



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

## PROPOSIÇÕES ACERCA DAS IMAGENS DE SI: O *ETHOS* SEMIOTIZADO DE DILMA ROUSSEFF NO FACEBOOK<sup>1</sup>

Renata de Oliveira Carreon<sup>2</sup>

O discurso político tem sido amplamente estudado não só pela Ciência Política, mas pelas mais diversas Ciências da Linguagem e, sobretudo, pelo domínio da Análise do Discurso de orientação francesa. Inúmeros trabalhos têm se debruçado de forma acurada sobre essa problemática no Brasil e muitos buscam compreender como os candidatos a cargos políticos constroem por meio de seus discursos um conjunto de imagens de si. Mobilizamos os pressupostos teórico-metodológicos da Análise do discurso de orientação francesa, ancorados, principalmente, em Dominique Maingueneau. Como hipótese de trabalho perscrutamos como os candidatos Dilma Rousseff e Aécio Neves constroem, por meio de seus discursos, imagens de si. Para tanto, valem-se tanto do *ethos* dito e mostrado quanto do *ethos* semiotizado.

**Palavras-chave:** Discurso político; *ethos*; imagem de si.

Le discours politique se consolide comme objet d'étude de la Science Politique, tout en étant au coeur du débat dans les Sciences du Langage aussi, surtout à l'égard de l'Analyse du Discours ancrée aux idées des penseurs français. De nombreuses études sont soigneusement menées au Brésil sous le regard de ce domaine de la Linguistique, et nombreuses études sont penché sur le processus de construction de l'image ou d'un cadre imagé des candidats aux postes publiques à travers leur discours. Notre étude fait recours aux principes théoriques et methodologiques du auteur français Dominique Maingueneau. Comme hypothèse de travail nous vérifions comment les candidats Dilma Rousseff et Aécio Neves cherchent à construire à travers leurs discours images d'eux-mêmes. Pour ce faire, s'appliquent à la fois l'ethos dit et montré e l'ethos semiotizé.

**Mots-clés :** Discours politique ; *ethos* ; image de soi.

### Notas introdutórias

---

<sup>1</sup> Versão expandida deste artigo foi publicada em BARONAS, R. L.; CARREON, R. O. ; MESTI, P. C. (orgs). *Análise o Discurso: entorno da problemática do ethos, do político e de discursos constituintes*. Campinas: Pontes, 2016.

<sup>2</sup> Doutoranda em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar – PPGL) e bolsista CAPES.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

É possível constatar que a atualidade apresenta como característica inerente a si o primado do visual, uma vez que se perdeu, com a mídia, a linearidade do texto enquanto tal, apresentando, agora, verbal e não verbal em inter-relação. Tal intersemiose em materialidades diversas faz com que se precise de um novo olhar sobre a ordem do discurso, impelindo analistas a trabalharem com materiais multimodais. Com isso, o discurso político foi submetido a mudanças que geraram, por consequência, modificações dos objetos de análise, que por sua vez impuseram transformações teóricas e metodológicas. Michel Pêcheux, em seus últimos escritos, já pensava em tais mudanças no discurso político, reiterando que este estava “decididamente midiaticizado”. A língua de vento do discurso político, outrora “língua de madeira”, cada vez mais espetacularizada, não chegou a ser objeto de estudo, de fato, de Pêcheux. No entanto, Jean-Jacques Courtine, após trabalhar com um *corpus* político (escrito) tradicional, desloca seu enfoque teórico e passa, assim, a olhar para as inovações tecnológicas. Parece ser difícil, hoje, não relacionar discurso e materialidade.

Tendo em vista, portanto, as mudanças sofridas pelo discurso político devidas, sobretudo, às novas mídias, olhar para a campanha presidencial no Facebook parece-nos interessante à medida que possibilita trabalhar sobre o discurso em uma materialidade que conjuga verbal e não verbal. Para isso, o desenvolvimento teórico e metodológico desta pesquisa estará alicerçado na Análise do discurso de linha francesa, concebida a partir de *Análise Automática do Discurso*, em 1969, pelo filósofo Michel Pêcheux e, posteriormente, (des)construída pelas relações, sobretudo de Pêcheux, com disciplinas e campos de saber que acabaram por fundar uma transdisciplinar Análise do Discurso. Aqui, usamos o termo “transdisciplinar” para adjetivar o campo da Análise do discurso uma vez que este resultou da convergência de correntes de pesquisa advindas de disciplinas muito diferentes (psicologia, história, linguística, filosofia, entre outras), bem como as influenciou.

Dominique Maingueneau e suas teorizações (1996, 2004, 2008a, 2008b, 2008c, 2010, 2011, 2014, 2015), no âmbito dos estudos do discurso político contemporâneo, servirão de bússola para o trabalho. Tendo inúmeras publicações ao longo de trinta anos, *Gênese dos discursos* (2008b), obra de grande fôlego epistemológico de Maingueneau, mostra-se como o ponto de partida de muitos conceitos que ainda estariam por vir, inseridos, em sua maior parte, em uma semântica global ligada às formações discursivas. Nesse sentido, o dispositivo



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

teórico de Maingueneau e sua forma de conceber os discursos e sua gênese são, fundamentalmente, a própria *gênese* para se pensar o *ethos* e suas regulações. O autor apresenta e reconfigura o conceito de *ethos* em diversos trabalhos<sup>3</sup>. “Neles, além de insistir em uma abordagem discursiva do conceito, apresenta análises não necessariamente associadas a formações discursivas ou posicionamentos” (POSSENTI & MUSSALIM, 2010, p. 73). Valendo-nos de suas teorizações acerca da noção, propomos uma ramificação necessária a ela: o *ethos* semiotizado<sup>4</sup>, conceito que, juntamente do *ethos* dito e do *ethos* mostrado, integra o *ethos* discursivo do ator político. Entendemos por *ethos* semiotizado a compreensão dos elementos não verbais associados à cena de enunciação do discurso; fazendo com que à análise do verbal (*ethos* mostrado) se junte a não verbal (*ethos* semiotizado) na construção do *ethos* discursivo de modo a estabelecermos que, de fato, as produções de ordem não linguística não são apenas “apoio” de sentido, mas produtoras de significações próprias.

### **Redes sociais e imagem de si**

A popularização da internet é crescente e cada vez mais nítida, o que faz com que o uso de diversas mídias de interatividade social represente um aspecto constitutivo do cotidiano da sociedade contemporânea. Tal advento hodierno produziu mudanças significativas e fundamentais para a sociedade como um todo, uma vez que, segundo Recuero (2009, p. 24), passou a haver a “[...] possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador (CMC)”. Tais ferramentas fizeram com que os atores pudessem se construir, interagir e comunicar com outros atores. A referida autora define “atores” como as pessoas, instituições ou grupos que se utilizam da rede, mas que, no caso da Internet, não são sempre discerníveis, uma vez que estes são submetidos ao distanciamento inerente às interações sociais (virtuais). É a partir dessa perspectiva de interação que surge, a partir da década de 1990, o estudo das redes sociais. “É, neste âmbito, que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na Internet é utilizada através da perspectiva de rede social” (RECUERO, 2009, p. 24). Para a autora, os sites de redes sociais comportam a categoria de sistemas focados na exposição pública dos

<sup>3</sup> 1989; 1996; 2001; 2008a; 2008c; 2010; 2011; 2014; 2015; entre outros.

<sup>4</sup> Categoria analítica pensada por Baronas (2011) em *Ensaio em Análise do discurso: questões analítico-teóricas*. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2011.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

atores, além da publicização das conexões com os indivíduos, características que não são inerentes aos sites que não são de redes sociais.

Dentre as variadas redes sociais disponíveis aos atores/usuários, o Facebook tem se mostrado a mais crescente e a de mais impacto – não só social, mas político, como veremos adiante. Esta rede disponibiliza para os usuários diversas ferramentas, como a construção de um perfil com informações pessoais; a publicação de arquivos fotográficos pessoais; divulgação de imagens de domínio público; compartilhamento de links de outros sites ou do próprio Facebook, possibilidade de comentários e interação em *posts* de outros usuários, bem como a possibilidade de “curtir” um *post*, entre outras. Com aparência simples e organizada, o Facebook foi criado em 2004 por um grupo de amigos da universidade de Havard, dentre eles Mark Zuckerberg. A rede, em outubro de 2014<sup>5</sup>, contava com 1,35 bilhão de usuários no mundo<sup>6</sup>, tendo bilhões de postagens ao mês.

Emediato (2015), no âmbito do discurso, define as redes sociais como redes de discurso, espaço retórico por natureza, pois é nesse espaço em que a palavra se faz ação. O autor ainda salienta que nele se pode encontrar tudo o que se encontraria em universo e espaços discursivos: “[...] múltiplas formações discursivas, relações interdiscursivas dinâmicas, diferentes gêneros do discurso, e o dialogismo em todos seus estados” (EMEDIATO, 2015<sup>7</sup>). Além disso, o Facebook tem como uma de suas principais características a interação entre códigos semiológicos, em especial, a verbo-visualidade:

Raramente um *post* no *facebook* vem sem um suporte visual, que pode ser produzido pelo próprio sujeito ou pela captação de imagens na própria rede ou outros suportes, o que implica um trabalho importante de busca ou por via do compartilhamento comentado. A verbo-visualidade é, assim, um aspecto constitutivo do dispositivo de uma rede social eletrônica (EMEDIATO, 2015). O referido autor ainda assevera que todas as atitudes que constituem a rede são, de alguma forma, voltadas para a exibição de si ou, em outras palavras, para a constituição de uma imagem de si:

<sup>5</sup> Os dados citados na pesquisa são de outubro de 2014 devido ao fato do material a ser analisado ter sido publicado na rede social naquele período.

<sup>6</sup> Segundo a versão online do periódico *O Estadão*. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/facebook-chega-a-135-bilhao-de-usuarios-no-mundo/>>. Acesso em maio/2015

<sup>7</sup> Sem numeração de páginas.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Se assim for, todas as faces do *face* estarão, em certo sentido, voltadas para o *self* e não apenas a face *self* propriamente dita, aquela que se autoexibe sem complexos. A finalidade principal de um sujeito-usuário do *facebook* seria, portanto, exibir-se, mostrando o seu corpo, o seu rosto, o seu pensamento, a posição que ocupa na topografia social em todos os seus sentidos (EMEDIATO, 2015).

Assim, trabalhar com redes sociais (principalmente com aquelas que buscam “vender” um candidato) implica trabalhar com a construção das imagens de si – com o *ethos*.

Para Maingueneau (2011), qualquer texto, oral ou escrito, tem uma *vocalidade* específica que permite relacioná-la ao enunciador, a um *fiador* que, por meio do seu *tom*, atesta o que é dito. Em outras palavras, mesmo quando se tem uma produção escrita, é possível lhe atribuir um tom característico que a legitima. Essa vocalidade implica a determinação de um corpo do enunciador, “[...] assim, a leitura faz emergir uma origem enunciativa, uma instância subjetiva encarnada que exerce o papel de fiador” (MAINGUENEAU, 2011, p. 72). Desse modo, a melhor maneira de definir o fiador é exatamente tomá-lo como “instância subjetiva”, uma vez que este não é nem o sujeito empírico, nem o sujeito da enunciação, mas uma instância que faz com que o co-enunciador *fie* o *ethos* por meio de uma vocalidade e uma corporalidade. Tratar da relação entre vocalidade e corporalidade faz com que se tenha uma concepção mais “encarnada” de *ethos*, pois leva em conta não só “[...] a dimensão verbal, mas também o conjunto das determinações físicas e psíquicas associadas ao ‘fiador’ pelas representações coletivas” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 65). Embora a concepção de corporalidade de Maingueneau esteja ligada não a um corpo físico de um sujeito empírico, mas a um corpo que é construído por meio de um discurso, ligado a um tom que emerge de uma vocalidade, aqui tomamos a noção de *corpo* de forma mais abrangente, levando em conta, efetivamente, o corpo extradiscursivo do locutor. Tal tomada de posição se faz necessária sobretudo quando se quer tentar operar com a categoria de *ethos* semiotizado.

Aquém e além das posições estratégicas do sujeito, o discurso pressupõe uma *cena de enunciação*, um quadro que lhe dê sentido para ser enunciado e validado. É por meio do *ethos* que o destinatário se inscreve nessa cena que o discurso do fiador implica, uma vez que a cena envolve certa teatralidade por parte dos sujeitos, que devem assumir seu papel em um gênero específico do discurso.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Maingueneau divide a cena de enunciação em três: cena englobante, cena genérica e cenografia. A *cena englobante* corresponde ao tipo de discurso, “[...] uma rede de práticas discursivas que cortam um setor da atividade social” (MAINGUENEAU, 2015, p. 66, tradução nossa): publicitário, religioso, político, filosófico. Em outras palavras, à cena englobante são associados papéis e uma temática e, portanto,

[...] os produtores de discurso que se inserem em uma cena englobante determinada devem, por meio de sua enunciação, se mostrar conformados com os valores prototipicamente relacionados ao locutor pertinente para o tipo de atividade verbal: assim, um político deve ser “um homem de convicção”, “dedicado” a seu país (...) (MAINGUENEAU, 2015, p. 67, tradução nossa).

Sendo a cena englobante o quadro a partir do qual os enunciados podem ser produzidos e interpretados, a *cena genérica* é associada ao gênero, realidade tangível, imediata, para os usuários do discurso. Com isso, enquanto se pode afirmar que a cena englobante transcende seu contexto particular de recepção, a cena genérica sempre está sócio-historicamente determinada. No entanto, Maingueneau (2015) ressalta que a noção de gênero não é homogênea, já que gêneros da filosofia e da política recuperam duas condições bem diferentes: ora se trata de enquadramentos impostos pelo autor, ora de rotinas comunicacionais, de dispositivos sócio-historicamente definidos, “[...] e que são geralmente pensados à ideia de metáforas de ‘contrato’, de ‘ritual’ ou de ‘jogo’” (MAINGUENEAU, 2015, p. 68, tradução nossa). Em linhas gerais, as obras “primeiras” – aquelas que objetivam elaborar uma doutrina – pertencem a uma genericidade instituída pelo autor não a um gênero rotineiro. Quando se trata de gênero rotineiro, Maingueneau (2015, p. 69) afirma que há certos parâmetros:

- *Uma ou mais finalidades*: supõe-se que os locutores são capazes de atribuir uma ou mais finalidades de uma atividade da qual participam, para que com isso possam atribuir estratégias de interpretação e produção de enunciados, o que é, frequentemente, feito pelos locutores de forma espontânea. O autor ressalta ainda que os gêneros têm certa autonomia em relação às representações daqueles que os mobilizam.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

- *Papéis para os parceiros*: atribui-se papéis a serem desempenhados nos gêneros de discurso, o que implica direitos e deveres, bem como competências específicas para desempenhá-los.

- *Um lugar apropriado para o seu sucesso*: há gêneros cujos lugares são impostos (as igrejas para os casamentos ou os tribunais para os processos) e há gêneros que não precisam de um lugar. De qualquer forma, a escolha de um lugar nunca é ao acaso.

- Um modo de inscrição na *temporalidade*: “[...] que perpassa diversos eixos: a periodicidade ou a singularidade das enunciações, sua duração previsível, sua continuidade, seu prazo de validade” (MAINGUENEAU, 2015, p. 69, tradução nossa).

- Um *suporte*: o texto é indissociável de sua existência material, o que faz com que ele próprio condicione seu transporte e, eventualmente, seu arquivamento.

- Uma *composição*: para dominar um gênero específico, é preciso dominar minimamente os elementos que o compõe.

- *Um uso específico de recursos linguísticos*: todo locutor tem à sua disposição um repertório mais ou menos variado de diversidades linguísticas e cada gênero de discurso impõe, tacitamente ou não, restrições na matéria.

Ainda assim, “[...] enunciar não é somente ativar as normas de uma instituição de fala prévia, como ocorre em uma cena englobante e em uma cena genérica, é construir sobre essa base uma encenação singular da enunciação: uma *cenografia*.” (MAINGUENEAU, 2015, p. 70, tradução nossa). À teatralidade da “cena”, ajunta-se ainda a dimensão da –grafia, resultando em “cenografia”; muito embora é preciso ressaltar que –grafia não remete a um suporte oral ou escrito, mas a um processo fundador, à inscrição legitimante de um texto. No entanto, tal noção de cenografia nos leva a reavaliar a de cena genérica, uma vez que se o que chamamos de “gêneros rotineiros” implicam em cenas genéricas obrigatoriamente anteriores ao ato de enunciação, nós não podemos afirmar o mesmo sobre os enquadramentos impostos pelo autor. Nesse ponto, Maingueneau (2015) diferencia as cenografias endógena e exógena, sendo aquela importada pelo autor de outro universo, como é o caso de *Assim falou Zaratustra*, de Nietzsche; já a cenografia exógena seria aquela que “se instaura nos limites assinalados pela cena englobante e por uma cena genérica que se poderia dizer ‘incerta’”



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

(MAINGUENEAU, 2015, p. 71, tradução nossa). Portanto, a cenografia é o elemento sócio discursivo necessário para a construção do *ethos* e o *modo* de legitimar o discurso.

Maingueneau (2015) afirma que o *ethos* resulta da interação de diversas instâncias, que são mais ou menos importantes de acordo com o gênero do discurso:

- *Ethos* pré-discursivo: imagem criada pelo destinatário antes da enunciação;
- *Ethos* dito: o enunciador evoca em sua própria enunciação informações sobre si que podem contribuir para um *ethos* não verbal;
- *Ethos* mostrado: é construído pelo destinatário a partir de índices na própria enunciação: escolhas lexicais, complexidade da sintaxe, tom.

O *ethos* discursivo advém da relação entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado, e o *ethos* efetivo é a interação dessas diversas instâncias. Todavia, entendemos que entre os *ethé* dito e o mostrado opere também um tipo particular de *ethos* que denominamos de semiotizado.

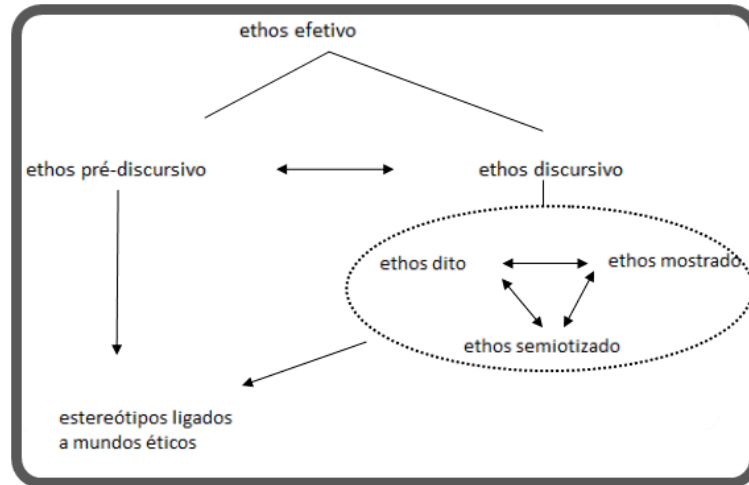
- *Ethos semiotizado*: no mesmo nível do *ethos* dito (o que o enunciador diz de si) e do *ethos* mostrado (construído por meio de construções verbais), o *ethos* semiotizado, construído por meio de construções não verbais, ou “produções não linguísticas”, como denominou Maingueneau (2015), interage com essas duas instâncias para, em seguida, ajudar na construção de um *ethos* efetivo. Com efeito, é importante ter em conta que o *ethos* semiotizado não deixa de ser da mesma ordem do dito e do mostrado, sendo ele uma “subdivisão” de um *ethos* discursivo. Em outras palavras, o *ethos* discursivo advém da interação entre o dito, o mostrado e o semiotizado, resultando assim, juntamente com o pré-discursivo, em um *ethos* efetivo. Afinal, para Maingueneau (2015), as práticas intersemióticas são da ordem das práticas discursivas.

O *ethos* semiotizado, como dito anteriormente, é construído a partir do corpo significante do ator político, seja ele visto em fotos, vídeos na internet ou televisão. Com efeito, propomos que o esquema tradicional delineado por Maingueneau (2008a; 2011) seja ampliado. O *ethos* efetivo viria, portanto, da interação entre o *ethos* pré-discursivo e o discursivo, sendo este constituído também pela relação que se dá, de forma não linear, entre o dito, o mostrado e o semiotizado – e todas as categorias são embasadas (e construídas a partir de) por estereótipos sociais a que os sujeitos estão imersos.





VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016



**Figura 1:** Ethos semiotizado e a ampliação do esquema de Maingueneau

Com isso, aos analistas do discurso, cabe reavaliar seu aparato teórico-metodológico de forma a fazer com que suas categorias de análise deem conta das inovações que afetam a distribuição dos textos. Nesse sentido, tendo em vista que boa parte da comunicação atual é multimodal, ou seja, “[...] mobiliza simultaneamente diversos canais” (MAINGUENEAU, 2014, p. 176, tradução nossa), o estudo da/na Web se faz relevante, uma vez que a multimodalidade é característica inerente da Web.

Maingueneau (2014) ainda destaca que a textualidade, compreendida pela hierarquização de texto principal e paratexto, também é implicada nas transformações genéricas da Web. Isso ocorre devido ao fato da quebra da linearidade do texto como o conhecemos para dar lugar a um “mosaico de módulos”. Em outras palavras, não se tem, em uma página da web, apenas um texto que deve ser lido da esquerda para a direita, de cima para baixo: abrir uma página é ter diante de si um conjunto de diferentes “portas” – sinais, diagramas, slogans – que dão acesso a outro espaço. “Não podemos falar aqui de microtextos, de textos curtos (...) mas de uma subversão generalizada da lógica do texto” (MAINGUENEAU, 2014, p. 180, tradução nossa).

## Notas interpretativas



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Tendo como material de análise um *post* da página oficial no Facebook de Dilma Rousseff<sup>8</sup> no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, os dados serão descritos e interpretados à luz da Análise do Discurso de orientação francesa, sobretudo pelas proposições de Dominique Maingueneau. Tentar-se-á operacionalizar o conceito de *ethos* para um objeto que sustenta na inter-relação do discurso verbal e com o não verbal.



**Figura 2:** *Post* da página oficial de Dilma Rousseff no Facebook

Recortamos para este ensaio analítico um dos *posts*, de baixa adesão dos internautas, do dia 23 de outubro de 2014 (figura 2), com 5.667 compartilhamentos. O *post* enquadra-se em uma cena enunciativa em que podemos observar, analiticamente, que há um enunciado verbal atribuído à presidente candidata à reeleição, pois vem seguido por seu nome que na campanha presidencial funciona como sua assinatura oficial, uma espécie de insígnia

<sup>8</sup> Página oficial de Dilma Rousseff no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SiteDilmaRousseff>> . Acesso em: 08 mar. 2015.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

garantidora de oficialidade, o que nos remete a processos de significação que falam sobre autenticidade, legitimidade e legalidade do que ali, no *post*, está asseverado e passa, então, a ser dito e expresso como um discurso sustentado pela candidata.

É importante salientar que, para Santaella (2001), há uma arbitrariedade relativa da imagem fotográfica. Segundo a autora (2001, P. 108), “[...] a relatividade semântica da foto se refere ao fato de que a percepção de imagens fotográficas possui elementos culturais”, o que faz com que uma fotografia não seja a representação da realidade, mas uma perfeita analogia (SANTAELLA, 2001, p. 110). Trabalhamos, portanto, de acordo com a perspectiva de que uma foto não é a realidade em si, mas uma representação e que, por e com isso, há diferentes produções de sentido na ordem do imagético, fazendo com que o trabalho do analista seja o de se mover entre não fronteiras da imagem.

No primeiro plano da fotografia selecionada para o *post*, vemos a candidata dando a mão a uma menina, cercadas por pessoas e bandeiras do partido, como também a imagem apresenta predominantemente a cor vermelha – cor do Partido dos Trabalhadores ao qual a candidate está filiada – que serve de “pano de fundo” ao texto verbal em que se lê:

Ninguém é uma ilha, ninguém cresce nesta vida sozinho. Você cresceu porque o Brasil mudou, criou e ampliou oportunidades. Para a vida mudar foi preciso governar olhando para as pessoas.

DILMA 13  
Presidenta do Brasil

Com base no enunciado, podemos verificar a emergência do *ethos* pré-discursivo de competência político-administrativa de Dilma, uma vez que este está apoiado no caráter legal e institucional do enunciado associado à assinatura da candidata, bem como à própria relação institucional em que o sujeito se apoia na sua gestão atual para validar sua candidatura à reeleição. Tal *ethos* de competência, comumente visto nessa situação, é observável no enunciado verbal que destacamos acima, pois há o direcionamento discursivo que busca a interrelação entre o crescimento pessoal e o crescimento do país: “Você cresceu porque o Brasil mudou, criou e ampliou oportunidades”. Nota-se então uma ênfase no discurso exitoso de uma boa administração resultando na melhoria das condições de vida social, traduzida no enunciado não verbal como a própria felicidade do encontro no evento.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Tal hipótese é levantada a partir do enquadramento com o qual analisamos o enunciado ao recuperamos outros que circulam socialmente, cristalizados na memória coletiva, como o fato do governo da então presidente ter como enfoque as classes mais baixas, o que possibilitou a ascensão de boa parcela da população. Parcela esta que pode estar representada no texto não verbal pela menina afrodescendente que sorri ao estender a mão para a candidata, ambas destacadas das demais pessoas da imagem, isto porque ao nos apoiarmos no imaginário social e nos discursos que circulam sobre o tema, podemos dizer que a parcela da população que ascendeu é composta por muitos afrodescendentes e também outras partes da população que são vistos, historicamente e, na maioria das vezes, como classes sociais menos favorecidas. Ademais, quer se dar também ênfase, pelo enunciado não verbal do *post*, nas mulheres que estão a cada dia tomando espaços que antes pertenciam somente ao público masculino, portanto não as favoreciam, como, por exemplo, a própria inclusão social na política, por isso, possivelmente, vê-se uma menina e não um menino e uma personagem criança que, no âmbito social, significa esperança, crescimento, verdade, o novo, o futuro e outros traços semânticos mais, como podemos inferir pensando no trecho “[...] pois ninguém cresce nesta vida sozinho”, uma vez que observamos a então candidata em contato com a criança em uma espécie de chamamento para a continuidade e para fazer parte de um governo que diz ter feito suas principais políticas para as pessoas menos favorecidas. É como se criança incorporasse a ilha metafórica e a candidata fosse a passagem segura para um futuro de crescimento.

Além disso, ao usar a metáfora da ilha – que por definição denotativa e vocabular é um pedaço de terra cercado por água, produzindo a este um isolamento em relação a outros espaços – criam-se sentidos em torno das relações interpessoais, tanto de forma restrita quanto de forma genérica: de fato, as pessoas, enquanto indivíduos, não devem se isolar das demais, pois, parafraseando o *post*, ninguém cresce nesta vida sozinho; ao mesmo tempo em que não há crescimento pessoal sem relacionar-se com o crescimento do país, garantido pelo *ethos* já dito e significado de um primeiro mandato e recuperado no *ethos* que se quer efetivar neste *post*. É neste ponto em que há a reafirmação: “[...] governar olhando para as pessoas”, mostrando preocupação, por parte do sujeito, em estabelecer esse diálogo de relacionamento entre Governo e sociedade.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

No fio do discurso vemos emergir o *ethos* não só de competência, mas, sobretudo, um *ethos* mostrado que desnuda traços semânticos de acolhimento, simpatia, nivelamento e aproximação entre governador e governado – haja vista que ambos os personagens da imagem estão no mesmo nível, ou seja, sem uma hierarquia rígida –, o que produz sentidos de êxito, aceitação e pertinência em torno da possível relação que se estabeleceria entre a candidata e as pessoas, todas retratadas na fotografia. Estabelece-se, dessa forma, uma “interlocução” horizontal entre governantes e governado. Essa relação apaga as relações assimétricas existentes entre os atores sociais. Com isso, no campo do *ethos* semiotizado, o corpo desse sujeito, que carrega os traços de sentido do *ethos* mostrado, dito logo acima, em busca de não deixar o povo isolado tal qual uma ilha e em busca de olhar para as pessoas, é visto no discurso imagético: a candidata sorri, olha diretamente para a menina e apresenta expressão corporal de receptividade com relação ao seu outro, de forma a imbricar em texto verbal e não verbal nesse *ethos* semiotizado a se efetivar para ser vitoriosa na reeleição.

Ainda podemos ver esse outro representado na imagem, tanto pela menina quanto por outras pessoas, criando um espaço de interação no qual se poderia afirmar que “ninguém é uma ilha”. Com efeito, embora a imagem retrate uma situação muito comum em campanhas eleitorais – a de estender a mão ao povo e que é também uma memória social muito retomada – para essa cena política é possível, em se tratando de uma ação estratégica do *marketing* político digital, asseverar que texto e imagem não ocupam o mesmo espaço fortuitamente, mas são frutos de uma estratégia de, provavelmente, humanizar a candidata. Embora tal estratégia entre na ordem do *ethos* dito, observamos que no plano discursivo, os efeitos de sentido vão criando laços no verbal e não verbal, tornando o *ethos* efetivo acolhedor verificável no plano do *ethos* dito e semiotizado.

Kellner (2001, p. 307) teoriza acerca da cultura da mídia que põe à disposição

[...] imagens e figuras com as quais seu público possa identificar-se, limitando-as. Portanto, ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis, sexo e por meio de várias “posições sujeito” que valorizam certas formas de comportamento e modo de ser enquanto desvalorizam e denigrem outros tipos.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Com isso, o autor assevera que as produções culturais da mídia retratam as lutas sociais em suas imagens, seus espetáculos e sua narrativa, afirmando, portanto, que não há “entretenimento” inocente, pois tudo é carregado de carga ideológica e se vincula “[...] à retórica, a lutas, a programas e a ações políticas” (KELLNER, 2001, p. 123). Desse modo, ao analisar propagandas, Kellner (2001) afirma que elas tentam associar produtos a certas características socialmente desejáveis e significativas. Em se tratando de *marketing* político, como é o caso do nosso objeto, podemos atestar que há, na campanha dos candidatos no Facebook, *a propaganda de si*, a tentativa de venda não só daquele gestor, mas de todo um *ethos* associado a ele e que deve ser socialmente desejável. O que vemos, portanto, é emergir o *ethos* acolhedor, que retoma e confronta vários discursos que circularam anteriormente – desde que seu nome foi cotado para a candidatura à presidência em 2010, por exemplo, de que ela [Dilma Rousseff] não teria o carisma de seu antecessor [Lula].

Em síntese, tanto o *ethos* mostrado quanto o semiotizado, abrigados pelo encadeamento de sentido construído pela imagem mais materialidade linguística, corroboram para a ideia de que o *ethos* discursivo, sendo a interrelação entre os dois e mais o dito, é o de acolhimento e de espaço de adesão.

### Referências bibliográficas

BARONAS, R. L. Blogs de comentários políticos: algumas notas sobre *ethos* semiotizado. In: *Ensaio em Análise do Discurso: questões analítico-teóricas*. São Carlos: EdUFSCar, 2011, p. 47-62.

EMEDIATO, W. *Discurso e Web: As múltiplas faces do Facebook*. Revista da Abralin, v. 14, n. 2, 2015. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/abralin/article/view/42561/25818>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

KELLNER, D. *A Cultura da Mídia*. Edusc: Bauru-SP, 2001.

MAINGUENEAU, D. *El ethos y la voz de lo escrito*. In: \_\_\_\_\_. Versión 6. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 1996, p. 79-92.

\_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2004



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso - ALED - Brasil  
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas  
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

\_\_\_\_\_. A propósito do ethos. In : MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (orgs). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008a.

\_\_\_\_\_. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

\_\_\_\_\_. *Cenas da Enunciação*. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva (Orgs.). São Paulo: Parábola Editorial, 2008c.

\_\_\_\_\_. *Doze conceitos em análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

\_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. IN: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2011.

\_\_\_\_\_. *Discours et analyse du discours: une introduction*. Paris: Armand Colin, 2014.

\_\_\_\_\_. *La philosophie comme institution discursive*. Limoges: Editora Lambert-Lucas, 2015.

POSSENTI, S.; MUSSALIM, F. Contribuições de Dominique Maingueneau à Análise do Discurso. In: PAULA L; STAFUZZA, G. (Orgs.). *Da análise do discurso no Brasil à Análise do discurso do Brasil: três épocas histórico-analíticas*. Uberlândia: EDUFU, 2010.

QUEIROZ, A. et. al. *Marketing político: do comício à internet*. São Paulo: Assoc. Bras. de Consultores Políticos, 2007.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, L. *A estética política das mídias locativas*. Revista Nómadas, Universidad Central – Colombia, n. 28, abril 2008a.

\_\_\_\_\_. *Mídias locativas: a internet móvel de de lugares e coisas*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 35, abril 2008b.

\_\_\_\_\_. NÖTH, W. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001.