

O corpo como estratégia política: análises discursivas de publicações de/sobre Manuela D'Ávila nas eleições de 2018

Mariana Ramalho PROCÓPIO
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Tomando como base os estudos discursivos, em sua articulação entre nova retórica e análise do discurso, procuramos discutir, neste trabalho, como o corpo funciona como estratégia discursiva no campo político. Nosso gesto de leitura visa não apenas reconhecer a dimensão da corporalidade apontada por Maingueneau (2008, 2020), como constituinte do *ethos*, mas problematizar a importância deste corpo em termos de sua performatividade (BUTLER, 2003), para iteração de compreensões sobre a mulher na política, em seus aspectos discursivos. No que tange ao aspecto empírico, nosso foco é observar as postagens e publicações nas quais aparecem a imagem de Manuela D'Ávila, no contexto das eleições de 2018, para percebermos a relação discursiva estabelecida entre a presença de seu corpo e a projeção do *ethos*.

PALAVRAS-CHAVE: mulher; política; análise do discurso; corpo; *ethos*.

INTRODUÇÃO

A centralidade da mídia nas mais diversas relações e instituições sociais é uma marca expressiva da conjuntura contemporânea. As mídias, mas sobretudo a internet, permitiram uma maior disseminação de informações acompanhadas de um possível engajamento ou ativismo por parte dos interlocutores, alterando também alguns processos sociais. No que se refere à atividade política, sobretudo no que diz respeito à construção de imagens de seus atores, é possível perceber que uma sociedade midiaticizada, os atores políticos encontram-se mais atrelados às mídias para conseguir visibilidade, para alcançar credibilidade e captar seu auditório.

Neste cenário, os autores Miguel e Biroli (2010) apontam que a relação entre mídia e política é fortemente marcada pelo atributo da visibilidade, enquanto forma de alcance de um capital político. É por meio do atributo da visibilidade que são colocadas em pauta discussões e temas de interesse público (e, por que não dos atores políticos). Para tais discussões são atribuídos valores e representações, que podem ser usados com finalidades distintas pelos atores políticos. De acordo com os autores:

(...) as formas dessa visibilidade contribuem para abrir ou fechar oportunidades e, desse modo, orientam as carreiras políticas. Possuem impacto sobre a compreensão que os cidadãos comuns têm da política e do comportamento de atores específicos e fazem parte, também, das relações e formas de valorização dentro de partidos políticos e em diferentes espaços e dimensões em que essas carreiras se constroem. Por isso, a gestão da imagem pública, que é sobretudo a gestão da visibilidade pessoal na mídia, é uma preocupação central e permanente dos atores políticos e não se limita aos períodos de competição eleitoral. (MIGUEL; BIROLI, 2010, p.696)

Os autores acrescentam que os agentes no campo político se constituem enquanto representantes e, por se considerarem e serem considerados como “porta-vozes” de seus representados. Assim, os sujeitos políticos concorrem nas diversas instâncias midiáticas pelo direito de falar em nome de outros ou por visibilizarem o engajamento próprio em relação a temáticas de interesse de seus representados. Não é à toa que políticos passam a contratar profissionais especializados em marketing ou assessores de comunicação, bem como fazem uso de analistas de social media para produzirem seu conteúdo e com isso obterem uma maior exposição midiática e, por conseguinte, constituírem uma imagem favorável de si frente a opinião pública.

Nessas circunstâncias, interessa-nos analisar o modo como tais recursos – as redes sociais – têm se tornado importante instrumento de difusão de informações no contexto político. De acordo com Gomes (2004), a política pode ser compreendida como um campo de disputas e de conflitos entre sistemas de pensamento. Charaudeau (2006, p.16) acrescenta que a política “se inscreve em uma prática social, circula em um certo espaço público e tem qualquer coisa que ver com as relações de poder que aí se instauram”. Para ambos os autores, a atividade política e sua reverberação (comunicação política, para Gomes e discurso político, para Charaudeau), apresentam uma forte relação com a retórica aristotélica, isto é, a retórica se caracteriza como técnica de produção discursiva que visa a garantir a persuasão. Tem como principais elementos a noção de *pisteis* (provas), *lexis* (elocução) e *taxis* (disposição). Isto quer dizer que para construir um discurso persuasivo, seria necessário escolher os elementos discursivos em função da estratégia argumentativa adotada e encadeá-los de modo a alcançar seus objetivos.

As formas de raciocínio irão permear os meios que podem levar à persuasão. Aristóteles (2005) propõe três meios de persuasão ou provas do discurso: o *ethos* (caráter do orador), o *pathos* (disposições criadas no auditório) e o *logos* (discurso em si ou a razão persuasiva que ele representa). A preponderância de uma determinada prova em

relação a outra vai depender do gênero, da finalidade e do contexto sócio-histórico no qual o discurso está inserido.

Tendo, pois, como pano de fundo a discussão da comunicação política ancorada em uma perspectiva retórico-discursiva, tomamos como caso a ser estudado, as publicações de Manuela D'Ávila em redes sociais no contexto das eleições presidenciais de 2018. Política, ativista social, jornalista, feminista, e mãe, Manuela foi deputada estadual pelo Rio Grande do Sul (BR) e candidata à vice presidência da república, nas eleições brasileiras de 2018. Em suas páginas nas redes sociais, Manuela D'Ávila procura expor não só questões referentes à conjuntura política mundial e brasileira, mas também problematizações das questões de gênero, inclusive com relatos e imagens de situações pessoais, tais como amamentação, a criação de sua filha, o transtorno de imagem, etc. Nosso foco é observar as postagens e publicações nas quais aparecem a imagem de Manuela, para percebermos a relação discursiva estabelecida entre a presença de seu corpo e a projeção do *ethos*.

Valeremo-nos das contribuições de Maingueneau (2008, 2020) para entendermos o *ethos* como uma “voz”, que se encontra não dissociada de um corpo socialmente especificado, responsável pela enunciação. Interessa-nos, especificamente, perceber os mecanismos discursivos de engendramento do corpo Manuela (e das discussões que ele traz), como responsável pelas enunciações das postagens. Escolhemos como recorte para seleção de nosso corpus de análise, as postagens que foram por ela marcadas com a *hashtag* #ManuEm2018, por entendermos se tratar de um filtro encontrado pela própria política para destacar momentos por ela vivenciados em 2018, ano este em que ela esteve em grande visibilidade midiática por ter concorrido ao cargo de vice-presidência da república do Brasil.

A NOÇÃO DE *ETHOS* POR UMA PERSPECTIVA DISCURSIVA E INTERLOCUÇÕES COM A NOÇÃO DE CORPO

De acordo com Aristóteles (2005), o enunciador, quando enuncia algo, e, conseqüentemente, apresenta uma imagem de si (*ethos*), para persuadir seu auditório, pode empregar a *phrônesis* (prudência, sabedoria, razão prática), a *areté* (virtude, sinceridade, caráter) e a *eunóia* (benevolência, solidariedade, disposição ativa). São essas as principais características para a projeção de imagens de si favoráveis e positivas.

Esta preocupação com a imagem parece ser a tônica do discurso político. Segundo Gomes (2004, p. 268), “forma-se a imagem de alguém a partir do que ele diz ou do que é dito sobre ele, do que ele faz, da sua capacidade reconhecida de fazer e do que dele é feito”. Por essa perspectiva, percebemos ser cabível a discussão de *ethos*, enquanto prova retórica, como umas das principais estratégias discursivas na prática social política, já que, mais importante do que o político de fato possuir características positivas para a investidura do cargo, é preciso que ele pareça possuí-las.

Apesar de uma aparente simplicidade, o emprego do *ethos* é variado e pode acarretar problemas de compreensão diante da diversidade de usos e concepções teóricas. De acordo com Auchlin (2001, p.201):

Através de alguns de seus empregos, em retórica, em pragmática, em estilística, até mesmo em didática, o *ethos* é concebido como mais ou menos dialogal (Vs. monologal), mais ou menos focal (Vs. enquadrante), mais ou menos moral (Vs. técnico), mais ou menos convencionalizado (Vs. emergente), mais ou menos intradiscursivo (Vs. mundano), mais ou menos abstrato (Vs. concreto, carnal).

A noção de *ethos*, vista sob uma perspectiva discursiva, deve contemplar suas características dinâmicas e dialogais, entendendo-o como parte integrante da troca comunicativa e constituído pela construção discursiva, pelo imaginário social e pela autoridade institucional. Amossy (2005) relembra que, conforme propõe Benveniste, ao produzir um enunciado, isto é, ao colocar a língua em funcionamento, o locutor se coloca como sujeito e inscreve sua subjetividade. É por se apresentar enquanto materialidade linguística que o *ethos* está relacionado às marcas de enunciação: para que este possa ser compreendido enquanto imagem apresentada no e pelo discurso, deve-se recorrer às tais circunstâncias enunciativas.

Maingueneau (2008), em seu trabalho com o conceito também em uma perspectiva discursiva, informa-nos que o *ethos* pode ser encontrado em diferentes situações discursivas, que se estendem aos enunciados orais, escritos, na modalidade verbal, visual, ou verbo-visual, representando uma pessoa ou até mesmo uma ou várias instituições. Em sua obra *Variações do Ethos*, Maingueneau (2020) sublinha, inclusive, a necessidade de pensar esta prova retórica, não apenas em corpora variados, mas também em evidenciar o funcionamento diferente de tal categoria, a depender da materialidade discursiva analisada.

A constituição do *ethos* será realizada a partir de uma relação entre as escolhas do locutor (de acordo com suas visadas) e o seu *ethos* pré-discursivo, que é composto pela representação coletiva e pelos estereótipos que o auditório produz a respeito do enunciador, antes mesmo que este pronuncie algo. O *ethos* pré-discursivo precede a projeção de uma imagem através do discurso a cada situação de comunicação e se apoia em elementos exteriores, como os imaginários resultantes do evento enunciativo e de discursos anteriores, além dos elementos dóxicos relacionados àquele orador (posição institucional, papel social, estereótipos, marcadores de diferença, etc). Todavia, o *ethos* pré-discursivo pode ou não ser confirmado pelo *ethos* discursivo. Este último é composto por *ethos* dito e o *ethos* mostrado. O primeiro (*ethos* dito) diz respeito ao que o locutor diz sobre si mesmo; já o *ethos* mostrado relaciona-se à maneira de enunciar (MAINGUENEAU, 2020).

Interessa-nos particularmente destacar a articulação entre corpo e discurso para a compreensão do *ethos*. A todo texto, corresponde uma voz indissociável de um corpo enunciante, historicamente especificado. Essa vocalidade, manifesta-se uma multiplicidade de tons, que se associam ao corpo do enunciador construído pelo destinatário a partir de índices liberados na enunciação. Conforme Maingueneau (2020), cria-se, assim, uma instância subjetiva que desempenha o papel de “fiador” do que o enunciador diz, ou seja, este último, no discurso, elabora um *ethos* discursivo para si mesmo, assumindo um posicionamento com o intuito de o coenunciador aderir ou ao que foi dito, afiançando, dessa forma, o discurso.

Cumprindo ainda destacar que o fiador não é o sujeito empírico, mas aquele construído por meio de indícios textuais, ao qual é ainda atribuído um caráter e uma corporalidade enunciativas, que são provenientes das representações sociais nas quais a enunciação se ancora. Tais representações pertencem a um “mundo ético”, ao qual o fiador está intrinsecamente ligado e que a ele também dá acesso. Para este processo, Maingueneau (2020) se vale do termo “incorporação”, segundo o qual:

a enunciação da obra confere uma “corporalidade” ao fiador, ela lhe dá corpo; o destinatário incorpora, assimila um conjunto de esquemas que correspondem a uma maneira específica de se remeter ao mundo habitando seu próprio corpo; essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo da comunidade imaginária dos que aderem ao mesmo discurso (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

Assim, para que as imagens projetadas pelo locutor sejam legitimadas pelo auditório, é preciso que haja uma adequação, isto é, que essas imagens sejam partilhadas pelos interlocutores e sejam admitidas como representações ancoradas socialmente. Essas representações histórica e culturalmente demarcadas são mobilizadas e arregimentadas por meio de discursos socialmente construídos e difundidos. Interessa-nos demarcar aqui a importância de se perceber os discursos, iterados em diferentes situações comunicativas e práticas sociais, como elementos importantes de representações sobre o corpo, que serão acionados em diferentes processos de construção de imagens.

Judith Butler (2003) oferece-nos a noção de corpo numa perspectiva discursiva, já que o entende em virtude da linguagem, inserido no contexto da performatividade. Por performatividade, entendemos a condição performativa de um ato de linguagem, isto é, o fato de que “ao dizer”, não apenas descrevermos algo, mas agimos e produzimos efeito. É por meio da condição de performatividade que tais atos de linguagem são repetidos, iterados na sociedade e funcionam como elementos estabilizadores e definidores.

A constante repetição de gestos, atos, modos de agir consolida o poder de normas e discursos sobre os corpos. Dado o caráter performativo, os corpos ao mesmo tempo se materializam, adquirem significado e obtêm legitimidade. Essa estilização repetida do corpo é que confere a alguns a condição de existência, quando estes se conformam e correspondem às matrizes de inteligibilidade vigentes, e que determina a outros a condição de abjeção, isto é, tudo o que se encontra fora da matriz de gênero adotada como normal, está relacionado aos corpos que não são considerados importantes socialmente.

Entendemos que o discurso age de modo performativo na estilização do corpo e interfere no processo de incorporação do *ethos*, isto é, na identificação de elementos configuradores de uma voz, de características físicas e psíquicas que serão determinantes para a constituição de uma imagem de si daqueles envolvidos em uma situação de comunicação, numa dada conjuntura sócio-histórica. Ancoramo-nos em Mainguenu (2008, 2020) para entendermos o *ethos* como uma “voz”, que se encontra não dissociada de um corpo socialmente especificado, responsável pela enunciação.

O ETHOS DE MANUELA D’ÁVILA: ANÁLISES RETÓRICO-DISCURSIVAS

Nesta pesquisa, interessa-nos observar postagens na rede social Facebook nas quais aparecem a imagem de Manuela D’Ávila, para percebermos a relação discursiva

estabelecida entre a presença de seu corpo e a projeção do *ethos*. Para tanto, faz-se necessário explicar com um pouco mais de detalhes quem é a Manuela.

Manuela d'Ávila é brasileira, natural de Posto Alegre, Rio Grande do Sul. Jornalista, Manuela iniciou sua trajetória política no movimento estudantil em 1999, filiando-se, em seguida, ao Partido Comunista do Brasil (PCdoB), no qual segue até hoje. Manuela foi vereadora em Porto Alegre, deputada federal por dois mandatos e deputada estadual. Em 2018, Manuela foi candidata à vice-presidência da república do Brasil em uma chapa liderada por Fernando Haddad (Partido dos Trabalhadores). Haddad e Manuela obtiveram aproximadamente 45 % dos votos e foram derrotados na disputa eleitoral por Jair Bolsonaro e Hamilton Mourão.

Durante sua trajetória política, Manuela foi apontada como uma das personalidades mais influentes do Brasil e dedicou-se a causas voltadas às mulheres e, principalmente, à maternidade. Um dos casos de destaque foi a repercussão de uma foto, postada por ela em suas redes sociais em 2015, em que a deputada amamentava sua filha, de então cinco meses. A postagem se tornou alvo de inúmeras ofensas, nas quais era possível identificar uma desqualificação em virtude de questões de gênero e ideológicas. A política é casada com o músico Duca Leindecker com quem teve uma filha, nascida em agosto de 2015, além de ser madrastra de Guilherme.

Para a constituição de nosso *corpus de análise*, visitamos as publicações de Manuela D'Ávila, no ano de 2018, em sua página oficial na rede Facebook. Com uma média de 15 postagens diárias (dependendo dos acontecimentos do dia), Manuela realizava não só questões e problematizações referentes à conjuntura política, mas também *posts* relacionados a acontecimentos marcantes no contexto mundial e brasileiro, bem como questões sociais e feministas com questionamentos relativos aos papéis sociais entendidos como da mulher.

Esta observação nos indicava um material gigantesco para análise, o que passou a nos demandar novos filtros para recorte. Foi então que nos deparamos com a categorização de algumas postagens, realizadas entre 08/12/2018 e 14/01/2019, com a *hashtag* #ManuEm2018. Conforme Procópio (2018, p. 764), as *hashtags* funcionam como um importante recurso digital.

Trata-se da inserção do código # antes de palavras-chave a fim de tornar tal palavra pesquisável e recuperável no contexto da internet. Quando usadas, as *hashtags* proporcionam uma interação dinâmica e servem

agrupar determinadas informações em específicos tópicos ou temáticas de discussão. Assim, enquanto recurso discursivo digital, a hashtag permite um caráter unificador e centralizador de discussões, possibilitando o engajamento de sujeitos diversos em torno de uma mesma causa e também permitindo a constituição de um arquivo digital sobre a temática.

Entendemos que a categorização por #ManuEm2018 atendia aos nossos objetivos de análise, pois indicavam um recorte realizado pela deputada das informações por ela consideradas interessantes e positivamente válidas de suas ações/postagens no ano anterior. Assim, consideramos que as 48 postagens eram situações que a própria Manuela D'Ávila gostaria de evidenciar, possivelmente por considerar como positivas, de sua atuação e, potencialmente, de sua imagem pública.

Iniciamos por categorizar as postagens em temáticas principais. Deparamo-nos com postagens que indicavam mais de um tema, mas procuramos categorizá-las em função do tema que se apresentava como mais marcante. Identificamos 6 temas principais, que estão listadas abaixo:

a) **Atos públicos/participação popular** – essa foi a categoria com o maior número de postagens: 15. Nela, o destaque foi para eventos públicos em que Manuela participou durante o ano de 2018. Em quase todas as postagens havia também expressivo destaque à manifestação popular em tais situações.

b) **Encontro com Pessoas e Personalidades** – nessa categoria, o interesse era visibilizar encontros que Manuela teve, durante o ano de 2008, com pessoas que ela admira e que também estão de alguma forma envolvida com causas que ela defende. As postagens sinalizavam encontros com pessoas que nem sempre estão presentes nos circuitos midiáticos (como o pai da política), mas também com pessoas de expressiva visibilidade como políticos (Pepe Mujica, Flávio Dino, etc), teóricos (David Harvey) e pessoas públicas com posicionamento político alinhado ao de Manuela (Márcia Tiburi, Ana Prestes, Marieta Severo). No total, foram encontradas 14 postagens atreladas a essa temática.

c) **Vivência da Maternidade** – nessa temática, encontramos postagens cujo foco eram apresentar situações, majoritariamente na campanha ou no exercício das funções públicas,

vividas por Manuela e sua filha Laura. Podemos destacar menções e fotografias relacionadas a amamentação, desfralde, brincadeiras e demonstrações de afeto. Encontramos, no total 10 postagens diretamente relacionadas a essa temática.

d) **Informações sobre a própria figura/aparência** – nas três postagens categorizadas como pertencentes a esta temática, Manuela apresentava informações sobre: i) um colar por ela muito utilizado durante a campanha, presente da primeira-dama de Pernambuco; ii) uma vestimenta de vaqueiro por ela recebida como presente no Ceará, simbolizando a diversidade do país; iii) a aparência estilizada de Frida Khalo, por ela assumida em um bloco de Carnaval.

e) **Participação na mídia** – nessa categoria foi sinalizada a participação de Manuela em programas e entrevistas midiáticos. As três postagens referentes a tal categoria faziam referência à participação dela no programa de Mariana Godoy, na rede TV; à entrevista concedida à revista Quem; e também à participação da então pré-candidata à presidência no programa de entrevistas Roda Viva, marcado por um expressivo número de interrupções de fala dos entrevistadores homens à candidata.

f) **Lugares visitados** – também encontramos três postagens, nas quais Manuela destaca os seguintes lugares por ela visitados, todos em Portugal: i) bairro do Mocho, em Loures, local que procura superar inúmeros problemas sociais, inclusive com iniciativas para valorizar autoestima de moradores; ii) Instituto Saramago; iii) sede do partido comunista em Loures.

As temáticas acima apontadas já são importantes pistas discursivas para compreendermos os mecanismos de construção de imagens de si – ethos - projetados por Manuela d'Ávila. Uma vez que estamos lidando com um *corpus* revelador de uma retrospectiva, isto é, de demarcar as postagens mais marcantes/importantes do ano da política Manuela, são essas temáticas que ela julga importante destacar para a projeção de sua imagem. Interessa-nos, sobretudo, tecer reflexões sobre as categorias nas quais mais encontramos mais postagens (atos públicos/participação popular; encontros com pessoas e personalidades; vivência da maternidade).

O destaque para a temática *atos públicos/participação popular* já era por nós esperado. É interessante para um agente político demonstrar que esteve junto ao povo, principalmente atrelando sua figura a causas que seu público em potencial defende. Nesse caso, vemos corroborar o *ethos* pré-discursivo de Manuela, isto é, os imaginários e representações exteriores e provenientes de discursos anteriores. Por sabermos que Manuela iniciou sua carreira política no movimento estudantil, que desde sempre foi filiada ao PCdoB (Partido Comunista do Brasil) e que na última eleição concorreu à vice-presidência em uma chapa liderada pelo PT (Partido dos Trabalhadores), como imagem prévia, temos a de uma política militante alinhada a questões progressistas e pautas identificadas como de esquerda. Não é à toa que, nas postagens selecionadas, os eventos públicos em que Manuela participa são atos do Dia Internacional da Mulher, Congresso Nacional da União da Juventude Socialista, Parada LGBTI+, debates universitário, etc. Todos esses eventos são claramente nomeados nas postagens, o que confere uma evidência enunciativa de sua participação e sua vinculação discursiva com os mesmos.

Em relação à categoria *encontro com pessoas e personalidades* parece-nos haver uma vinculação da imagem de Manuela a das pessoas por ela destacadas. Em todos os casos, são expostos, nos encontros fotografados, pessoas e personalidades cujo posicionamento político é publicamente conhecido como de esquerda ou, pelo menos alinhado, às causas por ela defendidas pela ex-deputada como reforma agrária, equidade de gênero, respeito diferenças de gênero e orientação sexual, oposição ao então candidato Jair Bolsonaro. Esse posicionamento das pessoas fotografadas é, algumas vezes, marcado icônica e verbalmente – através de adesivos, faixas, camisetas, ou então está subentendido por meio do *ethos* pré-discursivo de tais personalidades. Assim, a presença de tais pessoas parece funcionar como uma espécie de fiança, de chancela, para autorizar a projeção de *ethé* semelhantes para Manuela.

Já a categoria *vivência da maternidade* pareceu-nos ser a de maior expressividade e, potencialmente, a maior estratégia discursiva de Manuela para a construção de seu *ethos*. Por 10 vezes em termos de postagens específicas, mas também de forma secundária em postagens categorizadas em outras temáticas, a ex-deputada apresenta a filha Laura não só nas situações de trabalho nas quais ela própria participava, mas também diz (por seus enunciados) e mostra (por suas fotografias) a vivência de situações cotidianas da maternidade como brincadeiras, amamentação, desfralde. Nas postagens, Manuela relata que realizou o desfralde e o desmame no tempo da criança, sinalizando, inclusive a

amamentação por 2 anos, 6 meses e 20 dias. Evidencia também conhecer tanto as preferências da filha sobre o universo infantil, como personagens preferidos, quanto as opiniões dela para o trabalho da mãe, o qual parece achar divertido. A descrição verbal e icônica de tais situações parecem contribuir para a constituição da imagem de uma mãe zelosa, comprometida com a infância da filha e com uma criação acolhedora. Assim, é possível destacar que Manuela, ao destacar sua vivência da maternidade, procura incorporar e afiançar seu discurso nesse ideário, procurando por uma correspondência da sua representação a possíveis representações da maternidade de seu público eleitor

Contudo, o que nos interessa demarcar aqui, é que, nas postagens de todas as categorias, a vinculação discursiva de Manuela não se faz presente apenas pela demarcação verbal: é pela presença física de seu corpo, nas fotografias, que essa pertença discursiva é reforçada. Aqui, reverberamos a posição de Butler (1999), para quem a estilização repetida dos corpos é que garantem uma condição de existência. Ao se mostrar constantemente presente em tais atos políticos, Manuela cria sua legitimidade e sua inteligibilidade como veiculadora de tais discursos progressistas e de esquerda.

Interessa-nos ainda destacar que, esse corpo presente nas fotografias, apresenta características que merecem ser destacadas. Em muitos destes atos, Manuela apresenta vestimentas com inscrições verbais mais uma vez atravessadas por pautas progressistas, feministas e de esquerda. É comum a política se apresentar com camisetas, nas quais encontramos as seguintes inscrições textuais: “Lute como uma garota”; “Não precisa ser mulher para lutar contra o machismo”; “Amar sem Temer”, “Mujer bonita es la que lucha”. Esses textos, tampouco a peça de roupa camiseta, parecem não estar associados a vestimentas tradicionalmente portadas por políticos, ao menos no imaginário popular da sociedade brasileira¹. Em uma sociedade conservadora e patriarcal, como o Brasil contemporâneo, é comum a expectativa social (por tanto a projeção de um *ethos* pré-discursivo) para uma mulher política, do uso de roupas alinhadas a uma formalidade e seriedade, como *tailleurs*, saias, etc. Adiciona-se a essa não correspondência a um *dress code* de política conservadora, o fato de Manuela ser jovem (37 anos) e possuir várias tatuagens (nem sempre visíveis) pelo corpo. Tal constatação parece confirmar as indicações de Maingueneau

¹ No dia 03/01/2019, a advogada e pastora evangélica Damares Alves, recém-empossada como ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, pelo governo de Jar Bolsonaro, disse que “o Brasil estava em nova era, em que menino veste azul e menina veste rosa”.

Um locutor que intervém no campo político encontra-se diante de uma alternativa quando tem de aparecer em público: pode se apresentar como um profissional da vida política, ou até mesmo se esforçar para mostrar um *ethos* tido como característico do grupo do qual ele se pretende o porta-voz. Numa situação dessas, a aparência física (o figurino, o penteado...) desempenha um papel fundamental, porque ela é relativamente independente do *ethos* implicado pelos textos. (MAINGUENEAU, 2020, p.96)

Assim, a priori, o corpo de Manuela D'Ávila não corresponde a uma imagem pré-discursiva (MAINGUENEAU, 2008) generalizada de política, que se pautem em imaginários conservadores e mantenedores de visões estereotipadas para uma mulher na política. Mesmo em relação à sua vinculação a uma vertente ideológico partidária de esquerda, é possível dizer que circulam diferentes representações na sociedade brasileira a respeito das feministas. Para o mesmo imaginário conservador e patriarcal que não compreende um corpo jovem e informal na política, é difícil sustentar uma feminista como alinhada a padrões de beleza hegemônica, como corpo branco, magro, belo e ainda casada com um homem e mãe. É comum encontrarmos nas redes sociais postagens populares que descrevem mulheres feministas como feias, gordas, peludas e “mal comidas e mal amadas”.

Os enunciados, mas principalmente o corpo de Manuela d'Ávila nas postagens pretendem, pois confirmar um *ethos* discursivo de mulher jovem, moderna, política e militante, amparado por imaginários sociais progressistas, feministas e contemporâneos. Entendemos estar diante da dupla configuração do *ethos* discursivo, conforme Maingueneau (2020). Quando fala sobre si, Manuela nos oferece seus posicionamentos enunciativos para propor seu *ethos* dito; já em seu *ethos* mostrado, temos acesso à sua maneira de enunciar, que parece estar bem ancorada em um uso do corpo (e de suas vestimentas) para tal enunciação e sustentação de uma imagem de política moderna, alinhada à defesa de causas sociais e comprometida com as questões de gênero.

Retomamos aqui a concepção de Maingueneau (2020) para a abordagem do *ethos*, para o qual a todo texto, corresponde uma voz indissociável de um corpo enunciante, historicamente especificado. Entendemos que as produções discursivas marcadas por Manuela D'Ávila como sujeito enunciativo evocaram a presença de uma vocalidade e uma corporeidade. Essa voz e esse corpo são constituídos pelas pistas enunciativas por ela deixadas – escolhas lexicais, temáticas abordadas, procedimentos de nomeação e

qualificação mobilizados – assim como por seus gestos, vestimentas e ambientações cênicas das situações fotografadas. Tais pistas e índices mobilizados pelo sujeito destinatário irão, pois constituir uma imagem que pode dialogar ou não com a imagem pré-discursiva que tais sujeitos possuem dela, assim como pode corroborar ou confrontar com os imaginários por ele possuídos para a representação de mulher, política, mãe e demais papéis sociais por ela assumidos. Estes processos irão configurar a incorporação indicada por Maingueneau (2008), segundo a qual se constitui um corpo imaginado, vinculado ao “mundo ético” que o sujeito discursivo se atrela e que, aqueles coenunciadores que aderem ao mesmo discurso, também se vinculam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Interessou-nos, neste artigo, demarcar a importância de se perceber os discursos, iterados em diferentes situações comunicativas e práticas sociais, como elementos importantes de representações sobre o corpo e responsáveis pela constituição de imagens. É por meio da repetição de tais discursos que naturalizamos a presença de certos corpos na sociedade, bem como criamos expectativas e imagens para o que eles nos sinalizam – no caso o corpo de uma mulher, mãe e política.

Em termos de projeção de sua imagem pública e numa visão retórico-discursiva, de seu ethos, Manuela D’Ávila procura projetar para si a imagem de uma mulher jovem, moderna que vivencia a maternidade sem abrir mão de suas atividades trabalho. A ex-deputada parece querer defender uma maior participação das mulheres nas atividades políticas, sem com isso se desfazer de um imaginário idealizado sobre feminilidade e maternidade. A demarcação deste imaginário como “idealizado” se faz por nós necessária, pois acreditamos ser este um imaginário ideal, vislumbrado, mas ainda distante das vivências cotidianas das possíveis coenunciadoras de Manuela, destinatária de seu discurso. Não podemos nos esquecer que Manuela é uma mulher branca, de classe socioeconômica privilegiada, heterossexual, casada, mãe e natural da região sul. Sua construção de imagem, mesmo ancorada numa pauta feminista e compromissada com a justiça social, não parece ressaltar (com algumas exceções) questões interseccionais que tematizem experiências do ser mulher ou do ser política mulher fora de um contexto de privilégios. Sua vocalidade e sua corporeidade, manifestados pelas escolhas discursivas, tanto verbais quanto corporais sinalizam sim a projeção de uma imagem respaldada em

imaginários sociais feministas e de valorização da mulher, mas ainda sob um recorte numa matriz privilegiada, que privilegia discursos em torno da beleza (mujer bonita es la que lucha) e a vivência de uma maternidade um tanto quanto romantizada.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. (Org) **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. **Retórica**. 2ª edição. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005.

AUHLIN, A. Ethos e experiência do discurso: algumas observações. In: MARI, H.; MACHADO, I. L.; & MELLO, R. (Orgs) **Análise do Discurso: fundamentos e práticas**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2001. p. 201-225.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus Campos Sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JÚNIOR, J.; JACKS, N. (orgs.). **Mediação e Mdiatização**. Livro Compós 2012. Salvador: EDUFBA, p. 31-52, 2012.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. Contexto: São Paulo, 2006.

D'ÁVILA, M. **Sempre foi sobre nós: relatos de violência política de gênero no Brasil**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Rosa dos ventos, 2022.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.) **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. A propósito do *ethos*, In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. (Orgs.) **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p.11-29.

_____. **Variações sobre o *ethos***. São Paulo: Parábola, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Visibilidade na mídia e campo político no Brasil. **Dados, Rio de Janeiro, 2010, 53(3), 695-735**.

PROCÓPIO, Mariana Ramalho. O engajamento de atores políticos nas redes sociais: uma análise discursiva da participação da deputada Margarida Salomão na campanha #meuamigosecreto. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio Humberto; CÂMARA, Marco Túlio. (Orgs.), **Interfaces do midiativismo: do conceito à prática**, Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 758-773.