

GÊNERO FEMININO NO CENÁRIO POLÍTICO-MIDIÁTICO: A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES EM CAMPANHAS ELEITORAIS

Janaina Tomaz Capistrano (UFRN)
jancapis@gmail.com

RESUMO

No limiar da relação latente entre mídia e política, buscamos neste trabalho investigar os construtos identitários que emergem das práticas discursivas midiáticas de campanhas eleitorais protagonizadas por candidatas a cargos do Poder Executivo. O referencial teórico-metodológico que ancora esta investigação funda-se na concepção de identidade advinda dos Estudos Culturais, bem como na concepção dialógica da linguagem, formulada pelo Círculo de Bakhtin¹, a partir da qual se desdobram os conceitos de vozes sociais, relações dialógicas e já-dito (interdiscurso). Orientados por esse referencial teórico-metodológico, faremos a análise de um trecho dos vídeos constitutivos de nosso *corpus*, qual seja o primeiro Programa Eleitoral veiculado na TV da candidata do PT (Partido dos Trabalhadores) à Presidência da República em 2010, Dilma Rousseff.

Palavras-chave: identidade; mídia; gênero feminino.

Introdução

A sociedade do espetáculo proclamada por Guy Debord em 1967 está cada vez mais evidente. A mídia, por sua vez, se alimenta dessa espetacularização e constrói a cultura de imagens e produção de mercadorias, nessa medida, o cidadão passa a exercer sua cidadania agora como consumidor, seja de formas associadas ao consumo privado de bens, seja de produtos dos meios de comunicação de massa. Para Canclini (2006), as identidades, hoje, se constroem no consumo, na dependência do que se possui ou do que se pode chegar a possuir.

No campo político, não poderia ser diferente, a espetacularização da política se torna cada vez mais latente, não apenas durante as campanhas eleitorais, mas também as instâncias governamentais fazem uso da mídia para se manterem no poder. O espetáculo político entra em cena, “as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polêmicas doutrinárias para o confronto de imagens e da persuasão ideológica para as pesquisas de *marketing*” (CANCLINI, 2006, p. 29), acrescenta-se a essa conjuntura o uso da internet, que, a partir da campanha eleitoral de 2010, passou a ser o que há pouco tempo conhecíamos pela alcunha de comitê eleitoral. De qualquer lugar do mundo, pode-se ter acesso ao espetáculo midiático que inunda as campanhas políticas brasileiras e que tornam os candidatos produtos prontos a serem consumidos.

¹ Mikail Bakhtin foi o estudioso mais importante e mais conhecido do que atualmente se denomina Círculo de Bakhtin, um grupo de intelectuais que se reuniam na ex-URSS (pintores, músicos, físicos, filósofos, escritores) do início do século XX. A preocupação central desse grupo estava no “questionamento do mundo da cultura e os processos de significação” (OLIVEIRA, 2002, p.107), vindo daí a origem da preocupação do Círculo com a linguagem.

Nessa conjuntura, múltiplas identidades são delineadas em função de muitos fatores, como o perfil do eleitorado, o tipo de eleição, as demandas mais latentes da sociedade. Porém, essa multiplicidade de identidades não é exclusiva dos candidatos em campanhas políticas, podemos dizer que é própria do sujeito pós-moderno. Entendemos com Hall (2000, p. 12) que “o sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias e não-resolvidas.”

É evidente que o campo político ainda é predominantemente masculino, os homens constituem a maioria das candidaturas e exercem, obviamente, a maioria dos cargos eletivos, seja no Poder Executivo ou Legislativo. Durante praticamente toda a história da humanidade, a mulher foi relegada ao domínio do privado, dos afazeres domésticos, a exceção de poucos nomes que ousaram quebrar essa regra, o domínio das instâncias públicas esteve destinado ao homem cuja função, quase naturalizada, é administrar, decidir, ordenar. Com a revolução feminista, iniciada da década de 1960, a mulher conseguiu avançar bastante em áreas de predomínio masculino, porém, na política a participação da mulher ainda é muito aquém, o percentual das mulheres na disputa eleitoral não chega a 30%, mesmo com a política de cotas. O campo político é, assim, o mais difícil de ser transposto pelas mulheres, sua participação é vetada pelas elites e pela resistência masculino-partidária.

Nesse contexto de espetacularização da política e de participação, ainda que baixa, da mulher no cenário político brasileiro, nos propomos investigar as identidades, múltiplas, fragmentadas, não-fixas, que emergem nas práticas discursivas de campanhas eleitorais de candidatas a cargos do Poder Executivo. Tendo como base a ideia de que a identidade é:

definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um eu ‘coerente’. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. [...] à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis com cada uma das quais podemos nos identificar – pelo menos temporariamente. (HALL, 2000, p. 13).

Como coloca Hall, as identidades, e nessa perspectiva não podemos falar apenas de uma, são fragmentadas e provisórias, isso caracteriza o sujeito pós-moderno. No contexto eleitoral, o jogo de identidades se constitui também numa estratégia para se ganhar a eleição, sendo a mídia responsável pela construção e difusão dessas identidades junto aos eleitores.

É nessa perspectiva que buscamos investigar os construtos identitários que emanam das práticas discursivas de campanhas eleitorais protagonizadas por mulheres. A linguagem, entendida como práticas discursivas, obviamente não deixa de refletir como também de refratar essa realidade, uma vez que a linguagem, na perspectiva bakhtiniana, é elemento fundamental no processo histórico-cultural do ser humano. Nesse sentido, nossa intenção de pesquisa se justifica pelo fato de ser na linguagem e

pela linguagem que os construtos identitários se configuram, revelando a tênue relação entre linguagem, realidade e sujeito.

1. Mídia e espetáculo político

Guy Debord, já em 1967, anunciava “a sociedade do espetáculo”, teoria crítica segundo a qual “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real” (DEBORD, 1992, p. 15). Nesse sentido, o espetáculo não é apenas uma característica da sociedade atual, mas é o seu âmago, é o modelo de vida dominante, é a principal produção da sociedade atual. Para Debord, estamos atualmente no deslize do **ter** para o **parecer**, reflexo da sociedade espetacularizada, que prima pela imagem e pela produção de mercadoria, aliás o “espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social” (DEBORD, 1992, p. 30) e assim o consumidor real passou a ser consumidor de ilusões.

Na política, percebemos claramente essa multiplicidade de imagens e de produção de mercadorias às quais Debord se refere, não apenas durante o período de campanha eleitoral, mas as instâncias governamentais para se manterem no poder veiculam em suas propagandas imagens muito mais vinculadas ao **parecer** do que ao **ter** e ao **ser**. Quantas vezes assistimos estarecidos à propaganda do governo, seja ele de direita, esquerda, centro-direita, centro-esquerda, por não reconhecermos as imagens que dizem respeito à administração, mas que na verdade são a tentativa de fazer parecer que muita coisa está sendo feita em favor da população. Assim, vemos escolas muito bem equipadas, professores satisfeitos com as condições de trabalho, alunos fardados, dispendo de todo material escolar, além de uma ótima merenda, salas de aula limpas com carteiras novas e arrumadas, ou seja, um ambiente escolar perfeito. Nesse jogo de imagens, o governo vai tentando criar uma realidade que não existe, ao mesmo tempo em que cria o desejo de que ela exista. E os cidadãos vão consumindo ilusões.

Fazendo referência a Debord, Friedman (2000) ressalta a onipresença da mídia, reforçando a ideia da sociedade da imagem. Segundo esse autor, a propaganda e a mídia são essenciais para a criação de novas necessidades de consumo, o que ocorre em função da multiplicação de linguagens do mundo da mídia, instaurando uma **cultura de imagens**, que sobrepassa a **cultura literária**, característica do capitalismo industrial clássico. Essa cultura de imagens se “funde aos negócios e constitui um novo momento onde o imaginário, as pulsões da intimidade e a maneira de ser foram incorporadas ao universo das mercadorias” (FRIEDMAN, 2000, p. 29-30).

Canclini (2006) propõe repensar a cidadania em conexão com o consumo, lembrando que a cidadania sempre esteve associada à igualdade de direitos que se concretizava pelo voto e pela representação de partidos políticos e sindicatos. Porém, com a crescente descrença nas instituições político-partidárias, surgem outras formas de se exercer a cidadania. Atualmente, essas formas estão mais associadas ao consumo privado de bens e aos meios de comunicação de massa do que propriamente às regras da democracia. Para Canclini (2006), as identidades, hoje, se constroem no consumo, na dependência do que se possui ou do que se pode chegar a possuir.

Nesse contexto, a política também se torna espetacularizada, é o espetáculo político que entra em cena, fazendo com que o indivíduo se sinta um consumidor, ainda que seja interpelado como cidadão. Percebemos, portanto, que essa conexão entre

cidadania e consumo é encarada como sendo uma estratégia política, que, inserida numa sociedade cujo bem maior é o espetáculo, explora ao máximo o fato do público recorrer ao rádio, à televisão e à internet, à mídia de uma forma geral, para conseguir o que as instituições governamentais não lhe dão: serviços, justiça ou apenas atenção.

Nesse sentido, Courtine (2003) ressalta a crise do discurso político nas sociedades ocidentais, o que está associado à falta de crença nas instituições governamentais. Nesse artigo, o autor afirma que tal crise vem dando lugar a um outro modo de fazer política e a televisão se torna “o lugar e o meio de uma modificação profunda da eloquência política” (COURTINE, 2003, p. 22). Essas modificações estão diretamente ligadas ao crescente uso das técnicas de comunicação de massa no meio político:

As técnicas audiovisuais de comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, expressão. Elas fizeram do corpo um objeto-farol, um recurso central da representação política. É como se se passasse de uma política do texto, veículo de idéias, para uma política da aparência, geradora de emoções. (COURTINE, 2003, p. 25).

Então, para entendermos a espetacularização da política, é preciso considerar o advento da televisão e do rádio, além disso, a série de alterações no discurso político, como a brevidade da fala, a conversação e a predominância do homem privado sobre o personagem público.

2. Mulher indeterminada: ecos do silêncio rompido

Como já citamos anteriormente, o espaço político tem demonstrado uma baixa participação das mulheres nas campanhas eleitorais para cargos eletivos, ainda que a população de mulheres represente mais de 50% da população do Brasil. Efetivamente, são poucas as mulheres que participam do cenário político, especialmente como candidatas nos pleitos eleitorais, o que faz da atividade política ainda uma atividade predominantemente masculina. No entanto, mesmo tendo uma participação na esfera política aquém do esperado, o tema da participação da mulher do cenário político tem despertado interesse de vários pesquisadores que voltam “seu olhar para um movimento de mulher que transita não apenas no espaço doméstico, mas no espaço do público político o qual, de algum modo, ainda não reconhece o feminino como um estatuto de ‘pertencimento’ a esse ‘lugar de homem’.” (LIMA, 2010, p.101).

É redundante citar o crescente papel da mulher nas mais diversas esferas da atividade humana, muito embora o campo político seja ainda o mais resistente à participação feminina. Tal fato é desdobramento de uma virada histórica dada a partir do movimento feminista, iniciado na década de 1960, e que, segundo Hall (2000) foi um dos pontos fundamentais para o descentramento do sujeito pós-moderno ou seja, o sujeito do iluminismo, cuja identidade era tida como fixa e estável. Juntamente com as tradições do pensamento marxista, a descoberta do inconsciente por Freud, a linguista estrutural de Saussure, a descoberta foucaultiana do poder disciplinar ao produzir uma genealogia do sujeito moderno, o movimento feminista enquanto crítica teórica e movimento social constituíram os cinco descentramento do sujeito moderno, resultando

em um sujeito pós-moderno cujas identidades são fragmentadas, abertas, contraditórias, inacabadas.

O feminismo ao lado de outros movimentos sociais importantes, como os movimentos estudantis, contraculturais e antibelicista, foi o movimento social mais diretamente ligado ao descentramento conceitual do sujeito cartesiano e sociológico porque:

- Ele questionou a clássica distinção entre o “dentro” e o “fora”, o “privado” e o “público”. O *slogan* do feminismo era: “o pessoal é político”.
- Ele abriu, portanto, para a contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças etc.
[...]
- Aquilo que começou como um movimento dirigido à contestação da posição social das mulheres expandiu-se para incluir a formação das identidades e de gênero.
- O feminismo questionou a noção de que os homens e mulheres eram parte da mesma identidade, a “Humanidade”, substituindo-se pela questão da diferença sexual. (HALL, 2000, p. 45-6).

Destarte, entendemos que o movimento feminista não só contesta as teorias sociais hegemônicas de determinação de lugares sociais fixos, o homem na esfera pública e a mulher na esfera privada, uma vez que compreende masculino e feminino como criações culturais, mas também concorre para um descentramento do sujeito, como argumenta Hall, na medida em que resgata e reconstrói a identidade de gênero de forma a minar gradativamente as hierarquias do forte e do fraco, do ativo e do passivo.

É indiscutível, pois, a importância do movimento feminista para as conquistas do sexo feminino na sociedade ocidental contemporânea. Para o estudo aqui implementado, é ponto fulcral ressaltar que a entrada definitiva da mulher no mercado de trabalho foi fundamental para a construção identitária da mulher pós-moderna. Ter uma profissão hoje é uma exigência individual e identitária, uma condição para se realizar como sujeito, visto que, cada vez menos, as mulheres interrompem uma carreira profissional em função do casamento ou da maternidade, fato que ocorria com muito mais frequência e naturalidade em épocas (não muito) atrás. O trabalho feminino passa a ter um valor, não é mais o último recurso da família, atualmente é constitutivo da identidade feminina, sendo, pois, uma forma da mulher se firmar como protagonista de sua vida, como sujeito ativo, com ele, recusa-se uma identidade formada apenas por papéis familiares, em que somente os de mãe e esposa são socialmente legitimados.

Sabemos que a revolução feminista rompeu barreiras, quebrou regras sociais seculares e fez a mulher surgir na condição de ser humano, com desejos e direito de escolha, porém, não reduziu esses sólidos a pó, uma vez que reside, ainda, na maioria das mulheres, identidades fixas resquícios do que se “naturalizou” ser próprio das mulheres, qual seja, o cuidado com a família, a maternidade como plenitude, o casamento. Lipovetsky (2000) traz um direcionamento interessante a respeito da imagem da mulher, interseccionada pela hierarquia dos sexos, ao longo da história em nossa sociedade ocidental cristã. O autor descreve três modelos históricos de

representação do feminino: a primeira mulher, ou a mulher depreciada; a segunda mulher, ou a mulher enaltecida; e a terceira mulher, a indeterminada. Para nossa pesquisa, entendemos que os nossos sujeitos se identificam com este último modelo: a mulher indeterminada.

A terceira mulher, ou a mulher indeterminada, é constituída prioritariamente por meio do poder de escolha. Os modelos que desenham a primeira e a segunda mulher fazem dela um não sujeito, passivo, dotado de tamanha dependência que a mulher não seria nada daquilo que o homem não permitisse que ela fosse. O terceiro modelo, que predomina contemporaneamente nas sociedades ocidentais, desenha a mulher sujeito de si, dotada de autonomia e de poder de escolha, não estando nenhuma atividade previamente fechada às mulheres, bem como o caminho social a ser trilhado (casar, ter filhos, exercer as tarefas do lar) não mais é pré-fixado. O caminho social antes previamente definido hoje torna-se escolha. Nas palavras de Lipovetsky (2000, p.236):

Desvitalização do ideal da mulher no lar, legitimidade dos estudos e do trabalho femininos, direito de voto, “descasamento”, liberdade sexual, controle da procriação, manifestações do acesso das mulheres à inteira disposição de si em todas as esferas da existência [...].

Todas essas possibilidades se abrem às mulheres fazendo com que elas tomem as rédeas do seu destino. Se a primeira e a segunda mulher são criações depreciadas e idealizadas dos homens, “a terceira mulher é uma autocriação feminina”. (LIPOVETSKY, 2000, p. 237).

Os fortes resquícios do modelo patriarcal ainda presente em nosso cotidiano, em que maridos/pais se consideram donos de suas esposas/ filhas, demonstram a não ruptura definitiva da terceira mulher com essa cultura. Assim é a terceira mulher, a mulher indeterminada, misto de continuidade e descontinuidade, amálgama da igualdade e da assimetria. A senhora de seu destino, que estuda, trabalha, escolhe seu parceiro e detém o poder sobre a procriação, porém continua preponderante na esfera doméstica, muitas vezes à mercê das decisões masculinas. Para reconhecê-la, basta nos olhar. É essa mulher indeterminada que constitui os sujeitos desta pesquisa.

3. Linguagem e identidade

Bakhtin (Volochinov, 1995) sinaliza para a ideia de que a linguagem deve ser estudada a partir da enunciação, entendida como produto de interação entre indivíduos socialmente organizados. O Círculo de Bakhtin afirma a sua natureza social, e não individual, heteroglótica em sua essência, construída no processo de interação verbal.

A palavra, nessa perspectiva, vem de um falante socialmente situado e dirige-se para um interlocutor também socialmente situado, sendo assim determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. Assim:

Ela constitui justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte. Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. [...]. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor. (BAKHTIN (Volochinov), 1995, p. 113).

Para o Círculo de Bakhtin, toda enunciação é carregada da “voz alheia” do outro, sendo que a presença do interlocutor é tão essencial quanto a presença do falante, que sempre toma a palavra numa atitude responsiva, para retificar, concordar, discordar, polemizar, complementar. Nesse sentido, estamos tratando do caráter responsivo da linguagem, ou seja, a resposta a algo que foi dito anteriormente e a retomada da fala alheia. Essas duas orientações constituem o funcionamento dialógico da linguagem na concepção bakhtiniana.

Bakhtin (1990) reitera sua visão de língua, assim como o faz em grande parte de sua obra, no seu entendimento:

a língua não conserva mais formas e palavras neutras ‘que não pertençam a ninguém’ [...]. Todas as palavras evocam uma profissão, um gênero, uma tendência, um partido, uma obra determinada, uma pessoa definida, uma geração, uma idade, um dia, uma hora. Cada palavra evoca um contexto ou contextos, nos quais ela viveu sua vida socialmente tensa, todas as palavras e formas são povoadas de intenções (BAKHTIN, 1990, p. 100).

E toda essa carga social que as palavras evocam só pode ser vislumbrada se considerada a enunciação, o processo de interação verbal em que estão dois sujeitos que se encontram social e historicamente situados e ligados pela ponte chamada *palavra*. Entendemos com Bakhtin que a palavra é semi-alheia, na medida em que pertence ao território do falante como também do interlocutor, ela é própria apenas quando aquele a povoa com seus valores, com suas intenções, ou seja, quando o componente axiológico “encobre” a palavra, tornando-a um signo carregado de ideologia.

Estudar a linguagem como prática discursiva possibilita, portanto, compreender como o discurso constitui e representa a vida social nas suas mais diferentes esferas. Dessa forma, as identidades, fragmentadas, provisórias, que emergem nas práticas discursivas podem ser investigadas na e pela linguagem.

De acordo com Stuart Hall, a fragmentação da identidade, ocorrida no sujeito pós-moderno, provocou consequências políticas, uma vez que “a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada.” (HALL, 2000, p. 21).

4. Continuidade e descontinuidade: a mulher indeterminada na propaganda de TV para Presidente da República

Para fins de análise do *corpus*, estamos considerando um trecho do primeiro programa eleitoral da candidata do PT, Dilma Rousseff, veiculado na TV na campanha eleitoral de 2010 para Presidente da República².

O trecho contemplado diz respeito ao que convencionamos chamar de 1ª parte do filme, cujo tempo de duração vai do início do vídeo até 1'21'' (um minuto e vinte e um segundos). A seguir, temos a sua descrição e posteriormente a análise.

O vídeo se inicia com a imagem de uma estrada, sugerindo a ideia de um carro em movimento, com a voz da candidata proferindo o seguinte texto: “Ninguém faz as coisas quando ela não tem paixão nem crença. Tem de ter paixão pra fazer. O que te permite realizar é sua capacidade técnica, é verdade. Mas o que te mobiliza e o que te faz não esmorecer são seus compromissos”. Em meio à fala, percebemos que no carro em movimento está Dilma, que já aparece caminhando ao término do texto.

Ainda com a cena da caminhada, surge o áudio do discurso do então presidente Lula, dizendo: “Eu realmente fico muito feliz de saber que eu posso entregar a faixa presidencial pra uma companheira do meu partido e uma companheira mulher, é uma coisa gratificante”. Após as primeiras palavras, surge a imagem de Lula, em um comício ao lado de Dilma, de onde ele está discursando.

Nesse momento, surge o áudio do narrador deixando explícita a linha de *marketing* a ser explorada na campanha da candidata: “Seguir mudando o país, esse é o compromisso de Dilma com o povo brasileiro”. E então a própria candidata, no mesmo comício em que Lula havia discursado há pouco, se coloca: “E em nome de todas mulheres do Brasil, em especial, da minha mãe e da minha filha, que recebo essa homenagem e essa indicação para concorrer à Presidência da República.”

Podemos perceber logo no início do filme que há um diálogo do texto proferido pela candidata com um aspecto de sua identidade bastante difundido pela mídia jornalística, qual seja a grande marca de burocrata, de profissional, técnica com que foi identificada durante toda sua vida pública. Para muitos, inclusive da grande imprensa, Dilma Rousseff não passava de uma burocrata, sem traquejo político, que atuava apenas nos bastidores, no âmbito técnico das Secretarias e Ministérios onde atuou. Dizer então que precisa ter paixão para realizar traz um componente deveras relevante para alguém que disputa uma campanha política: a emoção. A racionalidade do técnico, marca atribuída a Dilma pela mídia jornalística, se contrapõe, e até se complementa, com a emoção necessária ao gestor, sobretudo, à pessoa que exerce o cargo de Presidente da República.

² Vídeo 1 – 17/08/2010 – tarde, duração: 10'40'', disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=fvx0M4om3qw>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

Assim, as relações dialógicas que se estabelecem nesse enunciado apontam para a construção da identidade de uma candidata com sensibilidade, cuja emoção caminha ao lado da capacidade gestora. A racionalidade e objetividade, marcas de um estereótipo de gênero masculino, as quais, por vezes, foram atribuídas a Dilma, são traços de sua identidade que, nessa disputa política, não merecem ser postas com tanta evidência, haja vista que sua fama de “durona” não traria a simpatia dos eleitores. Nesse sentido, evidenciar a paixão pelo que faz desconstrói a marca identitária de uma candidata burocrata, sem sensibilidade para os problemas sociais do país.

Como já vimos, o campo político ainda é uma área em que as mulheres têm dificuldade de transpor, e as que conseguem tal feito, por vezes, são masculinizadas ou constituem matéria nos noticiários relacionadas na maioria das vezes a estereótipos de gênero, cuja ênfase recai sobre a imagem, o casamento, a família, ou seja, a mulher do interior. Não obstante a candidata Dilma atue em uma área profissional historicamente ligada ao gênero masculino, qual seja a Economia, se identificar com o eleitorado feminino se faz imprescindível – “E em nome de todas mulheres do Brasil” –, ou seja, recortar o eleitorado, uma vez que ela se refere às mulheres, e não a todos os brasileiros.

O interdiscurso para o qual aponta esse trecho do enunciado são os discursos de inclusão da mulher na política, no entanto, a continuação do enunciado – “em especial, da minha mãe e da minha filha, que recebo essa homenagem e essa indicação para concorrer à Presidência da República” – aponta para a mulher do interior, a mulher restrita ao lar, que coloca a família em primeiro lugar. As relações que se estabelecem nesse caso são de construção de identidades que parecem contraditórias, mas na verdade se complementam: a mulher que transpõe os recônditos reservados aos homens e a mulher de interior, que privilegia a família, a casa, o lar. São continuidades e descontinuidades que remetem a uma mulher que ao mesmo tempo que sai para a guerra, em busca de seu espaço, de sua carreira, volta-se para a família, para a maternidade. É a mulher indeterminada.

O trecho descrito a seguir e posteriormente analisado diz respeito ao tempo de duração que vai de 1’22” a 5’38” do vídeo citado anteriormente.

Nesse momento do filme, surge o áudio da candidata relatando uma cena da infância em que um menino pedinte bate à porta de sua casa para pedir alguma comida, com uma nota de dinheiro na mão, Dilma rasga a nota ao meio, fica com a metade e entrega a outra metade para o menino. Enquanto ela faz o relato da história, vão sendo passadas fotos da candidata ainda em sua infância. A partir daí, intercalam-se a voz do narrador, que conta passagens importantes da vida de Dilma e a voz da própria candidata, complementando com informações relacionadas aos seus pais, ao comportamento deles com ela e a educação recebida.

Narrador: “Dilma é filha da professora Dilma Jane e do imigrante búlgaro Pedro Rousseff. Se casaram em Uberaba e depois mudaram para Belo Horizonte onde Dilma nasceu e cresceu sempre cercada por livros”.

Dilma: “A única coisa que meu pai falava era a seguinte: tem de estudar. Tem de estudar, tem de ler livro, muitos livros.”

Narrador: “Aos 17 anos, Dilma ingressa no colégio estadual de Belo Horizonte e encontra uma nova realidade”.

Dilma: “Quando eu cheguei no Estadual Central era simplesmente no mês do golpe que deu origem à ditadura militar. Era 64. O Estadual Central era uma efervescência, me senti como um peixe dentro d’água. Achei ali o máximo. Achei aquele negócio... O

Brasil tem de mudar...”

Narrador: “Dilma inicia então a sua luta contra a ditadura. Sua luta por um Brasil melhor. Ela é presa em 1970 e transferida para o presídio Tiradentes em São Paulo.”

Dilma: “Quando eu cheguei no Tiradentes, fui recebida com um abraço”.

Após essas falas, surgem depoimentos de duas amigas de Dilma, que estiveram com ela durante a prisão.

Eleonora: “Uma das primeiras pessoas, talvez a primeira que me abraçou e choramos muito, foi ela. Mas ao mesmo tempo que chorava ela ria e dizia, quem diria, hein? Que de Belo Horizonte, da UFMG, nós iríamos nos encontrar aqui.”

Rose: “Eu me lembro dela estudando sem parar, ela gostava muito de estudar. E a Dilma tinha esse amor pelo Brasil, essa questão nacional muito clara. Muito mais clara do que muita gente, do que eu também.”

Em meio aos depoimentos e à fala de Dilma, que vem logo a seguir, são passadas fotos referentes à repressão do governo militar aos estudantes.

Dilma: “A arte de você aguentar uma cadeia é viver a cadeia. Você não pode se negar a viver”.

Eleonora: “A sensação que eu tenho é que a Dilma é uma pessoa pra cima. A vida não a derrubou em momento nenhum”.

Narrador: “Dilma reencontra a liberdade 3 anos depois e reconstrói sua vida em Porto Alegre, onde se casa e se torna mãe”.

Nesse momento, o depoimento é do ex-marido da candidata.

Carlos Araújo (ex-marido): “Eu tive o privilégio de viver esses anos todos com ela, dos quais resultou minha filha, que nós amamos muito”.

Dilma: “A Paula é minha filha única, criada com toda a maluquice que passa pela cabeça de uma mãe quando ela acha que o seu bebê, se tiver dormindo, tá dormindo demais, se tiver acordada, essa menina não tá dormindo. Acho que a gente, quando nasce um filho, sabe qual é a sensação? De ser uma pessoa privilegiada. Essa doação, sem pedir nada em troca, é única, é única na vida”.

Narrador: “Ela se forma em Economia, torna-se uma líder política respeitada e participa ativamente da redemocratização do país”.

Dilma: “Eu resisti à ditadura. Particpei também do processo de redemocratização que, como o processo de fechamento, também foi lento. Só que aí a gente tinha uma esperança, que a gente via na sociedade a luz se abrindo”.

Narrador: “Se torna a primeira mulher Secretária da Fazenda de Porto Alegre. Depois, a primeira mulher a assumir a Secretaria de Minas e Energia do governo Gaúcho”.

Em todo esse trecho do filme, o foco recai sobre a infância e uma fase da vida adulta de Dilma. Pode-se perceber vários construtos identitários que se evidenciam e, em consequência, outros são silenciados. Primeiramente, a partilha literal da nota de dinheiro relatada pela própria candidata remete para os discursos políticos de transferência de renda, como o Bolsa Família, uma das mais expressivas bandeiras do então governo do PT, partido que lança Dilma candidata. Ou seja, desde criança Dilma Rousseff já estava disposta a partilhar o que era seu com os mais necessitados que ela, o que está em perfeita consonância com os discursos políticos-midiáticos do governo petista.

Uma outra identidade que emerge das práticas discursivas veiculadas na propaganda eleitoral da candidata é a da mulher intelectual, que estuda, que valoriza o

conhecimento. Isso se evidencia tanto na fala do Narrador, como também na fala de Dilma, que relata a orientação dada por seu pai – “A única coisa que meu pai falava era a seguinte: tem de estudar”. Essa identidade também é evidenciada nos depoimentos de uma de suas amigas, a Rose. Evidencia-se, pois, a mulher intelectual e silencia-se a figura do líder sem bagagem intelectual, para o qual nos remete o interdiscurso desses enunciados. É pública e notória a identidade que a mídia jornalística atribuiu ao então Presidente Lula, durante seus dois mandatos, de um homem de pouca instrução, sem carreira acadêmica, inclusive satirizando os desvios de norma cometidos por ele em suas declarações. O episódio onde o próprio Lula confessou que lia pouco porque lhe dava sono gerou muitos questionamentos acerca da ausência de uma carreira acadêmica da figura política mais importante do país, do não incentivo à leitura que ficava evidente em sua declaração. Desta feita, a identidade da mulher intelectual, evidenciada ao longo dos depoimentos, que lê e que recebeu educação para tanto, silencia a identidade da figura política sem bagagem cultural e acadêmica, com a qual se identifica o ex-presidente Lula. O objetivo é evidente: alcançar o eleitorado da classe média, que não via com bons olhos um presidente com esse traço identitário. As relações dialógicas que se estabelecem nesses discursos apontam para uma oposição da identidade atribuída a Dilma em relação à identidade relacionada ao presidente Lula, embora este fosse o principal cabo eleitoral da candidata em questão.

Além do aspecto relacionado anteriormente, outras identidades também emergem dos discursos. Podemos citar o traço nacionalista, que é fortemente posto em relevo, seja pelo relato da resistência ao governo ditatorial militar, a luta para que houvesse mudança no Brasil, seja pelo relato da amiga Rose, que aponta para um discurso nacional baseado em um conhecimento – “a questão nacional muito clara” – ou melhor, sem ufanismo. Porém, o programa eleitoral da candidata não detalha como se deu a sua luta pela democracia brasileira. Não relata o seu envolvimento com a luta armada, com grupos radicais que se dispuseram a atividades ilícitas, como o assalto a instituições bancárias e sequestros de embaixadores estrangeiros, ainda que tenham ocorrido por uma causa maior. Tal silenciamento a respeito do envolvimento de Dilma com grupos mais radicais aponta para o interdiscurso segundo o qual a candidata é terrorista, não apresenta uma postura feminina, poderia então evidenciar uma identidade masculinizada, a qual, neste momento de campanha, seria um tanto indesejável.

A identidade de mãe, remetendo ao interdiscurso da doação materna, do amor incondicional, sem medida, aparece antes de qualquer menção à carreira profissional da candidata, o que, em princípio, seria mais importante, haja vista o cargo ao qual ela está se propondo. Percebemos que o casamento e a maternidade ainda são os fatos mais importantes na vida da mulher, sendo estereótipos valorados positivamente, evidentemente, na propaganda, uma clara tentativa de identificação da candidata com as mulheres brasileiras.

Considerações finais

Vimos brevemente que o papel da mulher em nossa sociedade contemporânea esteve historicamente relegado a funções subalternas e socialmente desprestigiadas se compararmos ao lugar social do homem nessa mesma sociedade. Com a revolução feminista, talvez a mais importante do século XX, que resultou na possibilidade de escolhas (da maternidade à profissão, passando pelo casamento e divórcio), a mulher saiu do interior do lar, se escolarizou, seguiu uma carreira

profissional, decidiu quando ter (ou não ter) filhos, enfim, vivenciou um leque de possibilidades. Porém, quando analisamos as práticas discursivas que delineiam as identidades das mulheres candidatas a cargos de alta importância, percebemos que concomitante a construção de uma identidade de ruptura, de pioneirismo, identidades que constituem uma figura de intelectual e líder política, há também, e em não menos grau de relevância, discursos identitários que configuram a mulher como aquela ainda no interior do lar, aquela que põe a família no centro de sua vida, a maternidade como condição de realização plena na vida da mulher, aquela cuja sensibilidade e afetividade, características histórica e socialmente ligadas ao gênero feminino, são ressaltadas de forma tão veemente. Assim é a terceira mulher, um sujeito social indeterminado, uma vez que está no entremeio da descontinuidade e da continuidade, da igualdade e da diferença, uma mescla de ruptura com a cultura patriarcal que a aprisionou nos recônditos do lar e, ao mesmo tempo, identificação com essa mulher do lar, que acena com tanta intimidade para as mulheres contemporâneas.

Referências

- BAKHTIN, M. (Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BAKHTIN, M. O discurso na poesia e o discurso no romance. In: _____. **Questões de literatura e de estética**. São Paulo: Hucitéc/ Unesp, 1990. p. 85-106.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006. p 29-55.
- COURTINE, Jean-Jacques. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003. (Coleção Olhares Oblíquos).
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FRIEDMAN, L. C. Sociedade da imagem e a nova vida das mercadorias. **Pós-Modernas: configurações institucionais contemporâneas**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- LIMA, Fernanda Fernandes Pimenta de Almeida. Entre o diálogo e a (re)significação do sentido: um olhar sobre a identidade da mulher política. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 99-112, jan./jun. 2010.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- OLIVEIRA, Maria Bernadete Fernandes de. Bakhtin e a cultura contemporânea: sinalização para a pesquisa em lingüística aplicada. **Revista da ANPOLL**, v. 13, São Paulo, jul./dez. 2002. p. 105-121.