

Análise do Discurso Político: Estratégias Midiáticas entre Sucesso x Ethos

Analysis of political speech: mediatic strategies between success x ethos

Créssula Chayanne R. de Sousa¹

Thiago Barbosa Soares²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo: Buscando compreender o *sucesso* dos discursos enunciados pelo atual presidente da República e a criação do *ethos*, em sua campanha e reproduzido em seu discurso de posse, na cena enunciativa do emissor. Este artigo refletirá os usos da base analítica de um discurso como a esperança de um sucesso no comando de uma nação. Sabe-se que o discurso toma como base a credibilidade e a virtude do candidato, diante de seus eleitores, sendo um dos principais fundamentos para a sua campanha, pois através de discurso do enunciatário eleitoral que a nação “conhece as propostas de um candidato a presidência” e formula uma imagem do emissor. A confiança de um eleitor conquista-se, no primeiro momento, pelo discurso, que o candidato reproduz em seus pronunciamentos, formulando um discurso de *sucesso*. Esta pesquisa baseia-se nas concepções sobre Análise do Discurso dos teóricos Maingueneau (2005, 2013), Charaudeau (2008), Soares (2015, 2016, 2017) e entre outros. O corpus a ser analisado são alguns excertos do primeiro debate na Tv bandeirantes e do discurso de posse do atual Presidente do Brasil que está localizado no jornal virtual da Folha de S. Paulo.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Sucesso; Ethos.

Abstract: Seeking to understand the success of the speeches enunciated by the current president of the Republic and the creation of ethos, in his campaign and reproduced in his inaugural speech, in the enunciative scene of the issuer. This article will reflect the uses of the analytic basis of a discourse as the hope of a success in the command of a nation. It is known that the discourse is based on the credibility and virtue of the candidate, vis-a-vis his constituents, being one of the main foundations for his campaign, because through a speech of the electoral enunciative that the nation "knows the proposals of a candidate to presidency "and formulates an image of the issuer. The confidence of an elector is conquered, in the first moment, by the speech, that the candidate reproduces in its pronouncements, formulating a discourse of success. This research is based on the conceptions about Discourse Analysis of the theorists Maingueneau (2005, 2013), Charaudeau (2008), Soares (2015, 2016, 2017) and others. The corpus to be analyzed are some excerpts from the first debate on Tv Bandeirantes and the inaugural address of the current President of Brazil that is located in the Folha de S. Paulo virtual newspaper.

Key-words: Discourse Analysis; Success; Ethos.

Submetido em 22 de novembro de 2018.

Aprovado em 15 de janeiro de 2019.

¹Graduanda em Letras/Português na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Email: cressula@gmail.com

² Professor do curso de Letras/Português na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Email: thiagobsoares@bol.com.br

Introdução

Sabe-se que o discurso permite ao ser humano compartilhamento de suas ideias aos semelhantes, sempre evidenciando a real intenção daquela reprodução do emissor no discurso há um tipo de jogo de mostra e esconde, as intenções são construídas ao longo das produções discursivas). Torna-se perceptível, em todos os ambientes e contextos, a ideal importância da produção discursiva do enunciatário ao seu meio de convivência e sua reprodução para devido fins: o sucesso.

Segundo Soares (2016, p. 1082) “*Sucesso é uma tradução dos novos valores presentes na sociedade brasileira contemporânea*”, o sucesso transpassa os objetivos ideais de um emissor, não sendo somente a adoção de valores nesta sociedade atual, onde a busca pelo sucesso nos impulsiona a competição entre os seres humanos. Soares (2016, p. 1082) evidencia exemplos destes valores, na sociedade contemporânea, “*como o consumismo, a competição, o destaque em relação aos demais, a sobreposição de uma moda que vai desde como se vestir até como usar a língua.*”.

Para Soares (2016, p. 1082), o sucesso seria “[...] *formação social da qual se necessita compreender a ideologia reproduzida no discurso, que, por sua vez, se imprime na prática da língua.*”. Retornando a formação social deste discurso na busca pelo sucesso de um determinado valor perante a sociedade, necessita-se observar qual condição de produção e como são produzidas permite para a formação discursiva deste sujeito, ou seja, esta instância em que o discurso se situa.

No desenvolvimento do estudo, busca-se “descrever e interpretar” a produção discursiva do discurso político de posse do atual Presidente do Brasil³. Pode-se analisar esses acontecimentos discursivos nas bases descritiva e interpretativa, mas no primeiro momento é necessário se ater a determinação do momento da interpretação e da descrição, como evidencia Pêcheux (1997, p. 54), “*Desse ponto de vista, o problema principal é determinar nas práticas de análise de discurso o lugar e o momento da interpretação, em relação a descrição: [...].*”. É importante a ressalva de que a descrição e a interpretação se alternam na análise do corpus e não em sequência, como assegura Pêcheux (1997, p. 45) “[...]: *dizer que não se trata de duas fases sucessivas, mas de uma alternância ou de*

³Jair Messias Bolsonaro é um militar da reserva, político e atual presidente do Brasil. Filiado ao Partido Social Liberal (PSL), foi deputado federal por sete mandatos entre 1991 e 2018, sendo eleito através de diferentes partidos ao longo de sua carreira. (https://pt.wikipedia.org/wiki/Jair_Bolsonaro)

um batimento, não implica que a descrição e a interpretação sejam condenadas a se entre misturar no indiscernível.”.

Este artigo contará com a analisar as estratégias que levaram ao sucesso do discurso do sujeito candidato/presidente, para tanto serão analisadas a cenografia enunciativa, o fiador e a identificação do ethos do emissor. A tentativa de um emissor político formular uma imagem através do discurso para sociedade propõe que o candidato tenta expor, através da sua argumentação, uma imagem populista (humildade) e militarista (credibilidade legal) e busca convencer o seu interlocutor (eleitor) de que é o mais apto para assumir o cargo disputado. Nesse caso, o atual presidente eleito tenta expor, por meio de seu discurso de posse, a credibilidade e a capacidade para fazer jus ao posto a que foi eleito. Tendo isso em vista, a tônica de nossa análise das produções discursivas do atual Presidente brasileiro foca a identificação do ethos discursivo de voz militarista, característica de sua postura ao abordar assuntos políticos durante a sua candidatura e após a conquista da Presidência da República. Maingueneau (2013, p. 107) apresenta *“Este é o tipo de fenômeno que, como desdobramento da retórica tradicional, podemos chamar Ethos: por meio da enunciação, revela-se a personalidade do enunciador.”.*

Para viabilizar a maior apreensão das estratégias discursivas empregadas nas produções discursivas de Jair Messias Bolsonaro no pleito eleitoral de 2018 e em seu primeiro pronunciamento presidencial, observaremos a intersecção do discurso do sucesso (SOARES, 2015, 2016, 2017, 2018) com o discurso político na consecução do ethos vencedor das eleições presidenciais, isto é, do presidente que conquistou 55% do eleitorado brasileiro.

Assim, nossa escolha foi motivada pelo grande número de produções discursivas polêmicas enunciadas pelo Presidente eleito, o que parece indiciar algo do seu perfil popular e militar, tornando-as objeto de interesse na busca pelo conhecimento das características do uso das estratégias discursivas utilizadas pelos políticos para conquista de seu corpo eleitoral. A estratégia mais expressiva neste trabalho é a construção de que o candidato faz de uma imagem de si mesmo pelo prêmio (a presidência) e o (evidente)(efeito de) sucesso na reprodução de um discurso, visando o mesmo objetivo: um cargo político. Para interpretarmos os efeitos de sentidos e como esses são fabricados nessas produções textuais-discursivas, neste estudo, portanto, serão utilizadas duas

abordagens de análise, a primeira é a teoria do sucesso discursivo de Thiago Soares (2015, 2016, 2017, 2018), a segunda é o *ethos* discursivo de Patrick Charaudeau (2008).

O corpus de análise são as produções discursivas proferidas pelo atual Presidente do Brasil Jair Bolsonaro, antes e após a sua eleição:

- I. D1⁴: O primeiro debate da eleição 2018, durou 3 horas e 13 minutos. Debate apresentado pela TV Bandeirantes e realizado em seus estúdios de gravações. 09/08/2018 a 10/08/2018.
- II. D2⁵: Discurso de posse do Presidente eleito, Jair Bolsonaro, em 01/01/2019.

Atualmente, o nosso país passou uma campanha eleitoral (2018) marcada por produções discursivas atravessadas pela tentativa de candidatos conquistarem os votos dos eleitores. Os Enunciados com marcas de estereótipos caracterizados pela reprodução de (efeitos de) sentido e a busca dos sujeitados por sucesso reproduzindo um conjunto de práticas discursivas nos meios midiáticos resultou em um impacto ainda não mensurado nessas eleições. Dessa maneira, analisaremos os três discursos de Jair Bolsonaro ancorando-nos na concepção de *sucesso* proposta por Soares e suas intersecções com as perspectivas de *ethos* de Charaudeau, além de possíveis contribuições teórico-metodológicas de outros analistas de Discurso.

Este estudo adotará um método de análise quanti-qualitativa, com o objetivo de, primeiramente, coletar os dados necessários para investigação e, logo após a interpretação seguindo as bases teóricas da análise do discurso. O artigo estrutura-se, em dois grandes itens que se excetuam da Introdução e das Considerações Finais, conforme a descrição a seguir.

O primeiro item abordará o sucesso e *ethos* sob a perspectiva da análise do discurso. Serão apresentadas as contribuições de Soares, sob a perspectiva da análise do discurso, sobre o Sucesso de um discurso. Será abordada a noção do sucesso nesta sociedade contemporânea na base teórica de Soares e outros teóricos, o poder que a mídia

⁴D1: sigla de nomeação do primeiro discurso. Retirado de www.google.com/amp/s/g1.globo.com/google/amp/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/08/10/primeiro-debate-da-eleicao-2018-reune-8-presidenciaveis-por-mais-de-3-horas-na-tv.ghtml.

⁵ D2: sigla representativa para o discurso terceiro analisado. Retirado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-na-cerimonia-de-posse-no-congresso.shtml>.

tem na caminhada pelo sucesso será apresentado neste trabalho e por fim, a caracterização de um sujeito de Sucesso como um ser idealizado tanto pela sociedade, quanto pelo meio midiático. Este tópico, também contará com as Contribuições, sobre o Ethos para Maingueneau e para Charaudeau. Estas perspectivas serão divididas em dois subtítulos: a noção de Ethos na perspectiva de Maingueneau e a noção de Ethos de Charaudeau.

A segunda seção evidencia o discurso de sucesso e a caracterização do ethos discursivo de Jair Bolsonaro, buscando a descrição da identidade, da Carreira e o cenário político e a Análise do ethos observado nos D1 e D2: a repercussão da imagem do emissor de sucesso.

Busca-se, por intermédio deste artigo, compreender o *sucesso* dos discursos do, anteriormente, candidato e atualmente presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, nas eleições de 2018 e, através deste discurso de sucesso, formular *ethos* do emissor analisado e evidenciar a cena de enunciação do seu discurso.

1. Referencial Teórico

O presente artigo trata das análises dos discursos político, com base, principalmente, nos postulados de Soares (2015, 2016, 2017, 2018), Maingueneau (2013) e Charaudeau (2008), contará também com colaboração de outros teóricos que analisam a formação de discursos. De acordo com essa perspectiva, um discurso de sucesso adota uma seleção de valores e formas linguísticas para conquistar o seu interlocutor e para esta conquista seria necessário formular um ethos de sucesso.

O aparato teórico deste trabalho será distribuído em duas partes: a primeira parte relatará as contribuições de Thiago Soares (2015, 2016, 2017) sobre de discursos enunciados por emissores de sucesso e apresentará o empoderamento da mídia na formação deste discurso de sucesso. Soares (2015, p. 1083) sustenta que o funcionamento do discurso do sucesso *“Por se tratar de um fenômeno contemporâneo, está na ordem do discurso midiático sua produção e disseminação, produzindo efeitos e sentidos com os quais a sociedade convive atualmente.”*

A segunda parte abordará as perspectivas de ethos propostas por Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau, um dos recursos mais importantes do discurso político, assim como os aspectos argumentativos que serão analisados no corpus deste trabalho. Maingueneau (2005) aborda a noção de ethos não apenas como um fator coercivo e persuasivo e formador de posturas e opiniões, como também um termo de

formação social discursivo. Para o autor, a imagem atribuída numa interação tem uma atuação social e é associada a uma conjuntura sócio-histórica, sendo vinculada aos recursos persuasivos utilizados pelo enunciador.

1.1.Sucesso: Abordagens de Soares

O discurso de sucesso aparece em todos os lugares, através de inúmeros corpus, e transita muitos veículos, mas principalmente na Mídia. Nota-se que o poder de discurso de sucesso funciona em “*grande escala*”, tornando um estímulo para emissor de sucesso. Soares (2016) assegura que

[...], para que haja uma apreensão dos efeitos de sentido que o discurso de sucesso produz na sociedade, é necessário entendermos que sentido e sujeito não estão separados, por conseguinte a observação de um implica efetivamente na observação do outro.

Percebe-se que o autor ocasiona uma união entre o sujeito ao sentido, tornando-se visível a importância do sujeito na percepção do sentido para um discurso de *sucesso*. Sabemos que a sociedade contemporânea se apropria de valores para justificar sua coerção sobre os demais, provocando na comunidade um embate entre seus semelhantes por sucesso. Atualmente, o ser humano utiliza a prática da língua como um jogo de persuasão, sabendo que o discurso político é um belo exemplo deste jogo.

Nesta sociedade consumista, percebe-se que o sucesso é a marca de grandes nomes do mundo, diante desta perspectiva se nota que para se ter sucesso, precisa-se enunciar discursos dotados de valores que conquistem os interlocutores, visando um sucesso, inicialmente. Mas afinal, o que seria sucesso? Qual a importância de um discurso para um sucesso imediato? Estes questionamentos buscam evidenciar o significado do sucesso para sociedade e a definição do que é sucesso para a análise do discurso.

a) *Noção de Sucesso*

A palavra sucesso tem origem da palavra do latim *successu*, segundo Wikcionário carrega os significados como o resultado próspero ou favorável de tentativas ou esforços, também. A segunda definição seria a obtenção de riqueza, posição, honras etc. No mundo das artes tem o significado como uma obra que é um grande êxito.

A história da humanidade está dotada de exemplos de sucesso, nomes com grandes feitos que exprimiam o desejo do sucesso, como “*conquistas e unificações de*

reinos, feitos políticos no mais alto uso de poder;” Soares (2016, p. 1082). Atualmente, a definição de sucesso mudou um pouco, deixou de ser mais voltada para conquistas e imposição de poder político, passando a ser jogo de persuasão e de status. Soares (2016, p. 1082) exemplifica essa mudança de definição que “[...], o sucesso está vinculado à produção de sujeitos e sentidos por esferas privilegiadas de dispersão dos discursos do sucesso, a saber, a mídia, a literatura e a internet.”. Estas esferas que carrega os chamados discursos de sucesso passando a operar como um sistema de coerção social⁶, contando com o poder de persuasão para status de sucesso. Como afirma Foucault (1970, p. 9) “*não se tem o direito de dizer tudo, (...) não se pode falar de tudo em qualquer circunstância*”, estes discursos são limitados por estes campos privilegiados para conquista de objetivo, ou seja, alcançar o sucesso. Marx evidencia o fator coerção em seus estudos, relacionando com as lutas de classes, podendo compreender esta coerção, na tentativa de um bem comum da sociedade, ou seja, uma comunidade de sucesso.

Pode-se exemplificar o sucesso como uma caminhada, onde ao fim, temos um objetivo, completar um percurso. Pronto! Chegamos ao final do percurso, ou seja, alcançamos o sucesso, a partir deste exemplo pode-se deduzir que o sucesso seria algo que conquistamos. Soares (2016, p. 1082) apresenta um dos possíveis sentidos do sucesso “*o sucesso como conquista*”, mas vale a ressalva que nem todo sucesso é bom, mas válido para o seu conquistador como evidencia Cortella (2013, p. 95 apud SOARES, 2015, p. 48) “*Agora, nem toda vitória é honrosa e nem todo sucesso é decente.*”.

Levamos este sucesso para análise do discurso, todo enunciado tem um objetivo, a busca por uma conquista: persuadir o seu interlocutor, assim surge a tentativa, por parte do interlocutor do sucesso. O sucesso de um discurso provém do sentido e do sujeito de sucesso trabalhando juntos em busca de um mesmo objetivo ou, ao que demonstra Soares, pelo efeito de verdade que o discurso do sucesso cria.

b) Um sujeito de Sucesso: um ser idealizado

Mas quem são esses sujeitos que reproduzem um discurso de sucesso? Que lugar o sujeito ocupa neste meio midiático? Como Soares (2016, p.1082) diz que estes sujeitos “*Simplesmente são ídolos, logo ocupam o lugar de ícones para a sociedade.*”.

⁶Coerção deriva do Latim, *coercio*, “ação de reprimir, de refrear; repressão; castigo”. Coerção social seria o ato de pressão ou repressão que a sociedade exerce sobre o indivíduo pelo “bem” da comunidade.

Fonte: <https://pt.wiktionary.org/wiki/coer%C3%A7%C3%A3o>

geralmente, são guardados nas memórias discursivas como portadores de discursos apreciados e idealizado tanto pela sociedade quanto pela mídia. O autor dispõe acerca da retomada de um sujeito de sucesso em meios midiáticos, *“Assim, o sujeito de sucesso é retomado pelo que lhe é atribuído do sucesso e na mesma medida o sucesso constitui-se na (ex)posição de pessoas destacada sobretudo midiaticamente e, por conseguinte, socialmente.”*(SOARES, 2015, p. 81), munido de um sucesso em um local que permita a exposição do sucesso.

Soares (ibid.) registra a importância do nome de sujeito de sucesso para valorizar a sua emissão de um discurso glorioso. Esta nomeação de sucesso reporta um poder de persuasão a esta conjuntura que conquista e transborda de coerção sistemática pelos espaços estabilizados. O autor projeta este poder de persuasão do nome do sujeito como

O poder que o nome de um sujeito de sucesso tem é portador de enorme influência sobre as pessoas. Com isso, podemos dizer que tanto o nome de sucesso quanto o produto ou o serviço são veiculados pela mídia em favor do consumo. (SOARES, 2015, p. 61)

Todo sujeito de sucesso ocupa um lugar de “evidência” e participa fielmente dos espaços privilégios de dispersão de discursos de sucesso. Esta evidencia põe o sujeito em um patamar de prestígio perante as pessoas comuns, como postula Soares (2016, p.1085) *“Todas as personalidades [...] compartilham do prestígio midiático e, conseqüentemente, das pessoas comuns.”*

O sujeito, evidenciado neste trabalho, busca o sucesso em sua vida. É importante perceber que o emissor de um discurso de sucesso sempre interage em um espaço privilegiado. No primeiro momento, observa-se o local que o sujeito se situa, precedido de analisar seu objetivo em uma prática discursiva.

[...]o sujeito de sucesso “pode entrar por diversas portas”, já que o discurso do sucesso está presente em quase todos os setores da sociedade do espetáculo midiática, da venda, da compra, e até por força de outros discursos que a ele estão associados. (SOARES, 2016, p. 1090-1091)

Um emissor de sucesso contempla um ambiente favorável ao seu objetivo de sucesso, sabendo que o (efeito de) sentido e sujeito são interdiscernível de trajetória de sucesso. O sucesso do sujeito evidenciado se dá ou fundamenta-se pelo o que ele constrói anunciadamente considerando o que o receptor necessita ouvir no jogo de persuasão, ou seja, a busca do sucesso almejado, Soares (2015) revela este fator estabelecido

Em outras palavras, o fundamento que sustenta o sucesso não é outro senão aquele cujo sujeito constrói discursivamente, ou melhor e mais específico, aquelas condições de produção responsáveis pela integração de certos sentidos, consequentemente, de sujeitos.” (SOARES, 2015, p.137)

O sujeito de sucesso está propenso a reproduzir discursos que são condicionados pelas condições de produções de um indivíduo valorizado pelos espaços coercitivos. Precisa-se ressaltar o papel do interdiscurso neste percurso em busca do sucesso, o sujeito não produzirá do zero um discurso valoroso, ele retomará enunciados já reproduzido, anteriormente, apresentando o pré-construído, já-dito presentes nos discursos de sucesso.

c) *O poder do meio midiático: um espaço privilegiado*

É importante ressaltar o poder da mídia nesta caminhada para o sucesso, pois a valorização de um discurso, neste meio midiático impõe a sociedade uma condição consumista. Um discurso de sucesso visa a conquista de um interlocutor, com um enunciado que se enquadre no valor esperado pelo sujeito. O discurso de sucesso é reproduzindo por um sujeito de sucesso, ou seja, o sujeito reproduz um perfil mais almejado pelo contexto social.

Fernandes e Philippsen postulam o meio midiático atual da seguinte forma:

Hoje a mídia é o instrumento principal para que se realize uma boa campanha, seja ela publicitária e principalmente política, pois atualmente vivemos em uma sociedade totalmente ambientada pela mídia (FERNANDES; PHILIPPSEN, 2012, p. 185).

O poder da mídia torna-se essencial na caminhada pelo sucesso, sabendo que a sociedade está ambientada a ação coercitivo do meio midiático, este espaço(mídia) produz conteúdos voltados para as esferas de distribuição do sucesso discursivo, como destaca Soares (2016, p.1083) “[...] *esses espaços os privilegiados na circulação da ideologia que reveste o sucesso atualmente.*”.

Pêcheux (1997) apresenta os espaços que empregam uma universidade lógica para a sociedade, podendo administrar uma coerção logicamente disjuntiva. Estes espaços são denominados como detentores de saber que propõe proposições lógicas ao meio. Nestes espaços pode justifica-se pela coerção jurídica, econômica e política adotando uma lógica homogênea. Pêcheux (1997) evidencia que

A idéia de que os espaços estabilizados seriam impostos do exterior, como coerções, a este sujeito pragmático, apenas pelo poder dos cientistas, dos especialistas e responsáveis administrativos, se mostra insustentável desde que se a considere um pouco mais seriamente. (PÊCHEUX, 1997, p. 32)

Fernandes e Philippsen (2012, p. 186) asseguram que “*Os efeitos de sentidos, todavia, são muitos e esses, influenciados pela mídia, são facilmente aceitos ‘pelo povo’.*”, a sociedade dá o poder ao meio midiático, entregando a mídia a responsabilidade de optar na sua escolha de vida e pela busca pelo sucesso. Desse modo, a mídia é uma grande influenciadora e é um referencial indispensável nas campanhas eleitorais, portanto o discurso político depende constantemente do meio midiático.

Precisa-se evidenciar o poder da mídia neste percurso eleitoral do portador do discurso de sucesso deste artigo. Soares (2015, p.57) assegura a mídia “*Como mecanismo para desempenhar certa persuasão, [...]*”, o espaço que oferece um discurso de persuasivo que facilmente aceitos pelos receptores.

2.2. Ethos: Contribuições sobreo ethos de Maingueneau e de Charaudeau

a) Noção de Ethos segundo Maingueneau: a arte da persuasão

Dominique Maingueneau retoma o termo que Aristóteles (o primeiro a apresentar os instrumentos do convencimento) adotou na arte da persuasão, dando-lhe um novo aspecto, adequando uma voz e uma corporalidade para representar uma cena enunciativa.

Maingueneau (2013, p.104) diz que “[...] *toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito situado para além do texto.*”, independente se for verdadeiro o que diz, diante desta voz e corporalidade do enunciado, o emissor mostra uma atitude, uma postura, já que, ser verídico ou irreal não é importante, o sujeito da enunciação deverá convencer e persuadir o receptor, dando legitimidade a sua performance, através da autoridade encarnada pelo enunciador. Segundo o autor, pode-se reconhecer o perfil de um sujeito enunciador através do seu discurso, “[...] *podemos chamar Ethos: por meio da enunciação, revela-se a personalidade do enunciador.*” (MAINGUENEAU, 2013, p. 107). Acredita-se ser possível sentir o comportamento através por meio da fala do enunciador.

O autor apresenta características eficientes e essenciais para representação do ethos como Maingueneau (2013) aponta que:

Roland Barthes salientou a *característica* essencial desse ethos: “São os traços de caráter que o orador deve *mostrar* ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: [...]”. Desse modo, a eficácia do ethos se deve ao fato de que ele envolve de alguma forma a enunciação, sem estar explícito no enunciado: (MAINGUENEAU, 2013, p. 107)

Orador revela durante a enunciação quem é ele ou não é, ao mesmo momento em que enuncia uma informação. Para que o ethos se torne eficiente necessita-se o envolvimento da enunciação, tornando o conteúdo do discurso sua própria personalidade. É importante ressaltar, “*o tom como o que dá autoridade*” (MAINGUENEAU, 2013, 107b) ao que é enunciado, esse “*tom*” proporciona ao receptor a oportunidade de criar uma representação corpórea do enunciador, permitindo emergir uma eminência tendenciosa desempenha a função de fiador do enunciado.

Maingueneau define o fiador do enunciado como um legitimador da maneira de dizer do enunciador, através da própria fala do sujeito que enuncia. O fiador está ligado à ilustração positiva do personagem que enunciador encarna.

Não se pode delimitar a noção apenas a forma vocal, o autor revela que o fiador refigura, a partir de vestígios textuais de variadas ordenadas, a atribuição de um caráter e uma corporalidade, onde o nível varia de acordo os textos. Maingueneau (2013, p. 108) define caráter e corporalidade como “*O ‘caráter’ corresponde a uma gama de traços psicológicos. Já a ‘corporalidade’ corresponde a uma compleição corporal, mas também a uma maneira de se vestir e de se movimentar no espaço social.*”. A representação do fiador não advém apenas da fala, mas também do conjunto do caráter e do corpo, como Maingueneau (2013) projeta neste trecho

O poder da persuasão de um discurso consiste em parte em levar o leitor a se identificar com a movimentação de um corpo investido de valores socialmente específicos. A qualidade do ethos remete, com efeito, à imagem desse “fiador” que, por meio de sua fala, confere a si próprio uma identidade compatível com o mundo que ele deverá construir em seu enunciado. Essa abordagem do ethos permite novamente que nos afastemos de uma concepção do discurso segundo a qual os “conteúdos” dos enunciados seriam independentes da cena de enunciação que os sustenta. (MAINGUENEAU, 2013, p. 108)

Neste conceito de ethos, há um afastamento da concepção tradicional do discurso, promovendo uma independência do sentido da cena de enunciação que a condiciona, ou seja, “*não podemos dissociar a organização dos conteúdos e a legitimação da cena de fala.*” (2013, p.109).

Para designar a ação sobre o coenunciador⁷, o autor utiliza o termo incorporação, ele evidencia três registros indissociáveis em que opera este termo:

- A enunciação leva o coenunciador a conferir um ethos ao seu fiador, ela lhe dá corpo;
- O coenunciador incorpora, assimila, desse modo, um conjunto de esquemas que definem para um dado sujeito, pela maneira de controlar seu corpo, de habilitá-lo, uma forma específica de se inscrever no mundo;
- Essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo, o da comunidade imaginária dos que comungam na adesão a um mesmo discurso. (MAINGUENEAU, 2013, p. 109)

A primeira incorporação permite à enunciação levar o coenunciador contrastar um ethos ao seu fiador, ou seja, o coenunciador confere atitude de legitimidade ao seu fiador. A incorporação dois, busca a assimilação e incorpora, de forma sistemática, uma definição ao sujeito, pelo modo de coordenar sua corporalidade, e procura também habilitar o sujeito na inserção na sociedade. Ao fim, as duas incorporações possibilitam a construção de um corpo e do meio imaginário em que se insere o sujeito. O fiador precisa ser incorporado a um ethos, a incorporação busca também a assimilar e incorporar, por meio do controle do seu corpo, o sujeito no em se situa, assim permite a construção da materialidade do ethos (caráter e corporalidade) perante a sociedade. Outra ressalva importante neste contexto do ethos é a importância da cena de enunciação para construção da personalidade discursiva do enunciador. O fiador apresenta na cenografia um ethos que o trabalha juntamente como o enunciador, o fiador apresenta um perfil almejado pelos leitores e receptores do enunciado linguístico ou imagético.

Maingueneau (2013) aponta a importância das cenas de enunciação no processo de reprodução do discurso. O autor pressupõe que todo discurso refigura “certo quadro”, sendo restrito pelo uso do gênero e procura conduzir-se a certo quadro pela encenação de seu discurso podendo ser denominada de cena de enunciação. Segundo o autor, o quadro cênico de um discurso envolve-se em três cenas.

A cenografia pode ser interpelada simultaneamente três cenas: a cena englobante, cena genérica e a cena de enunciação. Maingueneau (2013, p. 96) define a cena englobante como “*a que corresponde ao tipo de discurso.*”, há um grande impasse em que tipo discursivo a ser utilizado em uma enunciação. Neste contexto, a cena englobante

⁷ Coenunciador é aquele que, juntamente (co-) com o enunciador, desempenha com ele a mesma função de enunciador.

pode nos situar para interpretar um discurso, ou seja, quando definimos o tipo do discurso, podemos nos situar e conseguimos interpreta-lo, sendo importante identificar para quem o discurso está enunciado. No discurso político, a cenografia pode apresentar uma cena englobante do tipo político, onde o cidadão dirige seu enunciado para os demais cidadãos. Percebe-se que numa cena englobante precisa - se identificar qual o assunto do discurso para compreendê-lo.

Neste gênero político, o candidato direciona-se para seus eleitores, Maingueneau (2013, p. 97) retrata a cena genérica como “Cada gênero de discurso define seus próprios papéis”. O autor apresenta o exemplo de um panfleto de campanha eleitoral, a cena genérica (panfleto) visa apresentar, com uma circulação rápida e de fácil manuseabilidade, de mão em mão, informações sobre o candidato.

Estas duas cenas enunciativas se enquadram em um quadro cênico, dando-se no espaço entre a cena englobante e a cena genérica. Neste quadro cênico, o leitor entra em conflito com uma cenografia. Maingueneau (2013) pressupõe que

A cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: a enunciação que, ao desenvolver, esforça-se para constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala. (MAINGUENEAU, 2013, p. 97)

Maingueneau (2013, p.98) diz que “a cenografia é ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra”. Ela é quem autentica o enunciado, e ao mesmo tempo, é legitimada pelo enunciado. É perceptível que o enunciado é apresentado por meio de uma cenografia.

b) Charaudeau e a Noção de Ethos: discurso político

A dimensão política é um âmbito de ‘prática social’, onde há as relações de forças simbólicas no sucesso, ela só minimiza quando é legitimada de forma adquirida e atribuída. Sabe-se que o discurso político é um âmbito de persuasão. O enunciador político busca convencer o maior número de indivíduos por intermédio de estratégias retóricas e linguísticas como canais de persuasão, na tentativa de se eleger num cargo público por meio da votação popular. Charaudeau (2008) assegura que o político deve ter uma dupla identidade discursiva

O político deve, portanto, construir pra 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 de gestão de poder: o primeiro constitui o que anteriormente chamamos de posicionamento ideológico do sujeito do discurso; a segunda constrói a posição no processo comunicativo. (CHARAUDEAU, 2008, p.79)

Nesta duplicidade de identidades (eu-nós), o autor aponta uma singularidade e pluralidade de identidade política. Esta singularidade apresenta um enunciador com valores transcendentais que enuncia para o auditório, na busca de uma ideal social comum. Este enunciador possui a voz de todos na sua fala e também se direciona a todos como ‘porta-voz’ de um terceiro, o sujeito de um ideal social. O autor reporta a necessidade de um sujeito político transparecer uma imagem que imprima confiança e admiração que fazem parte do perfil de chefia idolatrado por todos, no meio dos sentimentos e das emoções.

Para conquistar seu auditório, o político deve utilizar as três categorias produzidas dentro do discurso nos âmbitos persuasivos, proposto por Aristóteles: logos, ethos e pathos. De um lado, o logos concerne ao controle da razão e com o poder de persuadir, do outro lado, apresenta-se o ethos e o pathos que pertencem em favor da emoção, sendo possível emocionar. O logos apresenta-se como o próprio discurso (as propostas e argumentação) enunciados pelo sujeito político sobre os assuntos. O ethos (imagem), configura-se como a auto imagem que o sujeito passa para os seus eleitores e o pathos (paixão) volta-se para o sentimento, em que o candidato tenta conquistar os eleitores através da demonstração de sentimentos e emoções. Charaudeau (2008) diz que

Para o político, é uma questão de estratégia a ser adotada na construção de sua imagem (ethos) para fins de credibilidade e sedução, da dramatização do ato de tomar a palavra (pathos) para fins de persuasão, da escolha e da apresentação dos valores para fins de fundamento do projeto político. (CHARAUDEAU, 2008, p.84)

No discurso político, o ethos se constrói e apresenta-se de acordo com a posição social do sujeito, esta categoria surge com o poder de persuasão, mas face de fragilidade. No ethos como construção de si, o sujeito político, mesmo sem o sucesso, vê a necessidade de construção de uma personagem para si, prefigurada como sua imagem, tornando o ethos pessoal. Neste caso, o importante é repassar uma boa impressão, independente da sinceridade. Pode-se (re)passar uma imagem totalmente diferenciada do que "verdadeiramente" é; pode-se "mascarar" o ethos. Ora, o ethos é, antes de tudo, uma imagem.

Para uma análise de ethos num debate político, Charaudeau (2008) destacou alguns ethos do discurso político que costumam se apresentar nesse âmbito. Geralmente são os ethos de credibilidade, de “seriedade”, de "virtude", de "competência", de "caráter", de "humanidade”, de identificação, entre outros, que serão analisados e identificados, se possível, em nosso corpus.

2. O Discurso De Sucesso e a Caracterização do Ethos Discursivo de Jair Bolsonaro

O corpus foco da análise neste artigo são alguns excertos: do primeiro debate da eleição 2018, durou 3 horas e 13 minutos, iniciou na quinta (9/08/2018) e terminou na madrugada de sexta (10/08/2018), realizado nos bastidores da TV Band. O Discurso de posse do Presidente eleito, Jair Bolsonaro.

Nesta seção, será realizada a análise do corpus, que consiste em situações de discursos políticos, referentes a eleições à presidência da república do Brasil, em 2018. Serão analisados alguns trechos deste corpus apresentado, buscando o porquê do discurso de enunciador escolhido tem conquistado, a maior parte do eleitorado, visando também descobrir os ethos apresentado em seus discursos políticos.

2.1. Análise

O primeiro e o segundo excerto a serem analisados foram retirados do primeiro debate dos presidenciáveis da eleição 2018, realizado nos bastidores na rede de TV brasileira Band, no dia 9 a 10 de agosto do ano de 2018, durou mais três horas. Este debate reuniu 8 presidenciáveis, entre se encontrava no nosso alvo de análise, Jair Bolsonaro (PSL). Vale ressaltar que iremos analisar apenas a fala do atual presidente, na ocasião candidato Bolsonaro. O terceiro e último excerto foi extraído do discurso de posse do atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro na cerimônia de posse no Congresso.

EXCERTO 01:

“Entre os melhores ranqueados, só tem um que pode realmente mudar o destino do Brasil. Ele se chama Jair Bolsonaro. Nós precisamos de um presidente honesto, que tenha Deus no coração, seja patriota, e seja independente para, pelo exemplo, governar esse grande país. Um presidente que honre e respeite a família, que trate com consideração criança em sala de aula, não admitindo ideologia de gênero. Impondo a

escola sem partido. Um presidente que não divida homos e heteros, pais e filhos, nordestinos e sulistas, brancos e negros, ricos e pobres, um presidente que deixe para trás o comunismo e socialismo, que sepulte o foro de São Paulo, que faça negócio com o mundo todo, não mais pelo viés ideológico, que pratique, sim, o livre mercado. Um presidente que jogue pesado na questão da insegurança pública, para que as mães possam sorrir, sem mais temer se o filho chegará vivo em casa ou não. Precisamos de um presidente que, acima de tudo, tenha palavra. Brasil acima de tudo. Deus acima de todos.”

Neste primeiro excerto, o candidato diz sempre o que ele pensa, muitas vezes sem pensar muito no assunto. O candidato apresentou sua resposta sobre a falta de emprego, no país, não se percebeu no seu discurso apresentação da solução para esta falta de emprego. O ator político deste discurso apresenta uma imagem de si, onde ele busca persuadir seus eleitores tentando causar uma boa impressão, mesmo que seja verdade, o candidato procura distanciar a imagem de corrupção do governo anterior de si, mostrando que iria fazer diferente, como nesta parte do excerto, *“Entre os melhores ranqueados, só tem um que pode realmente mudar o destino do Brasil. Ele se chama Jair Bolsonaro.”*

Neste excerto, candidato tenta instituir um ethos de "credibilidade" em sua imagem, voltado para a credibilidade do sujeito político para os eleitores. Ele tenta apresentar esta imagem, não apenas no excerto aqui analisado, mas em também na campanha eleitoral, pois chegou a este debate liderando as diversas pesquisas de Ibope. o ethos de credibilidade procura construir a sua identidade social e identidade discursiva, e entre o que o sujeito quer repassar e o que ele é socialmente e psicologicamente. O trecho *“Entre os melhores ranqueados, só tem um que pode realmente mudar o destino do Brasil. Ele se chama Jair Bolsonaro.”* evoca o ethos de ‘competência’, quando, pois, ele se qualifica o único capaz de mudar a situação em que se encontrava o país, mas vale ressaltar que necessariamente, o discurso não precisa ser verdadeiro no jogo da persuasão.

O candidato tenta criar uma imagem, utilizando um recurso muito comum em uma cena englobante política, como a cena genérica o debate televisionado, para persuadir seus eleitores ao voto. O poder deste meio tornou possível o sucesso dos discursos proferidos pelo ator político evidenciado. A cena englobante deste excerto correspondente é o discurso político; candidatos que se reuniram para debater sobre assuntos referentes ao país. Os candidatos buscam um ideal social (posto de presidente).

A cena genérica é o debate, por onde o candidato apresenta suas propostas e argumentos. A cena enunciativa deste debate proporciona o contato com os demais.

EXCERTO 2:

Diferença salarial entre homens e mulheres - "Tem muito local que mulher ganha mais do que homem. Deveríamos então lutar para diminuir o salário dessas mulheres competentes? Repito: o Estado não deve interferir nessa área. Quanto mais o Estado entra, pior fica o negócio no Brasil."

Desde antiguidade, a mulher é vista como objeto, na atualidade esta imagem se não desprende da mulher. A realidade da mulher começou a mudar quando decidimos lutar pelo nosso lugar ao sol, na busca pela quebra deste paradigma. A mulher carrega os frutos podres deste seu desmerecimento em relação ao homem. Vivemos esse dilema na questão da diferença salarial. Uma questão seria de desigualdade, onde o trabalho da mulher é desfavorecido, vemos vários casos desta diferença. Neste debate, o candidato Jair Bolsonaro opta por não debater sobre este assunto, nota-se que ele imprime através de seu discurso a sua falta de interesse em resolver esta problemática. Nota-se que o candidato não tem conhecimento e domínio do assunto, ele adota uma “atitude silenciosa” perante a situação evidenciada. Charaudeau (2008) evidencia como é taxado o ator político esta postura

Um chefe de Estado, ao adotar uma atitude silenciosa diante de uma situação de crise, será taxado, por alguns, de homem “ponderado”, que escuta antes de agir, e por outros, de homem “autoritário”, que prepara seu golpe em silêncio, ou ainda de homem “impotente”, que mostra sua incapacidade de reagir. (CHARAUDEAU, 2008, p. 88)

Charaudeau (2008) apresenta um ator que se cala, permanece calados busca repassar uma das imagens descritas. O alvo da nossa pesquisa, apresenta esta atitude de homem “impotente”, em vários momentos de sua campanha, simplesmente ele se cala ou não comparece aos debates. O enunciado “*Repito: o Estado não deve interferir nessa área. Quanto mais o Estado entra, pior fica o negócio no Brasil.*”, evoca na interface o ethos como imagem de si, pois o importante é apresentar boa impressão e alcançar o sucesso.

Ao mesmo tempo, pode-se identificar o ethos de credibilidade, voltado para a condição de sinceridade do sujeito político para os eleitores, onde mesmo distorcida a seu

discurso, conquistou o eleitorado nesse jogo de persuasão, ou seja, através de um discurso incoerente tornou o sucesso do sujeito político. Geralmente, a apresentação de propostas e as argumentações são importantes para a “melhoria” da população, mas no caso do ator as suas argumentações foram imprecisas e incoerente. A persuasão pela condição de sinceridade que muito marcante no candidato, buscando aproximar-se do eleitorado (pathos) marcou bastante este excerto, vendo que poderia dominava do assunto, ele simplesmente adotou uma atitude silenciosa.

EXCERTO 3:

“É urgente acabar com a ideologia que defende bandidos e criminaliza policiais, que levou o Brasil a viver um aumento nos índices de violência e no poder do crime organizado, que tira vidas de inocentes, destrói famílias e leva insegurança. Nossa preocupação será com a segurança das pessoas de bem, da garantia do direito de propriedade e da legítima defesa. Nosso compromisso é valorizar o trabalho das forças de segurança.”

A nossa sociedade atual vive um dos maiores problemas que a impede de desenvolver a segurança, temos carência de resoluções para esta problemática. Sabe-se que o tema em que Bolsonaro mais conseguiu mobilizar as pessoas em sua campanha, foi a segurança pública; o candidato por ter sido militar teve acesso a uma memória discursiva mais abrangente. O que o beneficia na abordagem deste tema ethos de identificação com a área e o assunto. Percebe-se uma coerência no seu discurso. Neste momento, o sujeito já havia alcançado o sucesso tão desejado, ele chegou ideal almejado, posto na presidência, o acontecimento havia sido exposto, e seu discurso se empoderou de propostas e argumentações que persuadiram os cidadãos a pensarem que estava para surgir uma nova era. Mas em contexto geral, passando-se um mês desde a posse do ator deste enlace, não estamos vendo a realização das propostas apresentada no período eleitoral. A partir deste excerto do discurso de posse do atual presidente, perceber que o sujeito reproduziu um diferenciado, apontado para as problemáticas do país como a segurança pública, a corrupção, a educação, ele utilizou um discurso com ethos de credibilidade, onde no trecho a seguir pressupõe *“Nossa preocupação será com a segurança das pessoas de bem, da garantia do direito de propriedade e da legítima defesa. Nosso compromisso é valorizar o trabalho das forças de segurança.”*

O ator político conseguiu formular um discurso diferente através do seu status militar e fato de que sua maneira de abordar o tema mostrou mais cumplicidade com o dia-a-dia. Ao longo do excerto aqui analisado, com o candidato a presidência da república de 2018, Jair Bolsonaro, utilizou estratégias de persuasivo com ajuda do meio midiático em busca do sucesso tão almejado pelos seus rivais. O sujeito institui um “jogo de persuasão”, que seria um jogo de significações, no qual o candidato utilizou do recurso da duplicidade de identidades discursiva, em busca de um ideal social.

3. Considerações Finais

No discurso político, nota-se a presença do próprio discurso (*logos*), com a argumentação do candidato, da apresentação de propostas para a “melhoria” da população e da persuasão pela condição de sinceridade torna-se marcante no candidato, buscando aproximar-se do eleitorado (*pathos*). As imagens que candidato constrói de si mesmo numa cena política é importante, pois através dessas identidades discursivas que o candidato busca a identificação e a credibilidade para persuadir novos eleitores, com o intuito de vencer as eleições e se constituir no cargo público que deseja.

No decorrer deste artigo foi possível reconhecer as estratégias midiáticas que o sujeito político utilizou em busca do sucesso. Os *ethos* se mostram ao longo da análise, como imagens frágeis, com o candidato podendo alcançar o sucesso em determinado contexto, dependendo do poder persuasivo que discurso possui, as circunstâncias e os valores sociais que os eleitores esperam de seus governantes em determinado momento.

Ao longo da análise, algumas estratégias foram muito utilizadas pelo sujeito, com diversas imagens sendo apresentada em seus discursos de político de credibilidade, de competência, de identificação, entre outras. A política e os políticos utilizam a mídia para conquistar seu auditório, diante de discursos expostos, constituindo pelo uma duplicidade de sentidos, configurando no cenário político. Atualmente, a cena enunciativa política, se tornou um jogo de persuasão, tornando uma luta em busca do poder.

O sujeito político Jair Bolsonaro conseguiu persuadir seus eleitorais adotando o *ethos* de credibilidade, de competência, de identificação, tendo como cena englobante o discurso político, a cena genérica o debate televisivo. Nas campanhas eleitorais de 2018, o sujeito político utilizou de discursos e imagens, usando a mídia para apresentar suas propostas e argumentações políticas e realizar propaganda político. Neste contexto, o ator político apresentou-se em meio político presidencial pela primeira vez, enunciou

discursos incoerente ao assunto, evocou uma imagem de credibilidade e competente perante as dificuldades da sociedade. Os cidadãos buscando mudança depositaram sua confiança no sujeito político Bolsonaro. Poderemos comprovar a manutenção destes ethos ao longo do governo dele?

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2008.

EDUARDO, Luiz Felipe Melo. As estratégias do discurso político: uma análise de imagens e procedimentos linguísticos. In: *Palimpsesto*, Rio de Janeiro, n. 19, out. - nov. 2014, p. 459-475. Disponível em: <<http://www.pglettras.uerj.br/palimpsesto/num19/estudos/palimpsesto19estudos05.pdf>>

FERNANDES, Hanna Verônica da Silva; PHILIPPSEN; Neusa Inês. *O poder da persuasão nos discursos políticos: a 'realidade' da mídia*. v.3, n.1. Revista Eventos Pedagógicos, Número Especial, p. 182 – 195, 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos, cenografia, incorporação*. Trad. Sírio Possenti. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. *Análise de textos de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza e Silva; Décio Rocha. 6 ed. São Paulo: Cortez, 2013.

ORLANDI, Eni. *Análise do Discurso: princípios e procedimentos*. 9 ed. Campinas: Pontes Editora, 2010.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni Orlandi. 2 ed. Campinas, SP: Pontes, 1997.

SOARES, Thiago Barbosa. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo* (Dissertação de Mestrado). São Carlos: UFSCar, 2015.

_____. Discurso do Sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil contemporâneo. In: *Revista Estudos Linguísticos*. São Paulo, 45 (3): p. 1082-1091, 2016. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/658/1092>.

_____. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2017.

_____. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. In: SOARES, T. B. (org.). *Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso: objetos variados*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2018.