

## ANÁLISE DO DISCURSO, MEMÓRIA E IDENTIDADES: RECONFIGURAÇÕES DA IDENTIDADE DA MULHER NA PROPAGANDA DA JUSTIÇA ELEITORAL

Ilza Galvão Cutrim \*

Maxhemyliano Silva Marques \*\*

Walquíria Pereira da Silva Dias \*\*\*

**Resumo:** Os discursos sobre o papel da mulher na sociedade são recorrentes, envolvem diversos percursos temáticos e mobilizam a memória de muitos dizeres, possibilitando a produção de diversas identidades. Este artigo visa a analisar a (re)configuração discursiva da identidade feminina numa propaganda da Justiça Eleitoral (Eleições 2016), que visa a incentivar a participação da mulher na política, e retoma a memória de discursos acerca dos lugares ocupados pela mulher no mercado de trabalho, marcados pela desigualdade de gêneros. Considerando os aportes teóricos da Análise do Discurso de vertente francesa, alicerçamos este trabalho nas discussões de orientação foucaultiana, complementando com os estudos culturais (HALL, 2015; SILVA, 2014) no que diz respeito às considerações sobre identidade. Nessa direção, compreendemos que o sujeito é fragmentado, como as identidades que o constitui. Não há identidade sem sujeito e também não existe sujeito sem discurso. As análises realizadas permitiram-nos observar que a propaganda da Justiça Eleitoral põe lado a lado enunciados conflitantes, pertencentes a formações discursivas que se digladiam, moldando identidades diferentes e opostas.

**Palavras-Chave:** Análise do Discurso. Memória. Identidade.

**Abstract:** Discourses about the role of woman in society are recurring, involve an amount of thematic routes and mobilize the memory of many sayings providing the emergence of different identities. This article aims to analyse the discursive (re)configuration of woman's identity in a propaganda from electoral justice (election 2016) which aims to encourage woman's participation in politics resuming the memory of discourses about the places taken by the woman into the labour market, marked by gender inequality. Considering the theoretical support of the French Discourse Analysis, one focused on Foucault's notes, as well as the cultural studies (HALL, 2015; SILVA, 2014) regarding the identity considerations. In this perspective, one understand that man is a fragmented subject with the identities that constitute him. There is no identity without subject or subject without identity. The analysis allowed to observe that the propaganda from Electoral Justice uses conflicting assertions which belong to discursive formations that contrast shaping different and contrary identities.

**Keywords:** Discourse Analysis. Memory. Identity.

---

\* Professora-Associada do Departamento de Letras e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão.

\*\* Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão.

\*\*\* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão.

## 1. Introdução

As discussões que evocam a figura da mulher constituem diversos percursos temáticos que nos levam à compreensão da construção das identidades femininas. De sexo frágil ao empoderamento feminino, diversos são os sentidos construídos sobre a mulher.

O empoderamento feminino está no bojo das discussões atuais e permite-nos tramitar pela história, pela memória, percorrendo saberes que se entrelaçam por meio da linguagem, produzindo gestos de leitura.

Tais pontos nos levam a perguntar como se delineiam as identidades da mulher nos discursos de propagandas. Para refletir sobre essa questão, este artigo visa a analisar enunciados veiculados em uma propaganda da Justiça Eleitoral (Eleições 2016), divulgada na mídia televisiva e na internet. A referida propaganda compõe uma de uma série de propagandas produzidas pela justiça eleitoral a fim de estimular a participação da mulher na política. Na propaganda escolhida por nós para análise, existem discursos que ora mobilizam uma memória presente em nossa cultura de que as mulheres são incapazes de desempenhar tarefas consideradas “coisas de homens”, ora desconstroem essa imagem.

Considerando que o sentido não é algo já dado e que há enunciados e relações, que o próprio discurso põe em funcionamento, nossas análises ancoram-se em discussões sobre discurso, enunciado, memória discursiva, formação discursiva e identidade. Assim, alicerçamos este trabalho nos moldes foucaultianos, além de outros estudiosos da AD, complementando com os estudos culturais e sua relação com a identidade, a partir das propostas de Hall (2015) e Silva (2014), com o objetivo de analisar a produção da identidade por meio do discurso.

## 2. Discurso e identidade: aportes teóricos

A Análise do Discurso vê a produção de efeitos de sentido, realizada por sujeitos historicamente situados, como um dispositivo metodológico eficaz, tendo em vista que ela possibilita entender o papel dos discursos na produção de identidades sociais.

Discurso é um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; discurso é prática (FOUCAULT, 2005). Não se trata de uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização constitui

um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência.

A ideia de discurso aqui considerada centra-se na descontinuidade, na estreiteza entre os enunciados e na correlação entre eles (FOUCAULT, 2005). Situado nos domínios do discurso, o enunciado tem natureza abstrata (histórica) e concreta (material, linguística). Segundo Foucault (2005, p. 97), “Língua e enunciado não estão no mesmo nível de existência”, razão pela qual constitui um objeto inesgotável, seja pelo viés da língua, seja pelo do sentido. O enunciado não se confunde com uma frase, uma oração, uma proposição ou mesmo um ato de fala. É preciso considerar algumas características próprias ao enunciado: ele é, antes de tudo, uma função; se insere em um campo enunciativo e passa a ter lugar e status e a desempenhar um papel específico, sendo delimitado conforme as relações que mantém com os outros enunciados do campo, o que significa que “não há enunciado em geral, livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto”, como peça que “integra sempre um jogo enunciativo” (FOUCAULT, 2005, p. 113-114).

Outro ponto importante é a estreita relação que o enunciado estabelece com a memória, constituindo-se na reatualização de outros enunciados, seja para ratificá-los, seja para deles divergir. Nesse sentido, “não há enunciado que não suponha outros” (FOUCAULT, 2005, p. 114). O enunciado se inscreve em um campo de memória ao qual se liga indefinidamente, povoando suas margens de outros enunciados.

Um outro traço que caracteriza o enunciado é a sua existência material, pois “o enunciado precisa ter uma substância, um suporte, um lugar e uma data” (FOUCAULT, 2005, p. 116). Sua identidade é determinada pela materialidade, que o situa numa ordem institucional, o que o torna instável, variando segundo a posição que ocupa face aos outros enunciados e no interior do regime de materialidade ao qual se circunscreve.

Um enunciado é, também, dialeticamente constituído pela singularidade e pela repetição. Enquanto espessura material o enunciado é passível de repetição, enquanto evento é um acontecimento discursivo, produto de uma prática (também discursiva), ele é único, irrepitível sob quaisquer condições. Isso significa que ainda que se repita em sua materialidade, ele não será o mesmo, mas será um outro enunciado-acontecimento.

A relação do enunciado com a memória suscita discussões sobre memória discursiva, termo cunhado por Courtine (1981 *apud* FERNANDES, 2008). Para ele, a

memória não faz referência às lembranças do passado, nem se relaciona com memorização psicológica. Trata-se de uma interdiscursividade assinalada pelo entrecruzamento de discursos pertencentes a diferentes momentos na história e oriundos de lugares sociais distintos. Memória discursiva é o *já-lá* marcado por lacunas, deslocamentos, apagamentos, falhas. Diz respeito à existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas que são reguladas por aparelhos ideológicos. Significa dizer que um texto se inscreve em uma formação discursiva, a partir de uma memória discursiva retomada pelo texto e do qual é parte. (COURTINE, 1999).

Ao pensar os enunciados como *formas de repartição e sistemas de dispersão*, Michel Foucault propõe o conceito de *formação discursiva* (2005, p. 43):

Sempre que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações) entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, teremos uma **formação discursiva**.

As formações discursivas são, dessa forma, determinantes dos dizeres e fazeres a partir de certas regras de formação. Além disso, sustentam saberes numa determinada época, circulando ou silenciando certos discursos (GREGOLIN, 2007). Assim, ao utilizarmos a caixa de ferramentas foucaultiana, buscamos compreender como o objeto *identidade feminina* é construído por meio do discurso.

Segundo Gregolin (2005, p. 12),

[...] a instalação de novas representações não elide a coexistência dos sentidos tradicionais: como um “nó em uma rede”, cada enunciado relaciona-se com outras séries de formulações, com outros trajetos que se cruzam e constituem identidades através da reativação da memória discursiva.

Considerando as práticas discursivas oriundas de FDs diferentes sobre a identidade feminina, portanto de regimes de dispersão diversos, refletimos sobre a existência de identidades fluidas, que fragmentam e constituem o sujeito (HALL, 2015). Desse modo, a identidade do sujeito se discursiviza de acordo com as condições histórico-sociais.

A pluralidade constitutiva do sujeito, decorrente de sua inter-relação em diferentes instâncias sociais, atesta-nos que a identidade é heterogênea, formada por diferentes aspectos sócio-históricos e traços ideológicos, sempre marcados por transformações e deslocamentos. (FERNANDES; ALVES JÚNIOR, 2008).

Essa heterogeneidade leva-nos a refletir sobre a relação entre identidade e diferença, ambas construídas por sistemas discursivos e simbólicos (SILVA, 2014, p. 76-78):

A identidade e a diferença não podem ser compreendidas, pois, fora dos sistemas de significação nos quais adquirem sentido. Não são seres da natureza, mas da cultura e dos sistemas simbólicos que a compõem. (...) Somos nós que as fabricamos no contexto de relações culturais e sociais.

Nessa esteira, iremos observar que a propaganda da justiça eleitoral apresenta, em um primeiro momento, discursos produzidos no interior de sistemas simbólicos que promovem um discurso de desigualdade entre homens e mulheres, e em um segundo momento reconfigura esse discurso com destaque para o papel da mulher em diversos setores da sociedade.

### 3. Identidades femininas: contornos e reconfigurações

Tendo por base as discussões feitas anteriormente, vejamos como o discurso sobre a mulher se apresenta numa propaganda da Justiça Eleitoral (2016)<sup>1</sup> que, como dissemos, tem como suporte a programação televisiva e a internet.

A propaganda mencionada está sendo divulgada na tv e na web num momento que antecede as eleições municipais para os cargos de prefeito e vereador. Enquanto enunciado, ela tem sua existência material formada pelo verbal e não verbal e situa-se numa ordem institucional, representada pela justiça eleitoral.

A propaganda é composta de cinco quadros. Ela inicia mostrando a imagem de uma mulher vestida de piloto de aviação, caminhando em direção de uma aeronave e em seguida dentro da cabine de um avião. Nesse momento, ouve-se uma voz masculina que narra “Mulher só sabe pilotar fogão”. Esse mesmo enunciado aparece materializado na tela

---

<sup>1</sup> A propaganda que privilegiamos em nossa análise encontra-se disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MLzvp7XRb4o>.

da tv/computador; logo em seguida, as palavras *só* e *fogão* “caem” da tela e permanece apenas o enunciado “mulher sabe pilotar”.

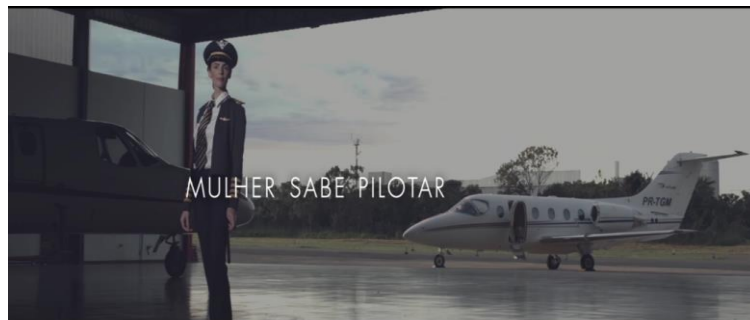
Figura 01 – Quadro 01



Figura 02 – Quadro 01



Figura 03 – Quadro 01



Na sequência, aparece a imagem de uma mulher num vestiário de um campo de futebol, usando um uniforme de árbitro; ela sobe as escadas e chega ao gramado de um estádio onde a torcida vibra. Acompanha a cena o enunciado narrado por uma voz feminina, e digitado na tela: “Desde quando a torcida respeita?” As palavras *Desde quando* saem da tela e o que fica para o telespectador é “A torcida respeita”.

Figuras 03– Quadro 02

Figura 04 – Quadro 02



Figura 05 – Quadro 02



O terceiro quadro é uma mulher que inspeciona uma obra de uma construção civil. Nesse quadro ela aparece conversando com um funcionário. O enunciado narrado por um homem, e escrito na tela é: “Mulher na obra nunca dá certo”. A palavra *nunca* é deletada e o que permanece é *Mulher na obra dá certo*.

Figura 06 – Quadro 03

Figura 07 – Quadro 03

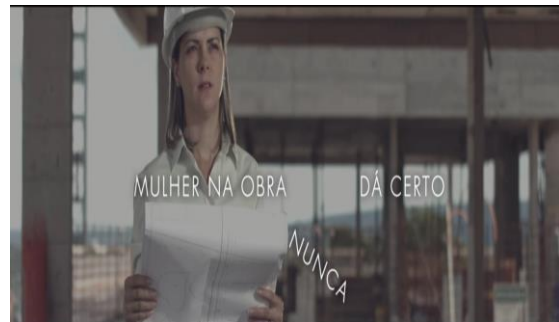


Figura 08 – Quadro 03



O quarto quadro da propaganda ilustra uma mulher entrando em uma sala de uma grande empresa onde estão reunidos três homens que aparentam ser empresários e dois funcionários (um homem e uma mulher). Ao entrar na sala, a narradora diz *Nenhuma mulher chegou à diretoria*. As palavras *nenhuma mulher* saem da tela e o que permanece é *Chegou à diretoria*.

Figura 09 – Quadro 04

Figura 10 – Quadro 04



Figura 11 – Quadro 04



No quinto e último quadro, aparece uma mulher falando em um microfone para uma sala cheia de homens e mulheres. Ela diz *Está na hora de derrubarmos mais um rótulo, a desigualdade na política*. Esse enunciado também aparece digitado na tela. Logo em seguida o prefixo *des* sai de cena e o que resta é *Igualdade na política*.

Figura 12 – Quadro 05



Figura 13 – Quadro 05



Figura 14 – Quadro 05





Em sequência, a mulher que fala ao microfone diz: *Nós já tivemos várias conquistas, mas precisamos ir em frente. Faça você parte das decisões do seu bairro, da sua comunidade, do seu município. Quanto mais participação feminina na política, mais democracia.* Para fechar o quadro, aparecem na tela imagens: “Eleições 2016” e “Justiça Eleitoral – a justiça da democracia”.

Historicamente, a sociedade estabelece lugares sociais para os homens e para as mulheres; há determinadas atividades humanas que caberiam para um gênero e não para o outro. Nessa esteira, a propaganda da Justiça Eleitoral põe lado a lado enunciados conflitantes, pertencentes a formações discursivas que se digladiam, moldando identidades diferentes e opostas. O discurso apresenta a mulher em posição de desigualdade e, em seguida, é desestruturado e reconfigurado celebrando a igualdade entre homens e mulheres.

Esse movimento de reconfiguração teve sua materialização singularizada pela forma linguística: à medida que o narrador oraliza, as palavras que não fazem parte da reestruturação frasal da nova configuração desaparecem.

Em outras palavras, nessa propaganda ativamos uma memória sobre o lugar da mulher em nossa cultura, que se relaciona a uma formação discursiva edificada, inicialmente, no discurso da desigualdade, percorrendo, assim, uma existência histórica. A memória que a propaganda mobiliza, no enunciado que se apresenta em um primeiro momento, inscreve um lugar para a mulher que a insere num espaço doméstico e limitado, seguindo um padrão de mulher construído sobre a ideia de fragilidade, tendo os papéis femininos culturalmente determinados.

A identidade vai se construindo pela diferença: homem (pode tudo) *versus* mulher (“nem sempre pode tudo”). A mulher ser diferenciada do homem por aquilo que ele faz e que ela “não” faz ou “não é capaz de fazer”. Isso é um reflexo de um olhar sobre as identidades, que não existem espontaneamente no mundo cultural; a identidade e a

diferença são produtos sociais, “fabricados” pela/na linguagem (SILVA, 2014), que produzem saberes, os quais, por sua vez, constituem verdades de uma época, consoante condições específicas, inexistindo, assim, enquanto essências e/ou verdades absolutas. (FOUCAULT, 2005) Essa propaganda situa-se em um momento de pré-eleição, convocando a participação das mulheres na vida pública, numa tentativa de mostrar que a política também é seu lugar.

Num segundo momento da propaganda, em que o enunciado passa por um processo de reformulação, vão ocorrendo deslocamentos do sentido primeiro, até que a transformação do enunciado situa-se no domínio do empoderamento feminino: a mulher sabe pilotar; a torcida respeita; mulher na obra dá certo; chegou à diretoria. A verdade que os saberes promovem, nesse momento, é de igualdade entre homens e mulheres.

A memória discursiva, assim, é mobilizada para deslocar discursos e instaurar novas identidades femininas. Esse movimento do discurso, que se dá entre a retomada e a ruptura, pode ser assim visualizado:

<b>ENUNCIADO PRIMEIRO</b>	<b>PROCESSO DE REFORMULAÇÃO DO ENUNCIADO</b>	<b>ENUNCIADO REFORMULADO / NOVOS EFEITOS DE SENTIDO</b>
Mulher só sabe pilotar fogão	<i>Mulher sabe pilotar</i> A mulher da sociedade patriarcal, discursivizada como dona de casa, capaz apenas de operar os aparelhos domésticos.	A mulher capaz de ocupar a profissão de piloto de avião.
Desde quando a torcida respeita?	<i>A torcida respeita</i> A mulher desrespeitada nos espaços destinados à prática do futebol.	A mulher capaz de ocupar a profissão de juíza de futebol, obtendo o apoio da torcida.
Mulher na obra <u>nunca</u> dá certo.	<i>Mulher na obra dá certo</i> A presença da mulher na obra como inconcebível por se tratar de um espaço no qual se utiliza a força física, exigindo profissionais do sexo masculino.	A mulher profissionalmente habilitada a desenvolver quaisquer tipos de tarefas na obra.
<u>Nenhuma</u> <u>mulher</u> chegou à diretoria.	<i>Chegou à diretoria</i> A mulher em condições desiguais ao homem no mercado de trabalho, impossibilitada de atingir altos cargos.	A mulher capaz de alcançar o poder de direção de uma empresa.
<u>Des</u> igualdade na política	<i>Igualdade na política</i> A mulher sem espaço para participação na política.	A mulher em condições de igualdade com o homem na disputa de cargos públicos.

O primeiro grupo de enunciados supõe outros como “mulher no volante, perigo constante”, constituindo com ele uma série de enunciados, que se mantêm graças, também, a questões relacionadas com a distribuição de poder. As mulheres costumam ser mais pobres que os homens, costumam ter menos acesso a postos de trabalho.

Na política, a desigualdade entre homens e mulheres tem sua história marcada pela negação do direito de votar. As mulheres passam a ter esse direito em 1932, não sendo obrigatório, mas facultativo; somente pela Constituição de 1988 é que o voto se torna obrigatório para todas as mulheres. Com relação à participação na política, o número é bastante reduzido: apenas 10% dos cargos políticos no país são ocupados por mulheres; prova disso é que em toda a história do Brasil, somente uma mulher ocupou o cargo de presidente da república.

A propaganda da justiça eleitoral põe em relevo a importância da participação feminina na política por meio do enunciado *Está na hora de derrubarmos mais um rótulo, a desigualdade na política*, numa demonstração de que a identidade é forjada, rotulada pelo discurso.

A propaganda da Justiça Eleitoral é marcada pela contraposição de formações discursivas, construídas em contextos sociais e históricos diversos, a partir de vontades de verdade. De um lado temos a memória do lugar de uma mulher submissa aos padrões pré-estabelecidos; de outro, a mulher que precisa mostrar seu valor e capacidade.

## 5. Algumas considerações

A propaganda da Justiça Eleitoral (Eleições 2016), foco de nossas análises, instiga discussões que atravessam a história e nos fazem pensar sobre o papel do discurso na produção de identidades.

A propaganda se estrutura em torno de discursos que edificam a identidade da desigualdade de gêneros, retomando uma memória culturalmente construída sobre o lugar destinado à mulher como sendo apenas o espaço do lar e por extensão das atividades domésticas desenvolvidas nesse espaço.

Com o propósito de desmistificar essa memória, e situado num momento de empoderamento feminino, de discussões sobre igualdade de gêneros e de participação das mulheres na política – temas presentes na agenda 2030 da Organização das Nações Unidas

– a propaganda reatualiza esse discurso/enunciado, dele divergindo e produzindo novos efeitos de sentido, a fim de mostrar que a “rua”, a política também são lugares que devem ser ocupados pela mulher.

Os enunciados primeiros sofrem mudanças em sua materialidade linguística e discursiva e surgem novos efeitos de sentido, resultando em efeitos de memórias, de negação e silenciamento do já dito, (CUTRIM; SOUSA, 2014), de reconfiguração do sentido primeiro.

## Referências

COURTINE, Jean-Jacques. O discurso inatingível: Marxismo e Linguística (1965-1985). **Cadernos de Tradução**, Porto Alegre, n. 6, jun. 1999.

CUTRIM, Ilza Galvão; SOUSA, Claudemir. Entre a tradição e o esquecimento: representações discursivas sobre quilombo e identidade quilombola. In: CRUZ, Mônica da Silva; CUTRIM, Ilza Galvão; CABRAL, Luís Rodolfo. (orgs). **Discursos, sujeitos e sentidos: perspectivas identitárias**. Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 69-84.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2008.

FERNANDES, Cleudemar Alves; ALVES JÚNIOR, José Antônio. Sujeito discursivo e construção identitária do mendigo. In: NAVARRO, Pedro. (org). **O discurso nos domínios da linguagem e da história**. São Carlos: Claraluz, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. Miguel Serras Pereira. 70. ed. Lisboa: Almedina, 2014a.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Formações discursivas, redes de memória e trajetórias sociais de sentido: mídia e produções de identidade. In: SEMINÁRIO DE ANÁLISE DO DISCURSO (SEAD), 2. , 2005, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UGRGS, 2005. Disponível em: [https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1293225/mod\\_resource/content/1/Gregolin\\_Formacao\\_discursiva\\_redes\\_de\\_memoria.pdf](https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1293225/mod_resource/content/1/Gregolin_Formacao_discursiva_redes_de_memoria.pdf). Acesso em: 18 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. Análise do discurso e mídia: (re)produção de identidades. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, vol. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105>. Acesso em: 12 set. 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

# *Littera Online*

n.12, 2016

Programa de Pós-Graduação em Letras | Universidade Federal do Maranhão

SILVA, Tomaz Tadeu da Silva (org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 15. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.