

**A (RE)CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* DISCURSIVO
DA CANDIDATA DILMA ROUSSEFF
DURANTE A CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2010**

Cirleide Matos Jucá (UEMS)

leidejuca@hotmail.com

Aline Saddi Chaves (UEMS)

alinechaves@uems.br

RESUMO

Neste trabalho, analisamos reconstrução do *ethos* discursivo da atual Presidente da República, Dilma Rousseff, durante a campanha presidencial de 2010, que culminou em sua eleição para o cargo. O *corpus* da pesquisa é constituído por um vídeo da campanha, veiculado em 17 de outubro de 2010. Temos como hipótese que, a exemplo deste vídeo, a então candidata buscava mudar sua imagem, com a finalidade de obter maior aceitação e carisma por parte dos eleitores. O referencial teórico da pesquisa é orientado pela análise do discurso francesa e pelos estudos da argumentação no discurso, especialmente no que se refere à noção de *ethos* discursivo. Nesse sentido, o *ethos* discursivo da então candidata Dilma Rousseff é reconstruído a partir de uma imagem prévia de ex-guerrilheira esquerdista, para uma imagem de mulher digna de fé, comprometida com o cargo público, feminina, boa mãe, dentre outras imagens que até então não lhe estavam associadas.

Palavras-chave:

Análise do discurso francesa. *Ethos* discursivo. Discurso político. Dilma Rousseff.

1. Introdução

Neste trabalho, investigamos os mecanismos linguísticos e discursivos de reconstrução do *ethos* discursivo da então candidata à presidência do Brasil, Dilma Rousseff, durante a campanha eleitoral de 2010. Especificamente, analisamos o vídeo da propaganda política televisiva veiculada em 17 de agosto de 2010³¹.

Temos como hipótese que, ao longo da campanha em questão, a candidata procurou desfazer a imagem prévia que circulava a seu respeito, qual seja a de militante esquerdista, atuante durante a ditadura militar no Brasil no final dos anos 1960. No vídeo analisado, é possível perceber as mudanças em seu visual, postura, tom de voz, gestos, expressões faciais. O vídeo foi bem elaborado, explorando os pontos fortes de sua per-

³¹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xZ9OkOm7miA>>. Acesso em: 18-04-2013.

sonalidade, e suavizando sua imagem com traços bem femininos, porém, com uma postura de mulher forte e preocupada com o próximo, com o valor da família e da nação, o que não significou o abandono da ideologia petista/esquerdista.

Levando em consideração que a noção de *ethos* está ligada, nos estudos da retórica antiga, ao “caráter” do orador, que visa a criar uma imagem de si apta a persuadir os ouvintes, propomos uma investigação da reconstrução do *ethos* de Dilma Rousseff, candidata pelo Partido dos Trabalhadores.

Para sustentar a hipótese, analisamos um dos vídeos da campanha presidencial, exibido durante o horário político, o qual é assistido por milhões de brasileiros das mais variadas faixas etárias e níveis socioeconômicos e culturais. Consideramos que esse processo de desconstrução-reconstrução da imagem de Dilma Rousseff foi fundamental para que a candidata viesse a ser eleita.

A escolha do referencial teórico, que procura aliar a noção de *ethos* aristotélica e àquela estudada, atualmente, pelo viés da análise do discurso francesa (doravante análise do discurso francesa), deve-se em grande parte à natureza do discurso social em questão, a saber, o discurso político. As técnicas persuasivas da oratória, a saber, o *logos*, o *ethos* e o *pathos* são muito exploradas neste domínio de práticas discursivas, tanto por estudiosos da área, quanto pelos próprios políticos, que se utilizam de tais técnicas de persuasão a seu favor, no intuito maior de provocar a adesão dos ouvintes/eleitores.

Desde os anos 1980, o *ethos* é estudado no campo da análise do discurso francesa por influência da reabilitação da retórica aristotélica, ocorrida no final dos anos 1950, pela chamada “nova retórica”, cujo marco é a publicação do *Tratado da Argumentação: a Nova Retórica*, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1999). Mas, como explica Maingueneau (2013), a noção de *ethos* só interessa o analista do discurso por estar ligada de alguma forma ao ato da enunciação, o que implica um sujeito e um discurso historicamente situados. Nesse sentido, o *ethos* encontra as problemáticas caras à análise do discurso francesa, disciplina fundada na França nos anos 1960 pelo filósofo Michel Pêcheux, que preconizava que, por meio da análise das práticas discursivas das classes dominantes, seria possível depreender o funcionamento de sua ideologia.

Temos, pois, como embasamento teórico da pesquisa a concepção histórica da análise do discurso francesa a respeito da relação entre lín-

gua, sujeito e ideologia. A ideologia é o conjunto de representações veiculadas e reproduzidas pela classe dominante. Estas, conforme Marx e Engels (2007, p. 47), “são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual”.

Citando Barthes, Maingueneau (2001, p. 13) diz que, para aquele estudioso, o *ethos* está relacionado aos “traços de caráter que o orador deve *mostrar* ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: é o seu jeito[...]. O orador enuncia uma informação e, *ao mesmo tempo*, diz: sou isto aqui, não aquilo lá”.

Transferindo essa questão para o campo da política, mais precisamente, neste trabalho, para a construção do *ethos* de Dilma Rousseff, a estratégia de desconstrução da imagem de militante esquerdista para uma mulher “digna de fê” (ARISTÓTELES, s/d, p. 33), que iria assumir um lugar até então ocupado somente por homens, envolve uma mudança favorável à candidata, tanto no plano do discurso (*ethos* discursivo) quanto do tom e da corporalidade (*ethos* prévio), como explica Maingueneau (2011). Desse modo, a candidata consegue se aproximar dos eleitores como um todo, e não apenas dos simpatizantes da esquerda, porém sem perder a ideologia petista.

Com base nessas problematizações introdutórias, este trabalho situa, inicialmente, os estudos clássicos da retórica e da argumentação, especialmente da noção de *ethos*. Esse trajeto histórico é necessário para se compreender a pertinência do *ethos* no quadro teórico da análise do discurso francesa, com destaque para o discurso político. Em seguida, apresentamos uma tipologia proposta por Charaudeau (2013) acerca dos diferentes tipos de *ethé* mobilizados na política para persuadir os eleitores, construindo uma imagem de si positiva. Enfim, analisamos o *corpus*, composto pelo vídeo selecionado, empregando como metodologia um recorte de enunciados que revelam os tipos de *ethé* mobilizados por Dilma Rousseff para persuadir o público eleitor.

2. Retórica e argumentação

Neste item, apresentamos um panorama dos estudos realizados pelo filósofo grego Aristóteles (s/d.) a respeito da retórica, na Grécia de 400 a.C., uma espécie de manual que ensinava técnicas (*techné*) para se

tornar um bom orador. Esta obra é de fundamental importância para se compreender o conceito de *ethos*, noção que orienta este trabalho.

Para o filósofo grego, um bom discurso envolve atributos que vão além da imagem pré-concebida que se tem do orador e do teor de seu discurso (*logos*), visto que sua fala deve ser baseada em argumentos capazes de modificar a opinião do ouvinte e de refletir uma imagem de si apta a persuadi-lo, pouco importando se essa imagem é real. O que importa é que o orador transmita, além do conteúdo de seu discurso, elementos como gestos, tom de voz, entonações, emoções, capazes de persuadir para além da razão (convencer).

Na obra em questão, intitulada *Arte Retórica*, Aristóteles (s/d.) desenvolve um tratado sobre as técnicas adequadas para se persuadir o auditório, a fim de se obter o êxito na oratória. Tais técnicas dizem respeito à tríade *logos*, *pathos* e *ethos*.

O discurso político sempre foi uma preocupação dos filósofos da Grécia antiga, pois eram necessários bons argumentos para se persuadir um público numeroso e exigente como os cidadãos atenienses. Mas, além de ser um manual, logo, de possuir uma finalidade pedagógica, a retórica aristotélica terminou por se tornar fundamental para moralizar a retórica como busca da verdade no sentido filosófico, isto é, do conhecimento. (CHAVES, 2010)

2.1. A retórica clássica

A prática de proferir (oratória) e de ouvir discursos era bastante apreciada pelo povo ateniense, pois eram tratados assuntos de interesse geral da população. Dentre esses discursos, o político, chamado “deliberativo, sempre esteve entre os mais elaborados, tanto na defesa quanto no ataque, devido aos interesses que tinham os oradores em impressionar seus ouvintes.

A retórica era uma arte (técnica) difícil de ser dominada, devido à inexistência de obras específicas e teóricas para as técnicas de oratória, bem como devido à imagem negativa associada aos oradores, na medida em que a eles estava associada a imagem de falácia, isto é, mentira, ocultação da verdade, propagada pelos sofistas. Coube a Aristóteles a tarefa de moralizar a arte do bem falar, como explica Chaves (2010, p. 28) nesta citação:

Para os sofistas – mestres retores como Górgias, criador da poética em prosa e do discurso epidítico –, a arte da eloquência era um instrumento de persuasão e dominação. Para Platão, em sua versão sofista negativa, por ele denominada “logografia”, a retórica seria uma atividade puramente empírica, responsável por disseminar a ilusão ao fazer uso de recursos manipuladores da linguagem. [...] O Estagirita, como muitas vezes é chamado Aristóteles, irá se destacar de seus pares, no entanto, pelo importante legado de um estudo sistemático da arte oratória, por volta de 350 a.C.

Ao perceber que tais assuntos encantavam o público, o filósofo tratou de sistematizar as técnicas argumentativas necessárias para o orador aprimorar a persuasão pela linguagem. Apesar de não ser ele próprio um orador, ou retor, o filósofo grego tinha o domínio dos estudos dessa arte de saber como persuadir.

Na *Arte Retórica*, Aristóteles categoriza três gêneros da retórica, sendo eles: o deliberativo, o judiciário e o epidítico, como explicamos a seguir. Nos três gêneros, observam-se diferenças nítidas entre os ouvintes, a temporalidade, os locais e os eventos que são objeto da persuasão. (CHAVES, 2010)

O gênero deliberativo refere-se aos conselhos dados, e poderia ser tanto prejudicial quanto útil, dependendo da situação. Neste gênero, os assuntos estão relacionados à política, e a finalidade é orientar o auditório a tomar decisões de interesse comum da sociedade, tratando-se, portanto, de eventos futuros. Tais discursos eram proferidos nas assembleias.

O gênero epidítico, ou demonstrativo, referia-se a eventos do presente, como “cerimônias comemorativas ou fúnebres” (CHAVES, 2010, p. 36), havendo o louvor a um herói ou um rei. A finalidade deste gênero, ao ser proferido, é levar o ouvinte a elogiar ou censurar tais fatos. Os discursos do gênero epidítico eram proferidos nas praças públicas (*ágora*) de Atenas.

No gênero judiciário, os discursos eram proferidos no tribunal, e estavam relacionados a eventos do passado, com a finalidade de acusar ou defender, diante de valores como o justo e o injusto, possuindo uma argumentação de tipo indutivo.

O que se percebe é que o orador, após identificar o público e a finalidade discursiva, deve lançar mão de argumentos apropriados ao tipo de público para persuadi-los.

Assim como os gêneros, também foram definidos pelo Estagirita, como era conhecido o filósofo em sua época, os três meios da persuasão

retórica: pelo *logos*, pelo *pathos* e/ou pelo *ethos*.

O *logos* diz respeito ao conteúdo do discurso. Essa técnica age por meio da razão, procurando convencer o ouvinte, pois é um discurso baseado em argumentos que foram verificados, e que podem induzir o público à conclusão da verdade.

O *pathos* diz respeito à emoção que o orador causa nos ouvintes, por meio de seu discurso, que é transmitido com base em argumentos que provocam variadas paixões, pois, como explica Aristóteles (s/d., p. 33), “obtem-se a persuasão nos ouvintes, quando o discurso os leva a sentir uma paixão, porque os juízos que proferimos variam, consoante experimentamos aflição ou alegria, amizade ou ódio”.

O *ethos* está relacionado a uma técnica de persuasão que se baseia na imagem que o orador constrói, por meio de sua linguagem, para provocar a adesão dos ouvintes. Essa imagem, chamada por Aristóteles de “caráter”, garante ao orador uma credibilidade diante do auditório.

O estudo da retórica, tal como Aristóteles a concebeu, durou até a Idade Média, quando ocorreu o *Trivium*, durante a Idade Média. Segundo Chaves (2010, p. 30), a associação da retórica à arte das figuras de estilo:

[...] resulta de um processo de desmembramento ocorrido durante a Idade Média, no contexto do *Trivium* das artes liberais, quando se deu a tripartição entre (i) a retórica, restrita ao estudo dos ornamentos estilísticos, (ii) a gramática, enquanto estudos das regras para a prática da língua, e (iii) a dialética, ou, estudo dos meios de demonstração e refutação.

Após o século XIX, com o fim do segundo império, por não ser considerada científica, a retórica ficou relegada a segundo plano, associada à ideia de figuras de linguagem, logo, de estilo, sobretudo literário. Nessa época, ela foi retirada do currículo universitário.

No final do século XX, ela foi repensada, com a publicação da obra de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1999), que inaugura a nova retórica. Segundo Chaves (2010, p. 31), esta obra:

[...] devolve à retórica aristotélica sua vocação primeira: o estudo sistemático de um tipo de argumentação fundado menos em premissas verificáveis (lógicas) do que nas opiniões do homem comum, atreladas que são às dinâmicas da vida em sociedade.

Mais recentemente, a análise do discurso francesa se interessa por algumas questões levantadas pela retórica aristotélica, em particular a noção de *ethos* e *pathos*. No entanto, suas práticas se diferenciam da aris-

totélica, como veremos mais adiante.

2.2. O *ethos* retórico

Na época de Aristóteles, a técnica argumentativa relacionada à construção da imagem do orador – nos diferentes contextos sociais da vida pública – com intuito de garantir o sucesso na oratória era designado *ethos*. A noção servia, essencialmente, para ensinar ao orador a técnica de persuadir o ouvinte pela imagem construída. O *ethos* estava relacionado ao “caráter” do orador, isto é, ao efeito de sua imagem sobre o auditório durante os discursos. Pois, segundo Aristóteles (s/d., p. 33), acreditamos mais depressa em pessoas que inspiram bom caráter: “obtem-se a persuasão por efeito do caráter moral, quando o discurso procede de maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de confiança”.

Neste contexto, o orador observa as características do público ouvinte, pois era essencial conhecer o nível de conhecimento ou até mesmo a idade dos ouvintes para direcionar o discurso de modo eficaz, coerente e persuasivo, a ponto de “vender” uma imagem com credibilidade.

Mas, para transmitir uma imagem positiva, de modo a inspirar confiança e credibilidade, o orador devia ter três qualidades: virtude (*areté*), benevolência (*eúnoia*) e prudência (*phrónesis*), como explica Aristóteles (s/d, p. 97):

Os oradores, quando falam ou aconselham atraíam a verdade por falta dessas três qualidades ou de uma delas. Com efeito, por falta de prudência, suas opiniões são desprovidas de justiça; ou então, com opiniões justas a maldade os impede de exprimir o que se lhes afigura bom; ou então, sendo prudentes e honestos, faltam-lhes a benevolência. Neste último caso, o orador, apesar de conhecer a melhor determinação, não a exprime. Não existe outra causa além destas. Portanto, o orador que parece dotado de todas estas qualidades inspira necessariamente confiança a seus ouvintes.

Essa noção de *ethos* foi sistematizada por Aristóteles, visto que o intuito era, além de persuadir, utilizar meios de persuadir que se diferenciavam dos outros. O *ethos* era o mais importante (AMOSSY, 2005), porém não se pode pensar como individual no processo retórico, sua importância é devida ao fato de o orador estar exposto, o que lhe permite transmitir uma imagem positiva de si, representada por meio do discurso.

3. Ethos em uma perspectiva de análise do discurso

A análise do discurso surgiu na França no final da década de 60 do século XX, tendo como precursor o filósofo Michel Pêcheux. A teoria do discurso, como ficou conhecido o legado da análise do discurso francesa, tinha por objetivo prolongar os estudos saussurianos sobre a fala no que se refere à língua, e tratar o discurso não como o ato da fala, embora lhe interesse, mas estudar a relação entre a língua e as condições de produção do discurso.

A análise do discurso revolucionou o papel da língua, conferindo-lhe um sentido histórico, onde o sujeito está inserido na relação língua-sujeito-ideologia. Para Pêcheux (ORLANDI, 2001), o discurso sempre foi objeto de uma busca incessante, pois é no discurso que se constitui o ponto de partida para reflexões sobre o homem, a história, as ciências, a sociedade.

Segundo Orlandi (2001, p. 17), o surgimento da análise do discurso na França estava relacionado à conjuntura política e científica da época, os meados do século XX. A análise do discurso surge em meio ao formalismo russo nas décadas de 1920 e 1930, o estruturalismo na década de 1950, mas foi na década de 1960 que se instituiu, no cruzamento da psicanálise, do marxismo, e da linguística.

A análise do discurso não trata, pois, da língua, mas do discurso, termo que contém em sua estrutura a noção de curso, percurso, movimento. É desse movimento da língua e da linguagem que resulta o discurso. São três os domínios disciplinares da análise do discurso: a linguística saussuriana, o marxismo – pela leitura de Althusser – e a psicanálise lacaniana. Seu objeto de estudo consiste, assim, no discurso, sem excluir o homem e seu meio, como havia feito a linguística saussuriana.

A definição de discurso difere do esquema tradicional formado por: emissor, receptor, código, referente e mensagem (informação). Para a análise do discurso, não se trata apenas da transmissão de informação, onde o emissor emite uma mensagem e o receptor a decodifica. Esse processo está ligado ao sentido de “língua fechada”, onde apenas decodifica-se o signo.

O que a análise do discurso propõe é o discurso como efeito de sentidos entre sujeitos. O sujeito proposto pela análise do discurso francesa situa-se no entremeio da psicanálise e o sujeito da ideologia (assujeitamento), ambos materializados na/pela linguagem. Não se trata, por-

tanto, apenas, de enunciadores, mas de sujeitos historicamente situados, atravessados pela formação ideológica à qual pertencem, cujos discursos nada mais fazem do que reproduzir tal formação ideológica.

É em um cenário estruturalista, e a partir de uma visão marxista, que Pêcheux reformula o modo de se refletir sobre a língua, pois o que um determinado sujeito diz, em função do lugar (social, histórico) de onde enuncia, possui uma relação intrínseca com um determinado contexto sócio-histórico (ORLANDI, 2001). É intrínseca, pois, a relação entre enunciador, enunciatário e enunciação, dentro de um quadro onde o enunciador organiza seu discurso, levando em consideração não apenas o contexto imediato (situação), mas, sobretudo, o contexto histórico (amplo), o que determina a escolha das palavras e o uso da língua em geral.

Em nosso trabalho, esta questão pode ser explicitada da seguinte forma: no vídeo da campanha, Dilma aparenta ser a simples locutora da propaganda política que compõe sua campanha eleitoral. Este é o contexto imediato da enunciação. No entanto, Dilma pertence a um determinado partido político, logo, ela reproduz a formação ideológica do partido, Partido dos Trabalhadores. Temos, então, no contexto histórico da enunciação do vídeo, uma posição-sujeito (Dilma-PT) historicamente constituída: o discurso da esquerda brasileira, e em particular do Partido dos Trabalhadores.

Historicamente, a análise do discurso foi concebida como o estudo linguístico das condições de produção históricas, para retomar as ideias fundamentais de Marx. Mas, devido à articulação do linguístico com o social, esse sentido se estendeu para outras áreas do conhecimento. Pêcheux procurou, então, segundo Brandão (2004, p. 104), definir a análise do discurso como: "uma prática indissociável da reflexão que ela exerce sobre si mesma sob a pressão de duas determinações maiores: a evolução problemática das teorias linguísticas de um lado, os avatares do campo político-histórico de outro".

Devido ao momento político em que a França se encontrava, em meio ao estruturalismo e a emergência dos partidos de esquerda, a análise dos textos era uma preocupação não somente da linguística, até então preocupada com a estrutura fechada da língua-sistema (fonema, palavra, frase), mas também dos historiadores, *sociólogos* e *psicólogos*.

A análise do discurso problematiza a questão do sentido que recebem as palavras, privilegiando as condições materiais de produção do texto e assumindo um posicionamento que analisa o discurso como um

lugar de embates. Considera, assim, que “não há discurso sem sujeito nem sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 1987, p. 13), donde se depreende que todo discurso é carregado de ideologia.

Com base nesses princípios, a análise do discurso formula alguns conceitos, que ajudam a compreender a articulação entre o linguístico e o social, fazendo sentido. O conceito de formação discursiva, segundo Orlandi (2001), representa num discurso a formação ideológica dos sujeitos, que a reproduzem às vezes conscientemente, às vezes inconscientemente. Já o conceito de interdiscurso permite recuperar a presença do já-dito, ou seja, é a palavra constituída de sentido por meio de sua formação discursiva, que, ao ser pronunciada, mantém relação com outros dizeres.

3.1. *Ethos* e análise do discurso

Para entendermos melhor a passagem da análise do discurso francesa, conhecida como análise do discurso francesa, para as novas tendências da análise do discurso, onde a noção de *ethos* foi resgatada, recorremos a um dos estudiosos mais representantes desta abordagem: Maingueneau (1997; 2011).

Segundo este autor (1997), a perspectiva teórica histórica da análise do discurso francesa está filiada à tradição europeia da filologia, que se preocupava com a interpretação de textos, muito em alta na França na década de 1960, em relação estreita com as problemáticas da literatura.

Considerando que a expressão “análise do discurso” ocupava, nos anos 1990, uma posição ambígua na linguística, Maingueneau (1997, p. 11) explica tal fato por uma confusão própria do campo, que:

[...] opõe de forma constante um núcleo que alguns consideram “rígido” a uma periferia cujos contornos instáveis estão em contato com disciplinas vizinhas (sociologia, psicologia, história, filosofia, etc.). A primeira região é dedicada ao estudo da “língua”, no sentido saussuriano, a uma rede de propriedades formais, enquanto a segunda se refere à linguagem apenas à medida que esta faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas. O termo “discurso” e seu correlato “análise do discurso” remetem exatamente a este último modo de apreensão da linguagem.

Maingueneau (1997, p. 11) pontua, então, que “análise do discurso’ praticamente pode designar qualquer coisa (toda produção de linguagem pode ser considerada ‘discurso’) [...]”. Depreende-se dessas afirmações que nem tudo pode ser considerado “análise do discurso”, ou ainda,

que nem tudo o que foge ao núcleo duro da linguística pode ser considerado análise do discurso.

A partir disso, Maingueneau (1997, p. 14) delimita o terreno de atuação do analista do discurso. Para ele, a análise do discurso relaciona-se com textos fortemente restringidos pelas instituições que os produzem, e ainda, “nos quais se cristalizam conflitos históricos, sociais, etc.; que delimitam um espaço próprio no exterior de um interdiscurso limitado”. Desse modo, a análise do discurso não estuda os textos produzidos por um determinado sujeito, mas leva em conta “uma certa posição sócio-histórica na qual os enunciadores se revelam substituíveis. Assim, nem os textos tomados em sua singularidade, nem os *corpora* tipologicamente pouco marcados dizem respeito verdadeiramente à análise do discurso”.

É, pois, no interior deste posicionamento teórico de análise do discurso que surge o problema do *ethos*, isto é, aliado ao problema do sentido, do sujeito, da história e da ideologia. Maingueneau defende o *ethos* ligado às condições históricas que determinam o exercício da palavra, e não ao indivíduo real.

Maingueneau vai além do conceito aristotélico, que se restringe ao caráter do orador, pois em Aristóteles o *ethos* está relacionado ao orador ser digno de fé para que, ao proferir seu discurso, possa ser mais bem aceito. Já o analista do discurso considera, além do *ethos* discursivo, o *ethos* pré-discursivo, que diz respeito ao pré-julgamento que o ouvinte faz do orador, antes mesmo que este tome a palavra. Este autor considera, assim, que o orador pode influenciar, também, por meio de sua corporalidade, seus gestos, suas roupas.

Mas, mais do que isso, Maingueneau se distingue da noção aristotélica do *ethos* no que diz respeito à relação do *ethos* com o discurso, considerando-se que Aristóteles relaciona o *ethos* ao ato de enunciação, enquanto que, para o analista do discurso, não existe um *ethos* preestabelecido, mas construído no âmbito da atividade discursiva, pela articulação do *ethos* pré-discursivo e do *ethos* discursivo, pois, segundo Maingueneau (2011, p. 17, grifos do autor), “o *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma ‘imagem’ do locutor exterior a sua fala”, e ainda, é “um processo *iterativo* de influência sobre o outro”. O autor também explica que (MAINGUENEAU, 2011, p. 18):

O *ethos* de um discurso resulta da interação de diversos fatores: *ethos* pré-discursivos, *ethos* discursivo (*ethos* mostrado), mas também os fragmentos do texto nos quais o enunciador evoca sua própria enunciação (*ethos* dito) – diretamente (“é um amigo que lhes fala”) ou indiretamente, por meio de metáforas

ou de alusões a outras cenas de fala, por exemplo.

O *ethos*, segundo Maingueneau, pode ser analisado em um texto escrito ou oral, podendo haver imagens. Todo texto possui, implicitamente, um enunciador, e não tem como ser desprovido de ideologias. Na oralidade, temos a imagem do enunciador e o discurso proferido por ele, somente na imagem (principalmente midiática/publicitária), tem-se o sujeito coenunciador. No texto escrito, pode-se estudar o *ethos*, que se apresenta também como pré-discursivo, mas que carrega ideologias que podem ser percebidas em sua estrutura semântica, visto que está relacionado a representações sociais.

A análise do discurso nasce com a preocupação de investigar a relação entre as condições sociais em uma leitura claramente marxista, neste sentido, no discurso político, é característico que toda fala política é semanticamente ideológica e, quando bem articulada, tem um posicionamento positivo ou não, dependendo das condições materiais em que o indivíduo se encontra. Segundo Orlandi (2001, p. 47), “o sentido é assim uma relação determinada do sujeito – afetado pela língua – com a história”.

Cabe destacar que o *ethos* encontra sua justificativa maior, em um quadro de análise do discurso, pelo fato de estar “ligado a uma evolução das condições do exercício da palavra publicamente proferida, particularmente com a pressão das mídias audiovisuais e da publicidade” (MAINGUENEAU, 2011, p. 11). Nesse sentido, o vídeo da campanha de Dilma Rousseff, *corpus* de estudo deste trabalho, pertence ao discurso político, mas é veiculado pelo suporte das mídias audiovisuais (televisão e canal de vídeos da Internet). Esse suporte vai atuar como um contexto de enunciação do discurso de Dilma, e os efeitos de sentido também decorrem deste modo de encenar a palavra pública.

No entanto, ainda nos dias de hoje, a política se vale das técnicas persuasivas antigas. Nos discursos dos homens políticos³², é possível perceber a preocupação com a imagem, quando tenta se aproximar dos eleitores por meio de um discurso firme, com olhares fixos e confiantes, criando uma identificação com público e, conseqüentemente, obtendo sua aceitação/adesão. Isso porque cria uma imagem em que tenta se passar por alguém que os eleitores veem como uma representação de sua classe

³² Empregamos a expressão “homens políticos” de forma genérica. Consideramos, evidentemente, que existem mulheres políticas.

social, sem desmerecer a classe mais intelectual e produtiva, promovendo, assim, um equilíbrio ao discurso. Essa dupla identidade do homem político é assim explicada por Charaudeau (2013, p. 79):

O político deve, portanto, construir para si uma dupla identidade discursiva: uma que corresponda ao conceito político, enquanto lugar de constituição de um pensamento sobre a vida dos homens em sociedade, outra que corresponda à prática política, lugar das estratégias da gestão do poder: a primeira constitui o que chamamos de posicionamento ideológico do sujeito do discurso; a segunda constrói a posição do sujeito no processo comunicativo.

Tendo como base a noção de *ethos*, desde a concepção retórica aristotélica (caráter) até a perspectiva discursiva, Amossy (2005, p. 9) conclui: “a maneira de dizer induz a uma imagem que facilita, ou mesmo condiciona a boa realização do projeto, é algo que ninguém pode ignorar sem arcar com as consequências”.

Sendo assim, a análise do discurso trata do discurso enquanto produto ideológico, conforme as condições materiais dos sujeitos que tomam a palavra em um dado contexto sócio-histórico, e de alta circulação de discursos (política, mídias).

Tendo em vista que nosso *corpus* pertence ao discurso político, veiculado pelo discurso midiático, recorreremos a Charaudeau (2013), analista do discurso que propôs uma classificação dos tipos de *ethos* (*ethé*) do homem político.

3.2. Os *ethé* do discurso político

Charaudeau (2013, p. 32) diz que “toda fala política é, evidentemente por definição um fato social”, o que denota a preferência da análise do discurso por esse discurso. O termo “política”, tal como problematizada por Charaudeau (2013), possui diferentes definições, segundo as disciplinas que a tomam por objeto (filosofia, sociologia, psicologia social, antropologia social, ciências políticas, ciências da linguagem).

Para delimitar um estudo discursivo da palavra política, Charaudeau (2013, p. 16) diz que “para um linguista do discurso [...], trata-se de tomar posição quanto às relações entre linguagem, ação, poder e verdade”. Charaudeau (2013, p. 16) destaca os seguintes pontos, para se compreender a palavra política:

- Linguagem e ação: “todo ato de linguagem está ligado à ação mediante as relações de força que os sujeitos mantêm entre si,

relações de força que constroem simultaneamente o vínculo social”;

- A ação política: “determina a vida social ao organizá-la tendo em vista a obtenção do bem comum”;
- As instâncias: “[...] um exercício difícil do poder político, que consiste em ditar a lei e sancioná-la sempre se assegurando do consentimento da instância cidadã”;
- Os valores: “correspondem às ideias que defendemos neste espaço de discussão”, em que “o que está em jogo é: *como fazer* para satisfazer o desejo de viver em comunidade em um ideal que definiria os seres em suas relações de trocas (dar-receber) com o próximo[...]”.

Estudando um discurso caro à análise do discurso histórica, Charaudeau (2013, p. 39) define que “a ação política e o discurso político estão indissociavelmente ligados, o que justifica pelo mesmo raciocínio o estudo político pelo discurso”. Se não há política sem discurso, e não há discurso sem ideologia, percebe-se a preferência historicamente dada pela análise do discurso a esse *corpus*.

Todo o percurso aqui exposto, da retórica à análise do discurso, foi necessário para que pudéssemos entender melhor o papel do *ethos* neste trabalho, e qual sua contribuição para sustentar nossa hipótese. Como vimos, no campo da política, a noção de *ethos* é bem explorada, tendo em vista seu papel de construir uma imagem para o próximo, o que pode ser comparado ao ato de colocar máscaras conforme os tipos de situações, e qual imagem se pretende passar para o outro.

No *corpus* político, Charaudeau (2013) aproxima o *ethos* do conceito de identidade, uma relação que o autor define como paradoxal. O autor menciona duas posições que dividem estudiosos desde a Antiguidade: de um lado, os que privilegiam a noção de *ethos* pré-discursivo; de outro, os que consideram o *ethos* discursivo, isto é, no ato de enunciação.

Para Charaudeau (2013, p. 115), o outro (ouvinte) tem acesso às duas imagens, pois apoia-se “ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso [...] e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem”. Charaudeau (2013, p. 116) relaciona esse paradoxo, em última instância, ao problema do sujeito:

Aquí está um dos menores paradoxos da comunicação humana: sabemos

que todo sujeito que fala pode jogar com máscaras, ocultando o que ele é pelo que diz, e, ao mesmo tempo, o interpretamos como se o que ele dissesse devesse necessariamente coincidir com o que ele é. [...] O *ethos* encontra-se no centro desse paradoxo que sustenta a filosofia contemporânea, que, mesmo sabendo que o sujeito não é *um* (Nietzsche), que ele é dividido (Lacan), quer fazer como se fosse ele de fato *um todo*.

Nesse jogo de máscaras, o homem político desenvolve múltiplos caracteres, isto é, vários *ethé*, que Charaudeau (2013) classifica em duas categorias: *ethé de credibilidade e ethé de identificação*.

Os *ethé de credibilidade* incluem o *ethos* de sério, o *ethos* de virtude e o *ethos* de competência. Os *ethé de identificação* incluem o *ethos* de potência, o *ethos* de caráter, o *ethos* de inteligência, o *ethos* de humanidade, o *ethos* de chefe e o *ethos* de solidariedade.

Nesta pesquisa, temos como hipótese que, no vídeo da campanha analisado, Dilma Rousseff mobiliza as duas categorias, isto é, *ethé de credibilidade* (virtude e competência) e de identificação (solidariedade e inteligência), para afirmar a mudança de seu *ethos* prévio.

4. Análise dos *ethé de Dilma Rousseff no processo de reconstrução da imagem de si: a propaganda presidencial de 2010*

Neste item, procedemos à análise do *corpus*, composto por uma propaganda política televisionada durante o horário político. Trata-se do vídeo da campanha presidencial da então candidata do Partido dos Trabalhadores, Dilma Rousseff. O vídeo possui duração de 10'39''.

Após retomar a noção de *ethos* desde Aristóteles, e percorrê-la na análise do discurso, sustentamos a hipótese de que a reconstrução do *ethos* da então presidenta Dilma Rousseff colaborou para sua eleição ao cargo, visto que podemos perceber a atualização de alguns *ethé* em seu discurso e comportamento.

O vídeo pertence ao gênero discursivo propaganda, e, a partir dele, propomos uma análise do processo de desconstrução-reconstrução do *ethos* prévio de Dilma Rouseff, ocasionado pela baixa adesão do público eleitor à imagem de esquerdista, guerrilheira, exilada, de que testemunha o trecho a seguir, extraído da revista *Veja*, edição de 15 de janeiro de 2003³³: “Quando foi presa, em janeiro de 1970, o promotor militar que

³³ Disponível em: <www.veja.abril.com.br/15012003/_036.html>. Acesso em 12/09/2015.

preparou a acusação classificou-a com epítetos superlativos: ‘Joana d’Arc da guerrilha’ e ‘papisa da subversão’ (Veja, 15/01/2003, p. 37). Em outro trecho da reportagem, aparece este depoimento sobre a posição de comando de Dilma Rousseff durante a ditadura militar:

[...] “a Dilma era tão importante que não podia ir para a linha de frente. Ela tinha tanta informação que sua prisão colocaria em risco toda a organização. Era o cérebro da ação”, diz o ex-sargento e ex-guerrilheiro Darcy Rodrigues, que adotava o codinome “Leo” e, em outra ação espetacular, ajudou o capitão Carlos Lamarca a roubar uma kombi carregada de fuzis de dentro de um quartel do exército em Osasco, na região metropolitana de São Paulo. “Quem passava as orientações do comando nacional para a gente era ela”. O ex-sargento conta que uma das funções de Dilma era indicar o tipo de armamento que deveria ser usado nas ações e informar onde poderia ser roubado.

É nesse sentido que foi realizada toda uma campanha de marketing para amenizar essa imagem que lhe estava associada.

Procedemos à análise dos enunciados que atualizam diferentes *ethé*, categorizando-os segundo o tipo de *ethos*, e seguindo a ordem temporal do vídeo em questão.

Primeiramente, é mobilizado o *ethos* de credibilidade, pela atualização de um *ethos* de virtude, como se vê a seguir:

Dilma Rousseff: Ninguém faz as coisas se ela não tem paixão nem crença (00:06). Tem de ter paixão pra fazer, o que permite realizar é: sua capacidade técnica, é verdade. Mas o que te mobiliza e te faz não esmorecer são seus compromissos. (00:20).

O discurso de Dilma Rousseff se inicia com demonstração de compromisso e de paixão pelo que faz. Além disso, faz referência à crença, o que permite ao telespectador uma construção de imagem de uma pessoa que tem fé, algo que é muito explorado em discursos políticos, visto que a maior parte dos brasileiros acreditam no cristianismo, e a enunciação da palavra “fé” tem uma carga semântica muito forte.

No próximo trecho, um depoimento do então Presidente da República Luís Inácio Lula da Silva, podemos perceber uma mudança no discurso do partido político da candidata, o Partido dos Trabalhadores, até então pouco explorado nos pronunciamentos.

Lula: (00:21). Eu realmente fico muito feliz de saber que eu posso entregar a faixa presidencial pra uma companheira do meu partido; e uma companheira mulher é uma coisa gratificante (00:39).

Quando Lula fala sobre a entrega da faixa presidencial para uma companheira do mesmo partido, deixa implícita a continuidade de uma

mesma linha de pensamento, isto é, da mesma ideologia petista. Segundo Charaudeau (2013, p. 122), esse *ethos* está relacionado à virtude, pois:

[...] exige que o político demonstre sinceridade e fidelidade, a que se deve acrescentar uma imagem de honestidade pessoal. Esse gênero de imagens se constrói através do tempo. Por exemplo, para julgar a fidelidade do político, particularmente a relacionada a seus compromissos, é preciso constatar que ele sempre seguiu a mesma linha de pensamento e de ação.

Em seguida, é mobilizado o *ethos* de identificação, pela abordagem do tema da família, que desperta o interesse do eleitor e constitui uma tendência recente utilizada por outros candidatos.

Dilma Rousseff: (00:53) em nome de todas as mulheres do Brasil e em especial da minha mãe e da minha filha que recebo essa homenagem e essa indicação para concorrer à presidência da República (01:08).

Podemos perceber o *ethos* de identificação utilizado por *Dilma Rousseff*, quando fala da mãe e da filha, remetendo à família. Ao agradecer em nome das mulheres, direciona o olhar para as eleitoras brasileiras. Considerando-se que o *ethos* atualiza, no discurso, um posicionamento histórico e ideológico já cristalizado, esse enunciado aponta, também, para a importância da mulher na política, e chama a atenção do eleitorado feminino. A esse respeito, Charaudeau (2013, p. 137), diz que:

Toda construção de *ethos* se faz em uma relação triangular entre si, o outro e um terceiro ausente, portador de uma imagem ideal de referência: o si procura endossar essa imagem ideal; o outro se deixa levar por um comportamento de adesão à pessoa que a ele se dirige por intermédio dessa imagem ideal de referência.

No próximo recorte, é possível perceber o *ethos* de solidariedade (identificação), que remete a uma imagem de amor ao próximo, à ideologia socialista (petista) no que se refere à partilha.

Dilma Rousseff: (01:16) Teve uma cena da minha infância que eu me lembro perfeitamente... apareceu um menino na porta da minha casa querendo comer, e aí ele falou pra mim que ele não tinha nada, eu tinha uma nota de dinheiro então eu peguei ela rasguei e dei uma pra ele e fiquei com a metade, inclusive minha mãe dizia assim: Que burrice! como é que você foi fazer isso de rasgar a nota não vale nada não adianta isso (01:45).

Charaudeau (2013, p. 163) explica que esse tipo de *ethos* faz do político uma pessoa responsável pelo próximo: “o *ethos* de solidariedade faz do político um ser que não somente está atento às necessidades do outro, mas que as partilha e se torna responsável por elas”.

O *ethos* de inteligência, a seguir, provoca admiração e respeito,

percebida nos políticos não pelo que se fala ou age durante os acontecimentos políticos, mas o que se sabe sobre sua vida privada.

Dilma Rousseff: (02:00) A única coisa que meu pai falava era o seguinte: Tem que estudar. Tem que estudar, tem que ler livros, muitos livros (02:08).

Rose Nogueira: (03:20) Eu me lembro dela estudando sem parar. Ela gostava muito de estudar, e a Dilma tinha esse amor pelo Brasil essa, essa questão nacional muito clara. Muito mais claro de que muita gente do eu também (03:40).

De acordo com Charaudeau (2013, p. 145), “a inteligência é uma característica humana difícil de ser definida, mas aqui se trata de considerá-la um imaginário coletivo que testemunha a maneira como os membros de um grupo social a concebem e a valorizam”.

Construído a partir de depoimentos, assemelhando-se a um documentário biográfico, a propaganda traz ainda, o relato de Dilma Rousseff sobre seu papel de mãe.

Dilma Rousseff: (04:21) A Paula é minha filha única. Criada com a toda a maluquice que passa na cabeça de uma mãe quando acha que seu bebê, NE. Se tiver dormindo, tá dormindo demais essa menina, se estiver acordada, essa menina não tá dormindo. Acho que a gente quando nasce o filho sabe qual a sensação... de ser uma pessoa privilegiada essa doação sem pedir nada em troca é única, é única na vida. (04:53)

Nesse depoimento, o *ethos* pré-construído revela a imagem de uma boa mãe preocupada com situações corriqueiras da maternidade, que demonstra ser uma mulher normal como qualquer outra, com suas preocupações de mãe sensível. O *ethos* construído por ela pode colaborar para uma mudança de imagem pré-concebida, o estereótipo pré-construído no passado. Essa desmistificação é assim tratada por Charaudeau (2013, p. 115): “O *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro vê”.

Em um processo de campanha política, é muito importante a construção de alguns *ethé* em particular, dentre eles o *ethos* de competência, que confere credibilidade ao político.

No caso da candidata Dilma Rousseff, esse *ethos* foi possível graças ao depoimento do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, que contou muito para afirmar que Dilma Rousseff era a candidata mais bem preparada, ao afirmar, no recorte a seguir, que *encontrou a pessoa certa e que Dilma Rousseff conseguiu convencê-lo*, deixando implícito o *ethos*

de credibilidade. A fala do locutor, transcrita em seguida, corrobora a afirmação do *ethos* de competência, ao mencionar os diversos feitos da então Ministra.

Lula: (06:01) Um belo dia em 2002 entra em minha sala uma mulher com laptop na mão, a Secretária de Minas e Energia do Rio Grande do Sul e nós fizemos aquela reunião. Quando terminou a reunião, me veio na cabeça a certeza que eu tinha encontrado a pessoa certa pro lugar certo, ou seja, em apenas em uma reunião a Dilma conseguiu me convencer que eu já tinha a Ministra de Minas e Energia do Brasil. (06:26)

Locutor: (06:28) Dilma se torna braço direito de Lula e a primeira mulher de nossa história a ser Ministra de Minas e Energia e depois Ministra Chefe da Casa Civil. Ela coordena todo ministério e programas como: luz para todos, PAC e o minha casa minha vida. Que melhoram a vida de milhões de brasileiros e criam novas expectativas para país. (06:46)

Segundo Charaudeau (2013, p. 125):

O *ethos* de competência exige de seu possuidor, ao mesmo tempo, saber e habilidade: ele deve ter conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade, mas deve igualmente provar que tem os meios, o poder e a experiência necessários para realizar completamente seus objetivos, obtendo resultados positivos.

5. *Algumas considerações finais*

Conforme tentamos mostrar ao longo deste trabalho, a reconstrução do *ethos* de Dilma Rousseff foi fundamental para sua eleição ao cargo máximo da política nacional, seja por meio do *ethos* pré-discursivo, que inclui a corporalidade – “quanto à corporalidade, ela está ligada a uma compleição física e uma maneira de vestir-se” (MAINGUENEAU, 2011, p. 18) –, o tom de voz, a expressão facial, a aparência física, quanto pelo *ethos* discursivo, que institui um posicionamento histórico por meio da cena enunciativa.

A construção da imagem do enunciador é dada por meio de dois componentes: identidade social do locutor e identidade discursiva. O olhar do outro sobre o sujeito enunciador será atribuída à identidade psicológica e social. O *ethos* é resultado dessas duas identidades, que se fundem em uma única pré-concebida por sua enunciação. Quando o locutor pronuncia suas palavras, afirma um *ethos* pré-discursivo, permitindo ocultar o que realmente ele é, e sustenta a imagem que ele pretende mostrar, pois “identidades discursiva e social fusionam-se no *ethos*”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 116)

Sendo assim, o vídeo analisado tem uma construção que deixa claro o *ethos* de Dilma Rousseff num processo social e discursivo. Essa construção é crucial para um político, principalmente em período pré-eleitoral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMOSSY, R. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: _____. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 9-28.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica*. Trad.: Antonio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Ediouro, [s/d.].
- CHARAUDEAU, P. *Discurso político*. Trad.: Dilson Ferreira da Cruz e Fabiana Komesu. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- CHAVES, A. S. *Gêneros do discurso e memória: o dialogismo intergenérico no discurso publicitário*. 2010. 368 fl. Tese (de doutorado). – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo (USP), São Paulo.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Trad.: Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- _____. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, Anna Raquel; SALGADO, Luciana. (Orgs.). *Ethos discursivo*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011, p. 11-29.
- MARX, K.; ENGELS, F. *Ideologia alemã*. Trad.: R. Eenderle, N. Schneider e L. C. Martovani. São Paulo: Boitempo, 2007.
- ORLANDI, E. P. *A linguagem e seu funcionamento*. Campinas: Pontes, 1987.
- _____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2001.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação*. A nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1999.