

## A CONSTRUÇÃO DE UM *ETHOS* POLÍTICO BASEADO NA NEGAÇÃO DE UM ESTEREÓTIPO FEMININO

Rafael Furlan Lo Giudice<sup>1</sup>

Cristiane Furlan<sup>2</sup>

**Resumo:** O objetivo geral desta pesquisa é refletir sobre o discurso de Dilma Rousseff, atual presidente do Brasil, em entrevista levada ao ar no programa Fantástico, da Rede Globo, em 11 de setembro de 2011. A entrevista foi realizada pela jornalista Patrícia Poeta, no Palácio da Alvorada, residência oficial de Dilma. Nesse discurso analisado há um tom de intimidade e de reverência da jornalista que parece querer com isso colher informações mais íntimas de Dilma Rousseff sobre o universo feminino, observando as estratégias enunciativas que constroem uma imagem de enunciador, um *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 2005), que ressalta o lado mulher e a competência da candidata à presidência e depois presidente em exercício Dilma Rousseff, a partir de um *ethos* pré-discursivo que reforçava a imagem de tecnocrata calculista ou de militante de esquerda, comunista, guerrilheira.

**Palavras-chave:** Discurso Político, Dilma Rousseff, Ethos, Mídia.

**Abstract:** The objective of this research is to reflect on the discourse of Dilma Rousseff, Brazil's current president, presented in an interview aired on Fantastic program, Rede Globo, on September 11, 2011. The interview was conducted by journalist Patricia Poeta on Palácio da Alvorada, the official residence of Dilma. In this discourse analysis there is a tone of intimacy and reverence of the journalist who seems to want it to harvest more intimate information Dilma Rousseff about the feminine universe, observing the declared strategies that build a picture of enunciator, a discursive *ethos* (MAINGUENEAU, 2005) which underscores the woman next and competence of a presidential candidate and then President of Dilma Rousseff, from a pre-discursive *ethos* that reinforced the image of calculates technocrat or a militant leftist, communist guerrilla.

**Keywords:** Political Speech, Dilma Rousseff, Ethos, Media.

### Introdução

A primeira mulher a exercer um mandato de presidente no Brasil, após a passagem de 33 homens pelo cargo, foi Dilma Rousseff, eleita com grande diferença de votos do segundo colocado nas eleições de 2010. Dilma sucedeu seu companheiro de partido, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), após seu segundo mandato.

---

<sup>1</sup> Jornalista, pós graduado em Comunicação e Marketing e mestre em Linguística pela Unifran – Universidade de Franca.

<sup>2</sup> Graduada em Letras pela Unifev – Centro Universitário de Votuporanga.

Nascida em Belo Horizonte, no dia 14 de Dezembro de 1947, fez faculdade de economia na Universidade Federal de Minas Gerais e desde a juventude estava em militância política contra os abusos de autoridade, censura, liberdade de imprensa, entre outros. Em 1970, foi presa e torturada e

como jamais participou de qualquer ação armada, a Justiça Militar a condenou apenas por “subversão”, com pena de dois anos e um mês de prisão. Seu “crime” foi o mesmo de tantos jovens daqueles anos rebeldes: querer mudar o mundo.<sup>3</sup>

Parte-se da premissa de que a presidenta Dilma Rousseff, desde a sua pré-candidatura, vem reconstruindo e ressignificando sua prática discursiva política no sentido de criar uma imagem baseada num tipo de contestação de um estereótipo do feminino baseado na submissão da mulher, que se constitui sobre a presunção de uma fragilidade que a impediria de exercer papéis considerados masculinos, buscando fortalecer uma espécie de “discurso-outro” desse estereótipo: as mulheres são capazes de equilibrar razão e emoção e por isso podem exercer cargos executivos de grande responsabilidade. Tratar-se-ia, portanto, de um posicionamento que fortalece o discurso feminista de luta por igualdade de condições para as mulheres no Brasil e pelo direito ao exercício pleno da vida política, condizente com a luta iniciada pelas mulheres no início do século 20.

Segundo Panke (2012, p. 42), a mudança gradual do discurso de Dilma Rousseff inicia-se primeiramente pelos temas. Antes da candidatura, seu discurso era pautado no tecnicismo. A partir de 2009, foram se incorporando mais intensamente, implícita e explicitamente, as emoções de Dilma Rousseff, em seus diferentes papéis de ministra, mulher, mãe e outros. A incorporação desse discurso emotivo não se dá só verbalmente, mas também na postura, no modo de se vestir, no corte de cabelo, enfim, nos modos de se apresentar em público.

A pergunta de pesquisa que guia nossa análise pode ser assim expressada: qual o *ethos* que emerge do discurso de Dilma Rousseff, em especial no corpus analisado? De que maneira tal *ethos* implica em efeitos de sentido de competência e aptidão para o cargo de presidente da República? Esse *ethos* é trabalhado com o conceito de cenografia?

---

<sup>3</sup> Site oficial: <http://www.dilma.com.br/site/biografia#>

## Diversos estereótipos e diversos efeitos de sentidos

Para a AD, a interpretação deve levar em conta o modo de funcionamento linguístico-textual dos discursos, as diferentes modalidades do exercício da língua em certo contexto histórico-social de produção, sem deixar de observar o sentido. Conforme Maingueneau (1997, p. 11), a linguagem tem interesse “apenas à medida que esta faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas”.

O discurso que será analisado é um trecho da entrevista concedida pela presidente do Brasil, Dilma Rousseff, ao Fantástico, revista eletrônica da Rede Globo, realizado no dia 08 de setembro de 2011 e apresentado em 11 de setembro de 2011, nesta entrevista destacaremos as mudanças de um discurso e também as marcas e efeitos de sentidos no ato da enunciação. A justificativa da escolha de tal corpus se faz pelo fato de Rousseff, desde a sua pré-candidatura, dar novos contornos às práticas discursivas políticas brasileiras no sentido de criar uma imagem baseada na negação de um estereótipo feminino e na submissão da mulher, que se constitui sobre a presunção de uma fragilidade que a impediria de exercer papéis considerados exclusivamente masculinos.

### Corpus analisado: entrevista

Para efeito de análise, o escopo deste trabalho é composto pelo discurso e duas imagens (Figura 1 e 2). A entrevista, gênero discursivo de interação social, foi realizada no Palácio da Alvorada, residência oficial da presidenta Dilma Rousseff (à direita) pela entrevistadora Patrícia Poeta (à esquerda) que procurou investigar as particularidades da vida privada da presidenta, como podemos perceber na transcrição abaixo:

Figura 1<sup>4</sup>



<sup>4</sup> Fonte: FANTÁSTICO. Patrícia Poeta entrevista Dilma Rousseff. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nI0jBv8go>>. Acesso em: 10 maio 2014.

**Patrícia Poeta:** Como é que é acordar todo dia como Presidente da República?

**Presidenta:** É como todo mundo acorda, Patrícia... Geralmente, Patrícia, eu acordo cedo porque eu caminho. Eu volto e aí você tem de, de fato, procurar uma roupa, rápido.

**Patrícia Poeta:** Tem alguém que escolhe as suas roupas, tem alguém que lhe ajuda nisso, nessa tarefa ou não?

**Presidenta:** Não, não. É inviável, é pouco eficiente. Você tem de dar conta das suas necessidades. Pelo fato de você ter virado Presidente, você não deixa de ser uma pessoa e é bom que você seja responsável por tudo que diz respeito a você mesma.

**Patrícia Poeta:** É impressão minha ou a senhora tem usado mais saias, mais vestidos?

**Presidenta:** Ah eu tenho usado... Eu tenho usado mais saia do que antes. Eu poderia continuar usando só calça comprida, mas eu acho que, pelo fato de eu ser mulher, tem horas que eu tenho de afirmar essa característica feminina.

**Patrícia Poeta:** Tem tempo pra cuidar do visual, se preocupar com isso?

**Presidenta:** Olha, isso faz parte da minha condição de Presidenta. Eu não posso sair sem ter um cuidado com a minha aparência.

**Patrícia Poeta:** Quem é que faz, por exemplo, a sua maquiagem e o seu cabelo todo dia?

**Presidenta:** Eu mesma. [faço minha própria maquiagem e meu cabelo]

**Patrícia Poeta:** A senhora mesma?

**Presidenta:** Eu mesma.

**Patrícia Poeta:** Ah é? A senhora aprendeu a se maquiar?

**Presidenta:** Eu sabia desde... há muitos anos eu não me maquiava porque eu não queria.

(Fonte: FANTÁSTICO. Patrícia Poeta entrevista Dilma Rousseff, 10 de maio 2014).

Segundo Chareaudeau e Maingueneau o termo *ethos* “designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário” (2014, p. 220). A partir do discurso acima analisaremos a construção do *ethos* político de Rousseff baseado na negação de um estereótipo feminino. Para Maingueneau, um dos maiores obstáculos sobre a noção de *ethos* “é o fato de ela ser muito intuitiva. A ideia de que, ao falar, um locutor ativa em seus destinatários uma certa representação de si mesmo”. (2008, p. 12)

- o *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala;
- o *ethos* é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro;
- é uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica (IBIDEM, p. 17).

Pelo fato de que antes de ser candidata à presidência do Brasil, poucos eleitores conheciam a história de Dilma, foi necessário que ela criasse uma representação de si mesma por meio do discurso. Visto que há três qualidades fundamentais na construção do *ethos* discursivo sobre si mesmo, designados por Maingueneau (2008), como *aretè*, *eunóia* e *phronesis*. Segundo Aurélio,

O desejo de provocar a adesão por parte da oradora estaria comprometido, pelo menos na instância da eunóia, que representa a benevolência, uma imagem agradável de si e a aretè ou virtude, responsável pela simplicidade e sinceridade. Isto porque a imagem da candidata compartilhada pela maioria dos brasileiros, muitas vezes por influência da mídia, era a de uma mulher austera e irredutível. (AURÉLIO, 2012, p. 13).

Partindo de Pêcheux, Maingueneau (1997) propõe “rearticular o discurso sobre a suposta cena de sua enunciação e, além disso, aprofundar o caráter institucional da atividade discursiva” (MAINGUENEAU, 1997, p.21). A maneira como ele trabalha os conceitos de *cena enunciativa* e *cenografia* do discurso – um modo de rearticular a suposta cena de sua enunciação – é fundamental para a realização deste trabalho. Em *Análise de textos de comunicação* (2001), Maingueneau afirma que um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada. A esse “rastro” podem corresponder diferentes cenas de enunciação. Assim, diferencia a *cena englobante* – que diz respeito ao tipo de discurso (sua função social, por exemplo, o discurso publicitário, que visa levar ao consumo) – da *cena genérica*, mais diretamente ligada à questão do gênero do discurso (por exemplo, um jornal de ofertas é diferente de uma embalagem de produto).

Na Figura 1, percebe-se que o *ethos* discursivo da enunciadora Dilma se reveste dos traços de bom humor, serenidade, criando efeitos de sentido de naturalidade no exercício do poder por uma mulher. Isso é trabalhado também como sendo uma cena englobante e genérica, no qual definem o espaço em que um discurso pode se inscrever para produzir sentido (o tipo e o gênero do discurso, que são mais ou menos estáveis). São, portanto, formas dadas historicamente e socialmente, no tempo e no espaço. O tipo de discurso está relacionado ao seu modo de funcionamento social, por exemplo, quando recebemos um panfleto na rua, devemos ser capazes de determinar a que tipo de discurso pertence para que possamos interpretá-lo. Temos antes que definir se é um discurso político ou publicitário, por exemplo, ou mesmo, em tempo de eleições, uma mistura desses dois campos discursivos. Esses diferentes tipos de discurso só fazem sentido em determinada época e cultura.

A cena englobante e a cena genérica também aparecem e se distinguem da *cenografia*, em que um discurso constitui sua própria cena de enunciação, tal como, por exemplo, num panfleto político em que se apresenta ao eleitor uma carta e não uma simples lista de propostas de ação. “Todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima”, diz Maingueneau. E conclui que, por isso, a

cenografia implica um processo “paradoxal [...] uma vez que é ao mesmo tempo fonte do discurso e aquilo que ele engendra” (MAINGUENEAU, 2001, p. 87).

Já a cenografia pode apoiar-se em cenas de fala já instaladas na memória coletiva, que se inscrevem positivamente ou negativamente num determinado grupo. Maingueneau explica que a cena englobante é a do discurso político; a cena genérica é a dos programas de governo e outras publicações por meio das quais um candidato apresenta suas propostas aos eleitores; e a cenografia é a da correspondência particular, que pressupõe contrato entre pessoas que mantêm relações pessoais.

O autor destaca, ainda, as marcas linguísticas – o uso de vocativo, por exemplo – e também aspectos não-verbais – a assinatura em letra cursiva – que levam a essa leitura do documento como carta e não como panfleto. Pode-se ver ali, entre outros elementos, o uso da margem esquerda como nos blocos de folhas pautadas usados para escrever cartas, que levam a uma encenação do gênero epistolar. Desse modo, o leitor é interpelado ao mesmo tempo pelo discurso político, programa eleitoral e carta pessoal, e a enunciação não apenas expressa ideias, mas constrói e legitima o próprio quadro da enunciação.

Outro conceito que é nítido nessa entrevista é que o estereótipo feminino ligado à vaidade da mulher e aos cuidados com a aparência está presente na entrevista, convocado pela entrevistadora. Com esse sentido definido, Maingueneau afirma que ele é definidor dos papéis atribuídos por cada discurso para que o sentido se construa. Por exemplo, num debate político, estão definidos os papéis do mediador e dos participantes, sendo que esses últimos devem disputar entre si a adesão da plateia, e o mediador deve organizar o tempo e a sequência de participações, de modo que haja uma distribuição justa, mais ou menos igualitária, entre os debatedores.

No caso do discurso acima, Poeta explicita que Rousseff não usava saia e vestido, mas que depois da posição de presidente passou a usar, configurando a construção de seu *ethos*. Dilma afirma, “Eu poderia continuar usando só calça comprida, mas eu acho que, pelo fato de eu ser mulher, tem horas que eu tenho de afirmar essa característica feminina”, ou seja, ela cria um estereótipo de si por meio de representação coletiva e esconde o papel masculinizado da política pelo uso da calça comprida, porém os usos da saia e do vestido evidenciam que a condição de mulher não é algo natural, visto que no dia da entrevista, Rousseff usava calças compridas.

Segundo Pontes:

há um movimento de transição no qual o discurso da presidenta retoma valores de uma sociedade que vê a mulher na faceta mãe, mas que caminha, no entanto, para afirmar que papel da mulher não se restringe apenas ao campo da maternidade, há a tentativa de mostrar que a mulher pode conquistar seu espaço em outro âmbito, ainda que haja um percurso a ser percorrido. Neste sentido, o ethos da mulher que o discurso político de Dilma constrói está ligado à configuração de um ethos que pode surgir enquanto mecanismo propulsor para que sejam constituídas novas configurações sociais e novas relações de poder permeadas pelas relações discursivas. (2012, p. 13)

Figura 2<sup>5</sup>



Ao ser questionada sobre maquiagem e cabelo, a presidenta afirma que ela mesma os faz, porém momentos antes de iniciar a entrevista percebe-se a presença do maquiador e cabeleireiro Celso Kamura (Figura 2), responsável, segundo o jornal Folha de São Paulo, desde a campanha eleitoral de 2010. Desta forma, podemos perceber as marcas de cenografia “os gêneros de discurso que mais recorrem a cenografias são aqueles que visam a agir sobre o destinatário, a modificar sua convicção.” (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2014, p. 97). Mais uma vez, a fala da presidente constrói um *ethos* com traços de serenidade, de tranquilidade, de naturalidade. Nesse instante predomina-se muito o *ethos* de vaidade e também o estereótipo feminino ligado à vaidade da mulher e aos cuidados com a aparência convocados pela entrevistadora.

No entanto, a cenografia presente na *Figura 2* nega o discurso, no qual a noção de *ethos* é designada pela imagem discursiva construída sobre si com o objetivo da aproximação com as eleitoras que sozinhas se arrumam todos os dias, ou seja, ela contratou um cabeleireiro para cuidar dos seus penteados, entrando em contradição com a enunciação.

<sup>5</sup> Fonte: FANTÁSTICO. Patrícia Poeta entrevista Dilma Rousseff. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nI0jBvbv8go>. Acesso em: 10 maio 2014.

Em 2012, ela afirmou para a entrevistadora da Folha de São Paulo, Monica Bergamo, “Eu não pinto a unha, não. Eu era igualzinha a você [colunista]”, sem exageros em relação à vaidade. ‘Aí você vira presidente, encham o seu saco.’” Confirmando a construção de *ethos* feminino por motivação do cargo que ocupa.

Para Charaudeau,

O político que quer parecer solidário terá interesse em mostrar-se consciente das responsabilidades que cabem a ele próprio e a seu governo, caso contrário, sua imagem como indivíduo poderá ser abalada (2008, p. 164).

Lula, que foi sucedido por Dilma, também procurava se aproximar do público e frequentava mesmo antes de ser presidente o barbeiro e cabeleireiro Fernando Luis da Silva, porém com menos prestígio e em um salão modesto localizado no bairro do Ipiranga, este foi um antigo “companheiro” e ex-metalúrgico que mudou sua ocupação e abandonou a vida nas fábricas. No caso de Rousseff, há um discurso persuasivo, uma vez que a enunciativa busca se aproximar do público dizendo que “acorda como todo mundo” e “procura sozinha suas roupas”.

Desta forma, por meio de estratégias retóricas, voltadas para um discurso de aproximação com o seu público e da persuasão ela estabelece relações entre as mulheres para construir seu espaço político. Há diversas estratégias políticas para agregar eleitores dos adversários e buscar a confiabilidade daqueles que estão em dúvida, buscando a persuasão por meio da enunciação de aproximação que pode ser exercida através da escrita, da fala e das mensagens visuais. Contudo “não se pode ignorar que o público constrói também representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale” (MAINGUENEAU, 2008, p. 15).

## Conclusão

A noção de *ethos* com a qual trabalhamos foi desdobrada pela Análise do Discurso e conceituada pela enunciação e pelos recursos de cenografia.

Sendo assim, a questão da construção do estereótipo feminino se faz na afirmação da mulher na política e de sua capacidade para o exercício de governar o país, pautado em estratégias retóricas que condizem com o universo feminino.

Portanto, o *ethos* discursivo, efeito do discurso, em especial na política, interfere diretamente no ser/fazer política e por meio do discurso analisado da presidente da República

transparece a modéstia e a vaidade na busca pela credibilidade das eleitoras femininas. Baseada nas estratégias de Lula, Dilma busca os estímulos emocionais das campanhas petistas, com efeitos de maior aproximação com a população, construindo, assim, um ethos feminino de forma positiva.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AURÉLIO, Renato Pereira. *Oferecendo uma imagem de si: a (des)construção do Ethos discursivo da candidata Dilma Rousseff*. Revista Vozes dos Vales, Minas Gerais, out. 2012. Disponível em: <[http://www.ufvjm.edu.br/site/revistamultidisciplinar/files/2011/09/OFERECENDO-UMA-IMAGEM-DE-SI-A-DES-CONSTRU%C3%87%C3%83O-DO-ETHOSDISCURSIVO-DACANDIDATA-DILMA-ROUSSEFF\\_renato.pdf](http://www.ufvjm.edu.br/site/revistamultidisciplinar/files/2011/09/OFERECENDO-UMA-IMAGEM-DE-SI-A-DES-CONSTRU%C3%87%C3%83O-DO-ETHOSDISCURSIVO-DACANDIDATA-DILMA-ROUSSEFF_renato.pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2014.
- BERGAMO, Monica. *Vida de presidente*. Folha do Estado de São Paulo, São Paulo, 31 jul. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2013/07/1319240-points-gays-do-rio-tiveram-movimento-maior-durante-jornada-mundial-da-juventude.shtml>>. Acesso em: 18 jun. 2014.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político*. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Metamorfose do discurso político: as derivas da fala pública*. Tradutores Nilton Milanez, Carlos Piovezani Filho. São Paulo: Claraluz, 2006.
- \_\_\_\_\_. *A arte da mentira política*. Tradução de Mônica Zoppi-Fontana e Roberto Leiser Baronas. Campinas: Pontes, 2006.
- FANTÁSTICO. *Patrícia Poeta entrevista Dilma Rousseff*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nI0jBvbv8go>>. Acesso em: 10 maio 2014.
- FONSECA-SILVA, M. C. Mídia e lugares de memória. In: FONSECA-SILVA, M. C.; POSSENTI, S. (Orgs.) *Mídia e rede de memória*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007. p. 11-37.
- LIMA, C. F. de. *A construção da imagem da candidata Dilma Vana Rousseff: a primeira presidenta do Brasil*. 2012. Monografia (Comunicação), Universidade de Marília – UNIMAR, Marília.
- MAINGUENEAU, D. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel & SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo. Editora Contexto, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.
- \_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

\_\_\_\_\_. Formações discursivas, unidades tópicas e não-tópicas. In: BARONAS, R. L. (Org.). *Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007a. p. 63-74.

\_\_\_\_\_. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Possenti. 1ª reimpressão. Curitiba: Criar Edições, 2007b.

\_\_\_\_\_. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3.ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

MENEGUELLO, R. *PT a formação de um partido 1979-1982*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

ORLANDI, E. *Análise do Discurso. Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

PIOVEZANI FILHO, C. *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político*. São Paulo: UNESP, 2009.

\_\_\_\_\_. Política e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, M. do R. (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

\_\_\_\_\_. *Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise*. Revista da ABRALIN, v. 6, n. 1, p. 25-42, jan./jun. 2007

PANKE, L. *Análise comparativa entre campanhas eleitorais*. 2012. Disponível em: <<http://www.revistacomhumanitas.org/index.php/comHumanitas/article/view/30/pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2014.

PONTES, Vivian de Souza. *A identidade da mulher pela voz do discurso político*. III Simpósio Nacional Discurso, Identidade e Sociedade. Campinas, 2012. Disponível em: <[http://www.iel.unicamp.br/sidis/anais/pdf/PONTES\\_VIVIAN\\_DE\\_SOUZA.pdf](http://www.iel.unicamp.br/sidis/anais/pdf/PONTES_VIVIAN_DE_SOUZA.pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2014.