partir de suas identidades e culturas, sendo esses movimentos originados dentro de seus territórios que unem e mobilizam suas lutas.

Portanto, abordamos a luta das mulheres brancas, a inserção das mulheres negras no movimento feminista e o movimento das indígenas mulheres, cada uma com suas especificidades. São movimentos de mulheres que ampliam suas vozes quando unidas, tornam-se protagonistas de lutas sociais, contribuem para a efetivação de direitos com uma maior participação política e decisória.

O movimento feminista é contínuo, não está acabado, vivemos ainda em uma sociedade sexista, desigual econômica e socialmente, que oprime mulheres, mas oprime ainda mais mulheres pobres, negras, trans, indígenas, migrantes. Existe opressão, mas existem níveis de opressão, para os quais devemos sempre estar atentos e abarcar, na luta diária, os feminismos plurais.

Na próxima seção traçaremos de forma mais detalhada a luta feminista em busca do direito ao voto no Brasil e como mulheres de classe média e de diferentes profissões construíram um trajeto rumo à instituição do direito.

#### **4.4 – O itinerário da conquista do voto feminino**

O final do século XIX, caracterizado pela luta em prol do acesso de meninas à educação e o início do processo de feminização do magistério, foi também marcado por um movimento, ainda tímido, de reivindicação feminina em busca de uma liberdade mais ampla, vinculada ao direito ao voto.

O avanço da inserção feminina nas escolas e a consequente ampliação do índice de alfabetização das mulheres foram vetores que auxiliaram na disseminação de ideias acerca da ampliação dos direitos políticos e civis das mulheres, “O grande argumento era que a missão

moralizadora da mulher na sociedade poderia estender-se do lar para a arena política.” (HAHNER, 2003, p. 276)

Com a Proclamação da República em 1889, nas discussões promovidas durante a elaboração da constituição republicana brasileira de 1891, estipulou-se o direito ao voto aos cidadãos maiores de 21 anos e excluía os analfabetos, soldados, mendigos e religiosos. Segundo Alves (2019), com base nessa Constituição, algumas mulheres requereram o alistamento eleitoral, utilizando-se do argumento que o texto constitucional não as negava o direito ao voto, pois não as incluía no rol dos impedidos de votar. Todavia, aqueles que se posicionavam contrários ao voto feminino alegavam que o legislador não havia enumerado as mulheres entre as exceções de voto, pois era uma situação natural a não realização do voto por elas, logo, dispensava tal consideração e registro no texto constituinte. Esses dois argumentos estariam, permanentemente, sendo confrontados entre os defensores e contrários ao voto feminino.

Na segunda década do século XX, foram intensificadas as discussões acerca da participação feminina na vida política do país, o movimento sufragista ganhava forma e era composto por diferentes profissionais, dentre médicas, advogadas, jornalistas, professoras, servidoras públicas etc. A bióloga Bertha Lutz, brasileira, que residira por anos na Europa, e lá, havia acompanhado o movimento sufragista inglês, retorna ao Brasil em 1918 e torna-se a principal líder da campanha sufragista feminina brasileira.

Bertha, em 1920, funda, ao lado da professora e escritora mineira Maria Lacerda de Moura, a Liga para a Emancipação Intelectual da Mulher, um grupo de estudo que visava promover o progresso intelectual da mulher e discutia tanto questões voltadas aos

[...] direitos políticos e legais ou questões econômicas e educacionais a assuntos tais como a emancipação intelectual ou sexual da mulher. O voto serviria não apenas como uma ferramenta para a realização do progresso feminino, mas também como um símbolo dos direitos de cidadania. (HAHNER, 2003, p. 292)

Conforme Alves (2019) em 1922, Bertha viaja aos Estados Unidos representando o Brasil na Conferência Pan-Americana de Mulheres e conhece Carrie Chapman Catt, presidente da *National American Woman Suffrage Association* (Nawsa), movimento em defesa do voto feminino norte-americano, conhecido por um “bom comportamento”, cujas integrantes buscavam manter táticas que não fossem prejudiciais à respeitabilidade da mulher. Bertha solicita ajuda a Carrie Catt para fazer um estatuto, pois queria começar uma associação voltada à luta pelo voto no Brasil, juntas elaboram o estatuto da associação que viria a ser a Federação



Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF), inspirada no movimento americano de vertente conservadora.

A FBPF era composta, prioritariamente, por mulheres de classe média e alta, como a advogada Mirtes de Campos, primeira mulher a ingressar no antigo Instituto da Ordem dos Advogados do Brasil, Gerônima Mesquita, filha do Barão do Bonfim, inúmeras professoras primárias, farmacêuticas, engenheiras etc.

As mulheres de camadas sociais mais baixas, não viam benefícios concretos que o voto masculino proporcionava em suas realidades sociais, ao contrário das mulheres de classe média e alta, que vivenciavam os benefícios resultantes do voto masculino. A maioria das mulheres das camadas populares além desses questionamentos, não dispunham de tempo para participar das reuniões e atividades da FBPF, uma vez que exerciam longas horas de trabalho em fábricas e casas de família. (HAHNER, 2003)

Porém, entre as mulheres que se destacaram na trajetória militante dentro da FBPF está Maria Rita Soares de Andrade, mulher negra, que veio a se tornar a primeira juíza federal do Brasil. Andrade além de secretária e assistente jurídica da federação foi integrante da União Universitária Feminina e do Conselho Nacional de Mulheres e atuante nas esferas educacional e jornalística. (SILVA e FERREIRA, 2017)

Verifica-se, porém, que o nome de Andrade não ganhou o destaque e nem foi tão amplamente difundido como o de Bertha Lutz, sua história não se encontra nas narrativas hegemônicas sobre o feminismo no Brasil. Andrade fazia parte de uma elite intelectual, era graduada em Direito, engajada em pautas educacionais, políticas, autora de livros, circulava em ambientes acadêmicos, porém seu nome ficou à margem de outras militantes da FBPF.

A FBPF expandiu-se por muitos estados brasileiros e chegou a contar com doze associações pelo país, o número exato de sufragistas é desconhecido, porém estima-se em torno de mil mulheres, embora poucas numericamente, elas representavam uma força política, dada a posição social que ocupavam. As estratégias acionadas pelas sufragistas eram relativas à atuação junto à imprensa e ao Congresso, com o fim de convencer mais pessoas sobre a importância do voto feminino para o progresso da nação.

Conforme Hahner (2003), as sufragistas mantinham um discurso reiterante, que a participação da mulher na vida política não prejudicaria suas obrigações junto ao lar e à família, pois demandaria pouco tempo para ser cumprido.

Afirmavam que o voto, realmente melhoraria sua atuação como mães. E aceitavam, por fim, que [...] a esfera feminina de interesse englobava

basicamente o lar e as questões relativas à educação, à saúde e ao bem-estar da família. O que na verdade fizeram foi redefinir o lar, nele incluindo aspectos novos e mais abrangentes. (HAHNER, 2003, p. 312)

Percebe-se, portanto, que o movimento sufragista brasileiro buscou se afastar do modelo europeu, mais radical e combatente, e que havia sido presenciado por Lutz durante sua residência na Inglaterra. No Brasil, o movimento aproximou-se do modelo norte-americano, que evitava polêmicas e conflitos em relação aos papéis socialmente estabelecidos para as mulheres à época. O discurso engendrado pelas feministas brasileiras não criticava a identidade doméstica atribuída à mulher, optavam por discursos em tom mais moderado e conservador, justificavam o direito ao voto com base na união de sentimentos maternos e propósitos sociais.

Na obra *O Segundo Sexo*, Beauvoir (1970) aponta que o processo de inserção da mulher como sujeito na sociedade, em busca de afirmação perante o mundo, é realizado em um espaço que pertence aos homens, “o presente envolve o passado e no passado toda a história foi feita por homens” (BEAVOIR, 1970, p. 15). A autora reflete que a mulher é posta pelo homem como o Outro, ele é o Um, é o homem quem define a posição da mulher, sempre à margem, para que ela não se transforme no Um. Por conseguinte, a autora pondera se as mulheres renunciassem à colaboração masculina, dificilmente atingiriam seus objetivos, pois eles detinham o poder perante a sociedade, portanto, a aliança com os homens era importante no percurso da luta para a conquista de maiores direitos.

Ressalta-se que a postura adotada pela FBPF ao longo da luta feminista pelo voto, não foi aceita de forma unânime entre as mulheres. Ao longo da luta sufragista surgiram outras associações que assumiram posições mais combativas, como a Aliança Nacional das Mulheres (ANM), fundada pela gaúcha Nathércia da Silveira, ex-integrante da FBPF, que discordava da posição apartidária e comedida da Associação liderada por Bertha Lutz. Todavia, a FBPF foi a associação com maior destaque no cenário nacional no decorrer da luta sufragista.

Ademais, uma reflexão que se faz necessária e embasada em Davis (2016) é o contexto racista internalizado pela *Nawsa*, que não queria despertar a hostilidade das mulheres brancas. Susan B. Anthony, então presidente do movimento norte-americano, justificava a não inclusão das mulheres negras à luta sufragista com um argumento de “conveniência”.

Homens brancos já tinham o direito ao voto e o pensamento vigente era que antes dos homens negros, as mulheres brancas deveriam adquirir tal direito, pois eram mais instruídas. Além do mais, o voto feminino passou a ter como princípio a vantagem da supremacia branca. Em 1893, sob segundo mandato de Anthony, a *Nawsa* aprova uma resolução, cujo teor evoca as qualificações da mulher branca (saber ler e escrever) em comparação a totalidade de eleitores

negros e estrangeiros, a fim de justificar a possível conquista do voto pelas mulheres e não pelos homens negros.

O movimento feminista brasileiro ao aproximar-se ideologicamente do norte-americano incorpora muitos dos seus valores, com uma das semelhanças a não integração da mulher negra, as suas necessidades, realidades e reivindicações, o feminismo no Brasil constrói-se bastante limitado à elite, reflexo de uma sociedade altamente estratificada.

As integrantes do movimento eram mulheres oriundas de classe social elevada, algumas filhas de políticos, muitas estudaram em universidades do exterior, que usaram como uma das táticas para a conquista do voto a influência pessoal. Conforme Alves (2019) ambos os movimentos (brasileiro e norte-americano) se unem em termos de propostas, origem social das militantes e táticas pacíficas de estratégias.

Em 1927, o estado do Rio Grande do Norte torna-se o primeiro a autorizar o voto feminino ao incluir em sua Constituição Estadual tal direito. O fato ganha destaque na imprensa, gerando grandes debates pelo país, o que acaba por fortalecer o movimento sufragista e os argumentos favoráveis ao voto feminino. Porém, cumpre-nos salientar que mesmo o estado do Rio do Grande do Norte ter sido precursor no consentimento ao voto feminino, somente elegeu a primeira mulher para o governo do estado nas eleições de 2002: Wilma Faria, eleita pelo PSB (Partido Socialista Brasileiro) para o mandato de 2003 a 2006, reeleita para o mandato subsequente (2007 a 2010). Atualmente o estado é governado por Fátima Bezerra, filiada ao PT (Partido dos Trabalhadores), estando em seu segundo governo.

A partir desses dados, percebe-se o conservadorismo e a resistência da sociedade em eleger mulheres aos cargos políticos, mesmo o estado do Rio Grande do Norte sendo pioneiro na defesa do voto feminino, demorou 76 anos, desde a autorização do voto feminino pela constituição estadual, para eleger uma mulher ao cargo de governadora. Nota-se, por conseguinte, que embora haja leis para assegurar direitos às mulheres, na prática, o caminho para a efetivação de garantias igualitárias de acesso mostra-se mais árduo.

Com a ascensão de Getúlio Vargas à presidência em 1930, o voto feminino pôde ser rediscutido a partir de uma comissão nomeada para estudar a reforma eleitoral e em 24 de fevereiro de 1932 foi promulgado o Código Eleitoral, que dava amplo direito de voto às mulheres, nos mesmos termos permitidos aos homens; analfabetos de ambos os sexos ainda estavam vedados de exercer o sufrágio. O direito ao voto feminino foi mantido na Constituição de 1934 e, finalmente as mulheres poderiam votar e serem votadas.

Segundo Hahner (2003), nas eleições de 1933, um ano após a conquista do voto pelas mulheres, Leolinda Daltro, professora, uma das pioneiras do movimento sufragista brasileiro e

fundadora do Partido Republicano Feminino, de base composta, na sua maioria, de professoras, candidata-se à eleição, porém não consegue se eleger.

Na mesma eleição, Carlota Pereira de Queiroz, educadora e médica, torna-se a primeira mulher eleita para o Congresso Legislativo. Pertencente a uma das mais importantes famílias da elite política de São Paulo, sua eleição ocorre devido à influência exercida pela família no âmbito político. Bertha Lutz, também se candidata, porém não alcança o número de votos necessários. Nas eleições de 1934, Lutz candidata-se novamente, ficando na suplência e vindo a integrar a Câmara dos Deputados em 1936, após a morte do titular.

Em novembro de 1937 o Congresso é fechado, devido ao estabelecimento da ditadura de Getúlio Vargas, que perdurou até 1945, fato que trouxe grandes mudanças com relação aos direitos políticos conquistados pelas mulheres, uma vez que no entendimento de Vargas “a harmonia social demandava o respeito à hierarquia, que sem dúvida começava pela subordinação das mulheres ao marido.” (HAHNER, 2003, p. 361)

Embora o voto feminino tenha sido conquistado em 1932, durante a primeira fase da Era Vargas, conforme Hahner (2003), Getúlio Vargas nunca se comprometeu com os direitos da mulher e, durante a fase do seu governo conhecida como Estado Novo (1937-1945), a reação antifeminista ganhou força e as mulheres foram excluídas de vários postos do serviço público. Nenhuma atividade política organizada por mulheres pôde ser exercida durante esse período e a FBPF foi obrigada a parar com suas atividades e nunca mais conseguiu recuperar sua força política e organizacional.

Conforme Avelar (2001), após a exclusão das mulheres durante o período de 1937 a 1945, o retorno do ativismo feminino na política dar-se-ia somente no final dos anos 1970 e 1980. As líderes feministas, neste período, eram provenientes das Universidades, dos movimentos de base da Igreja Católica e de antigos partidos clandestinos, como o Partido Comunista Brasileiro, a luta voltava-se para a representatividade das mulheres dentro dos partidos políticos, uma vez que o voto feminino permanecia como direito.

Para Avelar (2001), os direitos políticos referem-se ao direito ao voto e ao direito de acesso a cargos públicos, logo, para serem efetivados é necessário a possibilidade de mulheres e homens acessarem, na mesma proporção, cargos políticos representativos, porém os partidos políticos permaneceram por muito tempo fechados às mulheres. O sufrágio universal teria como princípio a “potencialidade igualitária”, ou seja, uma maneira de romper com a estrutura social dominante por meio do voto e, para tanto, as classes oprimidas deveriam desenvolver instrumentos de organização política e associativa, para, entre outras ações, eleger representantes que lutassem pelas suas pautas reivindicatórias.

Nas eleições gerais de 2018 houve um aumento de mulheres eleitas em 52,6% em relação ao pleito de 2014<sup>13</sup>, mas, ao analisar os números, verifica-se que as mulheres ainda não se elegem na mesma proporção que os homens. Em 2018, foram eleitas um total 290 mulheres e 1500 homens, logo, a porcentagem de mulheres eleitas equivale a apenas 16,20% dos cargos elegíveis. Nas eleições de 2022, foram eleitas o total de 302 mulheres, enquanto foram eleitos 1.394 homens, esses números são referentes à Câmara dos Deputados, Senado, Assembleias Legislativas e governos estaduais<sup>14</sup>. Percebe-se por meio desses dados, que da eleição de 2014 a de 2022 houve um aumento simbólico na representatividade feminina na política, porém tal aumento pode ser mais significativo, portanto, o campo político é, ainda, predominantemente masculino.

Segundo o site do Tribunal Superior Eleitoral<sup>15</sup>, em 2017 a ONU Mulheres, em parceria com a União Interparlamentar (UIP), elaborou um *ranking* de participação feminina no parlamento, de uma lista de 174 países, o Brasil ocupou a posição 154. Entre os 33 países latino-americanos e caribenhos, o Brasil ficou na 32ª posição. Nota-se que o Brasil ainda carece de uma maior representatividade feminina em cargos políticos.

Todavia, não podemos nos prender a apenas um enredo, mas ressaltar e valorizar o quanto já caminhamos tendo em vista o quanto ainda devemos avançar nesta pauta. Nesse sentido, na próxima seção apresentaremos algumas mulheres brasileiras que fizeram história na arena política, que, ocupando um espaço que lhes pertencem, fortalecem o processo democrático e passam a ser pontes na luta por uma política mais justa e representativa.

#### **4.5 - Mulheres brasileiras em destaque na política**

Como mencionamos no início deste capítulo a história feminina não é constituída somente a partir da invisibilidade, embora sejam muitos os obstáculos que se colocam para as mulheres adentrarem o campo político, mulheres estão inseridas na elite política brasileira e inspiram outras mulheres a adentrar essa arena.

É urgente sermos maior número nos espaços de decisão, especialmente nos lugares que legislam sobre nossos interesses, nossos corpos, nossos trabalhos, nossa liberdade (ou sobre a

---

<sup>13</sup> Disponível no site <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Marco/numero-de-mulheres-eleitas-em-2018-cresce-52-6-em-relacao-a-2014>. Acesso em 25 abr. 2022.

<sup>14</sup> Disponível no site <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/mulheres-aumentam-representacao-na-camara-mas-representatividade-ainda-e-baixa/>. Acesso em 01 nov. 2022.

<sup>15</sup> Disponível no site <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Marco/numero-de-mulheres-eleitas-em-2018-cresce-52-6-em-relacao-a-2014>. Acesso em 25 abr. 2022.

ameaça da ausência dela) etc. Mulheres que ocupam lugares prioritariamente conquistados por homens, confrontam-se, frequentemente, com discursos machistas, atos de silenciamentos, interrupções da fala, críticas quanto ao trabalho desenvolvido, o que revela o quanto esses ambientes são hostis à presença feminina.

Citaremos a seguir algumas mulheres que se destacaram na política brasileira, que romperam com paradigmas, ampliaram a pauta dos debates políticos e impulsionaram mudanças na arena política brasileira. Ressaltamos que a extensão do debate posto não nos permite esgotar a apresentação de todas as mulheres que contribuíram para a ampliação da presença feminina na política nacional, mas selecionamos algumas que foram pioneiras em suas lutas e representações.

Iniciaremos por Antonieta de Barros, que está entre as três primeiras mulheres eleitas no Brasil. Mulher negra, eleita em 1934, 46 anos após a libertação dos escravos, para o cargo de Deputada Estadual por Santa Catarina, acreditava no poder emancipador da educação e defendia o acesso a um ensino de qualidade para toda a população. (NUNES, 2001)

Antonieta de Barros era de origem social pobre, foi a primeira da família a concluir a educação básica, tinha como objetivo tornar-se professora. Em 1921 conclui o curso normal, voltado para a formação de professores e em 1922 funda o Curso Particular Antonieta de Barros direcionado para a alfabetização. Barros enfrentou grande preconceito para exercer a profissão que escolhera, por ser mulher e negra, em uma sociedade amparada pelo pensamento patriarcal, que considerava a mulher menos capaz que o homem.

Além do magistério, Barros atuou como escritora e jornalista, conforme site Memória Política da Assembleia Legislativa de Santa Catarina ([2022])<sup>16</sup> “Suas crônicas disseminavam suas ideias, principalmente aquelas ligadas às questões da educação, aos desmandos políticos, à condição feminina e ao preconceito racial.”

Barros também alcançou destaque na política, eleita Deputada Estadual por Santa Catarina em 1934, ou seja, na primeira eleição que as mulheres puderam votar e serem votadas. Além de ser a primeira mulher a ocupar uma cadeira na Câmara dos Deputados de Santa Catarina, Barros foi a primeira Deputada Estadual negra do Brasil e a primeira representante feminina negra no Poder Legislativo na América Latina.

Em 1937, as Assembleias Estaduais, a Câmara e os Senados Federais foram dissolvidos pelo Presidente Getúlio Vargas, assim, Antonieta de Barros teve suas atividades direcionadas para a docência. Em 1947 novas eleições voltaram a ocorrer, Barros novamente concorre a uma

---

<sup>16</sup> Disponível em: < [https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/68-Antonieta\\_de\\_Barros](https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/68-Antonieta_de_Barros) >. Acesso em 19 dez. 2022.

cadeira na Câmara dos Deputados, alcançando a segunda suplência, assumindo em 1948 uma cadeira na Casa Legislativa.

Segundo Nunes (2001), sobre a primeira legislatura de Barros não há muitos registros acerca de seus trabalhos parlamentares, os documentos apontam somente para a sua presença na Assembleia Legislativa. Todavia, Nunes (2001) ressalta que na segunda legislatura de Barros seu trabalho em defesa de uma educação de qualidade assumiu contornos incisivos.

Desde a vitória de Barros, nenhuma outra mulher negra ocupou cadeira na Assembleia Legislativa de Santa Catarina<sup>17</sup>, estado majoritariamente branco. Antonieta de Barros foi a primeira mulher negra a ocupar um cargo político no Brasil, porém os dados ainda se revelam baixos sobre a inserção da mulher preta na política, percebe-se quando verificamos que a primeira senadora negra do país, Laélia Alcântara, somente foi eleita em 1982. No mesmo ano, Benedita da Silva torna-se a primeira vereadora negra do estado do Rio de Janeiro, em 2002 tornou-se Governadora pelo mesmo estado, nomeando 20% de negros para ocupar cargos no primeiro escalão de seu governo.

Diante de uma sociedade que ainda sub representa a mulher no espaço político, em especial a mulher negra, temos em Antonieta de Barros um nome de quem enfrentou o sistema machista e racista, tornou-se pioneira na política brasileira, abriu espaço para outras mulheres negras acessarem lugares de comando, decisão e protagonismo.

Outra mulher que rompeu barreiras foi Kátia Tapety, primeira mulher trans a se eleger a um cargo político no Brasil. Tapety foi eleita em 1992 vereadora do município de Colônia do Piauí, reeleita nos anos de 1996 e 2000, sendo nas três eleições a vereadora com maior número de votos. No ano de 2004 Tapety foi eleita vice-prefeita da cidade.

Embora Tapety tenha exercido um cargo político em uma pequena cidade do interior do Piauí, não podemos negar o quão significativo é uma mulher trans ser eleita e estar em espaços de representatividade e de deliberações em um país que possui um alto índice de violência contra a população LGBTQIA+. Tapety foi precursora para que mais mulheres trans decidissem pela candidatura, dentre elas podemos citar Erika Hilton e Duda Salabert, eleitas Deputadas Federais no pleito de 2022, salienta-se que pela primeira vez a Câmara dos Deputados terá mulheres trans compondo seus parlamentares.

Joenia Batista de Carvalho, também conhecida por Joenia Wapichana, do povo indígena Wapichana, foi a primeira mulher indígena eleita Deputada Federal no Brasil, durante as

---

<sup>17</sup> Disponível em <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-10-15/antonieta-de-barros-a-parlamentar-negra-pioneira-que-criou-o-dia-do-professor.html> Acesso em 19 dez. 2022. Reportagem do ano de 2020, verificamos as deputadas estaduais eleitas em 2022 pelo estado de Santa Catarina e nenhuma é negra.

eleições de 2018, também foi a primeira mulher indígena a graduar-se em Direito no país, fato que ocorreu em 1997 pela Universidade Federal de Roraima.

Nas eleições de 2022, Wapichana não foi reeleita devido o quociente eleitoral. Todavia, no mesmo pleito foi eleita Deputada Federal por Minas Gerais a indígena Célia Xakriabá, oriunda do território Xakriabá no norte do estado. Célia é professora e foi a primeira mulher de origem indígena a ser aprovada no doutorado da UFMG.

Também foi eleita no pleito de 2022 Sônia Guajajara, ao cargo de Deputada Estadual por São Paulo. Nascida na Terra Indígena de Araribóia, no Maranhão, Guajajara atua na luta pela defesa dos povos originários. É coordenadora executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil, além de ter voz no Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU). Foi nomeada, em 2023, Ministra do recém-criado Ministério dos Povos Indígenas.

Dentre as inúmeras mulheres que alcançaram destaque na política também citamos Marina Silva, nascida em Rio Branco, no Acre, trabalhou durante a adolescência como seringueira, aprendeu a ler e escrever aos 16 anos, graduou-se em História pela Universidade Federal do Acre.

Marina Silva aproximou-se das causas sociais quando conheceu as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), fez um curso de liderança sindical rural, o qual um dos ministrantes era Chico Mendes, líder seringueiro e ambientalista, fato que os aproximou e juntos ajudaram a fundar a Central Única dos Trabalhadores (CUT) no Acre.

Marina Silva elegeu-se vereadora na cidade de Rio Branco em 1988, na eleição de 1990 foi eleita Deputada Estadual e em 1994, aos 36 anos, foi eleita a mais jovem Senadora da República, sendo reeleita ao cargo em 2002.

Silva foi Ministra do Meio Ambiente entre os anos de 2003 e 2008, além de candidatar-se ao cargo de Presidente da República nas eleições de 2010, 2014 e 2018. Em 2022 foi eleita Deputada Federal por São Paulo e em 2023 foi novamente nomeada para comandar o Ministério do Meio Ambiente.

Silva figura entre as mulheres mais influentes da política brasileira, sendo referência em assuntos ligados à defesa do meio ambiente. Dentre as inúmeras premiações e reconhecimentos recebidos pelo seu trabalho ambiental, destacam-se o prêmio Goldman, recebido em 1996, considerado o Nobel do Meio Ambiente e, em 2007, foi premiada com o *Champions of the Earth*, o principal prêmio da ONU na área ambiental.



Como Ministra do Meio Ambiente Silva foi responsável por implementar um programa de proteção ambiental que reduziu em 67% o desmatamento durante os dois anos de mandato de Luís Inácio Lula da Silva, entre 2003 e 2010.

Ao falar de mulheres que obtiveram destaque na política é imprescindível remetermos à primeira e única mulher até então a ocupar o cargo de Presidenta da República: Dilma Rousseff. Eleita para o cargo nas eleições de 2010, Dilma assumiu a Presidência pelo período de 2011 a 2014, sendo reeleita no pleito de 2014 para o exercício de mais quatro anos no cargo, porém devido a um golpe político deixa a presidência na data de 31/08/2016.

A violência institucional sofrida por Rousseff com o golpe de 2016, não foi a primeira violência enfrentada em sua trajetória política, iniciada em 1964, quando contava com 16 anos de idade, período que integrou organizações de combate ao regime militar.

Em 1970, Dilma é presa e submetida a inúmeras torturas, como pau de arara, choques, socos, palmatórias, além de torturas psicológicas e ameaças; é histórica a foto de Dilma sendo interrogada em um tribunal da ditadura militar, enquanto ela está com cabeça erguida, seus interrogadores escondem o rosto<sup>18</sup>, receosos de seus atos. Tal imagem muito nos diz sobre a personalidade da ex-presidenta, uma mulher ativa, que acreditou e lutou por um país democrático; que, mesmo sendo alvo de violências e injustiças, não se curvou perante seus agressores, mas enfrentou o regime de violência da época e o machismo que sofreu durante todo seu período à frente da Presidência, seja no ambiente político ou pela mídia.

Podemos perceber o machismo advindo dos meios de comunicação como bem debate Silva (2013) na tese *A mulher na política: representação, gênero e violência no discurso jornalístico*. A autora traz uma série de exemplos, com as respectivas análises acerca da representação da mulher política no discurso jornalístico, cita especialmente Dilma Rousseff, cujos jornais a retratam à sombra do então ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, como analisa nas reportagens “De homem para homem” e “Lula de batom”, nas quais os meios midiáticos enfatizam o vínculo entre Dilma e Lula, de modo a construir uma violência simbólica em relação à Presidenta Dilma, estabelecendo uma afirmação do poder masculino sob a figura feminina.

Silva (2013) analisa como a mídia jornalística constrói a imagem de Dilma Rousseff de modo a retratá-la como agressiva, durona, difícil de conviver, pavio curto etc. O jornal *Folha de São Paulo*, inclusive, estabelece relação entre “primeira mulher presidenta” e “primeira ex-guerrilheira” a comandar o Palácio do Planalto.

---

<sup>18</sup> Imagem disponível em <https://vermelho.org.br/2011/12/04/foto-historica-traz-dilma-sendo-interrogada-pela-ditadura-militar/>. Acesso em 21 dez 2022.

Por meio do discurso jornalístico, a violência simbólica estende-se de diferentes formas à figura de Dilma Rousseff. Conforme aponta Silva (2013, p.139-140) há

a existência de uma imagem ideal daquele que é considerado apto a exercer o poder político. [...] há uma imagem estereotipada que serve de referência para a construção do *ethos* no discurso político e a sua consequente representação quando mediado pelo discurso jornalístico. Ela tanto institui quem tem condições de chegar ao poder quanto quem não as tem. A origem dessa imagem ideal está nas relações de gênero estabelecidas no domínio político.

Percebe-se que devido à constituição machista e patriarcal da sociedade brasileira, a imagem ideal de político direciona-se ao homem, com atributos que remetem à liderança, autoridade, domínio, porém a mulher com tais características é representada como agressiva, desequilibrada, histérica etc, atributos conferidos a Rousseff em diferentes matérias jornalísticas.

O que é reconhecido como qualidade no homem é atribuído como defeito na mulher, de modo a torná-la risível, o que a desqualificaria para o exercício do cargo que ocupa, nesse caso o maior cargo político, o de Presidenta da República.

Cabe observar que o discurso jornalístico usa do humor para satirizar a mulher que ocupa o cargo de poder, [...]. Ao ser representada pelo discurso jornalístico por meio da caricaturização, a mulher se torna o objeto do risível, não só por serem exageradas as formas do corpo, mas por ser retirada do seu lugar de poder. (SILVA, 2013, p. 167)

A então presidenta é tirada de seu lugar de poder pelo discurso jornalístico, conforme *corpus* analisado por Silva (2013) ao ser comparada com faxineira e dona de casa, relações que a devolvem a um lugar sócio historicamente naturalizado da mulher: o lar.

Dilma Rousseff sofre inúmeras violências ao longo do seu percurso político: torturada por ser contra o golpe militar de 1964, que estabeleceu a ditadura brasileira, também sofre uma violência que não é física, mas é constituída simbolicamente por meio dos discursos midiáticos durante todo seu período de mandato, conforme aponta Silva (2013), como pelo golpe político sofrido em 2016, devido à falta de apoio político por não se submeter ao Congresso.

O golpe aplicado em Dilma foi apenas o início de um projeto muito maior, de retirada de direitos arduamente conquistados pelos trabalhadores como para a manutenção de um *status* político que levaria futuramente Jair Bolsonaro à Presidência da República.

Em seu primeiro pronunciamento após o Senado decidir pelo seu afastamento definitivo da Presidência, Rousseff alertou sobre os efeitos futuros do golpe:

É o segundo golpe de estado que enfrento na vida. O primeiro, o golpe militar, apoiado na truculência das armas, da repressão e da tortura, me atingiu quando era uma jovem militante. O segundo, o golpe parlamentar desfechado hoje por meio de uma farsa jurídica, me derruba do cargo para o qual fui eleita pelo povo.

[...]

Acabam de derrubar a primeira mulher presidenta do Brasil, sem que haja qualquer justificativa constitucional para este impeachment.

Mas o golpe não foi cometido apenas contra mim e contra o meu partido. Isto foi apenas o começo. O golpe vai atingir indistintamente qualquer organização política progressista e democrática.

O golpe é contra os movimentos sociais e sindicais e contra os que lutam por direitos em todas as suas acepções: direito ao trabalho e à proteção de leis trabalhistas; direito a uma aposentadoria justa; direito à moradia e à terra; direito à educação, à saúde e à cultura; direito aos jovens de protagonizarem sua história; direitos dos negros, dos indígenas, da população LGBT, das mulheres; direito de se manifestar sem ser reprimido.

O golpe é contra o povo e contra a Nação. O golpe é misógino. O golpe é homofóbico. O golpe é racista. É a imposição da cultura da intolerância, do preconceito, da violência<sup>19</sup>. (BRASIL, Dilma Rousseff, 2016)

Rousseff além de abordar a violência institucional que era alvo, faz um alerta ao início de um processo de desmonte de direitos, que resultaria no padecimento da maior parcela da sociedade brasileira: pobres, negros, indígenas, mulheres, assalariados.

Dilma Rousseff não teve seus direitos políticos cassados após o afastamento da presidência, diferentemente de Fernando Collor, presidente que para evitar processo de *impeachment* devido acusações de corrupção em seu governo, em um ato de manobra política, renúncia ao cargo de Presidente da República em 29 de dezembro de 1992, horas antes de ser condenado pelo Senado Federal por crime de responsabilidade. Todavia o Senado decide pela cassação dos direitos políticos de Collor, tornando-o inelegível pelo prazo de oito anos.

De volta à vida política, Collor elege-se Senador pelo Estado de Alagoas nas eleições de 2006, com mandato de 2007 a 2014, reeleito para mandato de 2015 a 2022. Em 2022 candidata-se ao cargo de Governador de Alagoas, porém termina a disputa em terceiro lugar. Ao contrário de Collor, Dilma candidata-se a Senadora por Minas Gerais em 2018, porém não é eleita, ficando em quarto lugar na disputa. Percebe-se que os julgamentos são mais implacáveis com as mulheres.

Dilma deixou o governo acusada de manobras fiscais que feriam a Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), todavia após seu afastamento definitivo tais manobras

---

<sup>19</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/08/integra-do-discurso-de-dilma-apos-impeachment.html> Acesso em 26 dez. 2022.

passaram a ser validadas, uma vez que a LRF passou por alterações que asseguram que as manobras executadas pela ex-presidenta hoje são aceitáveis. Em 22/12/2022 a Comissão Mista de Orçamento, composta por deputados e senadores, aprovou as contas presidenciais dos anos de 2014 e 2015, referentes aos dois últimos anos de mandato de Dilma Rousseff.

Durante seus seis anos de mandato, Rousseff executou ações que marcaram sua gestão, como o Plano Brasil sem miséria, a Lei de acesso à informação, instalação da Comissão Nacional da Verdade, que apurou violações dos direitos humanos entre o período de 1946 a 1988, cujo relatório final responsabilizou 377 pessoas por crimes como tortura e assassinato, uma forma de conhecer a verdade e haver uma reparação histórica; lançamento do Programa Mais Médicos, aprovação da lei que destina 75% dos *royalties* da exploração do petróleo para a educação e 25% para a saúde; sanção da lei que estabelece o marco civil da *internet*.

Uma importante mulher na política nacional e que não podemos deixar de citar é Marielle Franco, vereadora eleita em 2016, na cidade do Rio de Janeiro, pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Em seu segundo ano de mandato, 2018, Franco e seu motorista, Anderson Gomes, foram assassinados com 13 tiros. Passados 5 anos dos assassinatos, os mandantes do crime ainda não foram identificados.

Franco exercia um trabalho importante e reconhecido em defesa dos direitos da população LGBTQIA+ e das mulheres pretas e faveladas; na noite em que foi assassinada, a vereadora havia acabado de sair de um evento chamado “Jovens negras movendo as estruturas”, evento que palestrou sobre negritude, representatividade e feminismo.

Franco era uma forte militante dos direitos humanos, moradora da Favela da Maré, denunciava a violência contra os moradores, inclusive violência advinda do próprio Estado, por meio de ações policiais. Seus discursos, proferidos tanto nas tribunas como nas redes sociais, revelavam a brutalidade com que as minorias eram tratadas. Ela era contrária à intervenção federal no Rio de Janeiro, integrava uma comissão instalada pela Câmara Municipal de Vereadores para acompanhar as operações militares e avaliar seus resultados.

Franco era mestra em Administração pela Universidade Federal Fluminense, em sua dissertação abordou a temática das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), política de segurança pública adotada pelo estado do Rio de Janeiro, que, segundo ela, reforçam o modelo de Estado Penal, ou seja, voltado para repressão e controle dos pobres. Em sua dissertação afirma que “a continuidade de uma lógica racista de ocupação dos presídios por negros e pobres, adicionada do elemento de descartar uma parte da população ao direito da cidade, continua marcando a segurança pública com o advento das UPPs.” (FRANCO, 2014, p. 126).

Percebe-se que Franco buscava mostrar as mazelas da sociedade que a cercava, seja no ambiente acadêmico, na comunidade em que vivia ou na política, buscava ajudar a romper com ciclo de violência nas áreas de vulnerabilidade social da cidade, também romper com paradigmas e estereótipos que cercavam os moradores das favelas. Com seu discurso para empoderar mulheres negras, pautava uma luta antirracista e era vista como fonte de inspiração para jovens e mulheres; por meio da sua voz de denúncia e por seu trabalho social e político era uma referência e uma figura de força entre as minorias da cidade do Rio de Janeiro.

O legado da vereadora não se encerrou com a sua morte violenta, a família de Franco criou o Instituto Marielle Franco com a “missão de inspirar, conectar e potencializar mulheres negras, pessoas LGBTQIA+ e periféricas a seguirem movendo as estruturas da sociedade por um mundo mais justo e igualitário.” (INSTITUTO MARIELLE FRANCO, s.d)<sup>20</sup>. Os valores e as lutas que a vereadora tanto defendeu em vida, continuam pela ação do Instituto e por intermédio daqueles que buscam por equidade social.

Marielle Franco foi uma mulher que despertou admiração, mas ao mesmo tempo despertou a ira de muitas pessoas, dentre elas políticos e pessoas ligadas às milícias, que se viram ameaçadas pelo seu trabalho de fiscalização e denúncia. A execução de Franco ganhou destaque na mídia do Brasil e no mundo.

A violência contra Franco continuou mesmo após seu assassinato: sua memória e sua trajetória foram atacados com inúmeras mentiras divulgadas por meio de redes sociais, dentre elas citamos algumas: afirmação que a vereadora era casada com Marcinho VP, traficante e um dos maiores chefes de facções criminosas do Rio de Janeiro, outra mentira que ganhou as redes sociais era que Franco foi eleita pelo Comando Vermelho, associando a figura da vereadora ao crime organizado e que ela era usuária de drogas. Percebemos que tais mentiras associadas à figura da vereadora buscavam desacreditar todo o trabalho e a imagem construída por Franco, numa tentativa de justificar a sua morte violenta, associando-a ao crime.

Em março de 2019, os executores de Marielle Franco e Anderson Gomes foram presos, todavia a polícia ainda não chegou no nome dos mandantes do crime. Diversas denúncias surgiram ao longo da investigação acusando possíveis interferências no trabalho da polícia, delegados foram afastados do caso e solicitações de federalização da investigação foram debatidas, o que poderia comprometer o andamento dos trabalhos, uma vez que ainda paira sobre o caso a suspeita de envolvimento da milícia do Rio de Janeiro como mandante da execução.

---

<sup>20</sup> Disponível em <https://www.institutomariellefranco.org/#4> Acesso em 20 dez. 2022.

A memória de Franco permanece viva, seu legado é inquestionável, a defesa da dignidade humana que pautou toda sua trajetória é inspiração para diversas lideranças políticas e ela permanece presente entre as mulheres mais influentes da política brasileira.

Como afirmamos no início desta seção, não nos esgotaremos na discussão das mulheres que ocupam posições de destaque na política brasileira, mas foi um modo de refletir neste trabalho que a história da mulher na política precisa ser expandida, mais mulheres precisam ocupar cargos na alta instância política. Aquelas que conseguiram adentrar tal arena ajudam a construir uma história de protagonismo, ampliam os debates tratados no campo político, trazem para a pauta a realidade feminina sob o viés da própria mulher e abrem caminhos para uma realidade política brasileira menos sexista e desigual, cuja vivência do grupo majoritário<sup>21</sup> da sociedade brasileira ganha voz e vez, para que a política seja de fato um lugar no qual haja representação.

As considerações históricas apresentadas ao longo deste capítulo servirão de subsídio para a análise do nosso *corpus* de estudo, a fim de compreender como determinadas representações e imaginários circundam discursos políticos. Buscaremos apreender quais imaginários se fazem presentes nos discursos políticos da parlamentar analisada, fator que contribui para a construção do *ethos* discursivo.

---

<sup>21</sup> Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-quase-cinco-milhoes-de-mulheres-a-mais-que-homens-diz-ibge/> Acesso em 26 dez. 2022. Conforme reportagem, embasada em dados do IBGE, a população feminina brasileira corresponde a 51,1% da população total, o que representa cerca de 4,8 milhões de mulheres a mais que homens no país.

## 5 – Metodologia

### 5.1 – O dispositivo de análise

Neste capítulo abordaremos a metodologia utilizada para o desenvolvimento da análise. Todo trabalho científico perpassa por fatores metodológicos, que trazem rigor e confiabilidade à pesquisa. Nosso trabalho ancora-se na perspectiva da Teoria Semiollingística da Análise do Discurso, proposta por Patrick Charaudeau, que visa compreender os fenômenos linguístico-discursivos que perpassam pelo enunciado, conforme apontamos no decorrer dos capítulos 2 e 3.

Nossa pesquisa assume um caráter qualitativo, com um análise teórico-metodológica, pela qual buscamos aprofundar a compreensão acerca do discurso político. Entendemos que a abordagem qualitativa atende nossa proposta de estudo, pois preocupa-se “com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32)

De acordo com Orlandi (2005), um dos primeiros pontos a se considerar frente à análise é a constituição do *corpus*. Charaudeau (2011) o vincula a um posicionamento teórico que se constrói em função do objetivo de pesquisa, o que o pesquisador denomina de “problemática”, ou seja, o *corpus* não é algo que é dado ao analista, este vai construí-lo conforme seu recorte de pesquisa, de modo a atender os seus objetivos de trabalho.

Nossa pesquisa pauta-se pelo objetivo principal de analisar a constituição do *ethos* discursivo da Deputada Federal Tábata Amaral, enquanto instância política, na rede social *Instagram*, em sua articulação com a construção social do sujeito feminino. Entendemos que a construção da imagem de si projetada pela parlamentar constitui-se na junção da identidade social com a identidade discursiva, sendo a primeira fortemente associada ao seu trajeto educacional, que também se estendeu ao seu trabalho como parlamentar na Câmara dos Deputados, por meio de projetos apresentados e de seus discursos em prol de uma educação de qualidade.

Nossa hipótese parte do pressuposto que Amaral constitui para si *ethé* que visam romper com discursos postos sócio-histórico e ideologicamente vinculados a estereótipos femininos, e aciona a educação para construir *ethé* que a vinculem à força, à determinação, à superação, de forma a acionar os imaginários sociais que circundam sua identidade social, como inteligência, prodígio, potência, como estratégia de constituição de *ethé* associados a credibilidade.

Com a finalidade de atender ao percurso de pesquisa, optamos por buscar nas redes sociais nosso *corpus*. O Brasil é o terceiro país do mundo que mais faz uso das redes sociais, segundo o *site* de notícias *B9*<sup>22</sup>, em reportagem publicada em setembro de 2020, estudo realizado pela *Socialbakers*, plataforma para otimização corporativa em redes sociais, alega que durante primeiro trimestre de 2020, a rede social *Instagram* promovia um engajamento e interatividade maiores que o *Facebook*.

O *Instagram* teve um aumento de atividade, alcançando grandes públicos. A referida rede social possui diferentes funcionalidades como mensagens, *stories* (recurso utilizado para o compartilhamento de foto, vídeo, música, figurinhas etc., que desaparecem após 24 horas), publicação de vídeos, fotos, transmissões ao vivo. Durante os dois primeiros anos da pandemia da COVID-19 (2020 e 2021) o *Instagram* foi uma das redes sociais mais utilizadas pelos usuários para promover a divulgação de informações e interação por meio de *lives*, ou seja, transmissões ao vivo de áudio e vídeo, o que proporciona uma grande interação entre os usuários.

Segundo pesquisa de opinião realizada em 2019 pelo Instituto *DataSenado*<sup>23</sup>, 45% dos entrevistados afirmaram ter decidido o voto nas eleições de 2018 a partir de informações compartilhadas por meio de alguma rede social e cerca de 80% dos entrevistados acreditam que os conteúdos postados em redes sociais possuem grande influência sobre a opinião das pessoas.

É impossível negar o crescente uso das redes sociais como estratégias de *marketing* digital pelos políticos. As interações são promovidas constantemente, há o compartilhamento das atividades do cotidiano, do trabalho no campo político, relatos da vida pessoal, que buscam uma aparente aproximação entre os usuários. O canal permite receber *feedbacks* de maneira mais rápida, promover o fortalecimento da imagem, acompanhar propostas e atividades dos adversários etc.

Optamos por constituir nosso *corpus* a partir de postagens retiradas da rede social *Instagram*, pois como citamos, houve um crescimento nos últimos anos dessa rede em comparação ao *Facebook*. É um universo de usuários que se interligam por meio de atividades como “curtir”, seguir outro usuário, compartilhar um *post*, comentar, salvar uma publicação, além do estabelecimento de redes de relações, ou seja, formam grupos de usuários que tendem

---

<sup>22</sup> Disponível em <https://www.b9.com.br/131883/pesquisa-mostra-que-uso-do-instagram-cresceu-durante-a-pandemia-e-e-31-maior-que-o-facebook/>. Acesso em 17 maio 2022.

<sup>23</sup> Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em 17 maio 2022.



a conectar-se a outras pessoas com as quais concordam, buscam afinidades e pensamentos comuns.

Recuero, Bastos e Zago (2020) diferenciam *sites* de redes sociais das próprias redes sociais, segundo os autores os *sites* são suportes, plataformas de comunicação, e são esses *sites* que trouxeram aos cientistas sociais a possibilidade de estudar o funcionamento das redes sociais:

As chamadas “redes sociais” na Internet são traduções das redes sociais dos espaços off-line dos indivíduos, de suas conexões sociais. No espaço on-line, essas redes sociais são demarcadas não somente pelos rastros deixados pelos atores sociais e pelas suas produções, mas também pelas suas representações. (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2020, p. 23)

Ainda segundo os autores, tais espaços de representação são “imbuídos da *persona* que representam e delimitados como um espaço ‘pessoal’ de ‘fala’ dos indivíduos” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2020, p. 22), logo, acreditamos que as redes sociais são espaços privilegiados para a análise da construção do *ethos* político, tendo em vista que a utilização de tais ambientes virtuais pelos políticos está cada vez maior e mais expressiva.

Acerca do *corpus*, faz-se necessário destacar que como analistas não trataremos o texto como material de análise, mas focaremos o discurso, conforme define Orlandi (2005, p. 72):

Na análise do discurso, não se toma o texto como ponto de partida absoluto (dadas as relações de sentido) nem de chegada. Um texto é só uma peça de linguagem de um processo discursivo bem mais abrangente e é assim que deve ser considerado. Ele é um exemplar do discurso.

Para Charaudeau (2011), um *corpus* na Análise do Discurso é constituído tendo em vista as situações de uso, segundo o autor, nenhum *corpus* fecha-se em si, haja vista as relações que estabelecem com outros *corpora* “Todo corpus remete a outros corpora num encadeamento de contextos situacionais, paratextuais e interdiscursivos [...]” (CHARAUDEAU, 2011, p. 16). Tal concepção estabelece relação com o entendimento de Orlandi (2005, p. 62) “todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. Não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se pode recortar e analisar estados diferentes.”, logo, o *corpus* selecionado deve ser compreendido em um jogo de reflexividade estabelecido entre outras materialidades discursivas, instituindo um olhar atento para o contexto sócio-histórico e para os sentidos que reflete e que produz.

A Análise do Discurso interessa-se por diferentes práticas discursivas, como imagens, sons, textos orais/escritos e conforme aponta Maingueneau (2015) não se justifica mais

restringir os estudos discursivos à materialidades verbais, sejam escritas ou orais, dada a crescente produção discursiva multimodal, ou seja, aquela que mobiliza simultaneamente diferentes linguagens, como sonoros, visuais e escrito.

O ambiente da *web* é propício para o trabalho com diferentes práticas verbais, dado que as redes sociais abarcam essa heterogeneidade de enunciados verbais e não verbais como fotos, vídeos, músicas, tais postagens tendem “a se libertar das restrições usuais da organização textual, das formas de textualidade orgânica.” (MAINGUENEAU, 2015, p. 171), logo, trabalhar com discursos da *web* implica analisar *corpus* multimodais, pois reflete a realidade desses ambientes.

## 5.2 – Percorso metodológico

Definimos que os discursos proferidos pela parlamentar Tábata Amaral seriam objeto de nosso estudo devido alguns fatores, sendo eles: a Deputada Federal é uma mulher jovem, de atuação constante e engajada na rede social *Instagram*, possui um número significativo de seguidores no referido ambiente da *web*, inclusive, número que está em ascendência, conforme pudemos verificar durante o percurso de pesquisa. Em suas publicações é recorrente o acionamento de questões de gênero e da pauta educacional. Ademais, Amaral rompe com a imagem tradicional do político: homem, mais velho, proveniente de família tradicional na política, portanto, achamos que seria pertinente analisar a constituição do *ethos* da parlamentar como estabelecimento de uma estratégia dentro do discurso político.

Tábata Amaral possui um grande engajamento no *Instagram*, com publicações praticamente diárias, chegando, às vezes, a três publicações ao dia, como vídeos feitos especificamente para postagem na rede social com alguma mensagem que a deputada deseja repassar aos seus seguidores, recortes de vídeos de entrevistas a programas de televisão ou *podcasts*, momentos na tribuna da Câmara dos Deputados, fotos que a retratam em diferentes situações, desde momentos formais no Congresso como em casa com a família, dentre outras situações que ganham destaque em publicações no *Instagram*.

Ressaltamos o fato de que não analisaremos a deputada em si, mas os seus posicionamentos discursivos, enquanto sujeito que ocupa um lugar social político. É importante destacar que ao ter por objetivo geral da pesquisa a análise da construção do *ethos* discursivo da Deputada Federal Tábata Amaral, na rede social *Instagram*, evidenciamos a importância do papel político que a parlamentar ocupa no atual cenário político brasileiro: mulher, jovem,

periférica, com grande engajamento nas redes sociais, que apresenta um discurso contundente em prol da educação e da necessidade de maior representatividade feminina no Congresso.

Problematizar como uma mulher inserida no âmbito político constitui-se em seus discursos e como imaginários sociais relacionam-se na construção do *ethos*, é um modo de discutir a necessidade de avanço no espaço de representatividade feminina na política, pois mesmo com um aumento no número de mulheres que ocupam as cadeiras do Congresso, o número ainda se revela muito abaixo de uma real representatividade.

Quando discutimos quais imaginários cercam a figura do político brasileiro, há quase uma imediata relação ao político homem, com todas as qualificações atribuídas historicamente ao masculino: comando, assertividade, liderança, força etc. Logo, é essencial mais pesquisas que tragam à luz o debate de gênero na política.

Aliada a esta questão trazemos o discurso político na *web*, por meio do *Instagram*, dispositivo que se revela como forte e rápido propagador de discursos, que em instantes pode viralizar na rede de *internet* conteúdos postados pelo dono do perfil. Portanto, a forma como Tábata Amaral, como nosso objeto de estudo, apresenta-se em sua rede social, os discursos que profere, os sentidos gerados a partir de seus pronunciamentos, a rede interdiscursiva acionada, tudo isso pode circular com muito mais rapidez e fluidez na *web* e chegar à instância cidadã com muito mais vigor, tanto desconstruindo uma imagem historicamente associada à mulher, como reforçando modelos estereotipados.

A constituição do *corpus* abrange o período de 2019, ano inicial do mandato da parlamentar como Deputada Federal, a 2022, ano eleitoral, no qual Amaral foi candidata à reeleição. O *corpus* delimitado, como já citamos anteriormente, segue o critério de estar associado a discursos que remetam à pauta educacional, tendo em vista ser uma temática relacionada à história de vida de Amaral, logo, um assunto constituinte de sua identidade social.

Nossa análise seguirá, portanto, um percurso cronológico das publicações, a fim de averiguar se há uma linearidade na constituição do *ethos*, ou se a partir de algum momento, muda-se a construção discursiva da imagem do enunciador.

## Capítulo 6 – A mulher política em cena no *Instagram*: análise do *corpus*

Neste capítulo, embasados pelo caminho teórico-metodológico exposto no decorrer do nosso trabalho, faremos a análise do *corpus*. Para tanto, traçamos um percurso que nos auxiliará a compreender o modo pelo qual ocorre a construção do *ethos* da parlamentar selecionada em nossa pesquisa. Como já esclarecemos no capítulo metodológico, nosso foco não é a deputada enquanto sujeito empírico, mas como sujeito interpelado sócio-histórico-ideologicamente e que ocupa um lugar social na arena política brasileira.

Para iniciar a análise tomamos como ponto de partida o estudo do contrato de comunicação político desenvolvido no *Instagram*, o qual nos norteará a compreender a situação de comunicação e as estratégias utilizadas no discurso político. Em seguida, analisaremos a constituição discursiva do *ethos* da enunciadora na *bio* do *Instagram*, ato seguinte, buscaremos compreender se há uma linearidade na construção do *ethos* em publicações de 2019 a 2021, com relação ao ano de 2022, ano eleitoral, no qual a parlamentar concorreu à reeleição ao cargo de Deputada Federal.

Para tanto, abordaremos o conceito de imaginários sociodiscursivos, o qual nos permitirá trazer à luz a temática feminina e debater os saberes de crença acerca da mulher no âmbito político e sobre a violência de gênero que perpassa esse campo de atuação feminina, nesse sentido, trabalharemos, concomitantemente, como a noção de semiotização do mundo.

### 6.1 – Análise do discurso político no *Instagram*: o contrato de comunicação

Conforme verificamos no Capítulo 2 desta dissertação, seção 2.7 – *O discurso político e o Instagram*, não houve uma descaracterização do discurso político veiculado nas redes sociais, sendo o foco de nosso estudo o *Instagram*, uma vez que o contrato e as estratégias políticas se mantiveram. Houve, todavia, algumas transformações relativas às estratégias do discurso político em decorrência de ter adentrado as plataformas digitais e necessitar se adaptar às características desses ambientes.

Nesta seção analisaremos em nosso *corpus* de estudo como as características inerentes ao discurso político revelam-se nas publicações da rede social da Deputada Federal Tábata Amaral, para tanto, selecionamos duas postagens da parlamentar, a primeira efetuada na data de 28/10/2021 e a segunda em 05/09/2022.

Tábata Amaral é Deputada Federal pelo estado de São Paulo, exerceu sua primeira legislatura pelo período de fevereiro de 2019 a janeiro de 2023, sendo reeleita nas eleições

gerais de 2022 como a sexta deputada federal mais votada pelo estado, com um total de 337.873 votos.<sup>24</sup> Atualmente, exerce mandato pelo período de fevereiro de 2023 a janeiro de 2027.

Antes de candidatar-se ao cargo público de Deputada Federal, Amaral já era conhecida pela mídia brasileira pelos bons resultados obtidos nas competições das Olimpíadas Brasileiras de Matemática para Escolas Públicas (OBMEP), fato que lhe resultou em uma bolsa de estudos em um colégio particular. Ao longo de seus estudos no Ensino Básico, conquistou inúmeras medalhas em competições de matemática e ciências e integrou equipes brasileiras em competições internacionais. Aprovada com bolsa de estudos em seis universidades americanas, optou por estudar Ciência Política e Astrofísica na Universidade de Harvard, nos Estados Unidos.

Ao candidatar-se nas eleições de 2018, Amaral escolheu a educação como o seu principal pilar de trabalho, caso eleita. Já na Câmara dos Deputados, integra a Comissão de Educação e ganhou destaque nas mídias ao confrontar, em março de 2019, o então Ministro da Educação, Ricardo Vélez Rodríguez, ao solicitar propostas de trabalho efetivas para a pasta, ao final, diante da ausência de um planejamento de trabalho por parte de Vélez, disse ao Ministro para pedir demissão do cargo.

A parlamentar foi eleita em 2018 pelo partido PDT (Partido Democrático Trabalhista), em 2019, o partido orientou sua bancada a votar contra o projeto de reforma da previdência; Amaral e mais sete deputados filiados ao PDT votaram a favor da reforma. O partido instaurou processo administrativo disciplinar contra os oito deputados, suspendendo suas atividades legislativas.

Amaral recorreu ao Tribunal Superior Eleitoral solicitando a desfiliação partidária, porém sem perda do mandato, pedido embasado no artigo 22-A da Lei 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos), segundo o qual perde o mandato o deputado que se desfiliar de seu partido “sem justa causa”. Dentre as hipóteses previstas como justa causa está a “grave discriminação política pessoal”, circunstância alegada pela parlamentar na solicitação de desfiliação. Em 2021, o Tribunal Superior Eleitoral julgou favorável a solicitação da deputada, que no mesmo ano filiou-se ao PSB (Partido Socialista Brasileiro), partido que também puniu 10 deputados que votaram a favor da reforma, tendo expulsado um deles da sigla.

Amaral possui um grande engajamento no *Instagram*, na data de 21/07/2022, ao iniciar a construção do *corpus* de nossa análise, a parlamentar tinha um total de 664 mil seguidores na

---

<sup>24</sup> Disponível em <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/02/deputados-federais-sao-paulo.htm>. Acesso em 17 out. 2022.

referida rede social, em nova consulta, na data de 27/12/2022, alcançava o total de 790 mil seguidores, um aumento de 126 mil seguidores em pouco mais de cinco meses.

Podemos refletir que o aumento de seguidores em sua rede social é resultado de estratégias que fazem com que seu perfil seja sugerido pelo algoritmo aos usuários da plataforma. Dentre as estratégias estão a frequência de produção de conteúdo, cuja periodicidade de postagens é praticamente diária, em alguns dias verifica-se três publicações no *feed* da parlamentar. Outra estratégia é a publicação de material com conteúdo atualizado, que aborda temas e acontecimentos do dia, fato que dá destaque ao perfil, uma vez que muitos usuários usam as redes sociais para se manterem informados.

Nesse sentido, o perfil da parlamentar traz publicações praticamente diárias, com temas atualizados. Verificamos postagens celebrando o Dia Internacional da Mulher, Dia do Professor, Dia da Consciência Negra, nessas publicações, geralmente, há a estratégia de solicitação de participação do usuário. Como por exemplo, em uma publicação referente à educação, pedia-se aos seguidores para marcar nos comentários um professor que eles consideravam ter mudado a sua vida, logo, é uma estratégia de captação a fim de atrair mais usuários da rede para o perfil de Amaral.

A Deputada também comenta fatos diversos, relativos à educação, temas polêmicos da política brasileira, pautas que apresenta para votação no Congresso, reportagens de destaque na mídia tradicional, como a pandemia da Covid-19, violência de gênero ou racial, dentre outros. Destaca-se que o formato das publicações segue a contextualização e a atualidade, pois são relacionadas a fatos ocorridos no dia a dia, que ganham destaque nas diferentes mídias.

Logo, tais estratégias possibilitam um alcance maior de seu perfil, pois viabilizam que as publicações tenham escalabilidade, ou seja, possam viralizar na *web* e atender as necessidades do usuário por informação e as do político por engajamento. Portanto, há uma necessidade de nutrir esse seguidor de conteúdo, fazê-lo se envolver nas publicações, seja comentando, curtindo ou compartilhando. O político precisa ser visto, não pode ser esquecido, como afirma Castells (2021, p. 247) “As mensagens, as organizações e os líderes que não têm uma presença na mídia não existem na mente pública.”, logo a necessidade de alto número de publicações no *feed* e conteúdos diários nos *stories*.

É importante ressaltar que a instância política possui equipes de *marketing* que atuam ao longo de todo o mandato para fortalecer uma imagem positiva do político junto à instância cidadã e criar conexão com esse público e, durante as eleições, trabalham visando a eleição do candidato. Por conseguinte, não podemos pensar que é exclusivamente o político que alimenta suas redes sociais, que os conteúdos ali postados não foram antes analisados, discutidos com os

marqueteiros, realizadas pesquisas das características do público que o segue nas redes, o que pensa tal público e o que deseja. Há um trabalho bem estruturado antes de haver a construção do conteúdo a ser divulgado nas redes sociais do político.

Conforme assevera Castells (2021, p. 259),

a produção de mensagem deve atuar como uma interface entre as características e os valores do político e as características e os valores do público-alvo para o qual ela foi dirigida. Isso é o que ocorre tanto nas campanhas eleitorais quanto na política cotidiana. Os atores políticos desenvolvem sua estratégia preparando as mensagens para que elas apresentem a conexão mais favorável entre seu líder político e o eleitorado, levando em consideração o formato específico de diversas plataformas digitais: televisão, rádio, imprensa escrita, internet, SMS, publicidade paga, entrevistas na mídia, debates políticos e outras coisas semelhantes. A exatidão da estratégia depende de uma análise cuidadosa, com base nas ciências sociais, do eleitorado potencial. É bem verdade, ela também depende das características da figura política. Mas os políticos são aqueles que controlam os recursos a fim de competir e, por isso, irão adaptar sua estratégia ao tipo de pessoa que são, e não ao contrário.

O dispositivo permite a ideia de que é o próprio político que, de forma espontânea, interage com seu público, porém, como mencionamos, há profissionais que cuidam das redes sociais da deputada em questão. Desse modo, em consonância com o que aponta Castells (2021), vamos trabalhar com a ideia de que os conteúdos elaborados por marqueteiros e postados nas redes sociais são validados por Amaral, uma vez que são construídos tendo em vista valores preconizados por ela, de modo a construir estratégias capazes de fornecer imagens atraentes.

Desse modo, embora saibamos que muitos dos conteúdos que estejam publicados no *Instagram* de Amaral, não tenham sido feitos por ela, a projeção da imagem da parlamentar é construída pela equipe com base em valores e ideias que a deputada defende, que sejam coerentes com seu trabalho parlamentar, com sua identidade social, com os posicionamentos engendrados por seus discursos, de modo a fazer seus seguidores identificarem-se com seus valores. Logo, as estratégias de *marketing* são adaptadas em conformidade com imagens que já circulam na sociedade acerca de Amaral a fim de reforçar as que sejam positivas.

Na imagem a seguir, postada no *Instagram* na data de 28/10/2021, a parlamentar traz dados de sua vida privada relacionados à vida pública:

**Figura 6 – Um grande sonho**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral<sup>25</sup>

Na *figura 6 – Um grande sonho*, percebe-se o que Charaudeau (2018) denominou publicização da intimidade, ou seja, há uma ocupação do espaço público pelo privado. Encontra-se na cena pública referências à vida particular do político. Na publicação, nota-se uma montagem, uma junção de fotos de dois momentos da vida de Amaral: na imagem localizada acima, identificamos a parlamentar ainda adolescente, condecorada com várias medalhas, que nos remetem às premiações recebidas por ela quando estudante e participante de olimpíadas de matemática e ciência. Na segunda imagem, abaixo, distingue-se Amaral segurando certificados de reconhecimento do Prêmio Congresso em Foco 2021.

O Prêmio Congresso em Foco é uma premiação que ocorre por meio de votação pelo público da *internet*, jornalistas e um júri especializado, que avalia e elege os melhores parlamentares, entre deputados e senadores, conforme categorias estipuladas. Na imagem, Amaral segura vários certificados, o que nos leva a inferir que foi eleita em diferentes categorias como uma das melhores parlamentares.

De acordo com Charaudeau (2018), no campo político há diferentes estratégias discursivas, que correspondem às escolhas que os sujeitos fazem no ato de linguagem para atingir determinado objetivo, que podem ser a legitimidade, credibilidade e captação.

A enunciadora<sup>26</sup> estabelece uma estratégia de captação, vinculada a um universo de valores e crenças, em que visa atingir no seu destinatário. A captação está amparada por uma atitude de sedução, associada à emoção, na qual atua como suporte de identificação perante o

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVk2WVzr7Y-/>. Acesso em: 05 set. 2022.

<sup>26</sup> Embora em seus estudos Charaudeau utilize o termo enunciadador sempre no masculino optamos por empregar o termo no feminino, uma vez que reconhecemos que no *corpus* analisado há um ser social feminino que se desdobra em um sujeito do dizer vinculado a esse ser social, logo, julgamos ser adequada a utilização de enunciadora.



destinatário, para tanto, aciona fatos de sua vida privada, recorre a momentos da adolescência, premiações recebidas e estabelece um comparativo com sua vida pública atual, ganhadora de diferentes categorias do Prêmio Congresso em Foco.

A imagem está associada ao discurso verbal veiculado ao lado das fotos, logo no primeiro enunciado, identifica-se uma estratégia de captação, a enunciadora afirma “O meu grande sonho é que um dia o Brasil tenha a melhor escola pública do mundo!”, busca-se seduzir a instância cidadã a aderir ao seu projeto de governo, à imagem do político que lutará pela melhoria da educação pública brasileira, mas para isso, precisa do voto do eleitor, fato que ressalta ao final do discurso “o nosso sonho é grande, mas, com vocês ao meu lado, ele é possível.”

A enunciadora implica o destinatário na busca desse sonho ao utilizar o pronome possessivo *nosso* (“nosso sonho é grande, mas, com vocês ao meu lado, ele é possível!”), é um sonho que se diz compartilhado entre ambos, cuja enunciadora estaria apta a realizar essa ação, pois cria uma imagem para si de alguém desde jovem premiada, comprometida com a educação e reconhecida pelo seu trabalho.

Percebe-se, portanto, a fusão da vida privada com vida pública, conforme discutido por Piovezani Filho ([2007]) e abordado no subtítulo 2.7.2 - *A circulação do discurso político no Instagram* deste trabalho. O sujeito político utiliza-se de dados da vida privada para criar estratégias associadas à vida pública, de modo a seduzir a instância cidadã, estabelecer possíveis ligações, desejos comuns, princípios compartilhados de uma sociedade ideal, o que poderá materializar-se em voto a favor desse político.

Na data de 05/09/2022 Amaral publicou a postagem *Quem é Tábata?*, conforme figura a seguir:

Figura 7 - Quem é Tábata?



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralisp<sup>27</sup>

Anteriormente ao surgimento e fortalecimento das redes sociais como meios de comunicação, o político utilizava como forma de apresentar-se ao eleitorado o rádio e a televisão mediante a Propaganda Eleitoral Gratuita, também as inserções durante a programação das emissoras, a distribuição de material gráfico como panfletos e santinhos e os comícios. Por meio dessas ações, o político poderia, além de apresentar-se à instância cidadã, divulgar sua proposta de trabalho; todavia, com a consolidação das redes sociais, tais plataformas digitais ganharam espaço nas campanhas políticas, devido às suas características de fluidez e instantaneidade, sendo acessível a grande parte da população.

Na *figura 7 – Quem é Tábata?* nota-se o estabelecimento de um contrato de comunicação política, que funciona a partir de uma circunstância específica, ou seja, a eleição de 2022, na qual a enunciadora, como instância política, busca conquistar o voto da instância cidadã. Podemos representar o esquema do contrato de comunicação política do seguinte modo:

<sup>27</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/p/CiIAYGlvCm6/>. Aceso em: 05 set. 2022.

**Figura 8 – O contrato de comunicação político no *Instagram***



Há, portanto, o estabelecimento de uma campanha política, na qual a instância política, representada por Amaral, em busca de reeleição ao cargo de Deputada Federal, chega até a instância cidadã, representada pelos usuários da rede social e eleitores, por meio da instância midiática *Instagram*, há um pedido de voto expresso no enunciado “eu preciso de vocês nessas eleições”, conforme texto verbal que acompanha a imagem.

Amaral está legitimada a pedir voto, há um direito de dizer ou fazer algo, de dirigir-se à instância cidadã como candidata à reeleição, sua identificação numérica como candidata está expressa logo abaixo de sua imagem e ao final do discurso verbal.

Nas estratégias de credibilidade, que são associadas a um saber, à capacidade de dizer ou fazer algo, o sujeito político pode recorrer a três tipos de posicionamento: neutralidade, distanciamento e engajamento (CHARAUDEAU, [2009]). Verifica-se que a enunciativa se utiliza do engajamento, no qual há uma posição de argumentação em favor daquilo que almeja conquistar. A enunciativa recorre às premiações recebidas e reconhecimentos de destaque - “Melhor deputada pelo prêmio Congresso em Foco”, “Entre as 100 mulheres mais influentes do mundo pela BBC 100 women”, “Entre as 100 parlamentares mais influentes, segundo a DIAP” e “Entre os jovens mais influentes do Brasil pela Forbes Under 30” – como forma de persuadir a instância cidadã da sua capacidade de ocupar uma vaga na Câmara dos Deputados.

A enunciativa também recorre à sua formação e experiência na área educacional – “Ativista pela educação” e “Formada em Ciência Política e Astrofísica por Harvard” – no texto ao lado da imagem faz menção a sua trajetória “Foi através dos livros, dos bons professores, das oportunidades e de muita vontade de mudar as coisas que cheguei até aqui.” Logo, visa construir sua credibilidade junto à instância cidadã ao recorrer às premiações, reconhecimentos de trabalho e seu percurso acadêmico.

Como estratégias de captação, temos em Amaral a figura de uma mulher jovem e é para tais públicos (jovens e mulheres) que ela direciona seu discurso. A imagem constante no *corpus* retrata Amaral sorrindo e fazendo um gesto unindo as pontas dos dedos polegar e indicador, tal

gesto é inspirado nos astros do K-pop<sup>28</sup>, gênero musical de origem sul coreana, composto, prioritariamente, por jovens. O gesto simboliza o coração na Coreia do Sul e músicos do K-pop agradecem aos fãs com tal sinal, a pose viralizou e transformou-se na posição favorita para fotos (*selfies*). O K-pop é um estilo musical com muita força na *internet*, portanto, não fica restrito apenas à Coreia do Sul, sendo conhecido por todo o mundo.

A enunciadora ao fazer uma publicação, com uma imagem de si efetuando tal gesto, está atenta aos assuntos do momento, logo, cria um conteúdo que objetiva gerar identificação com o público mais jovem, usuários das redes sociais.

No último enunciado do texto veiculado ao lado da imagem, a enunciadora direciona-se às mulheres: “Vamos juntas que aqui é outra história!#Tabata4040” percebe-se uma forma de chamamento das mulheres “Vamos juntas”. A partir da marcação do feminino no texto há uma tentativa de engajamento de outras mulheres na política, ademais, a enunciadora coloca-se como representante dessas classes, jovens e mulheres, logo, utiliza-se de estratégias de captação junto a estes públicos.

Percebe-se nesse enunciado a junção das três instâncias vinculadas ao contrato de comunicação político: a instância política, representada pela candidata à reeleição ao cargo de Deputada Federal, Tábata Amaral, a qual aciona a instância adversária, como verificamos no enunciado “aqui é outra história”, ou seja, a enunciadora afirma que sua história é diferente de outros políticos, temos a instância cidadã, composta por mulheres e jovens, por fim, é um discurso veiculado por meio da instância midiática.

A partir da análise dos *posts* é possível vislumbrar como o contrato de comunicação político desenvolve-se no *Instagram*, mantendo as características estruturantes, cuja essência do contrato perdura: identifica-se as três instâncias (política, midiática e cidadã) e as estratégias de legitimidade, credibilidade e cooptação. Desse modo, podemos afirmar que, hoje, o palanque está na *internet*, porém, como apresentamos na *subseção* 2.7.2, a encenação do discurso sofreu algumas metamorfoses para se adaptar ao ambiente da *web*, como a grande utilização da vida privada mesclada à vida pública, o tom de voz que soa mais amigável, as publicações que criam o efeito de aproximação do político com a instância cidadã.

Para Castells (2021, p. 251)

Embora, na democracia, as campanhas eleitorais sejam realmente os momentos decisivos, é o processo permanente de informação e de difusão de imagens relevantes à política que molda a mente pública de um modo difícil de alterar durante momentos de maior atenção, a menos que algum evento ou

---

<sup>28</sup> Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45624422> Acesso em 05 set. 2022

mensagem realmente dramático ocorra próximo ao momento da tomada de decisão.

Logo, depreendemos que o palanque oriundo do *Instagram* é permanente, diariamente alimentado, está atento aos assuntos atuais, que ganham destaque nas diferentes mídias; é um palanque que une as esferas públicas e privadas da vida do político, foi amplificado devido às características das mídias *online*, com discursos rápidos, vinculados à hipertextualidade, que mesclam imagem, som, texto verbal, de forma fluída. Apresenta grande potencial de multiplicação de conteúdo, o discurso reverbera com mais rapidez e abrangência, fatos que ajudam a justificar o considerável crescimento de seguidores de Tábata Amaral no período de cinco meses, conforme apontamos anteriormente, além do período eleitoral que estava em curso.

Por conseguinte, após análise da estruturação do discurso político no *Instagram*, verificamos no *corpus* o que apontamos no capítulo 2, subseções 2.7.1 – *O dispositivo Instagram* e 2.7.2 – *A circulação do discurso político no Instagram*, ou seja, que a essência do contrato político não se altera, mas o dispositivo modula tais discursos de modo a aumentar o engajamento e alcance do perfil, contribui na construção da imagem do político, permite efeitos de aproximação da instância cidadã, de naturalidade, colabora na persuasão dos potencial eleitores, é uma arena política permanente, que não está em destaque apenas em período eleitoral e que garante o espetáculo político.

Na próxima seção, começaremos a análise pelo perfil (*bio*) do *Instagram* de Tábata Amaral, buscaremos identificar qual ou quais *ethé* emergem nesse campo de apresentação da rede social, pois é o lugar destinado a acrescentar informações e dados sobre o dono do perfil que este acha ser relevante.

## **6.2 – Análise da *bio* do *Instagram* de Tábata Amaral**

Como verificamos nos capítulos iniciais, o *ethos*, à luz dos estudos da TS deve ser compreendido como a conjunção do ato de linguagem aos dados relativos à identidade social prévia do falante. No campo político o locutor busca construir uma imagem de si com base naquilo que imagina que a instância cidadã espere de um bom político, ou seja, o *ethos* ampara-se em imaginários sociodiscursivos que circulam na sociedade, a fim de captar e persuadir o interlocutor.

A fim de compreender quais *ethé* emergem no discurso proferido pela enunciadora no *Instagram*, selecionamos o *corpus* para análise, iniciando a partir da *bio* (abreviação da palavra biografia) da supracitada rede social, pois este é o primeiro ambiente de contato que os usuários do *Instagram* estabelecerão com o político ao acessar a sua página na rede social. São as informações que o político julga relevantes a seu respeito e que aparecem destacadas na página, logo, a construção da imagem discursiva do sujeito político inicia-se a partir de dados apresentados em seu perfil.

**Figura 9 – Bio do Instagram de Tábata Amaral**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral.sp<sup>29</sup>

A imagem refere-se ao perfil da rede social *Instagram* de Amaral, consultada na data de 21 de julho de 2022, portanto, anterior ao início da propaganda eleitoral do ano de 2022. Ao analisar o perfil da parlamentar identificamos que possui, na data dessa pesquisa, 664 mil seguidores. Em sua *bio* há, logo abaixo do seu nome, a informação “Político” que representa a subcategoria que o perfil se enquadra, há opções, por exemplo, como ator, artista, banda, empresa, atleta etc. Tal informação, portanto, já aponta para a situação de comunicação que encontraremos no perfil, ou seja, discursos políticos.

Após à informação “Político”, a enunciadora apresenta-se como Ativista pela educação e Deputada Federal, logo abaixo estão listados os perfis de projetos aos quais se vincula: Nosso lugar de leitura, Organização Vamos Juntas, Movimento Acredito e Mapa Educação.

<sup>29</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/tabataamaral.sp/?hl=pt-br> Acesso em: 21 jul. 2022

Como abordamos anteriormente, os dados que constam na *bio* do *Instagram* são informações consideradas relevantes pelo dono do perfil, geralmente, são dados relativos à profissão, gostos pessoais, informações mais gerais. A enunciativa apresenta-se como “Político”, “Ativista pela educação” e “Deputada Federal”, opta, dessa forma, por não informar sua formação acadêmica em Ciência Política, como o faz, por exemplo, no site da Câmara dos Deputados, como podemos verificar a seguir:

**Figura 10 – Biografia no site da Câmara dos Deputados**

**CÂMARA DOS DEPUTADOS** Institucional • Deputados • Atividade Legislativa • Comunicação • Assuntos

Início / Deputados / Tabata Amaral / Esta página

## TABATA AMARAL

BIOGRAFIA

Nome Civil: TABATA CLAUDIA AMARAL DE PONTES  
 Nascimento: 14/11/1993  
 Naturalidade: São Paulo, SP  
 Profissões: Cientista política  
 Escolaridade: Superior

PSB-SP

Fonte: captura de tela realizada pela autora no site da Câmara dos Deputados<sup>30</sup>

Ao considerar tal fato, depreendemos que caso a enunciativa informasse na *bio* a profissão de Cientista Política juntamente com “Político” e “Deputada Federal” aparentaria indicar três informações muito próximas a seu respeito, logo, opta por informar o cargo eletivo que exerce, pois direciona os usuários que acessam sua conta ao seu campo de atuação: Deputada Federal por São Paulo, pelo partido PSB (cargo, estado e filiação partidária) e a informação de Ativista pela educação.

Ao trazer a informação sobre o ativismo a enunciativa aparentemente expande o seu campo de atuação, rememora dados de sua trajetória pessoal no campo educacional e evidencia que seu trabalho parlamentar tem como um dos principais focos a educação.

A página oficial da Câmara dos Deputados exige uma formalidade maior dos políticos, portanto, as informações caracterizam-se pela exatidão, os dados profissionais, geralmente, estão associados à formação acadêmica do político, portanto, Amaral não poderia indicar “Político” e “Ativista” no referido site, pois essas atividades não são consideradas profissões.

<sup>30</sup> Disponível em <https://www.camara.leg.br/deputados/204534/biografia> Acesso em: 25 jul. 2022.

Depreende-se que ao citar a profissão Cientista Política no site da Câmara dos Deputados, a enunciativa cria, perante seus pares políticos, uma bancada composta, prioritariamente, por homens mais velhos e de longa atuação no Congresso, um efeito de sentido de expertise, de apresentar-se como alguém, que embora jovem e em primeiro mandato, marca um lugar de saber de onde fala, de capacidade intelectual e competência para o exercício do cargo de Deputada Federal.

Nas redes sociais, o usuário possui maior liberdade para falar de si, as informações podem ser variadas e vir em diferentes formatos, como letra de música, *emojis*, trechos de poemas, ou seja, sob a forma de algo que o dono do perfil se sinta representado. A *bio* por ser o primeiro contato estabelecido entre os usuários da plataforma e o titular da conta, deve abranger informações básicas e essenciais que dará uma perspectiva do que será encontrado naquele perfil. Nesse sentido, as escolhas efetuadas pela enunciativa dão um panorama das pautas que estarão em foco nos discursos ali apresentados.

Mas o que significa o termo ativismo? Que efeitos de sentido ele reflete? No Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (CUNHA, 2012, p. 67) encontramos o termo *ativismo* derivado da palavra *ativo*, portanto os dois vocábulos são estudados no mesmo verbete conforme definição a seguir: “Ativo: adj. que exerce ação, que age ect. vivo, ágil”

O ativismo caracteriza-se por ações práticas, sem obrigatoriedade de uma formação acadêmica prévia, ao informar tal dado em seu perfil, a enunciativa aproxima-se daqueles usuários que desenvolvem trabalho nesse âmbito, ou que apoiam tal iniciativa, o ativismo remete àquela pessoa que “coloca a mão na massa”, que luta por uma causa.

Como citamos anteriormente, a enunciativa apresenta em sua *bio* alguns perfis relativos ao movimento ativista aos quais se vincula, dentre eles a conta @mapaeducacao. O Movimento Mapa Educação tem como uma de suas fundadoras Tábata Amaral, quando ainda era estudante em Harvard, projeto que buscou engajar a sociedade, principalmente os jovens, a buscar identificar as fragilidades da educação e participar da proposição de alternativas para implementar a qualidade da educação básica pública brasileira, o Mapa Educação ainda encontra-se em atividade, com a formação de jovens lideranças.

Além do Movimento Mapa Educação, há os perfis @nossolugardeleitura, que nos direciona para o perfil O *Clube do Livro da Tábata*, o qual se caracteriza por ser um grupo de leitores, liderados por Amaral, com indicações de obras a serem lidas e discutidas em encontros síncronos. Os dois outros perfis listados na *bio* da parlamentar são do *Instituto Vamos Juntas* e *Movimento Acredito*, o primeiro promove o incentivo à participação feminina na política e o segundo busca a renovação da política brasileira, ambos possuem em comum a



autodenominação de “suprapartidários”, ou seja, não subordinados a partido político, movimentos que também possuem Amaral como fundadora ou cofundadora.

Ressalta-se que nosso objetivo não é analisar detalhadamente os perfis das redes sociais constantes no perfil de Tábata Amaral, mas observar como eles ajudam a criar uma imagem da deputada.

A fim de tentar fazer um paralelo com a definição encontrada no dicionário do vocábulo *ativismo*, buscamos no *site* do Movimento Mapa Educação o guia do ativista e verificamos que o movimento cita a seguinte definição para o termo: “Doutrina de vontade criativa que prega a prática efetiva para transformar a realidade em lugar da atividade puramente especulativa” (MOVIMENTO MAPA EDUCAÇÃO, [2019]<sup>31</sup>) definição extraída do Dicionário Michaelis, conforme aponta o próprio guia.

Percebe-se que a enunciadora ao se apresentar como ativista, retoma a imagem daquela pessoa ligada à ação prática, de quem faz algo em prol a uma causa. O que de certa forma rompe com o estereótipo do político: de quem pouco faz pelo povo, de quem não ouve a população, alguém que não é próximo dos eleitores. No ativismo o importante é a ação, não havendo a obrigatoriedade de formação específica para atuação, pode-se ser ativista pela educação, meio ambiente, causas animais, dentre outros, sem possuir, necessariamente, formação acadêmica na área.

Hannah Arendt (2007, p. 17) afirma que “a ação é a atividade política por excelência”, ou seja, o ativismo é um meio de manifestação da ação política. Agir para Arendt (2007, p. 190) significa “tomar iniciativa, iniciar (como indica a palavra grega *archein*, começar, ser o primeiro e, em alguns casos, governar)”

A ação, portanto, está intrinsecamente ligada ao fazer político e ao ativismo, Arendt (2007) destaca que a ação desassociada de um nome perde todo seu sentido e assim é no campo político: as ações devem ser ditas, mostradas para a instância cidadã. Segundo Charaudeau (2018) a política é espaço tanto de discussão (campo da palavra) como espaço da ação, é um eterno jogo de conquista da opinião pública, de legitimidade e credibilidade.

Nesse sentido, o *ethos* que emerge na *bio* do *Instagram* da parlamentar é o *ethos* político, todas as informações ali inseridas remetem ao campo de atuação político, seja a informação “Político”, “Deputada Federal”, que reforçam sua legitimidade institucional, como a autodenominação “Ativista pela educação”. Os próprios perfis listados na *bio* de Amaral remontam a um ativismo político, dos quatro perfis informados, três estão relacionados com

---

<sup>31</sup> Disponível em <http://mapaeducacao.com/wp-content/uploads/2019/04/guia-do-ativista.pdf> Acesso em 25 jul. 2022.

pautas políticas: @vamosjuntasorg, de incentivo à participação feminina na política, @movimentoacredito, que busca renovação política e @mapaeducacao, movimento que busca a transformação da educação básica brasileira.

A enunciadora não abandona a sua identidade social prévia, pois destacamos que alguns desses movimentos foram fundados por ela durante a graduação em Harvard, logo, é um ativismo que tem como base o percurso educacional traçado pela locutora, desse modo, mesmo não acionando de forma explícita a sua graduação em Ciência Política, é possível mobilizar tal informação por meio do resgate da origem do ativismo da parlamentar: iniciado em Harvard com a criação do Movimento Mapa Educação.

Portanto, as informações constantes na *bio* dão um panorama de quais dados de sua biografia a enunciadora deseja dar relevo e qual imagem de si evidenciar. Diante da análise, percebe-se que a enunciadora focaliza as ações políticas, todas as informações remetem os usuários da plataforma que acessam a conta de Amaral, para a sua atuação política, seja por meio do cargo eletivo de Deputada Federal, seja como ativista política, em causas como educação e de gênero, desse modo, de imediato, o usuário identifica o *ethos* político.

Na seção seguinte, analisaremos publicações constantes no *feed* do *Instagram* de Tábata Amaral que abordam especificamente a pauta feminina e a mulher na política, tal análise se faz importante, pois, posteriormente, estabeleceremos uma comparação com outras publicações nas quais destacaremos a construção do *ethos* da enunciadora.

### **6.3 - A violência de gênero na política**

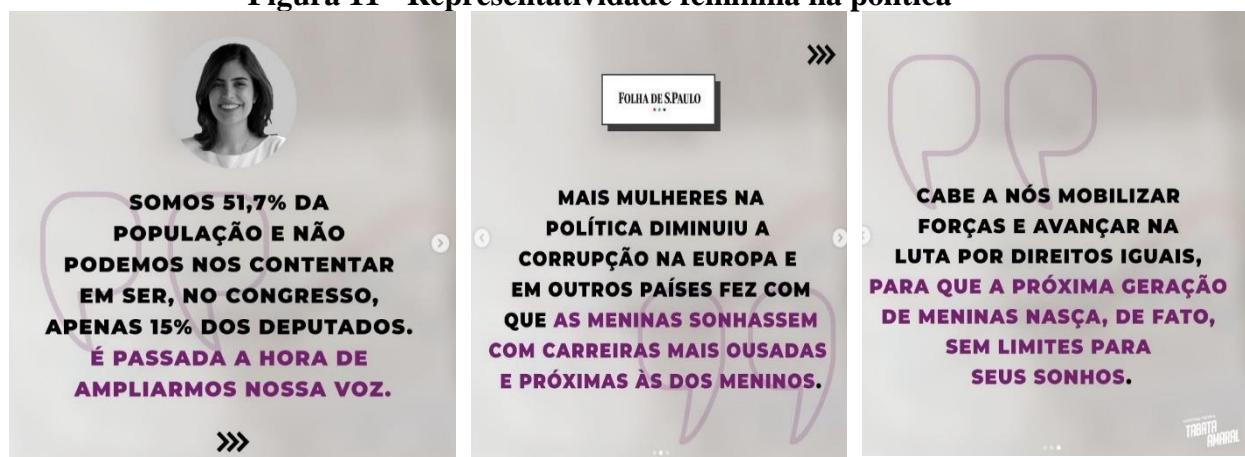
Tábata Amaral faz parte da porcentagem de 15% das mulheres que ocupam cadeiras nas casas legislativas; inserida em um ambiente predominantemente masculino, a parlamentar atua em suas redes sociais como um sujeito que questiona tais padrões. Aborda temas como a violência de gênero sofrida por mulheres no ambiente político e fora dele, os desafios de ser mulher na política, a necessidade de maior representatividade feminina em diferentes espaços, além propor projetos voltados para o público feminino, como a distribuição gratuita de absorventes nas escolas.

Traremos nessa seção uma publicação de 2019 e duas do ano de 2020, nas quais a parlamentar aborda a temática de violência de gênero sofrida por parte de adversários políticos, que, segundo a deputada, inventam mentiras a seu respeito. Faremos um percurso cronológico a partir desse momento, a fim de compreender como nos 4 anos de mandato (2019 a 2022) a enunciadora constrói-se discursivamente, ou seja, constitui o *ethos* discursivo no *Instagram*.

Buscamos identificar, por meio das postagens em ordem cronológica, se há linearidade nas publicações entre os anos de 2019 a 2021 (anterior ao período eleitoral de 2022) e o ano eleitoral de 2022, ou seja, se as estratégias de constituição do *ethos* se mantêm.

O primeiro post analisado refere-se a uma publicação efetuada no *Instagram* da parlamentar na data de 22/10/2019:

**Figura 11 - Representatividade feminina na política**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralssp<sup>32</sup>

O texto acima, feito em formato de imagem, vem acompanhado do texto:

Representatividade importa e mulheres ocupando cada vez mais espaço na política significa uma democracia mais justa, ética e sólida. Estou comprometida com isso. O Brasil ainda ocupa o 126º lugar entre 192 países na representatividade de mulheres no Parlamento. Antes de emitir opiniões cheias de preconceito, vale ficarmos atentos aos estudos, como o da U4 Anti-Corruption Resource Center, que mostra que mais mulheres no Parlamento Europeu significou uma redução nos níveis de corrupção. Vale também dar uma olhada no trabalho das pesquisadoras Lori Beaman (Northwestern University), Esther Duffo (MIT), Rohini Pande (Harvard), e Petia Topalova (FMI), que revelou que o aumento da presença de mulheres na política levou as meninas em mais de 400 vilas na Índia a dedicarem menos tempo a afazeres domésticos, melhorarem o desempenho educacional e manifestarem aspirações de carreira mais próximas às dos meninos. Temos muita evidência de que nossa democracia só tende a melhorar e ficar mais forte quando mais mulheres passarem a ocupar espaço na política! [#MulheresNaPolítica](#) [#VamosJuntas](#). (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 22 out. 2019. *Instagram*: @tabataamaralssp. Disponível em < <https://www.instagram.com/p/B37tyMTnsmC/> > Acesso 24 out. 2022)

<sup>32</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/p/B37tyMTnsmC/> Acesso em: 24 out. 2022.

O ano de 2019 caracteriza-se por ser o primeiro ano de mandato de Amaral, na Figura 10, a enunciadora assume uma voz de protesto e denúncia acerca da baixa representatividade feminina no Congresso, apenas 15%, quando as mulheres constituem mais da metade da população, conforme informação constante no *post*.

Em diferentes passagens a enunciadora faz uso de construções enunciativas alocutivas, como podemos perceber em “Somos 51,7% da população e não podemos nos contentar em ser, no Congresso, apenas 15% dos deputados”, “É passada a hora de ampliarmos nossa voz.”, “Cabe a nós mobilizar forças e avançar na luta por direitos iguais [...]”, que marca a presença do *eu* e do *tu* que compartilham responsabilidades, constituindo um *ethos* de solidariedade, instituído, conforme Charaudeau (2018), a partir de um processo de identificação de um grupo a valores ou ideias. A enunciadora, no papel social de mulher, identifica-se com esse grupo e mostra-se consciente da necessidade de ações que promovam a equidade de gênero.

Ao passo que as construções alocutivas implicam o *eu* e o *tu*, as construções delocutivas marcam a inserção de um terceiro e, por trazerem uma forma impessoal, ajudam no efeito de sentido de credibilidade, conforme percebemos no segundo quadro com o enunciado “Mais mulheres na política diminuiu a corrupção na Europa e fez com que as meninas sonhassem com carreiras mais ousadas e próximas às dos meninos.” Neste exemplo há um apagamento da enunciadora na construção discursiva, ela distancia-se a fim de que o destinatário acredite nas vantagens de mulheres inseridas de forma ativa na política.

No enunciado supracitado, a credibilidade decorre da imagem do logo do Jornal Folha de São Paulo inserido acima do discurso verbal, gerando o efeito de sentido que os dados apresentados no segundo quadro foram retirados de uma reportagem publicada pelo respectivo jornal, logo, a imagem produz o efeito de sentido de verdade, tendo em vista a credibilidade propiciada pelo jornal.

A estratégia de credibilidade também é encontrada, de forma acentuada, no texto verbal que acompanha as imagens. A enunciadora cita estudos científicos de modo a embasar os argumentos utilizados para *fazer crer* a instância cidadã. Os estudos apresentados são da *U4 Anti-Corruption Resource Center*, que mostra a redução nos níveis de corrupção com o aumento de mulheres no Parlamento Europeu e um trabalho de quatro pesquisadoras que revela que, na Índia, mulheres em posição de liderança, elevou-se o desempenho educacional das meninas, que ficaram menos tempo dedicadas aos afazeres domésticos e, assim, manifestaram desejos relativos a uma carreira futura, tal qual os meninos.

Percebe-se que a enunciadora, como estratégia de persuasão, aciona o *logos* ao apresentar dados numéricos e se reportar a artigos científicos, é uma estratégia que busca convencer pela lógica, pela argumentação, cria, desse modo, uma imagem credível da enunciadora, que está amparada pela razão científica. Os dados apresentados nas pesquisas estão relacionados a um saber de conhecimento, que tem como fiadores o Jornal Folha de São Paulo e os artigos científicos citados.

Ao buscar amparar seus argumentos em dados provados mediante pesquisa, a enunciadora, para além de buscar a credibilidade, constrói para si um *ethos* de seriedade, que emerge mediante declarações que demonstram a consistência de seus argumentos, respaldados por um grupo de pesquisadoras de diferentes universidades.

No *corpus* em questão, além dos *ethé* de solidariedade e seriedade, que listamos anteriormente, identifica-se o *ethos* guerreira, que clama por “ampliação da voz” feminina a “mobilizar forças e avançar na luta por direitos iguais”, emerge um efeito de sentido de uma convocação de um exército guerreiro, pois há uma luta a ser enfrentada. No discurso verbal que acompanha as publicações, percebemos o *ethos* de chefe, no qual a enunciadora registra um compromisso com o “exército feminino”, como percebemos em “Estou comprometida com isso”, ou seja, com a maior representatividade feminina na política.

No quadro a seguir classificamos os *ethé* que emergem na publicação:

**Figura 12 - *Ethé* referentes à Figura 11**

<b>Ethos</b>	<b>Classificação</b>
Solidariedade	Identificação
Seriedade	Credibilidade
Guerreira <sup>33</sup>	Identificação
Chefe	Identificação

Fonte: elaborado pela autora

No *corpus* apresentado verificamos que predominam *ethé* de identificação, ligados a um discurso de afeto, todavia a enunciadora rompe com imaginários tradicionalmente atribuídos à mulher, pois apresenta-se como guerreira e chefe, características associadas ao masculino. A enunciadora constrói-se como uma líder, há um chamamento das mulheres para ocupar o espaço de representatividade na política. Emerge a imagem da chefe guerreira, que se mostra solidária

<sup>33</sup> O *ethos* de guerreira não é apresentado por Charaudeau (2018) entre as duas categorias estipuladas (credibilidade e identificação), efetuamos a classificação conforme o critério posto pelo próprio teórico, de ser os *ethé* de credibilidade associados ao discurso da razão e os de identificação ao discurso do afeto/emoção.

à causa e convoca o exército de mulheres para o combate contra a desigualdade de gênero na política.

Para não ficar apenas no campo do afeto, a enunciadora traz dados científicos; dentre os estudos apresentados, um deles refere-se a uma pesquisa realizada na Índia, fato que fortalece os argumentos e rememora sua identidade social: enquanto universitária em Harvard, Amaral fez estágio na Índia, onde conheceu mais sobre o sistema educacional do país<sup>34</sup>.

A seguir analisaremos duas publicações efetuadas pela locutora nas datas de 05/05/2020 e 06/05/2020, denunciando ofensas recebidas.

**Figura 13 – Ameaças I**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralSP<sup>35</sup>

**Figura 14 – Ameaças II**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralSP<sup>36</sup>

<sup>34</sup> Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/tabataamaralSP/posts/751772005378073/> Acesso em 19 jan. 2023.

<sup>35</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/B\\_04A5LnaYm/](https://www.instagram.com/p/B_04A5LnaYm/) Acesso em: 06 set. 2022.

<sup>36</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/B\\_3NawSnCIC/](https://www.instagram.com/p/B_3NawSnCIC/) Acesso em: 06 set. 2022.

Ao fazer um levantamento das ofensas praticadas contra a parlamentar em ambas as publicações, agrupamos algumas dessas ofensas em categorias que refletem imaginários negativos acerca da mulher:

**Figura 15 – Violência de gênero**

<b>Tipo</b>	<b>Ofensas</b>
Idade	pirralha, novinha, mocinha, cresce garota, infantil, menina, moça, bonequinha, fedelha, garotinha, filhotinha, pentelha.
Aparência	cara de criança, cara de anjo não engana, carinha de boa moça, bonitinha mas ordinária, moça com carinha meiga, bibelô.
Comportamento	Meiga, diabólica, mimada, patricinha, lobo na pele de cordeiro, nojenta, populistinha, feminista, mimimi, deputadazinha, ditadorzinha.
Sexualidade	Putinha, vagabunda, canalha, cretina, safada, vaca.
Competência	Jumenta, sonsa, patética, tapada, burra, retardada, idiota, desqualificada, tonta, vai lavar louça, pega os absorventes e manda pras tuas primas.
Submissão	Marionete, teleguiada, fantoche, pau mandada, cobra criada do Dória, marionete de globalistas, fantochezinha.
Dependência masculina	Isso é carência, precisa de homem, comprar macho.

Fonte: elaborado pela autora.

Sobre o quadro com o levantamento das ofensas (Figura 15), elas refletem alguns valores que circulam na sociedade acerca da mulher. Amaral é uma mulher jovem, em primeiro mandato, ao atacá-la com ofensas que fazem referência a sua idade, ataca-se também a sua competência, como se a juventude não lhe concedesse credibilidade no exercício do trabalho parlamentar.

Todavia, são efetuadas ofensas mais evidentes contra a competência da parlamentar, desde ofensas que atingem a inteligência e capacidade cognitiva individual a ofensas direcionadas às mulheres como um todo, como verificamos em “vai lavar a louça”, que remete ao trabalho doméstico.

Os insultos também focam aspectos como a aparência e um possível comportamento da parlamentar; histórica e culturalmente, em uma sociedade estruturalmente patriarcal, espera-se da mulher, especialmente da mulher jovem, dependência, submissão, ser “boazinha” e não questionar. Quando a mulher age de modo contrário, impõe suas opiniões, apresenta

argumentos, tem criticidade, é vista socialmente como rebelde, suas ações são questionáveis, sua competência contestada.

Além do mais, a violência de gênero coloca a mulher em um lugar de submissão ao masculino, como percebemos nas ofensas “cobra criada do Dória”, em referência ao empresário e político brasileiro pelo PSDB, João Dória, “marionete de globalista”, dentre as outras classificadas sob o mesmo tipo. Segundo depreendemos de tais ofensas, a mulher que adentra o espaço político é compreendida socialmente como alguém que atua sob a sombra de um político homem, que não pensa ou toma decisões por ela mesma, mas está sob controle e manipulação masculina.

Insultos que atingem a honra das mulheres ou as associam a alguma dependência sexual em relação ao homem também se apresentam recorrentes na política, refletindo violência de gênero, são ofensas misóginas que atacam desde a aparência, idade, estabelecem padrão de comportamento, violam a moral e a competência das mulheres.

Conforme levantamento sobre a violência política e eleitoral no Brasil realizado pelas organizações sociais de direitos humanos Terra de Direitos e Justiça Global, sob autoria de Lauris e Hashizume (2020), o panorama das violações dos direitos humanos no período de 2016 a 2020 compreende que:

Menos expostas a assassinatos e atentados, as mulheres na política são submetidas a um cenário cotidiano de ameaças, (micro e macro) agressões, humilhações e ofensas. Enquanto o corpo físico do homem é um alvo central de ataque, na lógica do oponente político que precisa ser eliminado, a baixa representação de mulheres na política e a estigmatização do seu papel levam a uma dinâmica de não reconhecimento das mulheres como iguais, o que faz com que sua dignidade seja o principal alvo de ataque. (LAURIS; HASHIZUME, 2020, p. 63)

Conforme situações de violência mapeadas pela pesquisa, no âmbito político as mulheres são alvo de 31% das ameaças e 76% das ofensas, sendo homens os responsáveis por mais de 90% dos casos de ameaças e ofensas às mulheres. Ainda segundo a pesquisa, as maiores vítimas de ameaças difusas com uso de redes sociais, aplicativos e outras ferramentas, são deputadas federais mulheres, devido à maior visibilidade a qual estão expostas.

Conforme analisamos nas postagens correspondentes às figuras 13 e 14, as ofensas reproduzem imaginários sociais referentes às mulheres:

- *Idade e Aparência*: a questão etária atinge de forma muito forte as mulheres, pois, uma vez jovens, podem ser taxadas como inexperientes e inaptas, tendo sua capacidade contestada. Quando mais velhas também enfrentam preconceitos por serem consideradas “velhas demais”



para ocupar determinados postos. Com relação à aparência física a sociedade cobra da mulher a manutenção de uma aparência jovial, cuidados com a pele, cabelos, corpo, de modo a preencher um estereótipo de beleza, logo, uma sociedade sexista, para atingir de forma violenta as mulheres, ferem-nas a partir de um ideal estético posto.

O cenário político, tradicionalmente ocupado por homens, mulheres jovens quando eleitas, enfrentam preconceitos relacionados tanto a idade como aparência, como podemos identificar no quadro (Figura 15). Amaral é alvo de ofensas que a nomeiam como “pirralha”, “cara de criança”, “bonitinha”, os agressores utilizam de palavras no diminutivo não como expressões de afeto, mas para diminuir-na como sujeito político, desqualificá-la para o cargo e posição que ocupa na política.

- *Comportamento*: Da mesma forma que utilizam palavras no diminutivo para se referirem à idade e aparência de Amaral, os agressores também as empregam para abordar um possível comportamento da parlamentar, expressões como “populistinha”, “deputadazinha”, “ditadorzinha” são aplicadas como formas de ironia, para menosprezar e diminuir o trabalho de Amaral no cargo de deputada.

Outros tipos de ofensas relativas ao comportamento feminino é colocá-la no papel de “diabólica”, “lobo em pele de cordeiro”, ou seja, mulheres aparentemente dóceis, submissas, conciliadoras etc, mas que camuflam uma suposta essência má. Ou seja, há um imaginário social cristão materializado nessas ofensas, cujas representações em torno da mulher foram, historicamente, construídas dentro de um contexto social que buscou demonizá-la.

- *Sexualidade*: percebe-se no tópico listado como expressões ligadas à sexualidade são usadas para agredir mulheres. Instituições como Igreja, Mídia, Estado (na forma de escolas, instituições de saúde, justiça, família) buscam controlar os corpos femininos e, ao atacar a sexualidade de uma mulher, visam colocá-la no lugar da imoralidade, pois passariam a ser percebidas com um comportamento transgressor, que aponta para uma sexualidade ativa, como nas ofensas “vagabunda”, “putinha”, “safada” e, assim, não estariam aptas a exercer um cargo político.

Percebe-se o imaginário social da pureza feminina, cujo corpo e sexualidade devem ser controlados. Valores advindos de uma estrutura social patriarcal, que diz à mulher que a renúncia sexual é o comportamento ideal para ela, cujo desejo deve ser silenciado a fim de serem percebidas socialmente como virtuosas.

- *Competência*: a competência feminina é constantemente alvo de questionamentos, dentre as ofensas listadas no quadro, é muito simbólica a expressão “vai lavar louça”, como se o ambiente natural da mulher fosse o lar, cujos afazeres domésticos fossem as únicas atribuições que a mulher estaria apta a realizar. Há uma violência de gênero que se materializa por meio da

referida expressão, pois enquanto ofensas como “idiota”, “desqualificada”, “burra”, “pega os absorventes e manda pras tuas primas”, este último em referência ao projeto de lei apresentado pela deputada que prevê a distribuição gratuita de absorventes às mulheres de baixa renda, referem-se ao trabalho enquanto parlamentar, “lavar a louça” seria a única ação que uma mulher poderia exercer de forma qualificada.

- *Submissão e dependência masculina*: essas ofensas colocam a mulher em uma posição de inferioridade em relação ao homem, submissas às ordens e ideias masculinas. Percebe-se, portanto, a reprodução de um imaginário acerca do político ideal: homem, mais velho, experiente, assertivo, enquanto mulheres que assumem tal postura são insultadas com ofensas como “marionete”, “pau mandada”, “precisa de homem” dentre outros.

Nota-se, portanto, ofensas que são direcionadas às mulheres em uma tentativa de subjugar-las e depreciar trabalhos que executam, simplesmente, por serem mulheres. Todavia, se o político for do sexo masculino, tais insultos, poderiam, muito provavelmente, reverter-se em qualidades, fazendo referência, por exemplo, à liderança e autoridade do homem, características que são estereotipadas como relativas ao masculino.

A enunciadora ao fazer um levantamento das ofensas recebidas pelas redes sociais e apresentá-las aos seus seguidores assume um *ethos* de denunciante da violência de gênero sofrida. Nota-se, portanto, que no *corpus* analisado nesta subseção há uma tentativa por parte da enunciadora de ruptura com os imaginários sociais postos para o feminino, o que a enunciadora o faz por meio da constituição do *ethos* (guerreira, chefe, denunciante).

#### **6.4 – Porque eu estudei, porque é mérito meu...**

Nesta seção analisaremos três publicações, sendo duas do ano de 2020 e uma de 2021, nas quais Amaral discorre sobre a sua trajetória na educação, como foi de uma aluna de escola pública brasileira a graduada em Astrofísica e Ciência Política em Harvard. Nesta seção nosso intuito é apreender como há a construção do *ethos* da enunciadora em momentos que não estão em curso o período eleitoral brasileiro, posteriormente, analisaremos o *corpus* do ano de 2022 (ano eleitoral) e procederemos à comparação desses dois momentos.

A primeira publicação, publicada na data de 17/05/2020, é referente a um recorte da entrevista concedida por Amaral ao Jornal da Gazeta, no qual abordou os desafios da política brasileira. No trecho repostado no *Instagram*, a parlamentar profere o discurso que transcrevemos a seguir:

Tábata: Olha, de onde eles criam essas *fake news* e essas coisas eu não tenho ideia. Agora, isso é uma coisa que eu já vivenciei muitas vezes com pessoas diferentes. Na hora que eu critico, mostrando nos dados, na parte técnica, eles não têm do que me acusar. Não tem coisa de corrupção, eu venho da periferia, me criei estudando pra caramba. Durante a faculdade, que eles falam que eu fui financiada por um milhão de pessoas, eu ganhei uma bolsa 100% da Universidade, fui babá para poder mandar dinheiro para a minha casa, então, como eles não têm o que criticar e não conseguem se defender, porque a gestão é muito ruim mesmo na educação, eles começam a fabricar *fake news*. Já inventaram que eu fui financiada por pessoas que eu nem conheço, isso é duplamente frustrante, primeiro porque eles desviam o foco. E então eu estou falando aqui: está faltando programa de alfabetização, está errado o que vocês estão fazendo, começam a me atacar no lado pessoal. E, ainda mais frustrante, para quem mora na periferia, para quem se matou para estudar, que alguém diga assim: não, essa menina aí nunca se esforçou, essa menina aí é financiada por não sei quem, não sei quem, não sei quem... Agora o que eu sei é que isso é uma coisa da política ruim que a gente tem hoje, porque, por exemplo, fazem um vídeo criticando a minha aparência. Poxa, eu estou criticando as políticas do Ministério da Educação, a melhor coisa que vocês podem fazer é criticar a minha aparência? Essa é a melhor resposta que vocês têm? Isso é muito frustrante.

Repórter: É porque você é jovem, é mulher e aí você tenta pegar isso como uma questão vulnerável e não é.

Tábata: Não é, e eles querem intimidar. Porque na hora que o filho do Presidente, o Presidente, uma Deputada do PSL, divulgam um vídeo com mentiras sobre mim, vem uma horda de gente nas redes sociais, ameaçando, xingando, ofendendo, e eles acham que eu vou ter medo e vou parar. E a melhor resposta que eu posso dar é dizer “Eu não vou ter medo não” Eu vou continuar trabalhando cada vez com mais força. (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 17 maio 2020. Instagram: @tabataamaral. Disponível em < [https://www.instagram.com/p/CATjJdIH8\\_o/](https://www.instagram.com/p/CATjJdIH8_o/) > Acesso 26 out. 2022.)

No recorte do vídeo postado no *Instagram* da parlamentar não é mostrada a pergunta inicial feita pela repórter, mas inferimos que seja relacionada às notícias falsas que circulam na *web* sobre a deputada. O discurso político propagado nas redes sociais utiliza-se, por vezes, de informações inverídicas; trechos de discursos proferidos por políticos são recortados e colocados fora de contexto pela instância adversária, originando um sentido contrário aquele projetado pelo discurso original, fazendo com que os políticos alvos desse tipo de ação, venham a público se explicar ou negar determinado conteúdo.

Nesse sentido, a locutora contesta informações que diz serem inverídicas a seu respeito, o que denomina de *fake news*, e apresenta-se, inicialmente, segundo o *ethos* de seriedade, que segundo Charaudeau (2018, p. 120) pode ser verificado, dentre alguns aspectos, conforme “Índices comportamentais que revelam capacidade de autocontrole diante das críticas [...]”.

Percebe-se que a enunciadora, embora seja alvo de enredos que alega serem ilegítimos e críticas por parte dos adversários, não se enternece, mas de modo firme refuta as versões que diz serem inverídicas.

A enunciadora também busca apresentar-se competente, conforme *ethos* de competência que se expressa, ao afirmar que “mostra dados”, que suas críticas são relativas à “parte técnica” e às “políticas do Ministério da Educação”, nas quais alega faltar programa de alfabetização e aponta os erros do Ministério, ou seja, constrói uma imagem de quem detém conhecimento acerca de pautas que julga ser necessário o aprimoramento.

Não tem coisa de corrupção, eu venho da periferia, me criei estudando pra caramba, durante a faculdade, que eles falam que eu fui financiada por um milhão de pessoas, eu ganhei uma bolsa 100% da Universidade, fui babá para poder mandar dinheiro para a minha casa, então, eles não têm o que criticar [...] (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 17 maio 2020. Instagram: @tabataamaral. Disponível em <[https://www.instagram.com/p/CATjJdIH8\\_o/](https://www.instagram.com/p/CATjJdIH8_o/)> Acesso 26 out. 2022.)

No enunciado anterior percebe-se a manifestação do *ethos* de virtude, que conforme Charaudeau (2018) está relacionado a uma imagem de honestidade pessoal. A enunciadora rebate as acusações sobre ela, ao afirmar que não é associada à corrupção e apresenta dados referentes a sua identidade social para fortalecer a imagem de virtude, como a sua origem da periferia, o percurso acadêmico, ter atuado como babá para ajudar financeiramente a família, ou seja, infere-se que há um esforço pessoal que a levou à Universidade (“estudando pra caramba”), fato reforçado posteriormente no discurso com o enunciado “para quem se matou de estudar”, o que ocasionou a bolsa de estudos de 100%.

O *ethos* de virtude ampara-se segundo um comportamento de retidão e honradez, que a enunciadora sugere possuir conforme enunciados “eles não têm do que me acusar”, “eles não têm o que criticar.”, “eles começam a fabricar *fake news*”.

O *ethos* de coragem encerra o discurso da enunciadora em “[...] eles acham que eu vou ter medo e vou parar. E a melhor resposta que eu posso dar é dizer ‘Eu não vou ter medo não’, eu vou continuar trabalhando cada vez com mais força.”, constitui-se, portanto, como alguém que continuará enfrentando a mentira e denunciando o que julga estar errado, uma característica importante para o sujeito político, pois segundo Charaudeau (2018, p. 143) o político que a possui dá a entender à instância cidadã que “saberá enfrentar a adversidade sem enfraquecer e sem ceder à demagogia.”, o que gera uma confiança no eleitor.

Portanto, ao longo do discurso identificamos os *ethé* de seriedade, competência, virtude e coragem, sendo os três primeiros relacionados ao conjunto de *ethé* de credibilidade e o último aos *ethé* de identificação.

Amaral relata em algumas de suas publicações no *Instagram* a violência de gênero que sofre, como já vimos na seção 6.3 - *A violência de gênero na política*, cujas postagens analisadas apreendem os imaginários sociais que perpassam por essas ofensas. Na publicação do dia 29/10/2020, um vídeo, o qual é um recorte de uma entrevista concedida pela deputada à TV Folha, Amaral contesta algumas falas de que é alvo, as quais afirmam que ela teve seus estudos financiados por alguns empresários como George Soros, bilionário húngaro, fundador da Organização Filantrópica *Open Society Foundations*; Jorge Paulo Lemann, empresário suíço-brasileiro, cofundador da Fundação Estudar e fundador da Fundação Lemann, as quais custeiam bolsas de estudos, com o objetivo de formação de jovens lideranças, ou por Paulo Guedes, Ministro da Economia no governo de Jair Bolsonaro. A locutora em determinado trecho da entrevista afirma:

Eu cheguei a Harvard pelo mérito dos meus professores e dos meus estudos, minha bolsa foi 100% da faculdade, eu não conhecia nenhuma das fundações, eu cheguei lá porque professores, de escolas públicas e privadas, me treinaram para as Olimpíadas Científicas e, de novo, não tem nenhum demérito com quem chegou com fundações, mas não é o meu caso e é injusto com a minha história e com os meus professores, que digam que eu fui financiada por fundações que não me financiaram. Eu não recebi uma bolsa da Fundação Lemann, em um Brasil como o nosso, que não valoriza a educação, que não valoriza a pós-graduação, eu vou ficar criticando Fundação que financia isso? Não, não é o meu caso, mas eu não vou criticar. Outra coisa que é importante dizer, por que as pessoas fazem isso? Porque na hora que eu critico o Weintraub, ou que eu voto a favor da Reforma da Previdência, vem alguém e diz que eu sou financiada por um homem? Parte é machismo, porque uma mulher jovem como eu, sempre vão dizer que tem um homem por traz, não conseguem acreditar que é meu mérito, minha independência, que são minhas ideias. (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 29 out. 2020. Instagram: @tabataamaral. Disponível em <  
<https://www.instagram.com/p/CG8HROaHNZv/> > Acesso 26 out. 2022.)

A fim de rebater as acusações a enunciadora afirma “Eu cheguei a Harvard pelo mérito dos meus professores e dos meus estudos [...]” e “é meu mérito, minha independência, que são minhas ideias.”, enunciados dos quais emergem o *ethos* de inteligência, constituído para rebater uma possível fala de adversários que declaram o financiamento dos estudos da locutora por meio de certas instituições de concessão de bolsas, fato que a enunciadora refuta veementemente.

Ademais, a enunciadora denuncia a violência de gênero na política, pelo fato das críticas recebidas camuflarem uma atitude machista por parte dos ofensores, “porque uma mulher jovem como eu, sempre vão dizer que tem um homem por traz [...]”, o que reflete que, principalmente na política, circula alguns imaginários sociais, que mulheres que alcançam postos nesse campo, o fizeram porque vinculadas a uma figura masculina, por ter, por exemplo, família tradicional na política, pai, irmãos ou marido, geralmente.

Nesse sentido, apresentamos a seguir a publicação datada em 14/03/2021, em que Amaral apresenta um trecho do livro do qual é autora e faz uma reflexão sobre uma mulher jovem ocupando um cargo político:



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralisp<sup>37</sup>

Transcrevemos o texto que acompanha o discurso imagético:

É impressionante que, para alguns, uma mulher jovem ocupando uma posição de poder está sempre a mando de alguém, geralmente um homem. Eu lutei minha vida toda contra todas as probabilidades para conseguir concluir meus estudos, fui medalhista em mais de 40 olimpíadas do conhecimento, fui a primeira da minha família a se formar no ensino médio e entrei na melhor faculdade do mundo com bolsa completa da própria instituição. Ainda assim, não é raro que digam que sou financiada por ciclano ou fulano. Mas esse tipo de ataque não acontece apenas comigo, mas sim com todas as mulheres que ocupam um lugar que disseram que não era delas. Eu falo sobre isso no meu livro “Nosso lugar: o caminho que me levou à luta por mais mulheres na política” e, hoje, às 18h, terei uma conversa super especial com a

<sup>37</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CMZ\\_wG2HGml/](https://www.instagram.com/p/CMZ_wG2HGml/) Acesso em: 26 out. 2022.

economista [@betinaroxo](#) para falarmos sobre o nosso papel na luta por mais igualdade entre homens e mulheres nas nossas respectivas áreas. Acompanhem! (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 14 março 2021. Instagram: [@tabataamaralsp](#). Disponível em [https://www.instagram.com/p/CMZ\\_wG2HGml/](https://www.instagram.com/p/CMZ_wG2HGml/) Acesso 26 out. 2022.)

Infere-se que discurso destacado na imagem é um trecho do livro *Nosso lugar: o caminho que me levou à luta por mais mulheres na política*, de autoria de Tábata Amaral. O enunciado “Mesmo sendo uma mulher jovem, eu tenho capacidade de formar minhas próprias convicções e me guiar por elas.”, inicia-se com uma oração subordinada adverbial concessiva, fato constatado pela construção “mesmo sendo”, que se caracteriza por uma quebra de expectativa, apresentando uma ideia contrária a esperada, logo, infere-se que mulheres jovens não possuem capacidade de formar suas próprias convicções, o que seria um atributo atípico apresentado pela enunciativa. Portanto, emerge um *ethos* de independência, podendo estar relacionada tanto ao campo intelectual como moral, algo que pressupomos, uma vez que a enunciativa não deixa explícito no discurso.

O *ethos* de independência está diretamente relacionado ao discurso verbal que acompanha a imagem destaque; logo no primeiro enunciado há a afirmação “É impressionante que, para alguns, uma mulher jovem ocupando posição de poder está sempre a mando de alguém, geralmente um homem.”, percebe-se que a enunciativa não diz que esse é um posicionamento dela, mas que “alguns” pensam dessa maneira. Todavia, ela se constitui como uma mulher que apresenta um comportamento contrário a essa expectativa de dependência e subalternidade da mulher em relação ao homem, uma vez que ela afirma ter suas próprias convicções e se guiar por elas.

Eu lutei minha vida toda contra todas as probabilidades para conseguir concluir meus estudos, fui medalhista em mais de 40 olimpíadas do conhecimento, fui a primeira da minha família a se formar no ensino médio e entrei na melhor faculdade do mundo com bolsa completa da própria instituição. (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP) 14 março 2021. Instagram: [@tabataamaralsp](#). Disponível em [https://www.instagram.com/p/CMZ\\_wG2HGml/](https://www.instagram.com/p/CMZ_wG2HGml/) Acesso 26 out. 2022.)

No trecho destacado acima identifica-se os *ethé* de superação e inteligência; o primeiro é verificado pois a enunciativa afirma uma luta contra todas as probabilidades para terminar os estudos e ser a primeira da família a concluir o ensino médio, e o *ethos* de inteligência podemos distinguir com a enumeração das conquistas escolares adquiridas: medalhista em mais de 40

olimpíadas, um número expressivo, e ser aprovada na “melhor faculdade do mundo”, a enunciadora não apenas relata que ingressou no ensino superior, mas que o fez na melhor universidade do mundo e com bolsa integral.

Tais informações são apresentadas pela enunciadora de modo a endossar a sua capacidade e independência intelectual com relação às acusações/violência de gênero recebidas, que afirmam ser financiada por algum homem ou estar a mando deles.

Após analisar as três publicações, apresentamos o seguinte esquema resumo:

**Figura 17 – *Ethé* e categorias**

<b>Publicação (data)</b>	<b>Ethé / categoria</b>
17/05/2020	- seriedade (credibilidade) - competência (credibilidade) - virtude (credibilidade) - coragem (identificação)
29/10/2020	- inteligência (identificação)
14/03/2021	- independência (credibilidade) - superação (identificação) <sup>38</sup> - inteligência (identificação)

Fonte: elaborado pela autora

As publicações analisadas nesta seção foram selecionadas pelo motivo de possuir temáticas similares, nas quais a locutora discorre acerca da violência de gênero sofrida na política, ofensas que questionam sua capacidade intelectual e sua história de vida no campo educacional. Buscamos identificar nas publicações se há semelhança na forma que a enunciadora constitui seu *ethos* discursivo, pudemos observar que:

- Nas três publicações a enunciadora aciona seu percurso educacional dando ênfase ao esforço e à caminhada que traçou de modo a chegar à Universidade de Harvard, a qual se refere como “melhor universidade do mundo”. No *corpus* datado de 29/10/2020 a enunciadora destaca o seu mérito e dos professores que a acompanharam nessa trajetória;

<sup>38</sup> Embora os *ethé* de independência e superação não estejam listados por Charaudeau (2018) entre as duas categorias estipuladas (credibilidade e identificação), classificamo-los conforme o critério posto pelo próprio teórico, de ser os *ethé* de credibilidade associados ao discurso da razão e os de identificação ao discurso do afeto/emoção.



- Tanto na publicação de 29/10/2020 como de 14/03/2021 a enunciadora ressalta que não está a mando de ninguém e enfatiza ter independência para formar suas próprias ideias;
- Para rebater as críticas e ofensas recebidas a enunciadora aciona seu histórico na educação de modo a mostra-se crível e constitui *ethé* de credibilidade como a seriedade, a competência, virtude e independência, essenciais para o político, uma vez que deve persuadir a instância cidadã da sua capacidade de realizar ações, de propor soluções para a população, de lutar no Congresso por pautas que sejam do interesse dos eleitores, portanto, não pode mostrar-se frágil e manipulável.
- A enunciadora também aciona três *ethé* de identificação: coragem, inteligência e superação. São *ethos* associados a valores positivos; em nossa sociedade há imaginários sociais que valorizam a superação pessoal, a meritocracia, cujo sujeito alcança resultados, reconhecimento e mobilidade social por meio do próprio esforço e a enunciadora traz algumas dessas referências em seu discurso. A inteligência também emerge quando se refere às premiações conquistadas e ter alcançado aprovação na Universidade de Harvard. E o *ethos* de coragem, uma vez que é necessário ao político possuí-lo, não se abater diante dos obstáculos e demonstrar capacidade de enfrentamento.
- Percebe-se que a mesmo tempo que a enunciadora cria uma imagem de si ligada à credibilidade, a valores racionais, também aciona *ethé* de identificação, fundados em sua identidade social prévia, principalmente ligados à inteligência e superação, que se encontram entre os valores de referência na sociedade, a imaginários sociais positivos.

Depreendemos, a partir da análise dos *ethé* que emergem nos três *corpus* analisados nesta subseção, que a enunciadora, diante de ofensas e críticas recebidas, seja pela instância adversária seja por uma ala da instância cidadã, apresenta-se, prioritariamente com *ethé* de credibilidade, que criam uma imagem de expertise da enunciadora para ocupar o cargo político de Deputada Federal. Mostra-se como uma política competente, séria, honesta e independente, algumas características que, segundo o imaginário social, compõem a figura política ideal.

A enunciadora contesta as acusações recebidas enfatizando episódios de sua identidade social: o percurso acadêmico, as premiações recebidas, o trabalho realizado para enviar dinheiro para a família, ou seja, utiliza-se da narrativa de vida para acionar *ethé* de identificação (inteligência, superação, coragem) de modo a gerar admiração na instância cidadã.

Logo, a imagem constituída da enunciadora por meio do *corpus* analisado oscila entre os efeitos de credibilidade e admiração, fatores essenciais para a figura política. A enunciadora

assume sua trajetória de vida, o triunfo obtido por mérito próprio, por meio da construção do *ethos* de superação, especificamente. Os *ethé* de inteligência e coragem somam à imagem da enunciadora como estratégias para sensibilizar a instância cidadã.

Na seção seguinte analisaremos uma seleção de publicações do ano de 2022, ano eleitoral, a fim de depreender se há linearidade na forma como a enunciadora constitui seu *ethos* ou se há mudanças com relação à imagem de si construída discursivamente, tendo em vista ser um ano eleitoral, no qual concorre à reeleição ao cargo de Deputada Federal.

## 6.5 – Dos imaginários sociodiscursivos ao *ethos*: análise de publicações em ano eleitoral

### 6.5.1 – Culpabilidade e redenção: de Eva a Tábata

A primeira publicação que analisaremos referente ao ano eleitoral de 2022, é um vídeo postado no *feed* do *Instagram* de Amaral na data de 26/03/22. O vídeo é formado a partir de fotos pessoais da parlamentar, que a retratam durante a infância, entre familiares, registros durante a trajetória universitária e no exercício do trabalho no Congresso, com uma música ao fundo. O vídeo está associado ao seguinte enunciado, escrito no *feed*:

A educação mudou a minha vida e hoje o meu propósito é trabalhar para que todas e todos tenham as mesmas oportunidades. Tive uma conversa muito massa no [@umaestrangeira](#) podcast, a convite da [@gabi\\_instaaberto](#), e contei um pouco sobre a minha história e também sobre meu trabalho na Câmara. Bora ouvir! (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP), 26 mar. 2022. Instagram: [@tabataamaral](#)sp. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso 25 jul. 2022)

Transcrevemos a seguir o enunciado que se desenvolve no vídeo para facilitar o entendimento:

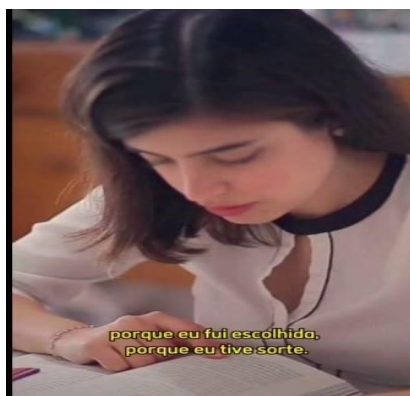
A educação mudou a minha vida, de uma forma muito específica, mas foi a educação. E eu “tô” aqui e pessoas que eu amo, muito talentosas, muito esforçadas, como meu pai, não estão, algumas não estão mais vivas. Eu preciso fazer alguma coisa, eu preciso transformar essa culpa de “Porque eu fui escolhida. Porque eu tive sorte. E meus vizinhos e meus amigos e meus familiares e essas pessoas não.” É... em uma retribuição, do tipo, então eu vou lutar para que mais pessoas tenham essas oportunidades, para que as pessoas tenham dignidade e isso, obviamente, se traduz 100% no meu trabalho de hoje. (TÁBATA AMARAL. São Paulo (SP), 26 mar. 2022. Instagram: [@tabataamaral](#)sp. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso 25 jul. 2022)

Como nosso objetivo é analisar além do discurso verbal o imagético que se apresenta na *corpus*, entendemos ser importante trazer a sequência das imagens que compõem a publicação. O encadeamento de imagens, conforme é reproduzido no vídeo, trouxemos na sucessão da esquerda para a direita:

**Figura 18 – A educação mudou a minha vida**



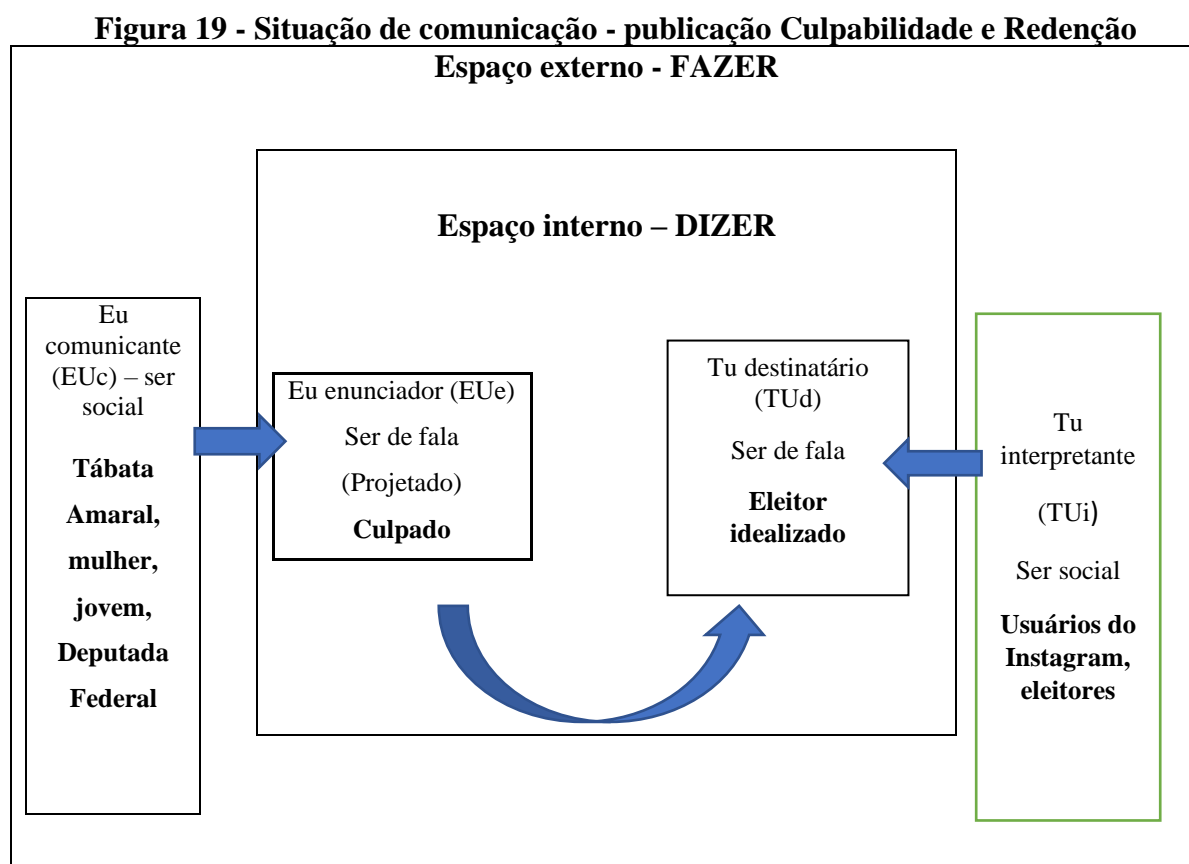




Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>39</sup>

<sup>39</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022.

No *corpus* em questão, há uma situação de comunicação que emerge da circunstância política, havia uma eleição que se aproximava, na qual os futuros candidatos, por meio de diferentes estratégias, buscam captar o eleitorado. Logo, há um propósito em jogo, estabelecido pelo contrato de comunicação político e encenado por quatro sujeitos languageiros, que se revelam da seguinte forma:



Fonte: Elaborado com base em Charaudeau (2019a, p. 52)

No espaço externo, há o EUc Tábata Amaral, mulher, jovem, Deputada Federal e o TUi, caracterizado pelos usuários da rede social *Instagram*, eleitores, os quais não é possível identificar com exatidão, tendo em vista a amplitude de alcance que as mídias digitais chegam; EUc e TUi ambos seres sociais.

O EUc produz o EUe, o qual se encontra no espaço interno da situação de comunicação, no campo do dizer. O EUe é um ser de fala, ou seja, é instituído pelo EUc por meio do ato de linguagem. No *corpus* analisado, o EUc constrói um EUe culpado pela educação que obteve, conforme podemos observar no enunciado “eu preciso transformar essa culpa”.

O discurso proferido pela enunciativa segue traços do relato pessoal, como a expressão de experiências pessoais vividas, marcadas por um tom de emoção e lamento, no *corpus* tais características são acentuadas devido à culpa que emerge do EUe. No relato pessoal, as

vivências apresentadas são selecionadas segundo fatores que o EUC objetiva dar relevância, narrando-as de modo a enfatizar o que deseja, fator bem característico do discurso político na *web*, que visa a dramatização de acontecimentos da vida particular com o objetivo de captar a instância cidadã, de tal forma, o TUi recebe do EUC um “mundo significado” conforme um projeto específico e condicionado do segundo.

Podemos identificar, inicialmente, o *ethos* de inteligência, embora a enunciativa em seu discurso verbal o negue ao associar sua trajetória a “sorte” e dizer ter sido “escolhida”: “porque eu *fui escolhida*, porque *eu tive sorte*”. Todavia, estamos analisando um *corpus* multissemiótico, que juntamente com os discursos verbais são construídos enunciados imagéticos, que muito ajudam a entender os sentidos veiculados no *corpus* como um todo.

O enunciado inicial “A educação mudou a minha vida, de uma forma muito específica, mas foi a educação” vem acompanhado das seguintes imagens:

**Figura 20 – Ethos de inteligência**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral<sup>40</sup>

Percebe-se que, embora, ao longo do *corpus* a enunciativa não se refira a si mesma como inteligente, as imagens iniciais revelam essa intenção discursiva, pois a primeira imagem retrata a enunciativa com inúmeras medalhas, que associada a sua identidade social, inferimos ser das várias competições de matemática e ciências que participou enquanto estudante do

<sup>40</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022.



ensino básico. A segunda imagem a retrata com a camiseta do Colégio Etapa, escola particular que foi bolsista devido aos bons resultados obtidos nas Olimpíadas Brasileiras de Matemática das Escolas Públicas. Na camiseta encontra-se escrito “Bicho 2012” e nas faces as siglas USP, referente à Universidade de São Paulo, ou seja, é uma imagem que demonstra a aprovação da enunciadora no vestibular da USP. Na terceira imagem a identificamos vestindo um agasalho com a letra “H”, simbolizando a Universidade de Harvard, na qual foi aluna de graduação.

Emerge, portanto, um *ethos* de inteligência, que embora não seja acionado explicitamente pelo discurso verbal, vem à tona por meio das imagens iniciais do *corpus*: uma jovem com inúmeras medalhas conquistadas em competições nacionais e internacionais, aprovada em uma das melhores universidades brasileiras e estudante em Harvard.

A enunciadora caracteriza-se como uma mulher que não ficou à sombra, mas sobressaiu-se em sua trajetória, entretanto diz sentir-se culpada por seu resultado, tanto que contrariando sua identidade social prévia de inteligência e dedicação, fala em sorte, que foi escolhida, foge do discurso de meritocracia. Caso analisarmos apenas a parte verbal dos enunciados depreenderemos do discurso que a enunciadora reflete em ser “escolhida”, desse modo apresenta-se no *corpus* o imaginário social religioso. Tal qual Maria foi escolhida para ser a mãe do filho de Deus, a enunciadora seria a escolhida para ter a vida modificada, para usufruir dos benefícios que uma educação de qualidade pode proporcionar na vida de alguém, aparentemente subvertendo a imagem prévia de esforço que a acompanha. Porém, quando analisamos o discurso imagético juntamente com o verbal, nota-se que algumas das imagens sugerem exatamente o contrário:

**Figura 21 – A escolhida**



Fonte: Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022

São duas imagens que se associam ao enunciado “porque eu fui escolhida, porque eu tive sorte.”, na primeira, a locutora encontra-se sentada lendo, na segunda está em pé, usando roupas sociais, em um ambiente que sugere ser a parte externa do Congresso Nacional. Ao selecionar exatamente essas duas imagens para acompanhar o referido enunciado, gera o efeito de sentido que as fotos são a chave para responder à inquietação posta discursivamente pela enunciadora, ou seja, ela não foi “escolhida”, mas executou a ação de estudar e é contemplada pela sua dedicação, seja a conquista de uma vaga na Universidade, seja a eleição ao cargo público pleiteado.

A enunciadora foi aprovada na Universidade de Harvard e chegou ao Congresso, foi eleita Deputada Federal, portanto, ao analisar as imagens juntamente com os enunciados verbais, depreende-se o efeito de sentido que não houve “sorte”, mas ocorreu um reconhecimento de suas possíveis capacidades por uma parte da instância cidadã, aqueles que nela votaram, o que nos remete a um mérito, o reconhecimento pessoal, condição que aparentemente a enunciadora visa evitar, mas que emerge por meio das imagens quando associadas ao discurso verbal.

Conforme Charaudeau (2020, p.121), o discurso político nas mídias recorre a uma dramatização exacerbada “Para atrair o público trata-se de construir o acontecimento numa narrativa suscetível de ter um impacto emocional [...]” é o que percebemos no *corpus* selecionado, a enunciadora recorre a uma construção discursiva, por meio verbal e imagético, que evoca os dramas da vida (perda de pessoas queridas e talentosas, a ausência de acesso à educação, sentimento de culpa) o que aciona as emoções e não a racionalidade do destinatário. Para Charaudeau (2020, p.90-91)

a ação política se desenrola segundo as três fases clássicas do drama: a) uma situação de crise que se caracteriza, aqui, pela existência de uma *desordem social* de que os cidadãos (ou uma parte da coletividade) são as vítimas; b) uma *fonte do mal*, razão de ser da desordem, que pode encarnar-se numa pessoa, que deve ser achada e denunciada; c) uma possível *solução salvadora*, que pode encarnar-se na figura de um salvador que proporá reparar a situação de desordem. Trata-se, então, do velho esquema cristão da Redenção, que tem suas raízes em mitos sacrificiais muito antigos (o bode expiatório) e que, no domínio político, se desenvolve segundo o mesmo roteiro.

No *corpus*, identificamos como desordem social a ausência de dignidade, como reflete o enunciado “eu vou lutar para que mais pessoas tenham essas oportunidades, para que as pessoas tenham dignidade”, ou seja, a razão de ser dessa desordem é apontada pela enunciadora como a ausência de uma educação de qualidade de acesso amplo, que originaria a falta de



dignidade. A solução salvadora posta é a intervenção da enunciadora, com ações em forma de retribuição ao próximo, atitude que se origina devido a culpa que alega sentir em decorrência das oportunidades que dispôs ao longo de sua trajetória na educação. A enunciadora constrói-se como o sujeito salvador que reparará tal desordem.

Para Charaudeau (2020), o objetivo de descrever a desordem social é produzir na instância cidadã efeitos de compaixão, indignação ou angústia. A enunciadora age discursivamente de modo a despertar a compaixão no público, uma vez que angústia e indignação poderiam causar concomitantemente um sentimento de revolta, de questionamento do poder público, que ela também representa. Posiciona-se como alguém que foi vítima da desordem social, que perdeu pessoas queridas, dessa forma, vira alvo do sentimento de compaixão do público, mas ao mesmo tempo é alvo de admiração, pois conseguiu superar a situação de crise vivenciada e atualmente diz querer trabalhar para combater a fonte do mal.

Nota-se que emerge do *corpus* um discurso fortemente patêmico, que aciona a emoção como fonte de captação da instância cidadã, ao trazer à tona sentimentos como culpa e tristeza por perder familiares e amigos próximos. O discurso imagético também colabora para despertar algum sentimento no eleitorado, pois remete a enunciadora em momentos familiares, entre crianças, abraçando pessoas, distribuindo cestas básicas, fotos que podem gerar no interlocutor o sentimento de compaixão. Logo, há no *corpus* em questão, elementos linguageiros que podem deflagar na instância cidadã a compaixão e a identificação com a enunciadora ou a causa por ela defendida, pois podem remeter a valores comuns.

Segundo Charaudeau (2020, p.91), o político que produz o efeito de compaixão no público deve dar “provas de sua implicação numa ajuda concreta.”, o que a enunciadora tenta fazer por meio das imagens associadas aos enunciados, fotos em meio às crianças, em escola, do trabalho no Congresso.

**Figura 22 - Ethos de culpa**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral<sup>42</sup>

No enunciado “Eu preciso fazer alguma coisa, eu preciso transformar essa culpa” identifica-se a construção de uma imagem de culpabilidade, arrependimento e conversão, uma vez que a culpa, perante o rito religioso cristão, somente pode ser absolvida frente ao processo de arrependimento, confissão e penitência. O “fazer alguma coisa” equivale a penitência a ser cumprida pela enunciadora que gerará o perdão à mulher que cometeu o pecado de saber demais, que “comeu do fruto do conhecimento”.

A enunciadora constrói uma identidade discursiva de um sujeito culpado por ter chegado a uma posição de destaque, por ter sido um caso singular no meio em que vive, de alguém que transpôs obstáculos sociais. Todavia, em uma situação que caberia, naturalmente, o orgulho pelo caminho traçado, emerge o sentimento de culpa.

Geralmente a culpa é oriunda da prática de algum mal a alguém, prejudicando tal pessoa de alguma forma, há um arrependimento por erros cometidos. No *corpus* não é possível identificar comportamento inapropriado da enunciadora, mesmo assim, confessa-se culpada.

Segundo Foucault (1988) a prática da confissão ganha força após a Contrarreforma, movimento caracterizado pela reação da Igreja Católica à Reforma Protestante, a fim de não perder fiéis. A confissão torna-se um sacramento, deriva da palavra latina *sacramentum* que significa, etimologicamente, algo que santifica. Logo, para obter a santidade e alcançar o perdão

<sup>42</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022.

dos pecados o fiel deveria revelar ao sacerdote os seus erros. O Sacramento da confissão surge como um exame de si, falar sobre seus desejos, atitudes e pensamentos. Era uma prática imposta pela Igreja Católica para purificação dos pecados.

O modo confessional reflete em diferentes situações atuais, seja na relação médico/paciente, psicólogo/paciente, mãe,pai/filhos, entre amigos e está presente nas redes sociais, confessar ao outro seus medos, angústias, sentimentos é uma forma do sujeito político aproximar-se da instância cidadã e dramatizar seu discurso.

Retornamos ao enunciado “Eu preciso fazer alguma coisa, eu preciso transformar essa culpa de ‘Porque eu fui escolhida. Porque eu tive sorte. E meus vizinhos e meus amigos e meus familiares e essas pessoas não. É... Em uma retribuição” do qual emerge o imaginário social de culpabilidade e redenção, sendo esta última alcançada mediante o trabalho: “então eu vou lutar para que mais pessoas tenham dignidade. E isso, obviamente, se traduz 100% no meu trabalho de hoje.”

Todavia, o trabalho apontado pela enunciadora assume características de doação, pois é associado a uma forma de retribuição e quando analisamos as imagens que acompanham o enunciado verbal verificamos que fazem referência tanto ao trabalho no Congresso como a um trabalho assistencial, como verificamos a seguir:

**Figura 23 – Ethos de humanidade**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022.

Na primeira imagem verificamos a enunciativa em um ambiente que aparenta ser o Congresso, o microfone sugere que a parlamentar pode estar em uso da palavra. Na segunda imagem a enunciativa está com uma cesta básica nas mãos, com uma pessoa ao fundo, em segundo plano na imagem, o que transmite a mensagem de estar em uma ação de distribuição de cestas básicas.

A distribuição de cestas básicas não é uma atribuição de um Deputado Federal, que tem como responsabilidade legislar, fiscalizar o Governo Federal e representar a população. Portanto, a enunciativa ao abordar o trabalho que exerce como uma retribuição coloca-o em uma perspectiva filantrópica, de generosidade e caridade, logo, remete, novamente, ao imaginário religioso que emerge pela culpa e redenção. Depreende-se que somente haverá redenção do sentimento de culpa se a enunciativa colocar-se a serviço do outro, o trabalho assume um caráter de missão, um tom sagrado. O trabalho é construído discursivamente no *corpus* como um sacerdócio, que reflete não sobre o salário ou como atividade do cargo, mas como uma realização de um propósito.

Na figura 23 ao enunciar “E isso, obviamente, se traduz 100% no meu trabalho de hoje.”, assume um *ethos* de humanidade; o trabalho da enunciativa é conduzido pelo olhar atento às necessidades do próximo, demonstra sentimento de “compaixão para com aqueles que sofrem” (CHARAUDEAU, 2018, p.148).

Ademais, ao analisar as imagens verificamos que o trabalho da parlamentar é referenciado tanto no Congresso Nacional, uma vez que a primeira imagem nos sugere isso e no trabalho assistencial, de levar cestas básicas a quem necessita. Há no imaginário social a veiculação do político às ações como a doação, seja de alimentos, remédios, roupas, brinquedos, chocolates em época da celebração da Páscoa etc.

Logo, por meio das duas imagens a parlamentar aciona a representação do político em ambiente formal do Congresso Nacional, votando leis, em trabalho burocrático, mas ao mesmo tempo, não abandona o imaginário social do político em meio à população em ações assistenciais. Muitas das imagens que compõem a parte visual do vídeo, associam-se ao tradicionalismo do imaginário político: cercado de crianças, abraçado e conversando com eleitores, em ação de distribuição de cestas básicas, conforme verificamos a seguir:

Figura 24 – *Ethos* de solidariedade



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral<sup>44</sup>

As imagens compõem o enunciado “[eu preciso transformar essa culpa] em uma retribuição, do tipo, então eu vou lutar para que mais pessoas tenham essas oportunidades, para que as pessoas tenham dignidade” que reverbera o *ethos* de solidariedade, de alguém que se põe como instrumento de ajuda ao próximo, visto que enuncia a partir de um sentimento de retribuição.

Na fé cristã é recorrente discursos que abordam a necessidade do fiel ser instrumento da ação de Deus na vida de outras pessoas, identificamos na biografia de santos católicos ações de doação ao próximo, exemplos de abnegação e uma vida dedicada a fazer o bem aos mais frágeis. A enunciativa ao abordar suas ações sob o viés da retribuição e da construção da dignidade aos

<sup>44</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/p/CbkjyMBDiG2/?hl=pt-br> Acesso em: 25 jul. 2022.

que não a têm, constrói a imagem de seu trabalho como benevolência, altruísmo, um bem maior que não cabe remuneração.

Para Charaudeau (2018, p.164) “Todo movimento de solidariedade passa por um processo de identificação de um grupo por meio de uma ideia, um valor”, portanto, há um movimento identitário na base do *ethos* de solidariedade. A enunciativa utiliza-se da sua identidade social, uma jovem de origem socioeconômica vulnerável, que possui familiares, amigos e vizinhos que não conseguiram obter condições adequadas de estudo, e estabelece uma identificação com tal grupo, pois possuem as mesmas raízes sociais. “O *ethos* de solidariedade faz do político um ser que não somente está atento às necessidades dos outros, mas que as partilha e se torna responsável por elas.” (CHARAUDEAU, 2018, p.163), a enunciativa é uma mulher política que assume um compromisso com a instância cidadã, mas o faz de forma a construir uma imagem de altruísmo, de quem se coloca a serviço do próximo, como instrumento para a concretização de uma ação maior.

Como já mencionamos, o *corpus* desenvolve-se segundo traços de um relato pessoal, que traz a subjetividade da enunciativa, o que nos revela um modo do sujeito colocar-se em cena, percebemos que o discurso utiliza-se da enunciação elocutiva, que não implica o interlocutor e expressa seu ponto de vista. Distinguimos algumas categorias elocutivas no discurso:

- A enunciativa inicia seu discurso com uma *Declaração*: “**A educação mudou a minha vida**, de uma forma muito específica, mas foi a educação”, que se desdobra segundo uma *Confissão*, que conforme Charaudeau (2019a) caracteriza-se pela revelação de um saber e o reconhecimento de uma culpa. O EUE declara a mudança de vida advinda da educação e em seguida confessa a culpa sentida em decorrência deste mesmo fato.
- Percebemos o sentimento de culpa no enunciado “**Eu preciso** fazer alguma coisa, **eu preciso** transformar essa culpa.” Observa-se a categoria de *Obrigação*, a enunciativa, tomada por um sentimento de culpa, coloca-se na obrigação de agir. Conforme Charaudeau (2019a) podemos classificá-la em uma *obrigação interna*, que depende apenas do locutor e assume uma característica de ordem moral, em nome de um valor ético.
- Ao indagar-se sobre os motivos de ter tido sorte e haver sido escolhida enquanto outras pessoas não, a enunciativa postula um jogo entre *Saber e Ignorância*. “**Porque** eu fui escolhida. **Porque** eu tive sorte. E meus vizinhos e meus amigos e meus familiares **e**



essas pessoas não.” A enunciadora sugere não saber os motivos de ser ela e não outra pessoa a vivenciar as experiências de uma educação transformadora.

- A categoria de *Promessa* revela-se no enunciado “então eu vou lutar para que mais pessoas tenham essas oportunidades, para que as pessoas tenham dignidade.” A promessa estabelece um compromisso assumido pela enunciadora de fazer algo. Embora não haja no enunciado uma categoria mais explícita referente à promessa, ressalta-se que o enunciado está vinculado a um discurso político, no qual as promessas de campanha, de trabalho parlamentar, são frequentes e necessárias para persuadir o eleitor sobre o possível desejo e compromisso do político em realizar suas propostas.
- Por fim, no enunciado “E isso, obviamente, se traduz 100% no meu trabalho de hoje” há a categoria de *Constatação*, ou seja, o reconhecimento pela enunciadora que o desejo de retribuição, decorrente do sentimento de culpa, perpassa por todo o seu trabalho.

Concerne dizer que emerge por meio da enunciação elocutiva categorias modais que constataam a vinculação do *corpus* ao imaginário sociodiscursivo religioso. Inicia-se com uma Declaração/Confissão, associada a uma obrigação de fazer ligada ao campo dos valores éticos e morais, ou seja, um colocar-se a serviço do outro, o que resulta em uma promessa de retribuição, de mostrar-se generosa e atenta às necessidades dos mais oprimidos.

Podemos inferir que características relacionadas à doação pessoal e cuidado ao próximo são associados à mulher e estão arraigadas nos imaginários circulantes na sociedade, encontramos representações sociais da mulher advindas de heranças patriarcais que se refletem nos valores de crença perpetuados ao longo do tempo, ou seja, o papel maternal, atenta às necessidades do próximo, religiosa. Embora Amaral seja uma mulher jovem, solteira, que possui uma profissão, os sentidos que circundam seu discurso geram tais associações, haja vista que se refere a um trabalho em forma de retribuição, doação, o qual não está socio-historicamente correlacionado ao homem, a este vincula-se *status* de poder, liderança e chefia.

As modalidades elocutivas identificadas colaboram para a construção da imagem da enunciadora, o *ethos*, vinculado à identidade discursiva. Conforme Charaudeau (2018, p. 87) o *ethos* político deve “mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados, uma vez que deve atingir o maior número, em nome de uma espécie de contrato de reconhecimento implícito”.

Como observamos anteriormente o *post* perpassa pelo imaginário sociodiscursivo da culpabilidade e redenção, esta última sendo alcançada por meio da execução de um trabalho

visto como missão, uma vocação. Historicamente foram estabelecidos laços entre educação e religião, especialmente em relação à mulher.

A educação assumiu ares de sacralidade, incumbiu-se da função de expansão da fé católica durante o Brasil Império, o ensino religioso se fez presente nas grades curriculares das escolas públicas brasileiras, de forma obrigatória ou facultativa aos alunos, mas presente. Durante anos algumas ordens religiosas femininas assumiram a educação de meninas órfãs ou daquelas com poucos recursos financeiros. Filhas de grupos sociais privilegiados eram educadas em casa ou em escolas religiosas, preparadas para o casamento e para o cuidado do lar e da família que viriam a formar; a educação feminina era compreendida a partir de uma sólida formação cristã.

A enunciadora ao evocar imaginários de culpabilidade ao abordar a temática da educação passa por valores de crença infiltrados na sociedade: a educação como algo sagrado e a mulher na condição secundária, aquela que está para amparar o percurso do homem, ser a coadjuvante, mas nunca a protagonista. As representações sociais ideais do político amparam-se na figura masculina, o ambiente político não está como lugar natural da mulher, mesmo hoje, são minoria na cena política; desde a Proclamação da República, em 1889, o Brasil teve 38 presidentes, destes apenas uma mulher, Dilma Rousseff, mesmo nos demais cargos como de deputado, senador, vereador, governador, prefeito, o domínio é masculino.

Conforme efeito de sentido gerado no *corpus* analisado, a mulher que se sobressai acaba por sentir-se culpada, pois a visibilidade não é um lugar que socio culturalmente lhe pertença; ademais a enunciadora endossa um aspecto feminino posto socialmente: o sentimento de doação, pois poderia ter abordado a questão da ausência de educação de qualidade, sob um viés de indignação, de denúncia, de análise crítica pela perspectiva da Ciência Política, área de formação que a locutora possui, mas o fez a partir de um sentimento de culpa, coloca-se como uma “Eva” que comeu do fruto proibido e teve os olhos abertos para o conhecimento, é o imaginário da culpa originária da mulher, a quem não seria permitido deter mais conhecimento que o homem.

Percebe-se que o *corpus* é constituído por *ethé* de identificação: inteligência, culpa, humanidade e solidariedade. O *ethos* de culpa mesmo não elencado por Charaudeau (2018) entre o grupo de *ethé* de identificação, classificamo-lo como tal, pois advém de uma característica sentimental, extraídos do afeto social.

Os *ethé* de identificação amparam-se em alguns valores socialmente dados, como os imaginários sociodiscursivos da superação pessoal, da garota prodígio da periferia, do poder transformador da educação, como se apenas a educação por si só pudesse mudar a realidade



social de alguém. Não estamos negando a importância da educação, reconhecemos seu valor, mas o acesso à educação é apenas um dos fatores que garantem uma cidadania plena à população, é necessário o acesso a uma saúde de qualidade, moradia, saneamento básico, emprego, lazer, dentre outras políticas públicas de acesso à direitos.

Ademais, os *ethé* que emergem do *corpus* estão vinculados ao discurso religioso, como o sentimento de culpa, arrependimento, retribuição, humanidade, sendo a religiosidade uma das características associadas ao imaginário de político ideal, temente a Deus, que pensa no bem do cidadão, porém a enunciadora o aciona do lugar da mulher que se confessa culpada e para obter a absolvição põe-se a serviço do próximo, transforma seu fazer político em um ato de redenção.

Dessa forma, condensamos o *ethé* da enunciadora do *corpus* publicado em 26/03/2022 conforme a tabela:

**Figura 25 – Ethé post 26/03/2022 – Culpabilidade e Redenção**

<b>Identidade Social</b>	<b>Ethos - Imagem discursiva</b>	<b>Marcas intradiscursivas</b>	<b>Marcas extra discursivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulher</li> <li>• Jovem</li> <li>• Periférica</li> </ul>	Inteligência	Imagens com várias medalhas, vestida com uma camiseta escrita “Bicho 2012” e com o rosto pintado com a sigla USP e foto com o moletom da Universidade de Harvard.	Os conhecimentos prévios sobre a locutora acionados pelo interlocutor: ganhadora de olimpíadas do conhecimento, graduada em Ciência Política e Astrofísica pela Universidade de Harvard.
	Culpa	“Eu preciso fazer alguma coisa, <i>eu preciso transformar essa culpa...</i> ”	Imaginários sociodiscursivos atribuídos às mulheres: figura de Eva (culpa), o homem na figura de poder e comando, o lugar social atribuído à mulher, como o lar, à margem de posições de decisão.
	Solidariedade	“[eu preciso transformar essa culpa] em uma <i>retribuição</i> , do tipo, então <i>eu vou lutar para que mais pessoas tenham essas oportunidades, para</i>	Imaginários sociodiscursivos atribuídos à mulher como atenta ao bem estar do próximo, sensibilidade, doçura.

		<i>que as pessoas tenham dignidade”</i>	
	Humanidade	“E isso [ <i>lutar para que as pessoas tenham oportunidades e dignidade</i> ], obviamente, <u><i>se traduz 100% no meu trabalho de hoje.</i></u> ”,	Imaginários sociodiscursivos da imagem ideal da mulher, trabalha com o “coração” e não com a racionalidade, sendo o sentimentalismo característica associada à mulher.

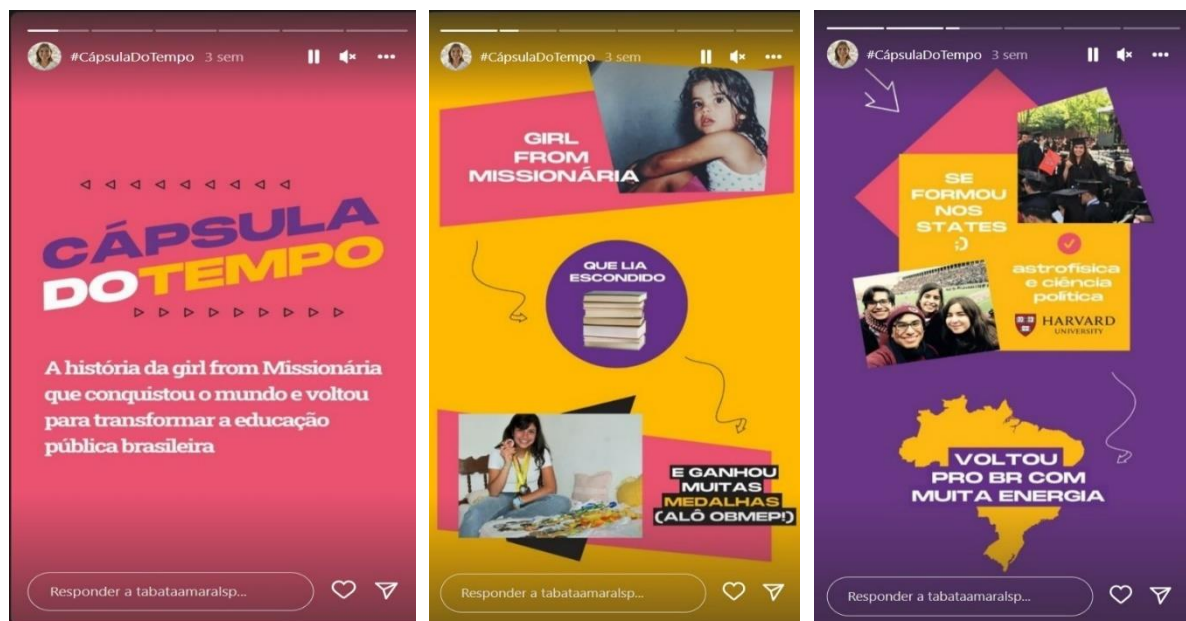
Fonte: elaborado pela autora

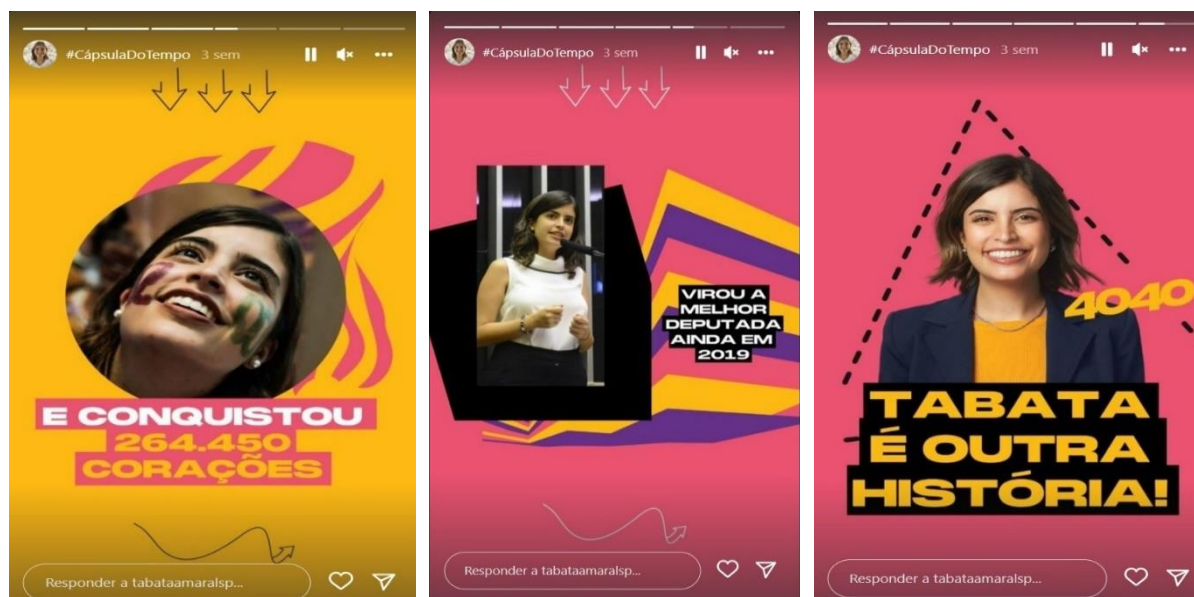
A seguir analisaremos um segundo *post* também do ano de 2022, publicado durante o período de campanha eleitoral.

### 6.5.2 - *Girl from Missionária*

Amaral em sua candidatura à reeleição para o cargo de Deputada Federal pelo Estado de São Paulo, apresenta uma campanha no *Instagram* intitulada *Girl from Missionária*, a qual reproduzimos a seguir:

**Figura 26 - *Girl from Missionária***





Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaral.sp<sup>45</sup>

A campanha foi publicada nos destaques do *Instagram* da parlamentar no mês de Agosto de 2022, o *post* não especifica o dia. Os destaques são recursos que se encontram abaixo da *bio* (perfil) do usuário da plataforma digital e possibilitam deixar os *stories* salvos na conta, por prazo indeterminado.

Identifica-se que o EUC constitui para si um EUE heroína, conforme podemos observar a partir dos traços atribuídos ao herói. Segundo Campbell (1997), o percurso padrão do herói é composto por um ritual de passagem, caracterizado pela separação-iniciação-retorno, processo no qual o herói vence os obstáculos e finaliza a sua aventura de forma positiva “Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes.” (CAMPBELL, 1997, p. 18)

É possível identificar tal percurso na campanha eleitoral *Girl from Missionária*, a separação ocorre quando a enunciadora deixa o Brasil com destino aos Estados Unidos para cursar Astrofísica e Ciência Política em Harvard, há, por conseguinte, a iniciação de um processo de aprendizado por meio da universidade, de “conquista do mundo”, conforme afirmado pela enunciadora; posteriormente, há o retorno para o país de origem “voltou pro BR com muita energia”.

<sup>45</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso em: 08 set. 2022.

Conforme trajetória do herói descrita por Campbell (1997), verificamos no *corpus* a alusão a uma heroína, cuja situação inicial, ou seja, seu mundo cotidiano, é apresentada pelos enunciados “lia escondido” e “ganhou muitas medalhas”, mas que inicia uma jornada em “outros mundos”, ou seja, quando muda-se para os Estados Unidos, onde adquire inúmeros conhecimentos, o que podemos comparar aos “prodígios sobrenaturais” citados pelo autor, os quais fornecem à enunciativa forças fenomenais, isto é, a aprendizagem advinda de seus estudos, que poderá beneficiar a instância cidadã, fato comprovado no *corpus* pelo enunciado “voltou para transformar a educação pública brasileira.”

Podemos pressupor que o TUD eleitor idealizado, corresponda a um eleitor jovem, devido às construções linguísticas empregadas como “alô OBMEP” e “se formou nos States”, palavras como “alô” e “States” esta última, uma gíria em referência aos Estados Unidos, linguagem associada à juventude.

Outra estratégia utilizada pela enunciativa que nos leva a inferir que o TUD seja a projeção de um eleitor jovem é a qualificação “girl from Missionária” em referência ao álbum *Girl from Rio* lançado pela cantora Anitta no ano de 2021, que conta com uma música de mesmo nome. O eleitor jovem, atento às músicas mais reproduzidas nas plataformas digitais, poderá mais rapidamente fazer a associação entre as referências. Vila Missionária é um bairro localizado na zona sul da cidade de São Paulo, local onde o EUC Tábata Amaral nasceu e ainda reside.

Todavia, ao mesmo tempo que se direciona a um público jovem, a enunciativa também projeta um eleitor preocupado com as questões educacionais brasileiras, que prioriza a qualidade do ensino, para tanto, coloca-se como a heroína que fará a transformação na educação pública brasileira.

Nesse sentido, remetemo-nos ao conceito de semiotização do mundo, postulado por Charaudeau ([2005]), o qual nos auxiliará a melhor compreender como o *corpus* veicula a ideia do percurso do herói.

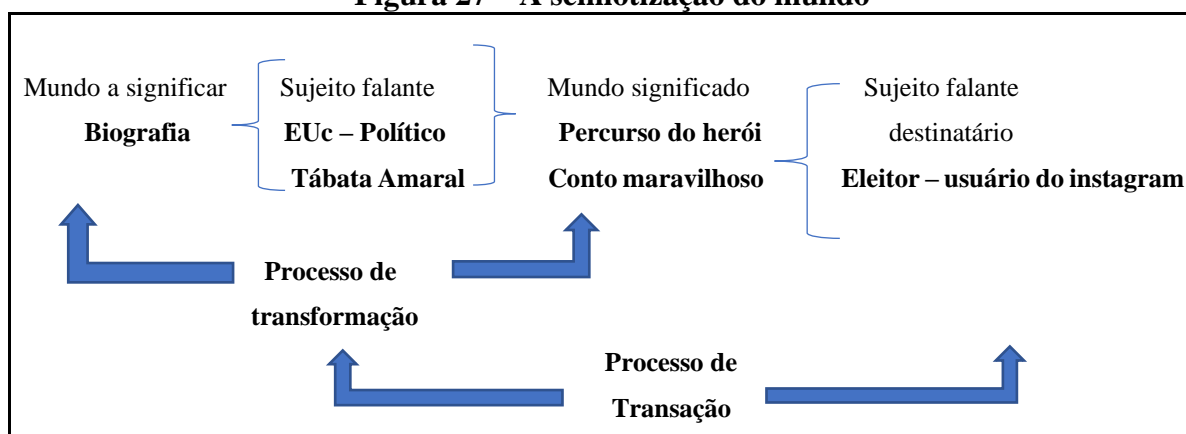
Como já mencionado no Capítulo 2, seção 2.4, a semiotização do mundo é um processo que possibilita passar do mundo significado ao mundo interpretado, a partir dele é possível construir mecanismos para aprofundarmos a compreensão acerca da construção de sentidos estabelecida na situação de comunicação por meio dos sujeitos languageiros.

O processo de semiotização ocorre por meio da transformação e transação, ações interdependentes entre si. No processo de transformação, sob a ação de um EUC, sujeito social, o mundo bruto, a significar, transforma-se em mundo significado, destinado, segundo propósitos do enunciador, para um TUi, ocorrendo o processo de transação, que está voltado

para o interlocutor e para a interação. Ressalta-se que este mundo transformado chega até o TUI a partir de uma visão do enunciador, ele o transforma segundo a sua subjetividade, os sentidos são construídos segundo determinados objetivos do EUC.

O acontecimento bruto, que identificamos ser a apresentação biográfica da parlamentar, é semiotizado pela enunciativa a partir de enunciados que seguem traços do conto maravilhoso, gênero discursivo do qual fazem parte, por exemplo, contos populares e contos de fadas. Descrevemos melhor esse aspecto a partir do quadro seguinte:

**Figura 27 – A semiotização do mundo**



Fonte: Elaborado com base em Charaudeau ([2005])

Como mundo a significar tem-se a biografia do EUC, Tábata Amaral, enquanto investida em uma identidade social de política, candidata à reeleição ao cargo de Deputada Federal, que deve apresentar-se ao eleitor de modo a convencê-lo da sua competência e capacidade em executar ações em prol à sociedade, para tanto, traz dados de sua biografia; cria-se um mundo significado discursivamente, é um mundo mediado subjetivamente pelo EUC.

A partir do processo de transformação a biografia do EUC é apresentada de modo a remeter aos contos maravilhosos. A transformação se dá segundo as operações de identificação, qualificação, ação e causação; no *corpus* em questão tais operações podem ser apresentadas da seguinte forma:

- *Identificação (nomeação do mundo)*: a publicação conta uma história, a qual é transformada em identidade nominal, logo, identifica-se a *Girl from Missionária*, que terá sua história (biografia) contada a partir da subjetividade do EUC.
- *Qualificação (qualificar os seres do mundo)*: O EUC projeta uma imagem de si mesma, por conseguinte, cria-se uma cena enunciativa, na qual a enunciativa é inteligente, afinal, ganhou várias medalhas, é estudiosa (formou-se em Harvard, considerada a

melhor universidade do mundo) e tornou-se a melhor deputada, deste modo apresenta-se de maneira a enfatizar sua possível competência em transformar a educação.

- *Ação (motivo de ser dos seres do mundo)*: A enunciadora apresenta-se com a missão de transformar a educação pública brasileira.
- *Causação (relação de causalidade)*: A enunciadora para estar apta a transformar a educação brasileira necessita do “coração” (voto) do TUi.

Pelo processo de transação, a biografia do EUc é construída em função de como ela imagina a instância cidadã, ou seja, do efeito que deseja produzir no destinatário do ato de linguagem. Portanto, o processo de transação comanda o processo de transformação: o mundo significado assim se torna a partir do tipo de relação que se objetiva instaurar entre os parceiros e do propósito visado no ato comunicativo. O processo de transação fundamenta-se em quatro princípios: alteridade, pertinência, influência e regulação, os quais explicitaremos a seguir no *corpus*:

- *Alteridade (implica a legitimação recíproca entre os parceiros)*: temos um EUc que está em situação de campanha eleitoral, encontra-se legitimada na condição de candidata, a qual coloca em cena um EUe heroína, que busca “salvar” a educação pública brasileira. O EUe idealiza um TUD, e espera que seu destinatário projetado coincida efetivamente com o TUi, sujeito social, que este adira ao seu projeto enunciativo e vote no EUc, todavia o TUi pode aceitar ou não o projeto enunciativo proposto. Pelo princípio de alteridade o EUc produz um discurso com foco no interlocutor.
- *Pertinência (atos de linguagem apropriados ao contexto e à finalidade)*: Tem-se um contrato de comunicação político instaurado, pelo qual objetiva-se apresentar o EUc, suas propostas, ideias, por quais pautas trabalhará, portanto atende à condição de pertinência. Tal princípio vincula-se à estratégia de credibilidade, a qual é acionada pela enunciadora a partir de fotos e dados pessoais, a fim de contribuir para a imagem (*ethos*) que o EUe deseja construir, ou seja, alguém premiada, competente, que detém o saber fazer necessário à transformação da educação pública. O princípio da pertinência considera os saberes partilhados entre os sujeitos, a fim de que seja construída uma significação, para que o contrato de comunicação se concretize.

- Por fim, há a condição de captação que abrange o princípio de influência, um indivíduo visa influenciar o outro, do ponto de vista emocional ou racional, e o princípio de regulação, pelo qual os parceiros buscam regular, equilibrar a troca comunicativa. Dentro do contrato de comunicação político o princípio de influência é conduzir a instância cidadã a aderir ao projeto enunciativo do político e materializar tal adesão em forma de voto. Visando obter sucesso em tal objetivo o EUE regula o jogo de influências a partir das estratégias do contrato de comunicação.

A partir desse duplo movimento, origina-se um mundo significado, construído discursivamente segundo estratégias que visam comunicar ao destinatário e, para constituir significação, os parceiros precisam ter valores, crenças, imaginários sociodiscursivos compartilhados.

Como mencionamos anteriormente, há a construção de uma cena enunciativa similar aos contos fantásticos, que nos remete ao trajeto do herói. O pesquisador russo Vladimir Propp propôs um estudo da morfologia do conto maravilhoso, ao estabelecer funções típicas das personagens, para o teórico “o conto maravilhoso atribui frequentemente ações iguais a personagens diferentes” (PROPP, 2006, p. 21).

Propp (2006) menciona as funções típicas das personagens do conto maravilhoso, dentre tais funções estão as que tratam da figura do herói e suas ações características, das quais destacamos algumas:

*I) Impõe-se ao herói uma proibição;*

*II) A proibição é transgredida;*

*III) O herói deixa a casa;*

*IV) O herói é submetido a uma prova; a um questionário; a um ataque etc., que o preparam para receber um meio ou um auxiliar mágico;*

*V) O meio mágico passa às mãos do herói;*

*VI) Regresso do herói;*

*VII) O herói é reconhecido.*

Propp (2006) cita cerca de 38 funções características das personagens do conto maravilhoso, dentre as quais aludimos as sete destacadas anteriormente, uma vez que as identificamos no *corpus* analisado e são referentes à figura do herói.

Vejamos mais detalhadamente como tais funções se desdobram na campanha política publicada no *Instagram* de Tábata Amaral:

- I) *Impõe-se ao herói uma proibição*: “Girl from Missionária que lia escondido”, o ler escondido revela uma proibição imposta à enunciativa. Ao recuperar circunstâncias da vida pessoal do EUC, fatos ligados à biografia do sujeito social, obtemos dados que, por ser oriunda de uma família de vulnerabilidade social, o EUC possuía pouco tempo para estudar, uma vez que ajudava a família nas tarefas domésticas e em atividades voltadas para subsidiar o orçamento familiar. Logo, a restrição imposta que o EUC relata era relativa à educação.
- II) *A proibição é transgredida*: além da leitura realizada de forma escondida, o EUC ganha muitas medalhas nas competições da OBMEP, a transgressão é o estudo.
- III) *O herói deixa a casa*: “Se formou nos States”, O EUC deixa o Brasil e vai cursar uma graduação na Universidade norte-americana de Harvard, considera a melhor do mundo.
- IV) *Retorno do herói*: “Voltou pro BR com muita energia”, após a conclusão da graduação o EUC retorna ao Brasil.
- V) *O herói é submetido a uma prova; a um questionário; a um ataque etc., que o preparam para receber um meio ou um auxiliar mágico*: a prova a qual o EUC é submetida é a eleição de 2008, recebendo o que poderíamos nos referir como “auxiliar mágico”, ou seja, o poder de representar a população no Congresso Nacional.
- VI) *O meio mágico passa às mãos do herói*: No *corpus* há dois momentos que podemos inferir que o meio mágico é alcançado pela heroína, o primeiro é o conhecimento que chega por meio dos estudos e o segundo é o poder exercido por meio do mandato ao cargo de Deputada Federal, uma vez que “conquistou 264.450 corações” ou seja, foi eleita com 264.450 votos.
- VII) *O herói é reconhecido*: “Virou a melhor deputada ainda em 2019” enunciado que remete ao Prêmio Congresso em Foco de 2019, o qual foi vencido por Amaral na categoria “Melhores Deputados”.

Portanto, há uma estrutura similar ao conto maravilhoso a partir das funções (ações) desempenhadas pela enunciativa, que constrói para si a figura da heroína. Não há no *corpus* analisado todas as funções descritas por Propp e não aparecem na mesma sequência, uma vez que não se trata de um conto maravilhoso, mas de um discurso político que se apropria de algumas ações do herói, descritas pelo teórico russo.

Segundo Campbell (1997, p. 21) “Tipicamente, o herói do conto de fadas obtém um triunfo microcósmico, doméstico, e o herói do mito, um triunfo macrocósmico, histórico-



universais”, a enunciativa caracteriza-se como uma heroína de conto de fadas, cujos triunfos celebrados são realizados no microcosmo da educação e no microcosmo da política.

Percebe-se, portanto, que o EUE semiotiza a sua biografia, apropriando-se do imaginário sociodiscursivo do herói, amplamente difundido na sociedade, aquele que é salvador, que solucionará sozinho os problemas e os males que afligem a sociedade, como demonstra o enunciado “A história da girl from Missionária que conquistou o mundo e voltou para transformar a educação pública brasileira”.

A enunciativa se faz valer, novamente, do *páthos* como forma de captação, ao constituir sua biografia nos moldes dos contos de fadas, acionando a figura da heroína que passa por privações, mas que ao final do trajeto sai vitoriosa do percurso. Mais uma vez, utiliza-se de fotos pessoais para contar sua história, logo, o discurso verbal e imagético presentes no *corpus* se amalgamam e visam refletir emoções e sentimentos positivos na instância cidadã, visto que esses são objetivos dos contos de fadas, trabalhar no leitor, especialmente em crianças, aspectos emocionais do cotidiano. Desse modo, a instância cidadã é levada a identificar-se com a enunciativa, a tê-la como inspiração, exemplo de virtude e superação.

Ademais, a própria qualificação que a enunciativa se atribui reforça a imagem de missão, a *Girl from Missionária*, cuja construção linguística em inglês nos reporta que Missionária é o local de origem do EUE, porém no contexto analisado, é passível a associação com missão, ou seja, garota que detém uma missão, entendido como uma tarefa sagrada: transformar a educação pública.

A heroína é aquela que detém uma missão, há uma jornada a ser percorrida, uma história a ser contada, a enunciativa inicia seu discurso a partir da nomeação de *Capsula do Tempo*, que consiste em um objeto preparado para armazenar por longo tempo diversos itens como fotos, cartas, artigos pessoais e outros dados que possam ser encontrados pelas gerações futuras, de forma a fornecer informações sobre as pessoas, costumes, anseios de outros tempos. Logo, a enunciativa deseja ficar marcada na história, ser lembrada para além da sua época, características que nos remetem à heroína.

O enunciado “Tábata é outra história”, que finaliza o discurso, nos faz questionar se é realmente outra história. Há, de certa forma, alguma ruptura com imaginários sociais ligados à mulher, que não se apresenta como alguém passivo, uma princesa a ser ajudada, mas constrói uma imagem de si associada ao heroísmo, mas ao mesmo tempo é aquela que não obtém votos, mas “conquista corações”, que nos remete ao afeto, amor, carinho, imagem tradicionalmente associada à mulher.

As cores utilizadas no *corpus* são predominantemente rosa, roxo e amarelo, cores vibrantes, conforme Heller (2013) a cor rosa remete à docilidade, delicadeza, sensibilidade, sentimentalidade, gentileza; o roxo ou violeta simboliza a magia (cores de magos e bruxos eram retratadas na cor violeta), a vaidade, sensualidade, intelecto. Na Antiguidade era a cor do poder, daqueles que governavam, mas também é a cor que representa o movimento feminista. A cor amarela simboliza o sol, a luz, o ouro, o otimismo.

Logo, as interações cromáticas apresentadas no *corpus* podem se comunicar melhor com os públicos jovem e feminino, pois conferem uma identificação com esses grupos, são meios de proporcionar estímulos e sensações. O *corpus* remete tanto ao rosa, socialmente relacionado à feminilidade, como o violeta, cor do feminismo e traz a vibração e a vivacidade do amarelo.

Portanto, a história da *Girl from Missionária* é a que se acha digna de ser imortalizada em uma capsula do tempo, rememora o percurso da heroína, traz uma missão nobre: a de transformar a educação pública brasileira, a mulher que embora livre, que “conquistou o mundo”, retorna e se coloca à serviço do próximo.

Após compreender quais imaginários sociais irrompem no *corpus*, passaremos à análise da constituição do *ethos* da enunciadora na publicação *Girl from Missionária*. Verificamos, inicialmente, a construção do *ethos* heróico, conforme imagem a seguir:

**Figura 28 – Ethos Heróico**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso em 08 set. 2022.

Conforme discutimos anteriormente a publicação constitui-se segundo o percurso do herói, com funções típicas associadas à enunciativa. O enunciado inicial do *corpus* já nos sugere a constituição do *ethos* heróico, pois a enunciativa “conquistou o mundo e voltou para transformar a educação pública brasileira.” Há uma missão a ser cumprida, que assume contorno de valores éticos e morais, assim como o trajeto do herói, em prol de terceiros. A realidade educacional pública brasileira é tão complexa e ampla, cada cidade com suas características e problemáticas, mas a enunciativa assume a posição de salvadora, aquela que afirma ter o poder de transformar uma realidade ampla, heterogênea e complexa como a educação pública brasileira.

Podemos identificar também um *ethos* de juventude, pois *Girl from Missionária* associa-se a uma música da cantora de funk Anitta intitulada *Girl from Rio*, lançada em 2021. O título da música de Anitta foi inspirado na música Garota de Ipanema, lançada em 1962 e composta por Antônio Carlos Jobim. A enunciativa busca construir uma imagem de si que possa “conversar” com os eleitores jovens, que talvez, conheçam a canção de Anitta, e, desse modo, afastar-se da rigidez e da seriedade que cerca o imaginário do político.

**Figura 29 - Ethé de inteligência e Potência**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso 08 set. 2022.

Pressupomos que a enunciadora infringia a proibição de “não ler” ou “ler menos” ou ainda “não ler agora” imposta, possivelmente, por algum responsável quando ainda criança, pois o enunciado “que lia escondido” está vinculado cronologicamente, conforme apontam as setas, à foto da enunciadora quando criança. Associada à foto de adolescente está o enunciado “E ganhou muitas medalhas (Alô OBMEP)”, em seguida “Se formou nos States, Astrofísica e Ciência Política”, com o brasão da Universidade de Harvard logo abaixo do enunciado e fotos que remetem a esse período, entre outros jovens e com a beca de colação de grau.

Verifica-se que a enunciadora, tanto na publicação *Girl from Missionária* como nas analisadas anteriormente, marca recorrentemente a formação pela Universidade de Harvard, desse modo, constitui uma ideia de colonialidade, dando ênfase a um percurso que foi construído no exterior e, de tal modo, cria o efeito de sentido de ser melhor, com maior destaque e prestígio do que um trajeto educacional realizado no Brasil.

O termo colonialidade repousa sobre concepções históricas e de formação nacional da América Latina. Segundo Quintero, Figueira e Elizalde (2019), estudos decoloniais revisitam questões de poder e modernidade, dentre elas citamos o estabelecimento de relações assimétricas de poder ao longo da história, de uma dominação eurocêntrica como forma específica de produção de conhecimento, de cultura, de subjetividades, com a existência da subalternidade dos povos dominados.

Dessa forma, questões como a conquista da América, a estruturação do poder por meio do colonialismo, a visão eurocêntrica como modelo de modernidade e de cultura pressupõem a “existência de uma matriz colonial de poder na trama social que constitui a história da América Latina, um sistema ordenador e cumulativo das relações sociais e da disposição do poder.” (QUINTERO; FIGUEIRA; ELIZALDE, 2019, p. 6) Mesmo com a emancipação da América Latina no século XIX o pensamento colonial e seus princípios ainda refletem e ordenam essas sociedades.

Dentre as formas de submissão colonial encontramos uma dependência histórico-estrutural e cultural em relação aos países europeus, como forma de ditar o que é literatura, cultura, arte, pesquisa, ciência etc. Importante ressaltar a diferença entre colonização e colonialidade, o primeiro diz respeito a um processo histórico, que do ponto de vista legal, encerrou-se, o segundo é um rastro de desigualdade social deixado pela colonização.

Quintero, Figueira e Elizalde (2019) tratam da colonialidade da América Latina pela Europa, mas podemos relacionar tais traços de comportamento colonial na enunciadora do nosso *corpus* que busca constantemente referência em uma universidade norte americana de

renome para mobilizar estratégias de legitimação por formação, o que lhe dará credibilidade junto à instância cidadã e no próprio Congresso.

O percurso da heroína é marcado pela saída do Brasil, pela graduação realizada nos Estados Unidos e pelo retorno para o país de origem para “transformar a educação pública”, houve uma busca do objeto mágico (conhecimento/estudo) fora do país, há uma colonialidade do saber, que não foi buscado na Europa, mas em um país desenvolvido social e economicamente, considerado o mais rico do mundo.

Percebe-se que a enunciativa constrói uma trajetória que projeta seu destaque na educação, que a vincula da infância à idade adulta, já graduada, a um interesse pelos estudos: há um prazer pela leitura, ainda na infância, ganhadora de muitas medalhas em competições de matemática na adolescência e universitária em Harvard.

Na segunda imagem da figura 29 é possível identificar também o *ethos* de potência “Voltou pro BR com muita energia”, a enunciativa constrói-se como alguém que detém ânimo, vigor, coragem, entusiasmo em realizar algo.

Na figura 30 é possível distinguir o *ethos* de cativante:

**Figura 30 – Ethos cativante**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>48</sup>

<sup>48</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso em: 08 set. 2022.

A enunciadora afirma que “conquistou 264.450 corações” em referência ao número de votos que obteve nas eleições de 2018, conquistar corações remete a encantar, ao carinho, cativa-se o outro pela gentileza, para adentrar um coração é necessário oferecer amor. A enunciadora, nesse sentido, não conquistou pela razão a opinião da instância cidadã, mas conquistou pelo coração.

Nesse recorte do *corpus* percebe-se que, a partir da necessidade da enunciadora estabelecer um vínculo com seus eleitores, liga-se à imagem tradicional da mulher, que constitui o imaginário sociodiscursivo feminino: carinhosa, que desperta admiração e assim cativa aqueles que estão a sua volta.

**Figura 31 – Ethos de competência**



Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>49</sup>

A locutora assumiu seu primeiro mandato em 2019 e conforme enunciado “Virou a melhor deputada ainda em 2019”, ou seja, no seu primeiro ano de exercício no cargo público eletivo ganhou o Prêmio Congresso em Foco como a Melhor Deputada do ano de 2019, portanto, apresenta um *ethos* de competência.

Por fim, o enunciado que encerra a publicação afirma “Tábata é outra história”:

<sup>49</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso em: 08 set. 2022.

**Figura 32 – Ethos de caráter**

Fonte: captura de tela realizada pela autora no *Instagram* @tabataamaralsp<sup>50</sup>

No referido enunciado “outra história” remete ao imaginário negativo que cerca a imagem do político: não confiável, associado à corrupção, que ingressa na política em nome de dinheiro e poder, que trabalha em benefício próprio e não da população, despreparado para ocupar o cargo. A enunciadora não estaria vinculada a esta história, mas é alguém que ao longo do *corpus* foi constituindo uma imagem positiva de si, que não se associa ao tradicionalismo da imagem política, mas como diferente: jovem, inteligente, potente, cativante, competente, uma heroína apta a transformar a educação brasileira.

Com a enunciadora no Congresso, a história associada ao político seria diferente, pois ela refletiria o *ethos* de caráter, vinculado, conforme Charaudeau (2018) a uma força de espírito, que pode se caracterizar em uma “força tranquila” associada à “tenacidade combativa daquele que jamais abandona seus compromissos e a vontade de vencer, a confiança em si daquele que calcula e faz apostas no futuro [...]” (CHARAUDEAU, 2018, p. 142-143).

Portanto, podemos apresentar o *ethé* constituído pela enunciadora no *corpus* *Girl from Missionária* segundo a seguinte tabela:

<sup>50</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/stories/highlights/17972373808674944/> Acesso em: 08 set. 2022.

Figura 33 – *Ethé Girl from Missionária*

Identidade Social	Ethos - Imagem discursiva	Marcas intradiscursivas	Marcas extra discursivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulher</li> <li>• Jovem</li> <li>• Periférica</li> <li>• Candidata à reeleição ao cargo de Deputada Federal</li> </ul>	Heroína	“A história da girl from Missionária que <u>conquistou o mundo e voltou para transformar a educação pública brasileira</u> ”	História prévia de superação da locutora, oriunda do bairro periférico de Missionária/São Paulo, estudou nos Estados Unidos.
	Juventude	Expressões usadas tipicamente por jovens:  “ <u>Alô</u> OBMEP”  “Se formou nos <u>States</u> ”	Os sentidos de <i>Girl from Missionária</i> (remete à musica da cantora Anitta)  Cores vivas e chamativas (rosa, amarelo e violeta)
	Inteligência	“ <u>Lia escondido</u> ”  “ <u>Ganhou muitas medalhas</u> ”	Brasão da Universidade de Harvard presente no enunciado, o sentido decorre do interlocutor saber que a locutora graduou-se na melhor faculdade do mundo.
	Potência	“Voltou pro BR <u>com muita energia</u> ”	Associa-se à juventude da locutora e a seu primeiro mandato, em um sugestivo desejo ter seu trabalho reconhecido.
	Cativante	“E <u>conquistou 264.450 corações.</u> ”	Imaginários sociodiscursivo atribuído à mulher de docilidade, meiguice, amorosidade etc.
	Competência	“Virou a <u>melhor deputada</u> ainda em 2019”	Prêmio Congresso em Foco recebido pela parlamentar como melhor Deputada.
	Caráter	“Tábata é outra história!”	Imaginários sociodiscursivos referentes ao político: corrupto, não confiável, busca poder etc. A enunciadora ao afirmar que ela é “outra história” recupera na memória social a



			imagem estereotipada do político e leva o destinatário a inferir que ela é diferente, é íntegra e de caráter.
--	--	--	---

Fonte: elaborado pela autora

Verifica-se, portanto, que a partir do *ethos* principal (heróico), emerge os demais vinculados a este, é uma heroína que aciona prioritariamente *ethé* de identificação, que, segundo Charaudeau (2018) são fundados no discurso do afeto, tradicionalmente associados à mulher. Entre os sete *ethé* identificados no *corpus*, podemos classificar seis como *ethé* de identificação: inteligência, caráter e potência; os *ethé* heróico, cativante e juventude embora não estejam listados por Charaudeau (2018) nas categorias estudadas pelo autor, entendemos que fazem parte do grupo de identificação, pois são orientados a partir de um apelo emocional. Apenas um dos *ethé* pode ser classificado como de credibilidade, o *ethos* de competência.

Logo, tem-se uma heroína construída com traços de afetividade, que coloca o seu agir em função de uma causa maior, é aquela que trabalha com o coração e conquista ao invés do voto o carinho dos eleitores. Ao mesmo tempo, como se trata de um discurso político, deve ter sua imagem associada a traços importantes para o político, como competência, potência, caráter, inteligência, pois do seu fazer político decorrerá ações em prol da população, que deve se ver representada no político eleito.

## 6.6 – Mulheres e política: uma história a ser mudada

Diante dos objetivos da pesquisa e das análises realizadas, podemos verificar que a enunciativa aciona a pauta de gênero em seu discurso, prioritariamente, como uma voz que denuncia a violência sofrida por mulheres e a baixa representatividade feminina na política brasileira. A importância da parlamentar no cenário político é inquestionável, haja vista as pautas pelas quais trabalha, além da educação, sua principal plataforma política, a Deputada foi relatora de projeto que investe mais recursos no combate à violência doméstica e foi uma das vozes mais atuantes para a aprovação da Lei de Combate à Pobreza Menstrual, que prevê a distribuição gratuita de absorventes às mulheres de baixa renda e vulnerabilidade social.

Percebe-se que a enunciativa fala do lugar da mulher que sofre violência de gênero na política, que recebe diariamente, por meio das redes sociais ou no próprio parlamento, ofensas de teor misógino, em uma tentativa de silenciá-la e intimidá-la. Tais ofensas são reflexo de uma

sociedade que delimitou, por muitos anos, o espaço da mulher ao recôndito do lar, cujos assuntos tratados por elas eram a organização da rotina doméstica e o bem-estar da família.

Felizmente as mulheres passaram a ocupar espaços nos mais diferentes ambientes sociais, integram equipes de trabalho em diferentes áreas, ganharam espaço na sociedade, entretanto, ainda há determinados espaços hostis à presença feminina, e um desses espaços é o político. Mesmo com a conquista do direito de votar e serem votadas, as mulheres são sub-representadas na arena política. Temos um Congresso que não é espelho da sociedade brasileira, não representa a diversidade do país, pois é composto por uma maioria branca, masculina, com origem social na classe média ou alta, verificamos poucas mulheres, negros, população LGBTQIA+ e indígenas ocupando esse espaço.

As ofensas sofridas pela parlamentar, conforme Figuras 13 e 14, refletem a sociedade machista e patriarcal na qual estamos inseridos. Tais ofensas são formas de questionar a competência da mulher que foi legitimamente eleita. Encontramos nesse fato raízes históricas, uma das justificativas para que as mulheres (brancas e de classe média) ficassem recolhidas ao lar, ocupando-se de afazeres domésticos, era o argumento de terem inteligência e capacidade inferiores a dos homens, não estando aptas para trabalhos considerados mais complexos. Tal alegação ia ao encontro da premissa que a honra feminina estaria comprometida caso adentrasse o mundo do trabalho.

O argumento, todavia, era a camuflagem encontrada como justificativa para que a sociedade direcionasse as mulheres para a esfera da vida privada. As mulheres tinham como função maior a maternidade, estavam destinadas às prendas domésticas e educação dos filhos, com base na justificativa que “o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornaria os laços familiares mais frouxos e debilitaria a raça, pois as crianças cresceriam mais soltas, sem a constante vigilância das mães.” (RAGO, 2020, p. 585)

Tal argumento encontra reflexo até os dias atuais em nossa sociedade, conforme pudemos perceber no *corpus*, Figuras 13 e 14, que a enunciadora é alvo de ofensas como “vai lavar louça”, “idiota”, “teleguiada”, “burra”, “desqualificada” dentre tantos outros já apresentados e discutidos no Capítulo 6, seção 6.3 - *A violência de gênero na política*. A capacidade feminina está continuamente sendo questionada, colocada em dúvida, ora é nova demais para o cargo, ora velha demais para desempenhar determinadas funções, é ultrajada quando considerada muito bonita ou por não está dentro do padrão de beleza posto socialmente. São inúmeras as formas de tentar desqualificar a mulher por ela ser quem é.

Percebe-se o cerceamento do corpo feminino por meio de ofensas como “safada”, “puta”, “precisa de homem”, “comprar macho”, “isso é carência” dentre outros, os quais

estabelecem um padrão de comportamento ideal feminino: o recato. Um comportamento sexual que desvie do padrão de pudor, automaticamente, desqualificaria a mulher perante a sociedade. Vivemos em um país que prega uma aparente liberdade sexual, porém o controle dos corpos e da sexualidade feminina é re(velado) a partir das ofensas, que denotam características e comportamentos questionáveis perante a sociedade.

Depreende-se que o comportamento feminino ideal é agir com pudor, além da voz feminina, seu desejo também deve ser silenciado. Desse modo, atingir a moral da mulher, por meio de ofensas de teor sexual é uma forma encontrada para invalidar a posição feminina de autoridade, pois ao ter um comportamento considerado desvirtuante, a mulher não teria autoridade para o exercício de um cargo público eletivo.

Nesse sentido, a mulher está permanentemente tendo que se legitimar, reafirmar sua competência, como ocorre com Tábata Amaral. Ofensas como “menininha”, “fedelha”, “garota”, “cara de criança” são formas de questionar a presença da parlamentar naquele ambiente e a posição que se encontra. Amaral sofre ofensas que contestam sua capacidade a partir de sua juventude, tentam colocá-la como inexperiente e inapta para a função parlamentar.

Desse modo, a enunciativa está constantemente utilizando-se de estratégias que lhe conferem credibilidade, recorrendo frequentemente ao seu percurso educacional, aos prêmios recebidos tanto no ambiente acadêmico como no exercício do mandato parlamentar, recorre à citação de artigos científicos, para demonstrar que está atualizada a respeito de pautas importantes, constrói para si *ethé* de inteligência, seriedade e competência, portanto, rememora a figura feminina que está permanentemente reafirmando sua competência e qualificação.

O argumento utilizado para remeter as mulheres ao ambiente doméstico, justificado segundo a necessidade do cuidado com os filhos e fortalecimento dos laços familiares, emerge, hodiernamente, em formato de culpa. Pelo *corpus* analisado, apreendemos o imaginário sociodiscursivo da culpabilidade feminina, o qual se manifesta a partir do contexto cristão da religião.

A culpa feminina expressa-se em diferentes contextos: a culpa materna é uma das mais apontadas socialmente. Manifesta-se segundo diferentes situações, pela mulher acreditar não dedicar tempo suficiente para estar com os filhos e a família, em decorrência do trabalho. Culpa-se quando abandona a carreira para se dedicar integralmente à educação dos filhos; culpa-se porque cuida do filho e não dispõe de tempo para cuidar de si, ou quando cuida de si acha que deveria dedicar-se mais aos filhos.

A culpa materna constrói-se de um modo permanente, seja enquanto os filhos são pequenos ou quando já adultos, a sociedade está constantemente apontando uma possível falha

materna na educação dos filhos. Um pai ausente é justificado, mas uma mãe ausente é imperdoável perante uma sociedade machista.

A mãe é retratada como uma figura divina, heroica, que abdica de si em prol dos filhos, porém nunca está livre dos julgamentos que a maternidade traz, seja enquanto mãe, seja pela opção de não ser mãe, neste último caso, é vista como egoísta, que só pensa em si, e não deseja constituir família, tal qual prega a fé cristã.

Verifica-se que a culpa relacionada à família é permanentemente atribuída à figura feminina, seja pela qualidade da educação que deu aos filhos como pelo bem-estar do casamento. Nos casos cujo matrimônio chega ao fim, geralmente, a culpa pesa sobre a figura feminina, uma vez que o homem é considerado o “cabeça” do lar, enquanto a mulher é o “coração”, logo seria principalmente dela a função de manter o matrimônio, de fazer concessões em prol da família e de agir com ternura, dado ser uma característica socialmente relacionadas à mulher.

Além da culpa que emerge em decorrência da maternidade e do casamento, percebe-se que mulheres são consideradas culpadas pelas violências sofridas. Mulheres vítimas de estupro/assédio, são, por vezes, consideradas culpadas pelo ato de agressão, com argumentos que questionam desde as roupas que usavam, às circunstâncias que se encontravam como local e horário que estavam fora de casa. O mesmo ocorre com a violência doméstica, a culpa recai sobre muitas mulheres devido ao longo silêncio até a efetividade da denúncia.

Percebe-se que tanto nos casos de estupro como de violência doméstica, em todas as suas formas, há uma naturalização dos abusos e a culpabilização da vítima, ou seja, circulam na sociedade valores que legitimam o comportamento masculino e buscam a justificação da violência. Conforme Saffioti (2019, p. 151):

Considera-se importante mostrar que as mulheres são vítimas da violência de gênero, o que não significa tomá-las como passivas. E isso é distinto de assumir uma postura vitimista. Para poder ser cúmplice do homem, a mulher teria de se situar no mesmo patamar que seu parceiro na estrutura de poder. Só esse fato a colocaria em condições de consentir na violência masculina.

Na Idade Média, na Europa, por meio de uma campanha realizada pela Igreja e pela classe dominante, mulheres foram privadas de seus conhecimentos e práticas médicas e foram obrigadas a se submeterem ao controle masculino. Tal ação ficou conhecida como caça às bruxas, mulheres que eram parteiras, que tinham conhecimento de ervas medicinais, sabiam manuseá-las de modo a curar enfermidades entre os moradores das comunidades a que pertenciam, foram ao longo da Idade Média, apontadas como bruxas, perseguidas e condenadas

à fogueira, exatamente, por serem consideradas culpadas devido aos conhecimentos que detinham.

Citamos inúmeras situações que socialmente levaram e levam, ainda hoje, as mulheres à condição de culpadas e esse sentimento emerge no *corpus* analisado na subseção 6.5.1 – *Culpabilidade e redenção: de Eva a Tábata*. Uma mulher que se destacou, estudou, modificou a realidade de privação social a qual pertencia, mas relata a conquista vivenciada sob o viés da culpabilidade, que, para alcançar o perdão pelo “pecado” de saber demais, confessa-se culpada e coloca-se em posição de serviço ao próximo, o seu fazer político, é construído como uma penitência para obtenção do perdão.

Dessa forma, a enunciativa para amenizar o sentimento de culpa que a invade, age conforme os ensinamentos religiosos: pede perdão pelos seus conhecimentos, pela trajetória de sucesso que alcançou. No *corpus* o perdão virá com o serviço ao próximo, logo, mostra-se pelos *ethé* de solidariedade e humanidade, seu fazer refletirá uma redenção da culpa e o perdão perante Deus e a sociedade.

Nota-se que mesmo a enunciativa assumindo, ao longo do *corpus* analisado, uma forte posição de denúncia da violência de gênero, com discursos que chamam as mulheres para ocupar espaços nos quais elas ainda são minorias, isso não impede que seus discursos sejam atravessados por imaginários sociodiscursivos que produzem efeitos de sentido associados ao tradicionalismo acerca da mulher, como a culpabilidade, uma vez que tais imaginários figuram na base da constituição de nossa sociedade, machista e patriarcal.

Na subseção 6.5.2 - *Girl from Missionária*, a enunciativa, todavia, afasta-se do estereótipo feminino, quebra o paradigma do herói, visto que este é um percurso característico do homem, é ele quem sai de casa e vai conquistar o mundo, vivenciar aventuras e apoderar-se do objeto mágico. A mulher é retratada nessas aventuras como aquela que fica em casa e aguarda o retorno do herói, como exemplo citamos a aventura grega do casal Ulisses e Penélope, ele é o herói que desbrava os mares e vence a Guerra de Tróia, enquanto ela, esposa fiel, aguarda, durante anos, o retorno do marido.

No *corpus* analisado a enunciativa segue os passos do herói, ela quem se desloca em viagem, sai de casa e conquista o mundo, vivencia muitas histórias e retorna ao lar com a missão de salvar seu povo. Regressa para o Brasil detentora do objeto mágico, ou seja, do conhecimento, do estudo, e, ao regressar, vence a batalha, ou seja, é eleita Deputada Federal em 2018, conquista o coração de seu povo por meio do voto. Portanto a enunciativa constrói-se com os *ethé* de heroína, potência, juventude, traços característicos da figura heróica.

Porém, a heroína construída pela enunciadora recorre a traços femininos ligados aos imaginários da mulher, como a afetividade, é aquela que “conquista corações”, enquanto a figura masculina do herói recorre à força, à luta física, a mulher, enquanto heroína, age pelo sentimento de carinho. A enunciadora constitui-se com o *ethos* de cativante, que rememora características como doçura, encantamento e perfeição moral.

Em suma, percebe-se, por meio do *corpus* analisado, o quão mulheres em cargos políticos ainda sofrem com a violência de gênero perpetuado nesse ambiente. Embora tenha havido conquistas fundamentais para os direitos das mulheres no Brasil, como o direito à educação, o direito ao voto, implementação de leis que previnem, reprimem e combatem a violência de gênero, ainda há muito para avançar nessa pauta no país.

Mais mulheres em posições de poder e de decisão na política garantem além da representatividade a possibilidade de debate, sob o viés feminino, de pautas de interesse da categoria. O desenvolvimento de políticas públicas que tenham por finalidade contribuir para o melhoramento das condições de vida das mulheres não pode ser decidido prioritariamente por homens. Políticas públicas que versem sobre os corpos, saúde, educação, segurança e perspectivas femininas, devem ter a atuação efetiva de mulheres, que, para além da sociedade civil, possamos encontrar no executivo e no legislativo mulheres comprometidas com a mudança do atual cenário sociopolítico no que condiz às mulheres e suas particularidades.

## 7 - Considerações finais

No decorrer da pesquisa, buscamos analisar o *ethos* discursivo da Deputada Federal Tábata Amaral na rede social *Instagram*, para alcançar tal propósito nos pautamos segundo objetivos específicos que nos auxiliaram no percurso trilhado.

A perspectiva semiolinguística de Charaudeau ofereceu-nos a base teórica para apreender a construção do *ethos* da enunciativa, em uma articulação dos planos situacionais e linguísticos. Efetuamos um recorte temporal para constituição do *corpus* de 2019 a 2022, que se justifica devido ao fato de buscarmos compreender se há uma linearidade na construção do *ethos* da parlamentar entre o seu primeiro ano de mandato até 2022, ano eleitoral, no qual concorreu à reeleição.

Buscamos constituir um *corpus* que estivesse associado ao tema educação, uma vez que foi a grande plataforma de trabalho da deputada, que se notabilizou em sua vida pessoal e política associando-se a tal pauta, porém, não podemos deixar de ressaltar que, no cenário político, apresentar propostas de trabalho voltadas para a educação nada mais é que um consenso social.

Iniciamos nosso processo investigativo a partir da compreensão da constituição discursiva segundo os conceitos de sujeito, semiotização do mundo e contrato de comunicação político.

Verificamos que o EU comunicante Tábata Amaral, mulher, política, jovem, coloca em cena, durante anos não eleitorais, um EU enunciativa que busca construir credibilidade ao acionar sua identidade social, recorre à trajetória acadêmica, às premiações recebidas, a projetos empreendidos como o Mapa Educação, Instituto Vamos Juntas e Movimento Acredito, para constituir uma imagem de expertise junto à instância cidadã, um modo encontrado para contrapor a figura de mulher jovem e em primeiro mandato na política.

No ano eleitoral de 2022, constatamos, por meio do *corpus* analisado, que emerge o EUE culpada e heroína, respectivamente, que ao invés de recorrer aos dados relativos à identidade social para convencer a instância cidadã, o faz de modo a emocionar, a sensibilizar seu interlocutor.

Desse modo, percebemos que no *corpus* referente aos anos de 2019 a 2021 emerge um discurso mais voltado para o *logos*, que busca convencer pela razão, enquanto no ano eleitoral de 2022, os discursos são semiotizados conforme o relato pessoal e a trajetória do herói, cuja predominância está no *páthos*, ou seja, aciona a emoção, visa o sentir da instância cidadã.

Por intermédio do contrato de comunicação político pudemos identificar como se materializa as três instâncias políticas no *corpus*: instância política, na figura da parlamentar Tábata Amaral, instância cidadã sob a configuração dos seguidores e usuários da rede social e instância midiática na forma da plataforma *Instagram*.

Acionamos estudos de Recuero, Bastos e Zago (2020) e Castells (2021) para refletir acerca do *Instagram*, como a supracitada rede social se configura de modo a ser um dos recursos mais utilizados na atualidade para propagar o discurso político. Os conteúdos postados na *web* não ficam restritos aquele espaço, mas transbordam para outros ambientes (CASTELLS, 2021), o que possibilita que conteúdos originados nas redes sociais cheguem, inclusive, a quem não tem perfil ativo nas plataformas digitais.

Os conceitos de permanência, buscabilidade, reapplicabilidade e escalabilidade (BOYD, 2010 APUD RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2020) ajudam a compreender algumas características específicas dos discursos em rede e como as interações podem ganhar grandes proporções, alcançando milhares, até milhões, de usuários do espaço virtual, fatores essenciais para apreender as estratégias adotadas pelos políticos e suas equipes de *marketing* para divulgação de seus trabalhos e conteúdos.

Após analisar o funcionamento do dispositivo *Instagram* e as características dos discursos políticos ali veiculados a partir de trabalhos de Piovezani Filho ([2007]), Courtine (2011) e Charaudeau (2018), pudemos verificar que a estrutura do contrato de comunicação do discurso político (instância política, cidadã e midiática e suas estratégias) se mantêm quando veiculadas no *Instagram*, todavia há uma metamorfose no modo como esse discurso circula, e de como o conteúdo é construído de forma a atender às características da *web*, projetando um formato de publicações que podem viralizar, que possuem potencial para atingir um grande número de usuários e que atendam às características de atualidade e fluidez, típicos do ambiente digital.

Antes de estudarmos especificamente a constituição do *ethos* da enunciativa, fizemos uma recuperação histórica acerca da trajetória das lutas sociais do movimento feminista em uma articulação com o movimento sufragista brasileiro, ao final do capítulo, trouxemos histórias de mulheres políticas brasileiras com grande destaque no cenário político nacional, uma vez que a História é construída diariamente pelo protagonismo feminino, e por tal motivo, o referido destaque é essencial em nosso trabalho.

Em seguida, buscamos identificar quais imaginários sociodiscursivos emergem nos discursos da enunciativa, a fim de apreender a forma que se inter-relacionam com o *ethos* em um processo de produção de sentidos.



Dessa forma, verificamos que, em um primeiro momento, no *corpus* compreendido entre 2019 a 2021, emergem, prioritariamente, imaginários sociodiscursivos relativos ao esforço pessoal, à meritocracia, à guerreira e à menina prodígio, uma vez que estão associados ao percurso de superação que envolve a identidade social da enunciadora, que oriunda de família de *status* socioeconômico vulnerável, estudante de escola pública chega como bolsista à Universidade de Harvard.

A enunciadora faz, constantemente, o movimento enfático de marcar em seus discursos o fato de ter-se graduado na melhor universidade do mundo a partir da sua dedicação aos estudos, como nos enunciados “eu venho da periferia, me criei estudando pra caramba.”, “E, ainda mais frustrante, para quem mora na periferia, para quem se matou para estudar, que alguém diga assim: não, essa menina aí nunca se esforçou [...]”, “Eu cheguei a Harvard pelo mérito dos meus professores e dos meus estudos, minha bolsa foi 100% da faculdade [...]”, “[...] não conseguem acreditar que é meu mérito, minha independência, que são minhas ideias.”, “Eu lutei minha vida toda contra todas as probabilidades para conseguir concluir meus estudos, fui medalhista em mais de 40 olimpíadas do conhecimento, fui a primeira da minha família a se formar no ensino médio e entrei na melhor faculdade do mundo com bolsa completa da própria instituição.”, o que rememora traços de um sujeito produto de uma colonialidade envolvendo o conhecimento, o saber, que busca enfatizar a trajetória de sucesso alcançada em uma país de primeiro mundo.

Percebe-se, ao analisar o contexto dos enunciados, que a enunciadora evoca seu percurso acadêmico como estratégia de persuasão da instância cidadã, a fim de confrontar críticas a sua competência. Aciona imaginários sociodiscursivos de superação e esforço pessoal, justamente para combater o estereótipo de que lugar de mulher não é na política e constitui para si *ethé* de inteligência, competência, seriedade, virtude, dentre outros que vão legitimar o seu lugar institucional de mulher na política no cargo de Deputada Federal.

Ao mesmo tempo, ao abordar a mulher na política, a enunciadora constitui-se como uma porta voz da classe e denunciante da violência de gênero sofrida por mulheres no ambiente político. Ao evidenciar ofensas recebidas em suas redes sociais, traz à tona imaginários que remetem a uma sociedade machista e patriarcal, dessa forma, constitui para si *ethé* de guerreira, chefe e denunciante, de modo a contrapor tais imaginários.

Depreendemos, após a análise do *corpus* referente a anos não eleitorais, que a enunciadora busca romper com imaginários sociodiscursivos machistas e associados à fragilidade feminina e, como pudemos constatar, constitui para si *ethé* que a darão credibilidade junto à instância cidadã e política. Segundo Charaudeau (2018), a credibilidade é uma

característica associada à identidade social do sujeito, logo, a enunciadora aciona fatos de sua vida para amparar tal imagem de si.

Nas publicações analisadas referentes ao ano de 2022, ano eleitoral, pudemos verificar que os discursos atravessam imaginários sociodiscursivos relativos a culpabilidade e redenção, associados ao discurso religioso e também ao imaginário do herói, com sua saga e percurso rumo à vitória e à salvação do mundo.

A enunciadora incorpora duas imagens: da pecadora arrependida, constatado por meio dos imaginários sociodiscursivos e da análise do modo enunciativo do discurso, que reflete categorias modais ligadas à confissão, à obrigação moral e à promessa. Na segunda publicação do *corpus* referente ao ano de 2022 emerge a imagem da heroína apta a salvar o mundo. Em ambas as publicações há o acionamento da emoção, que busca captar e seduzir a instância cidadã.

Emerge, portanto, no *corpus* relativo ao período eleitoral (publicação datada em 26/03/2022) o conjunto de *ethé* que nos leva para o imaginário religioso: culpa, solidariedade e humanidade, imagens associada historicamente ao feminino, com o pecado original atribuído à mulher, aquela que detém um conhecimento que não deveria e, assim, leva a espécie humana a ser banida do paraíso, ou seja, o conhecimento feminino como aquele que leva à perdição, engendra o “apocalipse”, todavia, o conhecimento masculino é, ao contrário da mulher, entendido socialmente como gerador de ciência e evolução.

Na publicação *Girl from Missionária*, verifica-se a predominância do imaginário sociodiscursivo da heroína, que possui a missão de salvar do mal (educação pública de baixa qualidade) um país ou um povo específico e como tal constrói-se o *ethos* heróico, que se desdobra em *ethé* de juventude, inteligência, potência, cativante, competência e caráter, que nos direcionam a traços típicos dos heróis de histórias de contos de fadas. Contudo, a heroína é mulher e emerge *ethé* ligados ao afeto, os quais acionam as emoções do destinatário, quem ao invés de voto, conquista corações, o carinho e o amor da instância cidadã.

Nota-se que, embora em um primeiro momento (anos não eleitoral), a enunciadora acione, prioritariamente, uma imagem ligada à razão e à credibilidade e no segundo momento (ano eleitoral) vise mobilizar a emoção da instância cidadã, em ambos os períodos emerge o *ethos* de inteligência. A enunciadora não se desprende de sua identidade social, pois ela é muito forte, há todo um imaginário social que circunda sua imagem prévia, no que se refere ao esforço, à meritocracia, à garota prodígio que saiu da periferia e chegou a melhor universidade do mundo. Foi tal característica que, inclusive, garantiu-lhe visibilidade antes mesmo de adentrar

o mundo político, quando estampou campas de revistas e participou de várias reportagens contando a sua história de vida.

A não linearidade entre a constituição do *ethos* discursivo em publicações de 2019 a 2021, pré-eleições, em comparação ao ano de 2022, ano eleitoral, pode ser compreendida de modo que nos três primeiros anos a enunciadora encontrava-se em uma posição de quem necessitava legitimar-se perante um Congresso majoritariamente masculino e diante uma sociedade patriarcal. A necessidade de ser ouvida, de impor suas pautas e opiniões, além de desmentir falsas notícias que dizia circular a seu respeito na *internet* a colocavam em uma situação de constituir uma imagem de si de forma mais robusta e assertiva.

Todavia, no ano eleitoral de 2022, a enunciadora, buscando aproximar-se da instância cidadã e conquistar novamente o voto do eleitorado, constituiu-se no *corpus* como culpada, sortuda, uma heroína que conquista corações, acionando alguns imaginários sociodiscursivos relativos ao feminino, uma vez que a mulher que se destaca, é assertiva, de sucesso na vida profissional, pode passar a imagem de arrogante, agressiva, ameaçadora diante uma sociedade sexista. Entretanto, a enunciadora não abandona a sua identidade social de inteligência e superação, informações que ficam implícitas no *corpus*.

A nossa hipótese sobre a qual a enunciadora constitui para si *ethé* que visam romper com discursos que repercutem uma imagem estereotipada da mulher e o faria por meio do acionamento do tema educação, uma vez que a sua identidade social é fortemente associada a tal pauta, foi revelada ao longo do percurso de análise e por meio das categorias teóricas mobilizadas, como sujeito, semiotização do mundo, contrato de comunicação, imaginários sociodiscursos, identidades social e discursiva e *ethos*.

Pudemos verificar que *ethé* de credibilidade, fortemente acionados em discursos de anos não eleitorais, foram constituídos pela enunciadora conforme afirma Charaudeau (2018, p. 136) “o *ethos* de credibilidade, é, ao mesmo tempo, um construto e um atributo, ou, mais precisamente, uma construção sobre um atributo.” A enunciadora tem como um de seus atributos mais marcantes a inteligência e é sobre ele que busca se fazer crível perante a instância cidadã, a fim de romper com narrativas e imagens constituídas pelo discurso machista.

Porém, no discurso da enunciadora também figuram imaginários sociodiscursivos que ventilam atributos femininos como doçura e culpa, uma vez que tais imagens estão inculcadas no inconsciente coletivo e circulam com certa naturalidade em nossa sociedade, constitutivamente patriarcal. Salientamos, dessa forma, que tais discursos encontram-se de tal modo impregnados em nossa sociedade, que podem ser reproduzidos, inclusive, por aqueles que buscam romper com paradigmas sociais sexistas.

Por fim, destacamos a importância de Tábata Amaral no cenário político atual, como uma voz que endossa um movimento contra a violência de gênero, além de apresentar no Congresso pautas importantes que envolvem as mulheres. Ademais, salientamos a relevância do debate de gênero na política sob o viés da Análise do Discurso e tendo como canal de divulgação de tais discursos o *Instagram*, um novo dispositivo que, com características próprias, faz reverberar o discurso político, capaz de alcançar grande número de usuários da rede e fora dela.

## REFERÊNCIAS

- AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a este site pelos candidatos durante as eleições municipais de 2012. **Compolítica**, n. 3, vol. 2, 2013, p. 155-188. Disponível em: <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/48>> Acesso em: 10 jan. 2023.
- ALMEIDA, Jane Soares de. **Mulher e Educação: a paixão pelo possível**. São Paulo: UNESP, 1998.
- ALVES, Branca Moreira. A luta das sufragistas. IN: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. (Org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 49-63
- ALVES, Soraia. Pesquisa mostra que uso do Instagram cresceu durante a pandemia e é 31% maior que o Facebook. **B9**. 15 set. 2020. Disponível em <<https://www.b9.com.br/131883/pesquisa-mostra-que-uso-do-instagram-cresceu-durante-a-pandemia-e-e-31-maior-que-o-facebook/>> Acesso em: 17 maio 2022.
- AMARAL, Talita. Especial Eleições 2022 – Representatividade feminina ainda é baixa na Câmara. **CNN Brasil**. São Paulo, 05 out. 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/mulheres-aumentam-representacao-na-camara-mas-representatividade-ainda-e-baixa/>> Acesso em: 01 nov. 2022.
- AMOSSY, Ruth. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruty (org). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2016.
- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruty (org). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2016a.
- ARAÚJO, Emanuel. A arte da sedução: sexualidade feminina na Colônia. IN: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil**. Coordenação de textos de Carla Bassanezi Pinsky. 10ª edição. São Paulo: Contexto, 2020. p. 45-77.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 10ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- AVELAR, Lúcia. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer: UNESP, 2001.
- BAPTISTA, Rodrigo. Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Senado Notícias**. Brasília. 12 dez. 2019. Disponível em <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>> Acesso em: 17 maio 2022.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução de Sérgio Milliet. São Paulo: Difusão Europeia do Livro. 1970.

BÍBLIA. **Eclesiástico**. Português. In: Bíblia Sagrada. Trad. Ney Brasil Pereira e Lincoln Ramos. Petrópolis: Editora Vozes, 1982. 36ª ed.

BICKER, Laura. O que significa o gesto inspirado no K-Pop que Kim Jong-un tentou imitar em foto. **BBC**. 24 set. 2018. Disponível em < <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45624422> >. Acesso em: 05 set. 2022.

BRASIL. **Câmara dos Deputados**. Disponível em < <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher/noticias/bancada-feminina-alcanca-91-deputadas-federais-1> >. Acesso em: 20 out. 2022.

BRASIL. **Câmara dos Deputados**. Disponível em < <https://www.camara.leg.br/deputados/204534/biografia> > Acesso em: 25 jul. 2022.

BRASIL é o terceiro país do mundo que mais usa redes sociais, diz pesquisa. **Estado de Minas**. 28 de set. de 2021. Disponível em [https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/09/28/interna\\_tecnologia,1309670/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-usa-rede-sociais-diz-pesquisa.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/09/28/interna_tecnologia,1309670/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-usa-rede-sociais-diz-pesquisa.shtml) Acesso em 17 maio 2022.

BRASIL, Dilma Rousseff (2011 – 31/08/2016: Dilma Vana Rousseff) **Discurso após confirmação do afastamento definitivo de Dilma Rousseff da Presidência da República**. 31 ago. 2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/08/integra-do-discurso-de-dilma-apos-impeachment.html> > Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. Número de mulheres eleitas em 2018 cresce 52,6% em relação a 2014. **Tribunal Superior Eleitoral**. Brasília, 08 mar. 2019. Disponível em <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Marco/numero-de-mulheres-eleitas-em-2018-cresce-52-6-em-relacao-a-2014> > Acesso em 25 abr. 2022.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Editora Pensamento LTDA, 1997. Disponível em < <https://projeto-phronesis.files.wordpress.com/2009/08/joseph-campbell-o-heroi-de-mil-faces-rev.pdf> > Acesso em: 08 set. 2022.

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. IN: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org.). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo 2019. p. 313-321.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato de (Orgs.) **Análise do Discurso: fundamentos e práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M.A.L; GAVAZZI, S. (Orgs.) **Da língua ao discurso: reflexões para o**

ensino. Rio de Janeiro: Lucena, 2005. Disponível em <<http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do.html>> Acesso em: 04 jan. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional, In: PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) O trabalho da tradução. Rio de Janeiro: **Contra Capa**, 2009, p. 309-326., 2009. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html#:~:text=A%20identidade%20social%20necessita%20ser,uma%20base%20de%20identidade%20social.>> Acesso em: 15 mar. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sócio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. In: STAFUZZA, Grenissa; PAULA, Luciane de (org.) **Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil**. Uberlândia: Edufu, 2010. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Um-modelo-socio-comunicacionaldo.html#:~:text=Trata%2Dse%20do%20espa%C3%A7o%20de,aqui%20de%20situa%C3%A7%C3%A3o%20de%20comunica%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em: 8 fev. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. Dize-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. **Revista Diadorim**. v. 10, p. 1-23, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/diadorim/article/view/3932/15637>> . Acesso em: 18 fev. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entre Palavras**, Fortaleza, v. 7, p. 571-591, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/857/433>. > Acesso em: 04 mar. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. 2ª ed. Tradução Ângela M. S. Corrêa; Ida Lúcia Machado (coords.). São Paulo: Contexto, 2019a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2019b.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. Trad. Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. Núcleo de Estudos em Análise do Discurso. **Café com Análise do Discurso**: Uma conversa com Patrick Charaudeau e Ida Lúcia Machado. Youtube. 10 março 2021. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=hFDdVRIGAZY>> Acesso em: 05 jan. 2022.

CORSINI, Iuri. Brasil tem quase cinco milhões de mulheres a mais que homens, diz IBGE. **CNN Brasil**. 22 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-quase-cinco-milhoes-de-mulheres-a-mais-que-homens-diz-ibge/>> Acesso em: 26 dez. 2022.

COURTINE, Jean-Jacques. As metamorfoses do Homo politicus. In: PIOVEZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice (Org.) **Legados de Michel Pêcheux**: inéditos em análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2011.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa** [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/24508/pdf/0?code=b4uGCTDhnKrWYqmjgJ2tgTl2gMk9CAFn0VvrAefhtcsFKBsZdns4adbffSckiokl9JtImUOEQbyYpghBaVVBog=>> Acesso em: 18 jan. 2023.

CURCINO, Luzmara. Lives e livros: versículos e verdades na eleição presidencial brasileira. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. (Org.) **Discurso e (Pós)Verdade**. São Paulo: Parábola, 2021.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Tradução Heici Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016.

DUARTE, Constância Lima. Feminismo: uma história a ser contada. IN: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org.). **Pensamento feminista Brasileiro**: formação e contexto. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo 2019. p. 25-47

EGGS, Ekkehard. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruty (org). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2016.

EMEDIATO, Wander. Retórica, argumentação e discurso. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato de (Org.). **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte. Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001.

EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida Lucia; LARA, Glaucia Muniz Proença (Org.). **Teorias do discurso** - novas práticas e formas discursivas. Campinas: Pontes Editores, 2020.

FIORIN, José Luiz. Uma teoria da enunciação: Benveniste e Greimas. **Grogoatá**, Niterói, v. 22, n. 44, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/33544/19531>> Acesso em: 07 fev. 2022.

FOUCAULT. Michel. **História da sexualidade**. A vontade de saber. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988, v. 01.

FRANCO, Marielle. **UPP – A redução da favela a três letras**: uma análise da política de segurança pública do Estado do Rio de Janeiro. 2014. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**; tradução de Maria Célia Santos Raposo. 10ª ed. Petrópolis: Vozes, 1985.



HAHNER, June E. **Emancipação do sexo feminino**: a luta pelos direitos da mulher no Brasil 1850-1940. Tradução Eliane Tejera Lisboa. Florianópolis: Mulheres: Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HOOKS, bell. **O feminismo é para todo mundo**: políticas arrebatadoras. Tradução Ana Luiza Libânio. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

INSTITUTO MARIELLE FRANCO. **Quem somos nós?** Disponível em: < <https://www.institutomariellefranco.org/#4> > Acesso em: 20 dez. 2022.

LAURIS, Élida; HASHIZUME, Maurício. **Violência política e eleitoral no Brasil**: panorama das violações de direitos humanos de 2016 a 2020. Coordenação Élida Lauris, Sandra Carvalho, Gláucia Marinho e Darci Frigo. Curitiba: Terra de Direitos e Justiça Global, 2020. 129 p. Disponível em < [https://terradedireitos.org.br/uploads/arquivos/24-09\\_DIAGRAMACAO\\_Violencia-Politica\\_FN.pdf](https://terradedireitos.org.br/uploads/arquivos/24-09_DIAGRAMACAO_Violencia-Politica_FN.pdf) > Acesso em: 02 nov. 2022.

LOPES, Kerison. Foto histórica traz Dilma sendo interrogada pela ditadura militar. **Vermelho**. 04 dez. 2011. Disponível em: < <https://vermelho.org.br/2011/12/04/foto-historica-traz-dilma-sendo-interrogada-pela-ditadura-militar/> > Acesso em: 21 dez 2022.

LOURO, Guacira Lopes. Mulheres na sala de aula. IN: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil**. Coordenação de textos de Carla Bassanezi Pinsky. 10ª edição. São Paulo: Contexto, 2020. p. 443-481.

MAINGUENEAU, Dominique. A Análise do Discurso e suas fronteiras. **Matraga**, Rio de Janeiro, v. 14, n.20, p. 13-37, jan/jun. 2007. Disponível em <[http://www.lettras.ufmg.br/padrao\\_cms/documentos/nucleos/nad/MAINGUENEAU%20-%20An%C3%A1lise%20do%20discurso%20e%20suas%20fronteiras.pdf](http://www.lettras.ufmg.br/padrao_cms/documentos/nucleos/nad/MAINGUENEAU%20-%20An%C3%A1lise%20do%20discurso%20e%20suas%20fronteiras.pdf) > Acesso em: 10 fev. 2022.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, Ruty (org). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2016.

MALDIDIER, Denise. A inquietude do discurso. Um trajeto na história da Análise do Discurso: o trabalho de Michel Pêcheux. In: PIOVEZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice (Org.) **Legados de Michel Pêcheux**: inéditos em análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2011.

MANIFESTO DAS PRIMEIRAS BRASILEIRAS – AS ORIGINÁRIAS DA TERRA: A MÃE DO BRASIL É INDÍGENA, 2021. Disponível em: < <https://anmiga.org/manifesto/> > Acesso em: 02 mar. 2023

MAPA EDUCAÇÃO. **Guia do Ativista**. 2019. Disponível em

< <http://mapaeducacao.com/wp-content/uploads/2019/04/guia-do-ativista.pdf> > Acesso em: 25 jul. 2022.

MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Antonieta de Barros**. 2022. Disponível em: < [https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/68-Antonieta de Barros](https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/68-Antonieta_de_Barros) >. Acesso em: 19 dez. 2022.

MOURA, João Benvenuto de. **O discurso político como um jogo de máscaras**. Youtube. 19 jun. 2020. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=OMw2mOiXv1k>>. Acesso em: 18 jan. 2022.

MOURA, João Benvenuto de. **A semiolinguística e sua abordagem psicossocial**. Youtube. 08 fev. 2022. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=otqorRQzp6E>> Acesso em: 09 fev. 2022.

NOGUEIRA, Cláudio Marques Martins. Considerações sobre o modelo de Análise do Discurso de Patrick Charaudeau. **Revista Ensaio**, Belo Horizonte, v.06, n.01, 2004. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/epec/a/NHckSbgCNYN4fXs77xYZpTM/?format=pdf&lang=pt#:~:t=ext=A%20proposta%20de%20an%C3%A1lise%20do%20discurso%20de%20Charaudeau%20define%20Dse,objetivos%20as%20representa%C3%A7%C3%B5es%20e%20as>> . Acesso em: 04 jan. 2022.

NUNES, Karla Leonora Dahse. **Antonieta de Barros: uma história**. 2001. 159 f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso em Análise: sujeito, sentido, ideologia**. 3ª edição. Campinas: Pontes Editores, 2017.

PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino. Texto e discurso: processos de semiotização do real. **Revista Diadorim** Revista científica do Programa de pós-graduação em letras Vernáculas. v. 18, especial 2016, Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/diadorim/article/view/4049/15477>> Acesso em: 21 fev. 2022.

PIOVEZANI FILHO, C. Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise. **Revista da ABRALIN**, v. 6, n. 1, 23 maio 2007. Disponível em <<https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/954>> Acesso em: 17 jul. 2022.

PRIORE, Mary del. Magia e Medicina na Colônia: o corpo feminino. IN: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil**. Coordenação de textos de Carla Bassanezi Pinsky. 10ª edição. São Paulo: Contexto, 2020. p. 78-114.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

QUINTERO, Pablo; FIGUEIRA, Patricia; ELIZALDE, Paz Concha. Uma breve história dos estudos decoloniais. **MASP Afterall**. 2019. Disponível em: <<https://assets.masp.org.br/uploads/temp/temp-QE1LhobgtE4MbKZhc8Jv.pdf>> Acesso em: 04 fev. 2023.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. IN: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil**. Coordenação de textos de Carla Bassanezi Pinsky. 10ª edição. São Paulo: Contexto, 2020. p. 578-606.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RECUERO, Raquel. **Análise de redes sociais e pesquisas em andamento**, 2021. 1 vídeo (1h47min23seg). Publicado pelo canal LÊTECE. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=8Jr3zuVbmm0>> Acesso em: 05 jan. 2023.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SÃO PAULO: veja lista dos deputados federais eleitos em 2022. **Uol**, São Paulo, 02 out 2022. Disponível em <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/02/deputados-federais-sao-paulo.htm>> Acesso em: 17 out. 2022.

SAFFIOTI, Heleieth. Violência de gênero: o lugar da práxis na construção da subjetividade. IN: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. (Org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 139-161.

SARGENTINI, Vanice. Discurso político e redes sociais. **Revista da ABRALIN**, v. 14, n. 2, 10 ago. 2015. Disponível em <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1264> Acesso em: 17 jul. 2022.

SILVA, Luciana Soares da. **A mulher na política: representação, gênero e violência no discurso jornalístico**. 2013. 230 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

SILVA, Robson Roberto. A presença das amas-de-leite na amamentação das crianças brancas na cidade de São Paulo no século XIX. **Antíteses**. Londrina, v. 9, n. 17, p. 297-322, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses/article/view/22618/19136>> Acesso em: 21 jun. 2022.

SILVA, Tauana Olívia Gomes; FERREIRA, Gleidiane de Sousa Ferreira. E as mulheres negras? Narrativas históricas de um feminismo à margem das ondas. **Rev. Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 3, p. 1017-1033, 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ref/a/gdWvZzsGdqvg7dp8FL8RwD/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 28 fev. 2023.

SOARES, Ana Manoela Primo dos Santos. Mulheres Originárias: Reflexões com movimentos de indígenas mulheres sobre as existências e inexistências de feminismos indígenas. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 1-12, 2021. Disponível em: <

<https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/190396/179243> > Acesso em: 02 mar. 2023.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

TORRES, Aline. Antonieta de Barros, a parlamentar negra pioneira que criou o Dia do Professor. **El País**. 14 out. 2020. Disponível em: < <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-10-15/antonieta-de-barros-a-parlamentar-negra-pioneira-que-criou-o-dia-do-professor.html> > Acesso em: 19 dez. 2022.

YOSHIMINE, Rita. Ativista acusa servidora de fraude em cota racial de concurso do Tribunal de Justiça do DF; ela nega. **G1**. [S.l.], 05 jan. 2023. Disponível em: < <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/05/ativista-acusa-servidora-de-fraude-em-cota-racial-de-concurso-do-tribunal-de-justica-do-df-ela-nega.ghtml> > Acesso em: 09 jan. 2023.

XAVIER, Glayci. Os modos de organização do discurso. In: XAVIER Glayci; REBELLO, Ilana; MONNERAT, Rosane. (Orgs.). **Semiolinguística aplicada ao ensino**. São Paulo: Contexto, 2021.