
Raça e Gênero nas Eleições: os Discursos dos Mandatos Coletivos Durante 2018¹

Carlos Humberto Ferreira SILVA JÚNIOR²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”- UNESP, Bauru, SP

Valmir Teixeira ARAÚJO³

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar os discursos relacionados as questões de raça e gênero realizados durante as eleições de 2018 pelos mandatos coletivos eleitos no Brasil. Como corpus teremos os vídeos das campanhas eleitorais divulgados nas plataformas digitais da Bancada Ativista (São Paulo); Juntas (Pernambuco); e Áurea Carolina e Andréia de Jesus (Minas Gerais), representando o Muitas e a Gabinetona. Para análise discursiva trabalhamos com o conceito de estereótipo de Ruth Amossy, cujo objetivo foi identificar as institucionalidades das falas e suas respectivas relações com as identidades raciais e de gênero. Identificamos uma forte alusão à luta por sobrevivência na vida cotidiana, com apresentação de corpos e discursos baseados na ideia da diversidade, tendo destaque o corpo negro e a figura feminina.

Palavras-chave

Gênero; Raça; Eleições; Mandatos Coletivos

Introdução

Em meio às diversas questões que precisam ser debatidas no âmbito da comunicação a respeito das eleições gerais de 2018 estão as campanhas dos mandatos coletivos. Nesse pleito foram eleitas e eleitos deputadas e deputados nas esferas estadual e federal com a proposta coletiva, na qual um ator político é registrado como responsável pelo mandato, porém, várias pessoas participam das decisões. Compreender os discursos destas propostas a partir dos vídeos divulgados durante as campanhas eleitorais, observando especificamente as questões de raça e gênero é o intuito do presente trabalho.

Todas as candidaturas coletivas que saíram vitoriosas das urnas no dia 7 de outubro de 2018 estavam filiadas ao PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) e abordaram

¹Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Pará, de 2 a 7/9/2019

²Doutorando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp-Bauru). E-mail: carlos.jr@unesp.br

³Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Unesp) e-mail: valmir.ptu@gmail.com

explicitamente as questões de raça e gênero. A Bancada Ativista, composta por nove pessoas, sete mulheres, uma delas transexual, além de dois homens, um deles integrante do movimento negro, conquistou um mandato na Assembleia Legislativa de São Paulo; a Juntas, formada por cinco mulheres, todas negras, sendo uma delas também trans, foi eleita para ocupar uma cadeira na Assembleia de Pernambuco; e a experiêcia da Gabinetona, apoiada pelo Muitas, que já funcionava na Câmara Municipal de Belo Horizonte, desde 2016, nestas eleições conseguiu eleger duas mulheres negras: Andréia de Jesus, para a Assembleia de Minas Gerais, e a então vereadora Áurea Carolina para o Congresso Nacional.

Os quatro mandatos com propostas coletivas são formalmente representados por mulheres negras, evidenciando uma distinção do cenário hegemônico político brasileiro, no qual homens brancos são maioria entre os eleitos. Além da visibilidade das mulheres negras (dando ênfase a gênero e raça), as campanhas dos mandatos coletivos também destacam outros grupos identitários. Esta abordagem, mesmo tendo como base a ideia da representação democrática, vai ao encontro do conceito de “lugar de fala”, defendido por Djamila Ribeiro (2017, p. 29), que chama atenção para a necessidade de mostrar que “certas identidades têm sido historicamente silenciadas e desautorizadas no sentido epistêmico, ao passo que outras são fortalecidas”.

Tendo como base os corpos e vivências pessoais dos sujeitos, todas as propostas se comprometeram com políticas voltadas às questões tidas como minoritárias, buscando elementos comuns às vidas cotidianas para a construção de um discurso coeso a fim de angariar os devidos votos às campanhas eleitorais.

De acordo com Amossy (2008, p. 125) esse processo é denominado de estereotipagem, pois, trata-se da “operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado”. Seguindo esta leitura, para legitimar suas falas esses mandatos tiveram que formatar seu discurso eleitoral em uma doxa comum inteligível ao público, tornando estes estereótipos uma marca institucional⁴ da enunciação⁵, na qual está ancorada a figura de legitimidade dos enunciadores.

⁴ De acordo com Amossy, é necessário que o enunciador estabeleça uma legitimidade em sua fala, para ela esse processo de institucionalização é buscado por quem profere o discurso, por meio de uma autoridade também baseada nos estereótipos.

⁵ A enunciação é vista aqui como ato da produção do discurso em si, “A enunciação constitui o pivô da relação entre a língua e o mundo: por um lado, permite representar fatos no enunciado, mas por outro, constitui por si mesma um fato, um acontecimento único definido no tempo e no espaço” (CHARAUDEAU, 2016, p. 193).

Vale ressaltar que, para Amossy, há ao menos três apropriações conceituais do estereótipo, uma pela linguista, outra pelas ciências sociais e, por fim, pela análise do discurso.

A apropriação linguística está no campo da semântica no qual “a palavra designa o referente com sua descrição típica, reintegrando assim, na significação da palavra (‘tigre’) componentes enciclopédicos (as listras)” (CHARAUDEAU, 2016, p. 215). Já nas ciências sociais, a ideia de estereótipo está mais ligada aquela da limitação das figuras e do preconceito:

É a imagem do francês, da mulher, da bandeira... que circula em uma certa comunidade (...) Instrumento indispensável à cognição na medida em que permite a categorização, a generalização e a previsão, o estereótipo é considerado, frequentemente, como nefasto, já que ele é o fundamento do preconceito e da discriminação social (CHARAUDEAU, 2016, p. 215).

Já para análise do discurso, e consecutivamente para nosso trabalho, o estereótipo é uma chave de leitura:

(...) uma vez que ele emerge somente no momento em que um alocutário recupera, no discurso, elementos espalhados e frequentemente lacunares, para reconstruí-los em função de um modelo cultural preexistente (...) ele constitui com o topói ou lugares-comuns, uma das formas adotadas pela doxa, ou conjunto de crenças e opiniões partilhadas que fundamentam a comunicação e autorizam a interação verbal (CHARAUDEAU, 2016, p. 215).

Longe, portanto, de significar um esquema valorativo, a ideia de estereótipo que utilizamos em nossa pesquisa, está mais relacionada com a necessidade de comunicar-se, por meio de imagens prévias que dão sentido a fala, do que sua estigmatização por meio dos preconceitos.

É um ponto de partida para a construção da fala e da representação da autoridade do sujeito como capaz de proferir aquele discurso. Aqui indifere se o estereótipo é uma construção fidedigna a realidade, ou uma exacerbação da mesma, de uma forma ou de outra ele deve ser enxergado apenas como ponto de partida do discurso, a valoração do estereótipo, sua contextualização, assim como a busca de seus significados específicos fica ao encargo do analista do discurso, em cada uma de suas inferências, buscando compreender a enunciação dentro de toda sua necessária complexidade.

Ressaltamos também, que o campo de construção dos estereótipos, assim como os demais discursos, está inserido dentro de uma batalha pela hegemonia discursiva, o que faz com que a transformação dessas imagens possa ser ressignificada a cada enunciação,

não fazendo com que um estereótipo desapareça, mas sim se transforme (a imagem de um LGBTI+ aos poucos pode deixar de possuir uma significação de fragilidade, para uma de empoderamento de si, por exemplo, tornando-se um novo esquema social cristalizado, um novo estereótipo).

Utilizando-nos do conceito de estereótipo de Amossy, portanto, buscamos identificar nas campanhas eleitorais, quais “esquemas coletivos cristalizados” foram acionados esteticamente e discursivamente para que sua comunicação se fizesse legível com relação às questões de raça e gênero. Trata-se de pesquisa qualitativa, com amostra intencional não probabilística.

Partimos do princípio que raça e gênero são construções sociais, sendo raça aqui retomada como aspecto de valorização e identificação por meio de uma identidade autossuficiente, que se orgulha da sua diferença e o gênero como uma construção de si. Connell e Pearse apontam que na formulação de sua representação de gênero, os sujeitos acabam construindo a si mesmos, fazendo com que essas questões não sejam nem de caráter biológico ou meramente coercitivos, mas sim, apropriações sociais:

[...] não podemos pensar o ser mulher ou o ser homem como experiências fixadas pela natureza. Mas também não podemos pensá-los apenas como uma imposição externa realizada por meio de normas sociais ou da pressão de autoridades. As pessoas *constroem a si mesmas* como masculinas ou femininas. Reivindicamos um lugar na ordem de gênero – ou respondemos ao lugar que nos é dado -, na maneira como nos conduzimos na vida cotidiana (2018, p.39)

Nos próximos tópicos, além de oferecer um panorama sobre as questões de raça e gênero na política brasileira, buscaremos compreender as maneiras pelas quais os mandatos coletivos captaram e representaram a vida cotidiana em seus discursos e quais as reivindicações sociais que se fizeram presentes em cada uma das passagens escolhidas. Nosso corpus é composto pelos quatro vídeos veiculados nas plataformas digitais das então candidatas, durante as campanhas para as eleições de 2018, foram selecionados e assistidos durante abril de 2019.

Raça e gênero na política brasileira

Nas eleições de 2018, apesar do número de negros eleitos ter crescido 23%, o de mulheres 51%, e pela primeira vez foi eleita uma indígena, representando uma pequena alteração no perfil do parlamento, que continuou majoritariamente masculino e branco.

A compreensão sobre a atual realidade de concentração de poder político do homem branco pode se dar a partir do conhecimento sobre a história do Brasil, que nas primeiras décadas da sua independência não apenas privilegiou esse grupo, como também vetou a participação dos demais no processo político eleitoral. A 1ª Constituição (1824), determinava que só homens na condição de cidadãos livres e alfabetizados poderiam participar das eleições, como candidato ou eleitor, vetando assim a participação de mulheres e negros escravizados ou libertos que em sua esmagadora maioria eram pobres e analfabetos. O Brasil só acabou com a escravidão em 1888, reconheceu o direito ao voto feminino em 1932 e o ‘iletrado’ como eleitor em 1985, ou seja, na maior parte da história brasileira os homens brancos eram os que legitimamente podiam participar do processo eleitoral e por consequência de ocupar os espaços de poder.

É importante considerar que a ocupação dos espaços de poder, sobretudo na esfera pública, está diretamente associada às possibilidades de transformações sociais ou a permanência dos instrumentos que perpetuem o privilégio a determinados grupos. Por esta razão, as articulações dos grupos de poder dominante são fundamentais na esfera política para que possam continuar exercendo influência entre os mais numerosos e menos articulados. Apesar da implementação de regras que poderiam contribuir com o aperfeiçoamento do sistema eleitoral, no sentido de melhorar a representação no parlamento, como as cotas para mulheres e o fim do financiamento privado das campanhas, a articulação de alguns grupos segue exitosa. Um exemplo é a expressiva e influente bancada ruralista e mais recentemente a bancada religiosa – formada majoritariamente por pastores de igreja evangélicas ou figuras com apoio desses líderes. Se a participação de grupos reconhecidos e até majoritários na realidade brasileira, como os negros e a mulheres (apesar de serem considerados minoritários nos espaços de poder) enfrentam sérias dificuldades de representação política, o que falar de outros, como os LGBTI+?

A exclusão dos estratos negro e feminino nos espaços da carreira política brasileira, bem como nos cargos de chefia da administração pública e mesmo das empresas da iniciativa privada está diretamente relacionada a obstáculos que foram criados para a manutenção de uma elite política no poder. Campos e Machado (2015, p.143-144) destacam que as eleições “não garantem igualdade de oportunidades” e nem têm por objetivo “produzir representantes similares aos eleitos”. O que possibilita uma sub-representação de negros

e mulheres na esfera política, numa comparação com as proporções desses grupos na sociedade, fenômeno que influencia na qualidade da representatividade dos eleitos, uma vez que parte da população pode não se ver representada nos espaços representativos, como os parlamentos.

Ao discutir especificamente sobre a sub-representação de negros (homens e mulheres) na política brasileira Campos e Machado (2015, p.126) destacam hipóteses que tendem a dificultar o crescimento político de pessoas desses grupos: capital simbólico – na realidade brasileira, negros possuem menos recursos simbólicos, em razão do nível de instrução e origem de classe; recursos de campanha – a renda média do negro é bem inferior à do branco; por fim recrutamento de candidaturas – o estudo mostrou que, apesar da ausência de um histórico de dados sobre identificação racial no Tribunal Superior Eleitoral (a variável racial só aparece a partir das eleições de 2014) existe um número menor de candidatos negros que o de brancos, tendo em vista as proporções dos mesmos grupos no conjunto da população.

De um lado, a discriminação racial na sociedade brasileira parece se tornar mais presente em cenários em que a competição por recursos sociais é mais acirrada. De outro lado, o princípio aristocrático de distinção que caracteriza as eleições nas democracias representativas faz com que os eleitos sejam recrutados mormente das candidaturas mais competitivas. E é justamente desse estrato que os negros estão excluídos. Isso sugere que uma partilha média mais equânime das receitas de campanha ou uma cota para pretos e pardos nas listas partidárias possam ser medidas de ganhos duvidosos para a mitigação da sub-representação de negros nas esferas decisórias. Mais do que isso, é preciso incluí-los nos estratos superiores de competitividade (2015, p.144)

Se o homem branco, do ponto de vista histórico e na realidade atual, se apresenta como o indivíduo privilegiado nos espaços de poder decisórios, como na composição da Câmara dos Deputados, a mulher negra foi e ainda é, no outro extremo – o menor grupo na ocupação desses espaços (proporcionalmente) e que apresenta os maiores desafios de ascensão política e social. Quando observamos os resultados das eleições de 2018 é possível afirmar que houve um avanço no número de mulheres e negros eleitos, em relação ao pleito de 2014, mas se isolarmos grupo das mulheres negras fica evidente que essas avançaram menos (numericamente), em comparação aos outros grupos que também podem ser considerados minoritários na política – homens negros e mulheres brancas. De acordo com o Quadro 1, o número de deputadas federais negras avançou 30% (aumento de 10 para 13), numa comparação entre os pleitos de 2014 e 2018. O

grupo de mulheres brancas saltou de 41 para 63 (53%), seguido pelo de homens negros, que foi de 93 para 113 (21%), o de mulheres indígenas aumentou de 100%, uma vez que saiu de zero para um e o homens brancos registou uma queda de 12,5%. Apesar dessas taxas de crescimento se mostrarem importantes, numericamente ainda são tímidas, visto que o parlamento conta com apenas 13 mulheres negras – 2,5% do total de 513 deputados eleitos.

Quadro 1 - Perfil dos deputados federais eleitos

Eleitos em 2014	Eleitos em 2014	Eleitos em 2018	Varição
Homens Brancos	369	323	- 46 (-12,5%)
Homens Negros	93	113	+20 (+21,5%)
Mulheres Brancas	41	63	+22 (+53,6%)
Mulheres Negras	10	13	+3 (+30%)
Mulheres Indígenas	0	1	+1(+100,%)
Total	513	513	-

Fonte: Câmara dos Deputados

As mulheres negras apesar de fazerem parte dos outros grupos considerados minoritários (mulheres e negros) acabam por exigir uma discussão específica em razão das adversidades que enfrentam, sobretudo na realidade brasileira em que são consideradas o perfil majoritário. As mulheres negras sofrem com o preconceito racial, de gênero e na maioria das vezes o de classe, por normalmente integrarem as camadas populares da sociedade e assim, ainda que tenham outra condição social, eventualmente sofreram esse tipo de preconceito por carregarem estigmas atribuídos às pessoas mais pobres. Enquanto os homens brancos são os que mais usufruem dos privilégios que possibilitam a sua ascensão ou permanência nos espaços de poder da carreira política, as mulheres negras formam o grupo que mais sofrerá com as barreiras que afastam negros e mulheres do cotidiano político e partidário.

Segundo Djamilia Ribeiro (2017, p.38), as mulheres negras fazem parte de um contingente populacional, majoritário na realidade brasileira, que não é o masculino (como os homens negros) e nem o branco (como as mulheres brancas) e por essa razão “ocupam um espaço vazio, um espaço que se sobrepõe às margens da raça e do gênero, o chamado terceiro espaço, um tipo de vácuo de apagamento e contradição em um

mundo polarizado em negros de um lado e mulheres de outro”. A autora defende a ideia do “feminismo negro” e destaca a importância do conceito do ‘lugar de fala’, para se pensar na contribuição específica desse grupo nas diversas discussões, como as de raça e gênero, que nem sempre tratam as especificidades das mulheres negras.

A discussão sobre ‘lugar de fala’ está relacionada, principalmente, com a compreensão precisa sobre os grupos sociais, que por sua vez são formados por um emaranhado de individualidades e o compartilhamento das experiências e similaridades. Assim, esse pensamento contempla o que é experienciado pelo indivíduo, mas não numa visão reducionista sobre impressões pessoais e sim no sentido da compressão sobre como essas condições sociais são importantes na constituição dos grupos que ela ou ela pertence. Ribeiro (2017, p.79) defende a importância de escutar a parte que nem sempre fala, e rebate as críticas a esse posicionamento citando a dificuldade que a maioria branca tem em ouvir vozes silenciadas: “Falar de racismo, opressão de gênero, é visto geralmente como algo chato, ‘mimimi’ ou outras formas de deslegitimação”.

O conceito sobre ‘lugar de fala’ pode e deve ser usado por outros grupos silenciados e certamente o espaço das discussões político-partidário do Brasil não estão habituados a diversidade de vozes. Esses espaços, como a Câmara dos Deputados, são historicamente dominados por homens brancos e os primeiros indivíduos a romper essa hegemonia acabam por compartilhar alguns dos privilégios do primeiro grupo, como as mulheres brancas e os homens negros. Já a mulher negra, como outros grupos que pouco se aproxima dos grupos hegemônicos enfrentam mais dificuldades de acesso a esses espaços e mais resistências, exigindo estratégias inovadoras para se fazer política. Nesse sentido, podemos destacar as campanhas dos mandatos coletivos estudados neste trabalho, que buscaram explorar a diversidade, por meio de vozes de diferentes espaços sociais (raça, gênero, transexualidade, orientação sexual e etc.), para vencer as barreiras impostas pelo sistema político, conseguirem êxito no pleito e contribuir com a quebra da hegemonia nos espaços políticos brasileiros.

Juntas

O vídeo da Juntas⁶ começa com uma visão panorâmica da ponte que dá acesso a comunidade “Ilha de Deus”, em Recife, lugar localizado em zona de manguezais que

⁶ Clipe oficial da campanha das Juntas, disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=79_rhbP4LUk.. Acesso em: 10 de abr. 2019

enfrenta crescimento populacional e falta de recursos como infraestrutura urbana, ausência de espaços para lazer, pouco atendimento do saneamento básico entre outros serviços essenciais (MARTINS; CASTILHO; SILVA; 2006, p. 12). A ponte que liga a ilha ao bairro mais próximo é ocupada por uma dezena de mulheres, dispostas uma ao lado da outra, que ficam mais próximas conforme o avanço da imagem.

Essa cena dá espaço para uma cantora, e se inicia o enredo que servirá de pano de fundo para as mais variadas imagens de mulheres em situação de solidariedade. A letra da melodia traz a seguinte mensagem:

Uma vontade que bate no peito e o desejo de transformar. Quando a gente se junta tem jeito, então nós vamos entrar. Feminista a força se levanta com firme certeza que encanta. De sonho acordado, de felicidade, de braços dados com a verdade. No ventre, na veia, a semente plantada, nesta infinita estrada. Juntas nossas deputadas, 50180. Juntas novas caminhas, 50180. Sono muitas! Estamos juntas! Juntas nossas deputadas, 50180. Juntas novas caminhadas, 50180. Todas nós, nessa luta. Nossa voz!

Figura 1: Juntas



Fonte: YouTube

Destacamos no texto os momentos nos quais os estereótipos estão presentes, começando pelo desejo de transformação da cena política, como já salientamos, predominantemente masculina e branca, e no Brasil tida como elemento que não está atrelado as demandas populares.

Chamamos atenção para duas referências que apesar de não serem as mensagens centrais captam estereótipos importantes para a construção de uma doxa comum: a primeira liga a campanha com a maternidade “*No ventre, na veia, a semente plantada, nesta infinita estrada*”, buscando uma ligação direta com a mãe negra e periférica, isso porque essas falas estão interligadas com as imagens de mulheres negras dentro de bairros populares. A segunda construção faz a relação entre o pensamento feminista

com a questão da representatividade e da legitimidade “*Feminista a força se levanta com firme certeza que encanta [...] de braços dados com a verdade*”, verdade esta que busca se ligar tanto ao caráter ético desejado a postura política, quanto a verdade da vida cotidiana experimentada por cada uma dessas mulheres em seus contextos de precariedade.

As imagens atreladas ao texto colocam em evidência a figura da mulher negra como transformadora da realidade social, as duas cantoras, assim como diversas outras mulheres que demonstram sororidade ativa e se apresentam nos lugares de fala são negras. Muitas, inclusive, negras retintas que são aquelas mulheres com o tom de pele mais escuro, as quais são relegados os papéis de maior subserviência. Todas as figuras são apresentadas sorridentes e em posições de luta e reivindicação de direitos (comícios, discursos, palanques), em especial, as candidatas que são colocadas em destaque com mãos em riste, fazendo panfletagens, junto a bandeira LGBTI+, ou em discursos de acampamento de pessoas sem terra.

O principal elemento desta construção discursiva é o aspecto de solidariedade nos diversos momentos em que as mulheres são apresentadas como muitas. As imagens de unicidade, cumplicidade e compartilhamento são as marcas institucionais nas quais o vídeo busca demarcar o espaço de legitimidade, apontam para as semelhanças que possuem com suas possíveis eleitoras como estratégia de aproximação e elemento fundamental para uma verdadeira representação política.

Áurea Carolina e Andreia de Jesus

As campanhas de Áurea Carolina⁷ e Andreia de Jesus⁸ apesar de apresentarem candidaturas individuais foram incluídas no estudo por se comprometerem ao exercício de mandatos coletivos, após eleição, por meio da extensão da Gabinetona - experiência já vivenciada na Câmara Municipal de Belo Horizonte, a partir da atuação do Coletivo Muitas, que elegeu duas vereadoras no pleito de 2016 para o parlamento da capital mineira (sendo uma delas Áurea Carolina, como a vereadora mais votada). As campanhas de Áurea e Andreia também exploraram a coletividade, com a inclusão de outras pessoas de diferentes grupos (negros, LGBTI+, deficientes físicos, entre outros).

⁷ Áurea Carolina 5018: vamos vencer no amor! Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9reDZIUdwCE> Acesso em: 10 de abr. 2019

⁸ Andreia de Jesus 50130. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DnvjkZLdbmM>. Acesso em: 10 de abr. 2019

Apesar de a tática eleitoral ser distinta das demais, com cada candidata lançando sua campanha, é possível verificar intersecções entre as próprias postulantes aos cargos eletivos já que elas aparecem umas nos vídeos das outras.

O vídeo de Andréia de Jesus é musical, embalado por um funk que mistura imagens da então candidata cantando, discursando, fazendo atos políticos, ações sociais, em momentos de descontração com sua família juntamente com um cantor e as frases que se repetem:

Andreia de Jesus, cinquenta cento e trinta voz negra na cidade pela diversidade. Segue a quarta onda, estrada percorrendo afetos, coletivizando horizontes. Ocupando espaço de poder e amor, de poder amor.

É possível percebemos também uma narração da própria candidata que diz: “Sou Andreia de Jesus, candidata a deputada estadual por Minas Gerais. *Voz negra na política*, cinquenta cento e trinta”.

Esta campanha é a que mais relaciona e destaca as questões de raça e gênero, sendo ela frisada em todos os momentos, seja na apresentação da candidata atuante e autossuficiente, quanto nas demais pessoas que compartilham os espaços com ela, todas negras. A narração da própria deputada com sua figura em destaque, traz justamente a ideia do empoderamento feminino, por meio de uma mulher negra retinta que sorri e se mostra ativa.

É nesta peça publicitária que podemos ver a inversão da tradicional figura política sendo feita, trata-se da realocação do estereótipo de mulher negra e guerreira, para o espaço, que até então lhe era renegado, o da política, sugerindo-a como uma pessoa capaz de oferecer transformação, já que se trata de uma voz negra, não predominante neste espaço de poder.

Figura 2: Andréia de Jesus



Fonte: YouTube

A escolha do funk como elemento discursivo, assim como as imagens de jovens fazendo “passinhos”, também evidenciam essa institucionalidade ligada a ocupação e transformação da arena política, como se dá no texto “*Ocupando espaço de poder e amor*”, sendo a representação do amor a alegria repassada ao eleitor por meio da dança e da música.

Já no vídeo de Áurea Carolina, podemos acompanhar o seguinte texto também cantado:

Muitas vozes Juntas numa só canção. Muitas causas, muitas lutas por transformação. Muitas mãos na massa pra fazer o mesmo pão. Muitas léguas da cidade até o sertão. Muitas Marias, Marielles, Carolinas, Brunas, Cláudias, Rosalinas, Jéssicas, Terezas, Serafinas, Lauras, Dalvas, Clementinas. Ninguém vai chorar em vão. Áurea me chamou, eu vou. Pra construir comunidade, de braço a braço com verdade. Vamos vencer no amor. Áurea me chamou, eu vou. E cada povo dessa terra, quer ser feliz não quer mais guerra. Vamos vencer no amor.

Com a narração no final da própria candidata: “Eu sou Áurea Carolina, candidata a deputada federal em Minas Gerais. *Somos Muitas e, juntas, vamos ocupar a Câmara dos Deputados*”

As referências presentes no texto, assim como nas imagens que compõem a campanha da Áurea Carolina têm relação com as formas de organização que uniram diversas candidaturas em Minas Gerais, o movimento Muitas e o Juntas, que tinham como objetivo viabilizar politicamente candidatas e candidatos relacionadas e relacionados com pautas progressistas e de cunho social. Estão presentes neste vídeo, além Áurea

Carolina e Andréia de Jesus, outras figuras que disputavam as eleições dentro desta lógica coletiva.

Os elementos da vida urbana como trabalho e as dificuldades enfrentadas no cotidiano das classes mais baixas são representadas pelas figuras do pão e da distância entre o sertão e a cidade, assim como a referência as lutas sociais por meio da ideia de transformação.

O caractere da violência enfrentada pelas pessoas negras também está presente na campanha quando se mostra que as pessoas desejam a felicidade e não a guerra, assim como na figura da deputada Marielle, que aparece entre tantas outras mulheres que compõem o leque de diversidade feminina apresentado na enunciação.

Figura 3: Deputada Áurea Carolina



Fonte: YouTube

As figuras negras novamente tomam a cenografia da enunciação⁹, assim como os mais diversos corpos, como o de uma candidata deficiente física em uma cadeira de rodas, um militante com a bandeira LGBTI+, mulheres e homens realizando performances culturais e danças, estando presentes também elementos do hip hop e do funk por meio dos passos característicos das danças. Chama atenção o reflexo da cantora Elza Soares em um espelho, sendo ela uma referência atual na luta das mulheres negras brasileiras.

Novamente surge a figura do braço dado com a verdade, demonstrando a busca pelo compromisso ético da candidatura, assim como a ideia da participação por meio do

⁹ A cenografia, de acordo com o Dicionário da Análise do Discurso constitui, na visão de Maingueneau, a cena de enunciação, junto com a cena englobante e a cena genérica. “A cenografia é, assim, ao mesmo tempo, aquilo de onde vem o discurso e aqui que esse discurso engendra; ela legitima um enunciado que, em troca, deve legitimá-la. Deve estabelecer que essa cenografia da qual vem a fala é, precisamente, a cenografia necessária para contar uma história, enunciar uma injustiça, apresentar a candidatura em uma eleição, etc.” (CHARADEUAU, 2016, p. 96).

convite realizado na narração da própria Áurea Carolina “*vamos ocupar a Câmara dos Deputados*”. Esses elementos apontam para um discurso voltado a diversidade e principalmente a solidariedade e união entre as mulheres, fazendo com que a marca institucional, assim como nos demais exemplos esteja ligado a ideia da representação, por meio de uma figura que compartilha da realidade dos eleitores.

Bancada Ativista

O vídeo da Bancada Ativista¹⁰ é o mais distinto dos analisados, trata-se de uma animação de caráter didático, na qual são apresentados cada um dos integrantes que compõem o mandato coletivo e suas respectivas áreas de atuação. A campanha tem como mote a questão da diversidade, com uma narração em off, na voz de uma mulher, apresenta o seguinte texto:

A Bancada Ativista lançou uma candidatura coletiva *a deputada estadual* em São Paulo. Uma candidatura formada por nove ativistas que vão *compartilhar as responsabilidades e tomadas e decisões* nos quatro anos de mandato. Tem a Anne que quer mais mães na política; a Chirley que defende a causa indígena; a Claudia, agricultura urbana; a Érika pelos direitos da população LGBT; o Fernando que quer participação popular nos orçamentos públicos; o Jesus por mais cultura nas periferias; a Paula por uma educação mais humana; a Raquel em defesa dos direitos das mulheres; e tem a Mônica, *mãe, mulher negra e ativista socioambiental*. No dia 07 de outubro, ao teclar 50900 na urna eletrônica, vai aparecer o rosto da Mônica, *mas esse voto vale por 9*. E aí? Vamos juntos imaginar e fazer uma política *mais diversa, coletiva e inovadora*? Então vem! Vem com a Bancada Ativista!

Novamente destacamos os elementos que configuram o discurso central da campanha. A primeira posição que podemos notar é a da escolha por uma candidatura a deputada estadual. A utilização do feminino como elemento genérico universal aponta para uma valorização da figura feminina, apesar do mandato coletivo, além de poder ser taxado no masculino, possuir homens em sua configuração.

Nesta campanha as construções de gênero se dão mais nas questões ligadas a comunidade LGBTI+, já que toda sua enunciação se dá com base em cores distintas para cada participante e que em algumas cenas podem ser lidas como uma representação da bandeira do arco-íris, marca do movimento LGBTI+

¹⁰ Candidatura coletiva - 50900 Bancada Ativista. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Tlx-dIztS6E>. Acesso em: 10 de abr. 2019

A ideia do compartilhamento de responsabilidades e tomadas de decisão, também apontam para uma marca discursiva que liga a candidatura ao diálogo e decisões com base em discussões mediadas e que integra, além dos participantes o próprio eleitor que é chamado para esta construção coletiva *“Vamos juntos imaginar e fazer uma política mais diversa, coletiva e inovadora?”*

Figura 1: Bancada Ativista



Fonte: Bancada Ativista

Outro elemento que nos chama atenção nesta campanha é a escolha da Mônica como representante nas urnas e sua descrição como mulher, negra, mãe e ativista socioambiental. Colocando, assim como os demais mandatos a figura da mulher negra como ator principal de enunciação.

Considerações Finais

Podemos considerar, com base nos discursos apresentados em cada uma das campanhas que as marcas institucionais das enunciações estão ligadas a ideia da transformação da força política, tendo como base a substituição das figuras que fazem parte dessa cultura, por novos atores com histórias e corpos distintos.

Parte-se do princípio da lógica da representação e participação, sendo elas ligadas a figuras que buscam por meio da semelhança, marcar sua autoridade discursiva. Busca-se mostrar que os candidatos são “gente como a gente”.

A coletividade, ganha espaço junto com a solidariedade e serve de mote para a proposição de uma construção conjunta de novas realidades, apesar das dificuldades experienciadas por cada uma dessas vivências. Os elementos populares como as danças, o funk e o hip hop também sugerem o atrelamento desses sujeitos a prática política.

Assim, os estereótipos, ou seja, “os esquemas coletivos cristalizados” buscados pelas campanhas são aqueles da vida cotidiana periférica, colocando a mulher negra como pilar de sustentação discursiva, porém, no espaço de protagonismo que a ela é negado cotidianamente, o da política. Para se alcançar este efeito, são utilizados os estereótipos da “mulher guerreira”, da “mulher negra batalhadora”, do “político tradicional” que não representa os desejos do povo, do “negro periférico” que sofre, mas aproveita sua vida com felicidade, além do da “população LGBTI+ estigmatizada”.

Podemos apontar a Bancada Ativista como a campanha mais distinta entre as analisadas, já que a identificação pode ser entendida estando mais atrelada a questão de gênero ligada ao movimento LGBTI+, mesmo que tenha uma mulher negra como destaque em seu discurso.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. **Estereotipos y chichés**. Buenos Aires: Eudeba, 2010.
- BRASIL. **Constituição Política do Império do Brazil**. Rio de Janeiro, 1824.
- CAMPOS, L. A.; MACHADO, C. A cor dos eleitos: determinantes da sub-representação política dos não brancos no Brasil. **Revista Brasileira de Ciência Política** (Impresso), p. 121-151, 2015
- CONNEL, R; PEARSE, R. **Gênero: uma perspectiva global**. São Paulo: Nversos, 2018.
- CHARAUDEAU, P. **Dicionário de análise do discurso**. 3.ed. São Paulo: Contexto. 3a ed., 2016.
- _____. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios: síntese de indicadores**. Rio de Janeiro. 2016.
- RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte (MG): Letramento, 2017.
- MAINGUENEAU, D. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2008a.
- _____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MARTINS, A. de M.; CASTILHO, C.J.M. de; SILVA, H. P. O Processo de Adensamento Populacional em Áreas de Manguezais: o caso específico da Ilha de Deus, Recife – **Anais do XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais**, 2006.
- PINTO, J. M. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. 2a ed. São Paulo: Hacker, 2002.