

## **O EU E O OUTRO: AFORIZAÇÃO, ARGUMENTAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE IMAGENS NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA DE 2014<sup>1</sup>**

Glaucia Muniz Proença LARA<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Neste artigo, por meio de um “diálogo” entre a análise do discurso francesa (AD) e os estudos da argumentação na língua, buscamos chegar às imagens que os três candidatos mais proeminentes – Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva – ao 1º turno da eleição presidencial brasileira de 2014 construíram de si (éthos) e dos adversários, via enunciados destacados/aforizados pelas mídias (imprensa e digital). Essas “pequenas frases” destacadas de textos, que (re)apareciam como títulos, intertítulos ou legendas de foto das matérias divulgadas no mês anterior ao 1º turno da referida eleição, foram examinadas por meio das marcas da argumentação na língua: conectores, índices de avaliação, modalidades etc. Se os resultados foram compatíveis com o que esperávamos, ou seja, a construção de uma imagem positiva de si e negativa do(s) outro(s), no contexto em foco (eleição), os índices linguísticos estudados foram fundamentais para desvelar essas imagens e a forma como são forjadas por cada sujeito. Não podemos também perder de vista a influência das mídias na construção desse complexo “jogo de imagens”, ao destacarem certos enunciados em detrimento de outros igualmente disponíveis.

**PALAVRAS-CHAVE:** Aforização; imagem; discurso; argumentação; eleição presidencial.

Em 05 de outubro de 2014, realizou-se, no Brasil, o 1º turno da eleição presidencial, que contou com onze candidatos no total, mas apenas três – Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), que concorria à reeleição; Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), e Marina Silva, do Partido Socialista Brasileiro (PSB) – com condições de ir para o 2º turno, de acordo com pesquisas divulgadas nos meses anteriores ao pleito por institutos como o IBOPE. Considerando a importância desse evento político no cenário nacional e internacional e a ampla cobertura que lhe foi dada nas/pelas mídias, é nosso objetivo, neste artigo,

---

1 Este trabalho foi apresentado no V SIMELP (Lecce – Itália), com apoio financeiro da FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais).

2 Professora da Faculdade de Letras da UFMG. Endereço: Av. Antônio Carlos, 6627 - Pampulha 31.270-010 - Belo Horizonte, MG – Brasil - E-mail: gmplara@gmail.com.

apreender as imagens (ou representações) que cada um dos três candidatos constrói de si (éthos) e dos outros (adversários).

Para tanto, analisaremos os enunciados destacados ou aforizações atribuídos(as) a esses três candidatos por revistas e jornais de ampla circulação em nosso país (no formato impresso ou na versão *online*) e em portais, *blogs* e *sites* da internet, no período compreendido entre 1º de setembro e 4 de outubro de 2014 (portanto, em torno de um mês antes desse 1º turno). A noção de aforização, tal como foi cunhada por D. Maingueneau (2012), define-se, em linhas gerais, como uma “pequena frase”, isto é, um enunciado curto e propenso a retomada(s) que, destacado de um texto, passa a ser (re)utilizado como legenda de foto, título ou intertítulo.

Em consonância com pesquisas anteriores (ver, por exemplo, Lara, 2014), tomamos as aforizações como um poderoso recurso de que as mídias lançam mão para forjar o éthos de um dado ator político. Ocorre, assim, uma co-construção de éthos, já que as falas são do ator político (é ele a fonte da enunciação e, como tal, o “fiador” dessas falas), mas a decisão e a forma de destacá-las (em detrimento de outras falas, igualmente disponíveis) são de responsabilidade das mídias.

Essa relação entre aforização e éthos (enquanto imagem de si que o locutor constrói) será ampliada, no presente trabalho, para abarcar também as imagens que esse locutor constrói de seus adversários políticos, já que se trata de uma situação de disputa de poder, em que não basta falar de si; é preciso também falar do outro para vencer a acirrada disputa eleitoral. Quanto ao dispositivo de análise para a apreensão desse complexo “jogo de imagens”, recorreremos às “marcas linguísticas” da argumentação presentes nas aforizações selecionadas, fazendo, pois, dialogarem essa vertente dos estudos sobre a argumentação (aquela que se inscreve na língua) e a análise do discurso francesa – AD.

## **A argumentação na língua: contribuições de Ducrot**

Denominando a disciplina no interior da qual se situam suas pesquisas como uma “pragmática semântica” ou uma “pragmática linguística”, Ducrot (1987:163) admite que, se a ação humana, em geral, pode ser tomada como objeto da pragmática, o termo “pragmática da linguagem” serviria para designar, nesse vasto conjunto de

investigações, aquelas que “dizem respeito à ação humana realizada pela linguagem, indicando suas condições e seu alcance”. Nesse quadro, o autor se pergunta por que é possível usar certas palavras para influenciar o outro, ou seja, por que “certas palavras, em certas circunstâncias, são dotadas de eficácia”.

Trata-se, pois, de uma pragmática/semântica de base linguística, em que a noção de argumentação é crucial. Assim, é preciso admitir que há enunciados cujo traço constitutivo é o de serem utilizados com a pretensão de orientar o interlocutor para certos tipos de conclusão, com a exclusão de outras. Cumpre, portanto, determinar sua “orientação argumentativa”, isto é, as conclusões para as quais podem servir de argumento. Nessa perspectiva, a argumentatividade não constitui algo apenas acrescentado ao uso linguístico; pelo contrário, ela está inscrita na própria língua, podendo manifestar-se por meio de elementos como: os operadores argumentativos, os indicadores modais, os índices de avaliação, os indicadores atitudinais, os marcadores de pressuposição, entre outros.

Como foi dito anteriormente, são esses elementos que nos permitirão, a partir do estabelecimento de um estreito diálogo entre os estudos da argumentação na língua e a AD, apreender em enunciados destacados (aforizações) pelas mídias, em torno de um mês antes da realização do 1º turno da eleição presidencial brasileira, como os três principais candidatos: Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva, vão construindo imagens discursivas do “eu” (éthos) e do(s) outro(s).

### **Aforização e éthos: um diálogo possível**

Maingueneau (2012) define a aforização como uma “frase sem texto”. Isso porque, no seu entender, ela implica um tipo de enunciação que obedece a uma outra lógica, distinta da do texto. Do ponto de vista mais imediato, isso significa que a aforização não é nem precedida nem seguida de outras frases com as quais estaria ligada por relações de coesão, de modo a formar uma unidade textual, ancorada num gênero de discurso. Logo, o que caracteriza a aforização é a recusa em entrar na lógica do texto e do gênero de discurso, o que não significa, por outro lado, que ela seja destituída de contexto. O que ocorre é que, no caso das aforizações que nos interessam aqui – as

secundárias<sup>3</sup> – o contexto se desdobra em dois: um contexto fonte e um contexto de recepção, sendo a distância entre esses dois contextos responsável, via de regra, pelas alterações a que o contexto de recepção submeteria o enunciado destacado, ativando, inclusive, potencialidades semânticas outras, para além daquelas presentes no contexto original (Maingueneau, 2012:25-27).

Cabe ressaltar ainda que há dois tipos de aforização secundária: por destacamento *forte* e por destacamento *fraco*. No primeiro, os enunciados destacados rompem com o texto de origem – ou seja, do ponto de vista do consumidor de mídias, esse texto não existe –, enquanto, no segundo, os enunciados destacados são vizinhos do texto de origem. Portanto, no destacamento fraco, os enunciados mantêm um elo com o texto de origem, embora isso não implique uma fidelidade absoluta. No presente trabalho, abordaremos aforizações tanto por destacamento forte quanto por destacamento fraco, pois o que nos interessa é reunir as aforizações, apreendidas em diferentes publicações/veículos, para chegar ao “jogo de imagens” que se instaura no disputado contexto do 1º turno da eleição presidencial brasileira de 2014.

Embora liste alguns índices que orientam para um diagnóstico de aforização (enunciado constituído, em geral, de uma única frase; presença de verbos como *repetir* e *martelar*, que ressaltam o caráter memorizável da aforização; caráter genérico do enunciado, entre outros), Maingueneau (2012:50-58) ressalta que a aforização pura não existe, já que cada aforização pertence necessariamente a um tipo e sofre coerções por esse pertencimento.<sup>4</sup>

Nessa perspectiva, as mídias (no nosso caso, impressa e digital), ao “des(con)textualizarem” certos enunciados, separando-os do seu contexto de origem (o do texto fonte), e os destacarem em outros (novos) contextos, contribuem para a construção da imagem que cada ator político dá de si mesmo ao outro (éthos) e daquelas que constrói de seus adversários. No entanto, como já foi dito, não podemos perder de vista que essa construção discursiva de imagens é, na realidade, uma co-construção entre aquele que fala (o fiador) e os “recortes” que as mídias fazem dessa fala (em detrimento de outros enunciados igualmente disponíveis à aforização). Isso nos leva a, compartilhar a opinião de Charaudeau (2006a) sobre o papel fundamental que as mídias

---

3 As aforizações podem ser *primárias* (autônomas), como é o caso dos provérbios, máximas e adágios, ou *secundárias* (aquelas que são destacadas de um texto). O presente trabalho volta-se, de forma privilegiada, para esse segundo tipo de aforização.

4 Por exemplo, em situações de disputa política, como a que aqui se examina, as aforizações tendem a perder seu caráter generalizante e a investir mais na oposição “eu/nós” *versus* “ele(s)”, por meio da qual as imagens em jogo vão sendo construídas.

desempenham na formação da opinião pública.

Quanto à noção de *éthos*, nos limitaremos aqui, por razões de espaço, à releitura desse conceito, no quadro da AD, pelos já citados Maingueneau (2006, 2008, 2010) e Charaudeau (2006b), esse último tratando mais especificamente do *éthos* político.

Maingueneau (2006, 2008, 2010), ampliando a noção de *éthos* de trabalhos anteriores em que articulava essa noção apenas à enunciação (a uma “maneira de dizer”), admite a existência de um “*éthos* efetivo”, que resulta da interação de diversos fatores: 1) um *éthos* pré-discursivo, isto é, a imagem prévia que se tem do enunciador, antes mesmo que ele abra a boca; 2) um *éthos* discursivo, dividido em *éthos* dito e *éthos* mostrado. Este pode ser assimilado ao “tom” que o enunciador confere ao seu discurso: pela entonação, pela seleção vocabular etc; é uma instância ligada à enunciação. Já o *éthos* dito remete aos “fragmentos do texto nos quais o enunciador evoca sua própria enunciação [...] – diretamente (‘é um amigo que lhes fala’) ou indiretamente, por meio de metáforas ou de alusões a outras cenas de fala, por exemplo” (Maingueneau, 2008:18). Trata-se de uma instância ligada ao enunciado. O autor constata, porém, a impossibilidade de se definir uma fronteira nítida entre o dito e o mostrado, preferindo posicionar esses dois *éthos* nos extremos de uma linha contínua. Cabe lembrar ainda que há “estereótipos ligados aos mundos éticos” interagindo com essas várias instâncias de *éthos*, no esquema geral proposto por Maingueneau.

No presente trabalho, em consonância com a posição do autor (Maingueneau, 2008), não nos preocuparemos em distinguir *éthos* dito e *éthos* mostrado, valendo-nos da noção geral de *éthos* discursivo (que buscaremos cotejar com o *éthos* prévio ou pré-discursivo, quando for pertinente) nas aforizações selecionadas. Desse modo, partimos da hipótese de que o conjunto dos “traços *éthicos*”, apreendidos nas diferentes aforizações atribuídas a Dilma Rousseff, Aécio Neves e Marina Silva numa dada cena de enunciação (referente ao 1º turno da eleição presidencial de 2014) permitirá chegar ao *éthos* discursivo desses candidatos.

Charaudeau (2006b:87-88), por sua vez, assumindo que a dupla identidade discursiva/social do sujeito – e, portanto, seu *éthos* – passa por representações sociais que circulam num dado grupo (e que são configuradas como imaginários sociodiscursivos), aborda a dificuldade de se apreender o *éthos* político, dada a existência de traços que podem contradizer-se e mesmo derivar para efeitos não desejados. Entretanto, como destaca o autor, o *éthos* do ator político precisa ser, ao mesmo tempo, crível, já que “não há político sem que se possa crer em seu poder de

fazer” e suporte de identificação à sua pessoa, pois “para aderir às suas ideias, é preciso aderir à sua pessoa” (Charaudeau, 2006b:118).

Esses dois aspectos podem ser reunidos em dois *éthe*: o *éthos* de credibilidade e o *éthos* de identificação que subsumem outros *éthe*. Nessa perspectiva, o *éthos* de credibilidade compreenderia os *éthe* de “competência”, de “sério” e de “virtude” (Charaudeau, 2006b:119-125), enquanto o *éthos* de identificação se desdobraria nos *éthe* de “inteligência”, de “potência”, de “caráter”, de “chefe”, de “humanidade” e de “solidariedade” (*op. cit.*:137-166).

Como dissemos em outras oportunidades, além da imagem (*éthos*) que cada “aforizador” dá de si mesmo ao destinatário/eleitor, há também imagens dos adversários que vão sendo paralelamente construídas (e que, evidentemente, também interferem, por comparação/oposição, na construção da própria imagem). Nesse sentido, podemos adiantar que, em se tratando de uma situação de acirrada disputa política, cada candidato tenderá a construir uma imagem positiva de si e outras – negativas – dos “inimigos”. O que nos interessa, particularmente, é verificar como uma e outras vão sendo “tecidas”, no fio do discurso, por procedimentos linguísticos específicos.

Em outras palavras: neste artigo, privilegiaremos os enunciados destacados (aforizações) coletados em fontes midiáticas diversas no contexto brasileiro, procurando apreender, por meio das “marcas linguísticas da argumentação” (operadores argumentativos, escolhas lexicais, indicadores modais, índices de avaliação etc), como se dá a construção da imagem de si (*éthos*) de cada ator político e das imagens correlatas que ele projeta para seus concorrentes.

Esclarecemos, finalmente, que nossa análise não buscará tecer juízos de valor sobre a pessoa ou sobre a atuação político-partidária dos três candidatos selecionados, mas apenas apreender a forma como eles constroem, via aforizações destacadas/divulgadas pelas mídias, as imagens de si e dos outros que vão alimentar os imaginários sociodiscursivos em jogo no cenário político brasileiro. Dito isso, passemos às aforizações e suas análises.

### **Aforização, *éthos* e marcas linguísticas da argumentação no jogo político**

No que se refere à delimitação do *corpus*, dada a complexidade de um trabalho que envolvesse todos os suportes midiáticos (imprensa, rádio, televisão), optamos pela

imprensa escrita de informação. Coletamos, assim, enunciados destacados atribuídos a Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva no mês anterior à realização do 1º turno da eleição (setembro/outubro de 2014). Para encontrar o maior número possível de aforizações, não determinamos *a priori* as publicações que seriam investigadas. Fizemos consultas semanais a diversos jornais e revistas de grande circulação no Brasil (na versão impressa ou *online*) e a portais, *blogs* e *sites* da internet, usando, para esse fim, o instrumento de busca do *Google*. Em função dos objetivos do presente trabalho, ativemo-nos às aforizações em que os candidatos falavam, direta ou indiretamente, de si mesmos ou dos outros e, em consonância com a posição de Maingueneau (2012) de que as aforizações prototípicas são citações em estilo direto, descartamos todos os enunciados destacados em discurso indireto.

Também não nos preocupamos com a questão da quantidade, já que, do ponto de vista da AD, o mais importante não são os números (embora se possa recorrer a eles, se necessário), mas a descrição e a interpretação dos dados coletados (no nosso caso, fatos linguístico-discursivos), a fim de apreender/compreender um determinado fenômeno. Trata-se, pois, de uma pesquisa qualitativa (descritiva e interpretativa).

Para agilizar a exposição, apresentaremos e analisaremos, em conjunto, as aforizações (secundárias) atribuídas a cada candidato, primeiramente em relação a si mesmo e, em seguida, no que se refere aos opositores, focalizando as marcas linguísticas da argumentação,<sup>5</sup> de modo a apreender as imagens do eu (*éthos*) e do outro que esses “fragmentos de texto”, no seu conjunto, mobilizam. Nesse caso, marcaremos cada aforização como DFo (para destaque forte, quando o texto fonte não estiver disponível) e DFr (para destaque fraco, quando houver um texto contíguo que permita recuperar a aforização). Nesse último caso, especificaremos se se trata de legenda de foto, de título ou de intertítulo, que são as formas mais usuais de transformação de enunciados, “recortados” de textos contíguos, em aforizações. Já no que se refere ao destaque forte, as aforizações aparecem, via de regra, em seções do tipo “Semana” (revista *IstoÉ*) ou “Dois pontos” (revista *Época*), que trazem um conjunto bastante eclético de citações atribuídas a pessoas famosas ou a especialistas, não raramente acompanhadas de fotos ou caricaturas dos locutores/aforizadores.

---

5 Nesse caso, não analisaremos todas as “marcas”, mas apenas as que nos parecem mais relevantes na/para a construção de sentidos. Assumimos, assim, a posição de que nenhuma análise esgota seu objeto, que permanece aberto para novas investigações.

Um caso bem específico é o das aforizações que constam em capas de revista. Embora possa haver, no interior da publicação, um texto (reportagem, entrevista) de onde a aforização tenha sido recortada (ou adaptada), consideramos que se trata de uma variação do destacamento forte (que marcaremos com a notação DFo<sup>1</sup>). Isso porque, embora o leitor possa ter acesso ao texto fonte, tal acesso não é imediato (como ocorre no destacamento fraco *stricto sensu*), o que aproximaria tais aforizações do destacamento forte (mesmo que em menor grau). Dito isso, ouçamos a “voz” dos candidatos.

## **Aécio Neves**

### **1. Aécio por Aécio:**

\* “Eu sou a mudança segura.” (*Istoé*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014– DFo<sup>1</sup>/ DFr (capa de revista, retomada como título da entrevista com o candidato).

\* “Nossa proposta vai ser compreendida, na hora da decisão, como a melhor para o Brasil.” (*Istoé*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014 - DFr (intertítulo, retirado da entrevista citada)

\* “Eu sei fazer sonho virar realidade.” (*Veja*, ano 47, ed. 2392, n. 39, 24/09/2014) – DFo<sup>1</sup> (capa da revista).

\* “Eu estarei no segundo turno. Tem de perguntar a Marina o que ela vai fazer.” (*Época*, n. 852, 29/09/2014). – DFr (legenda de foto de reportagem).

\* “Vamos mudar na direção correta”, diz Aécio Neves em MG. (Disponível em: <http://www.jornaldoeste.com.br/eleicoes-2014/2014/09/vamos-mudar-na-direcao-correta-diz-aecio-neves-em-mg/1190685/>) – DFr (título de reportagem publicada em 06/09/2014).

\* “Preciso de Minas para ser presidente”, afirma Aécio. (Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/politica/eleicoes/noticias/preciso-de-minas-para-ser-presidente-afirma-aecio-1624723>) - DFr (título de reportagem publicada em 22/09/2014).

**Comentários:** A seleção lexical, marcada pelos termos “mudança”/“mudar”, anunciam Aécio Neves como aquele que vai “virar o jogo” político até então liderado pelo PT de Dilma Rousseff (e de Luís Inácio Lula da Silva, que antecedeu Dilma). Mas não basta apenas mudar: é preciso fazer isso de forma “segura” e na direção “correta”, índices de avaliação que permitem qualificar a proposta de Aécio como “a melhor para o Brasil”. Nesse caso, o superlativo (relativo) “a melhor” funciona como um operador de comparação, que destaca a superioridade da proposta de Aécio – e, por extensão, do próprio candidato –, ao mesmo tempo em que omite os termos comparantes (as propostas dos concorrentes).



Aliás, a competência do ex-governador de Minas para promover mudanças é tão grande que chega a ganhar contornos idealistas ou – diríamos mesmo – utópicos na ação de “fazer sonho virar realidade”. O verbo *virar* (no sentido de “transformar-se em”, “tornar-se”), que funciona como um marcador de pressuposição (afinal, só se pode *virar* aquilo que não se é), instaura o pressuposto de que se “sonho” não é “realidade” pode vir a ser, pois o candidato “sabe” fazer a transposição de um para a outra, o que (subentende-se) os demais candidatos não sabem. Assim, ele se mostra atento às expectativas (aos sonhos) dos eleitores e revela sua disposição de concretizá-los (de transformá-los em realidade).

Há que se observar a presença dos tempos verbais do mundo comentado (presente do indicativo e futuro do presente, como em “Eu estarei no 2º turno.”) que acentuam o engajamento do locutor/aforizador, a certeza em relação ao que enuncia. Esse “tom” determinado e assertivo que predomina na construção do éthos discursivo de Aécio suaviza-se por uma espécie de “toque” de humanidade, quando o candidato admite que não é autossuficiente (já que precisa de Minas para ser presidente), apontando, pois, para uma necessidade deôntica que, como se verá mais adiante, contrasta com o isolamento de Dilma em relação ao eleitorado.

## 2. Aécio sobre Dilma

\* “O sentimento geral dos brasileiros é um só: já deu de governo Dilma.” (*IstoÉ*, ano 38, n. 2335, 27/08/2014) – DFr (legenda de foto de reportagem).

\* “A inexperiência da Dilma no governo custou muito caro ao Brasil.” (*IstoÉ*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014 – DFr (legenda de foto de entrevista).

\*\*“Dilma está fechada no palácio, não veio aqui olhar para vocês.” Aécio Neves, pré-candidato do PSDB (*Época*, n.831, 05/05/2014. DFr (intertítulo/legenda de reportagem].

\*\*\*Dilma perdeu a capacidade de gerir o país”, diz Aécio ao Metro. (Disponível em: <http://www.metrojornal.com.br/nacional/brasil/dilma-perdeu-a-capacidade-de-gerir-o-pais-diz-aecio-ao-metro-130717>.) DFr (Título de reportagem publicada em 29/09/2014).

## 3. Aécio sobre Marina

\*\*“É fundamental que tenhamos uma política econômica diferente da que está aí; tampouco o Brasil comporta novas aventuras, improvisos.” De Aécio Neves para a candidata Marina Silva, ao criticar a “falta de coerência” do conceito de “nova política” por ela defendido. (*IstoÉ*, ano 38, n. 2336, 03/09/2014) – DFo (Citação na seção: *Semana*).

\*\*“A negação da política é estranha vindo da Marina, que milita na política tradicional há mais de 20 anos.” (*IstoÉ*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014) – DFr (legenda de foto em entrevista).

\* A melhor frase de Aécio: “É a Marina que se calou no escândalo do mensalão e continuou no governo petista?” (Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/2014/09/04/a-melhor-frase-de-aecio-e-a-marina-que-se-calou-no-escandalo-do-mensalao-e-contin>) – DFr (título, retomado como intertítulo, em artigo de opinião).

#### 4. Aécio sobre Dilma e Marina

\*“De um lado, temos uma candidata que mente e, do outro, uma candidata que se desmente o tempo inteiro.” Aécio Neves, candidato do PSDB à Presidência da República, em ataque duplo às adversárias Dilma Rousseff (PT) e Marina Silva (PSB) (*IstoÉ*, ano 38, n. 2340, 01/10/2014) – DFo (Citação na seção *Semana*).

\* Existem duas vertentes do PT disputando as eleições”, diz Aécio Neves. (Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/eleicoes-2014/noticia/2014/09/existem-duas-vertentes-do-pt-disputando-as-eleicoes-diz-aecio-neves-4593391.html>) – DFr (título de reportagem publicada em 08/09/2014)

\* “Marina no lugar de Dilma é trocar seis por meia dúzia.” (Disponível em: <http://www.correiadoestado.com.br/politica/marina-no-lugar-de-dilma-e-trocar-seis-por-meia-duzia-afirma-aecio/227671/>) – DFr (título de reportagem publicada em 20/09/2014)

**Comentários:** Como era de esperar, a imagem negativa que o senador mineiro constrói de suas duas concorrentes mais sérias (aquelas com possibilidade de ir para o 2º turno) contrasta, nitidamente, com a imagem positiva (éthos) que ele dá de si mesmo ao destinatário/eleitor. Se seu tom firme e assertivo e aquilo que ele diz de si mesmo (por exemplo: “Eu sou a mudança segura.”) apontam para um éthos de seriedade e competência, a Presidente Dilma, que tenta se reeleger para um 2º mandato, é, ao contrário, representada por aquilo que ela não tem: experiência, competência e proximidade com o eleitor (visto que ela está “fechada no palácio”).

Aécio chega a admitir que Dilma teria tido, inicialmente, uma certa competência para governar: pois ela “perdeu a capacidade de gerir o país”. O verbo *perder*, indicando uma mudança de estado, instaura o pressuposto de que essa capacidade existia anteriormente, mas nega, no posto, que ela ainda exista, o que levou o país a uma situação drástica, avaliada como algo que: “custou muito caro” ao Brasil e levou ao sentimento geral de que “já deu de governo Dilma”. O operador de restrição *só* desencadeia o pressuposto de que não há outro sentimento possível da parte da população brasileira em relação ao desgaste do governo de Dilma (o que, subentende-se,

inviabilizaria um 2º mandato).<sup>6</sup>

Isso, evidentemente, remete ao “candidato da mudança” (o próprio Aécio) que se opõe, portanto, à continuidade representada por Dilma, mas também por Marina, já que eleger Marina para o lugar de Dilma é “trocar seis por meia dúzia”, uma espécie de provérbio ou dito popular que recupera, polifonicamente, o discurso do senso comum (a doxa), e já que ambas representam, ainda que em vertentes diferentes, o mesmo partido – o PT, o que lembra o passado petista de Marina. Dilma é, além disso, qualificada como candidata “que mente” (índice de avaliação).

Ora, se Dilma é representada, no discurso de Aécio, como *inexperiente*, *incompetente*, *distante do povo* e *mentirosa*, no caso de Marina, uma seleção lexical não menos cuidadosa remete à imagem de uma candidata *volúvel* e *incoerente*, pois ela “se desmente o tempo inteiro”, “nega” o que admitia antes e é dada a “improvisos”. Além disso, foi conivente com escândalos, como o *Mensalão*, já que “continuou no governo petista” (no caso o do ex-presidente Lula), enunciado em que o verbo *continuar*, indicando permanência de estado, funciona como marcador de pressuposição. Isso quer dizer que aos olhos de Aécio, Marina, no fundo, não perdeu o seu viés petista, mesmo tendo rompido com Lula e mudado de partido; pelo contrário, mesmo diante de escândalos que abalaram o prestígio do governo, ela nada fez para mudar a situação, ou seja, foi conivente com o PT. Aqui funciona o ditado: uma vez petista, sempre petista. Portanto, também ela aponta para a “mesmice” e destoa, assim, da promessa de mudança representada por Aécio.

Em suma: no que se refere aos éthe de credibilidade, apontados por Charaudeau (2006b), Aécio, por meio de um tom firme e engajado e do que diz de si mesmo, constrói, predominantemente, dois éthe que se sobrepõem: o éthos de “sério”, ou seja, o de um político com energia e capacidade para governar (mais especificamente, de investir na “mudança segura”), e o éthos de competência, marcado por um poder/saber realizar seus objetivos (até mesmo o de “fazer sonho virar realidade”). Podemos ver aí a tentativa empreendida por Aécio de confirmar o éthos prévio de herdeiro do avô Tancredo Neves, visto como um político competente e hábil, mas, ao mesmo tempo, a

---

<sup>6</sup> Tanto o pressuposto quanto o subentendido são implícitos. A diferença é que, enquanto o pressuposto é marcado linguisticamente, o subentendido depende do contexto, da interpretação do outro. Ao associar o pressuposto à sua teoria polifônica da enunciação, Ducrot (1987:191-192) atribui o conteúdo implícito (pressuposto) a um enunciador E1, assimilado à *vox populi*, ao senso comum, e o conteúdo explícito (posto) a um enunciador E2, com quem o locutor se identifica.

de derrubar um outro éthos prévio, difundido em alguns setores da sociedade: o de que Aécio era (é ainda) apenas um *playboy* inconsequente, mulherengo e viciado em drogas.

Quanto aos éthos de identificação, também propostos por Charaudeau (2006b), podemos pensar, principalmente, num éthos de inteligência, construído por meio do “bem falar”, e um éthos de solidariedade, ou seja, o de um político atento às necessidades dos outros, já que, ao contrário de Dilma, que se mantém longe do povo (“fechada no palácio”), Aécio vai olhar/ouvir os eleitores e admite que precisa deles (ou, pelo menos, de uma parte significativa deles) para se eleger.

As duas outras candidatas, como já apontamos, são mostradas de forma bastante negativa: Dilma, sobretudo, pela incompetência/inexperiência que levou o país ao caos; Marina, principalmente, por sua volubilidade e incoerência, o que, por tabela, reforça o éthos positivo (de competência, de coerência, de seriedade etc) do próprio Aécio. Nesse sentido, o senador mineiro resgata a filiação de Marina ao PT, no início de sua carreira política, para colocá-la no mesmo patamar de Dilma (pertencente a esse partido) e desqualificar ambas num mesmo “movimento”: elas se equivalem, são da mesma “laia”, já que ter uma ou outra como presidente implica apenas “trocar seis por meia dúzia”.

## **Dilma Rousseff<sup>7</sup>**

### **1) Dilma por Dilma**

\* “Queria comunicar a vocês que sou humana, não sou marciana.” Dilma Rousseff (PT), presidente e candidata à reeleição, questionada sobre se aparecer cozinhando no horário eleitoral era uma tentativa de humanização. (*Época*, n.847, 25/08/2014) – DFo (citação na seção “Dois pontos”).

\* “O maior risco é não se comprometer com nada, ter somente frases de efeito e genéricas. Quando se é presidente, tem de explicar como vai ser feito.” Dilma Rousseff, no debate no SBT entre os candidatos à Presidência da República. (*IstoÉ*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014). DFo (citação na seção “Semana”).

\* “Não tem coitadinho na Presidência. Quem se sente coitadinho, não pode chegar lá.”. Dilma Rousseff, presidenta do Brasil, sobre a reclamação da candidata do PSB à Presidência da República, Marina Silva, do teor da campanha do PT. (*IstoÉ*, ano 38, n.2339, 24/09/2014) – DFo (citação na seção “Semana”).

\* “Todos os meus antecessores usaram o palácio. Caso contrário, eu seria uma sem-teto, não teria onde dar entrevista.” Dilma Rousseff (PT) presidente e candidata, comentando a entrevista de José Antônio

---

7 É importante observar aqui que não encontramos, no período considerado, aforizações atribuídas a Dilma que fizessem referência direta a Aécio, talvez porque, naquele momento, os institutos de pesquisa apontassem Marina como a provável adversária de Dilma no 2º turno. Cabe esclarecer que Marina Silva era candidata a vice-presidente na chapa de Eduardo Campos (PSB), que morreu em acidente de avião durante a campanha. Na esteira da comoção provocada por esse trágico acontecimento, Marina assumiu a liderança da chapa e chegou mesmo a ser apontada por alguns como favorita na eleição presidencial de 2014. Pesquisas como a do instituto DataFolha, feita em 26/09/2014, indicavam intenções de voto da ordem de 47% para Dilma Rousseff e de 43% para Marina Silva.

Dias Toffoli, ministro do Supremo Tribunal Federal, a *Época*, em que ele critica o uso do Palácio da Alvorada para a agenda de campanha. (*Época*, n. 852, 29/09/2014) - DFo (citação na seção “Dois Pontos”)

\*”Alicerce do meu programa é o meu governo”, diz Dilma Rousseff. (Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-09-28/alicerce-do-meu-programa-e-o-meu-governo-diz-dilma-rousseff.html>) – DFr (título de reportagem publicada em 28/09/2014).

**Comentário:** Dilma Rousseff, em suas falas, procura mostrar-se, em primeiro lugar, como uma pessoa normal. O não “polêmico” (Ducrot, 1987:204), que aparece em “não sou marciana”, remete à “propriedade que justificaria a posição do locutor no diálogo cristalizado subjacente à negação polêmica”. Em outras palavras, se é possível descrever uma pessoa dizendo que ela não é marciana, é porque atribui-se-lhe “a (pseudo) propriedade” que legitimaria opor-se a um enunciado que tivesse afirmado que ela é marciana. É como se circulasse no senso comum a ideia de que Dilma, talvez até por ocupar o cargo político mais importante da nação, fosse uma pessoa estranha (não humana), que não desempenha as funções de qualquer outra mulher “normal”, como cozinhar, por exemplo. Poderíamos, inclusive, pensar no estereótipo de “masculinização” inerente ao cargo de Presidente da República, num mundo em que essa posição ainda é predominantemente ocupada por homens.

Ora, se Dilma procura mostrar-se humana, ela também, paradoxalmente, busca assumir-se como forte e competente para gerir o país (o termo “alicerce” indica um governo de bases sólidas) e reafirmar sua legitimidade a certos direitos inerentes ao cargo, como o de dar entrevista, na condição de candidata, no Palácio da Alvorada, que é a residência oficial do(a) Presidente da República, direito esse legitimado por seus antecessores (todos homens, diga-se de passagem).

Mas Dilma também se define por oposição aos outros candidatos: ela não é “coitadinha” (índice de avaliação) como Marina, nem usa apenas “frases de efeito e genéricas”, numa possível referência a Aécio, conhecido por “falar bem”, por ter o dom da oratória. Ora, se ela não é coitadinha, é forte (já que “coitadinhos” não têm lugar na Presidência); se não usa frases de efeito e genéricas, é porque se vê como uma pessoa atuante e comprometida, ou seja, alguém que faz e explica o que faz, não se apoiando apenas num discurso vazio.

## 2) Dilma sobre Marina

- \* “Empregos correm risco com Marina”, afirma Dilma. (Disponível em: <http://www.folhadaregiao.com.br/Materia.php?id=3336170> – DFr (título de reportagem publicada em 02/09/2014)
- \* “Marina se faz de vítima e diz que estamos atacando”, afirma Dilma. (Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1514609-marina-se-faz-de-vitima-e-diz-que-estamos-atacando-afirma-dilma.shtml0> - DFr (título de reportagem publicada em 11/09/2014).
- \* “Obras atrasaram por responsabilidade de Marina”, diz Dilma. (Disponível em: <http://www.tribunadabahia.com.br/2014/09/12/obras-atrasaram-por-responsabilidade-de-marina-diz-dilma-veja-video> - DFr (título de reportagem publicada em 12/09/2014).
- \* “Marina se faz de vítima”, diz Dilma. Aécio defende candidata do PSB. (Disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/opovo/politica/2014/09/12/noticiasjornalpolitica,3313479/marina-se-faz-de-vitima-diz-dilma-aecio-defende-candidata-do-psb.shtml>) – DFr (título de reportagem publicada em 12/09/2014).

**Comentário:** As aforizações de Dilma sobre Marina, no seu conjunto, indicam a tentativa de descredibilizá-la junto ao eleitorado: afinal, trata-se de uma pessoa que “se faz de vítima” (fazer-se de vítima indica por pressuposição que ela não o é); uma “coitadinha” (índice de avaliação, reforçado pelo uso do diminutivo, com conotação pejorativa), que, como tal, não tem capacidade para governar: se for eleita, comprometerá empregos e atrasará obras (como já fez quando era Ministra no governo de Lula). Afinal, os “coitadinhos” e aqueles que se fazem de “vítima” são criaturas frágeis, incompetentes, que não têm lugar na estrutura do poder. Por oposição, como já foi dito, Dilma se mostra como uma mulher forte e determinada.

Retomando os éthes de credibilidade e de identificação propostos por Charaudeau (2006b) para os atores políticos, assim como fizemos com Aécio, podemos dizer que, em relação aos primeiros (éthe de credibilidade), predomina, no conjunto de aforizações de Dilma, o éthos de competência, que implica, entre outras coisas, conhecer as engrenagens da vida política e saber agir de maneira eficaz: afinal, ela se compromete com o que faz e é capaz de dar explicações, o que lhe confere força, assim como a seu governo, metaforizado como “alicerce” do seu programa. Vemos, então, somar-se ao éthos de competência, um éthos de caráter, um dos éthes de identificação, que atribui a Dilma uma personalidade forte, de alguém que provoca e polemiza, se for necessário (haja vista chamar Marina de “coitadinha”, dizer que não é marciana ou que tem o direito de usar o Palácio da Alvorada para dar entrevistas).

Esse tom marcante, que perpassa o discurso de Dilma, corrobora o seu *éthos* prévio: o de uma mulher forte, corajosa e determinada que sempre lutou por seus ideais, mesmo que, para isso, tenha sido necessário “desafiar” o governo militar (1964-1985) e sofrer duras sanções (prisão, tortura). Em menor grau, Dilma faz apelo ao *éthos* de humanidade (outro *éthos* de identificação), ao revelar ao eleitor momentos de sua intimidade, talvez para derrubar o estereótipo de que presidentes não são seres humanos comuns, que fazem coisas comuns. Ou até mesmo para reverter a imagem (um outro *éthos* prévio) de que ela seria uma pessoa austera, distante e altiva, um viés negativo do *éthos* de sério, que comprometeria sua credibilidade, já que pessoas assim não costumam ver as dificuldades dos outros.

Se Dilma se mostra como competente e forte, nada melhor para desqualificar Marina do que representá-la pelo oposto, ou seja, pela sua incompetência já demonstrada (nas obras em atraso quando ela participou do governo Lula) ou a demonstrar (já que ela pode comprometer empregos) e pela sua fragilidade (visto que ela se faz de vítima, de “coitadinha”), defeitos esses que, em última análise, depõem contra ela, desabilitando-a para ocupar um cargo como o de Presidente da República.

## **Marina Silva**

### **1) Marina por Marina**

\* “É assim que vamos governar, reconhecendo os ganhos alheios. Não ter complacência com os erros cometidos, que são muitos.” De Marina Silva para Aécio Neves, sobre o projeto de governo do PSB. (*IstoÉ*, ano 38, n. 2336, 03/09/2014) – DFo (citação da seção “Semana”)

\*“Não faço de palanques púlpitos nem de púlpitos palanques. Minhas decisões políticas são elaboradas, discutidas e implementadas nos espaços da institucionalidade da política.” Marina Silva, candidata do PSB à Presidência da República, afirmando que nunca instrumentalizou sua crença religiosa para fins políticos. (*IstoÉ*, ano 38, n. 2337, 10/09/2014) – DFo (citação da seção “Semana”)

\* “Não é um discurso, é uma vida.” (*Veja*, ano 47, n. 39, ed. 2392, 24/09/2014) – DFo<sup>1</sup> (capa da revista).

\* “Tudo o que a minha mãe tinha para oito filhos era um ovo e um pouco de farinha e sal. Eu me lembro de ter olhado para o meu pai e minha mãe e perguntado: ‘Vocês não vão comer?’ E minha mãe respondeu: ‘Nós não estamos com fome’. Quem viveu essa experiência jamais acabará com o Bolsa Família.” (*Veja*, ano 47, n. 39, ed. 2392, 24/09/2014) – DFr (legenda de foto em reportagem).

\*“Sempre tive medo. Mas meu compromisso sempre foi maior que meu medo.” (*Época*, n. 852, 29/09/2014) – DFo<sup>1</sup> (capa da revista)

\*“Manteremos o Bolsa Família. Sabe o que não vamos manter? O Bolsa Empresário.” (*Época*, n. 852, 29/09/2014) – DFr (intertítulo em entrevista).

\* “Não satanizo ninguém que defende legalização de aborto e maconha”, diz Marina Silva. (Disponível em: [http://www.brasilpost.com.br/2014/09/01/marina-aborto\\_n\\_5749276.html](http://www.brasilpost.com.br/2014/09/01/marina-aborto_n_5749276.html)).– DFr (título de reportagem publicada em 01/09/2014)

**Comentário:** As aforizações de Marina sobre si mesma procuram construir, inicialmente, a imagem de alguém que tem capacidade para governar o país, reconhecendo acertos (que serão mantidos) e erros (que não terão nenhum tipo de tolerância). O que lhe dá esse respaldo é a sua própria história de vida: o de uma pessoa pobre, que enfrentou toda uma série de adversidades – inclusive passar fome – e, ainda assim, saiu vencedora. Isso lhe confere inclusive capacidade de se solidarizar com o outro, de entender “na pele” o que as pessoas mais pobres vivenciam. Daí a sua disposição de manter o Bolsa Família, como se vê no enunciado: “Quem viveu essa experiência, jamais acabará com o Bolsa Família”. Nele instaura-se o pressuposto de que alguém viveu a dita experiência (de passar fome), no caso, a própria Marina. Esse enunciado é repetido, numa “versão” afirmativa: “Manteremos o Bolsa Família...”, em que o verbo manter, marcador de pressuposição, indica que o Bolsa Família já existe – é um dos “ganhos alheios”, sinalizados por Marina, que serão “reconhecidos”. Podemos dizer que, nesse duplo caso, ela possivelmente responde a acusações de que, uma vez eleita, acabaria com o Bolsa Família, por ser um programa implementado no governo de seus antecessores, sobretudo Lula e Dilma.

Esse viés humano de Marina reaparece na ideia do medo que o operador argumentativo de contrajunção (mas) se encarrega de relativizar. Segundo Ducrot, (1984), o esquema de funcionamento da construção **p mas q** seria o seguinte: de **p** tire a conclusão possível **R** (por exemplo, “O medo me impediu de agir.”); de **q** tire a conclusão possível **não-R** (no caso, algo como “o medo não me impediu de agir”); de **p mas q** tire a conclusão possível **não-R**. Portanto, a conclusão possível para o conjunto de enunciados “Sempre tive medo. Mas meu compromisso sempre foi maior que meu medo.” é **não-R** (que invalida **R**). Com esse “movimento” argumentativo, Marina se revela uma pessoa determinada, que não se deixa vencer pelo medo.

Nesse conjunto de “fragmentos éticos” em que Marina fala de si mesma, chama a atenção a presença recorrente do “não” polêmico de Ducrot (1987). É como se ela estivesse respondendo a acusações que não foram necessariamente feitas por um locutor específico, mas que circulariam no espaço dos “enunciadores” (aqui identificados com o senso comum, com a doxa). Lembremos que, para Ducrot (1987, p. 191-192), se o



locutor é o responsável pela enunciação, o enunciador é um ponto de vista, ou uma posição com a qual o locutor se identifica (ou não). Conforme comenta Maingueneau (1993:84), a negação polêmica de Ducrot não implica a rejeição de um locutor, mas de um enunciador mobilizado no discurso, enunciador esse que não é autor de um enunciado efetivamente realizado.

Assim, podemos pensar que ao dizer: “(...) **Não** ter complacência com os erros cometidos...”; “**Não** é um discurso...”; “(...) Quem viveu essa experiência **jamais** acabará com o Bolsa Família.”; “**Não** faço de palanques púlpitos **nem** de púlpitos palanques...”; “**Não** satanizo ninguém que defende legalização de aborto e maconha.” (grifos nossos), Marina está respondendo a possíveis “acusações” de que teria complacência com os erros do governo anterior (o que remete ao seu passado petista); de que o que sustenta é mero discurso (sem ação efetiva); de que, se eleita, acabará com o Bolsa Família; de que confunde política (os palanques) com religião (os púlpitos); de que “sataniza” quem defende certas posições. Nos dois últimos casos, a seleção lexical, que recupera termos do campo semântico religioso (púlpito, satanizar) relaciona-se ao fato de Marina pertencer a uma igreja evangélica, a Assembleia de Deus.

Em suma, ao mesmo tempo em que sustenta um discurso de competência, até para contestar o argumento de que ela nunca governou um Estado federado nem administrou uma municipalidade e que, portanto, não teria experiência para ser Presidente, Marina Silva procura mostrar que sua fé religiosa não determina sua atuação política. O que chama a atenção, no entanto, é que ela se define mais pelo que não é do que pelo que é.

## 2) Marina sobre Dilma

\*“Fique tranquila, Presidenta. A senhora não vai receber de mim o que está fazendo comigo. Não vou agredir uma mulher, vou lhe tratar com todo respeito, mas isso não significa que vou deixar de dizer verdades.” Marina Silva, candidata do PSB à Presidência da República, em resposta à presidente Dilma Rousseff. (*IstoÉ*, ano 38, n.2339, 24/09/2014.) – DFo (citação na seção “Semana”).

\*“(Dilma age) sob o comando de João Santana (...). Ninguém depois será governado pelo marqueteiro.” (*Época*, n. 852, 29/09/2014) – DFo<sup>1</sup> (capa da revista)

\* “O gerente, como não pensa em política e não vê o processo histórico, se agarra ao primeiro discurso do marqueteiro.” (*Época*, n. 852, 29/09/2014) – DFr (legenda de foto [de Dilma] na entrevista com Marina).

### 3) Marina sobre Aécio

\*“É melhor ter um programa feito a lápis que um feito a língua e saliva, porque ele (Aécio) não tem.”  
(*Época*, n. 852, 29/09/2014) – DFo<sup>1</sup> (capa da revista).

### 4) Marina sobre Dilma e Aécio

\* “A sociedade não pode assinar um cheque em branco.” Marina Silva, candidata do PSB à Presidência da República, sobre o fato de os rivais Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) ainda não terem apresentado seus programas de governo. (*IstoÉ*, ano 38, n.2340, 01/10/2014) – DFo (citação da seção “A Semana”).

Do ponto de vista de Marina Silva, Dilma é qualificada como uma pessoa agressiva e desrespeitosa. Nesse caso, ao definir Dilma dessa forma, Marina se autodefine pelo contrário: não vai fazer com Dilma o que esta está fazendo com ela (Marina) – lembremos que Dilma chamou Marina de “coitadinha” e de alguém que “se faz de vítima” – e, além disso, não vai deixar de dizer verdades. A presença do marcador “deixar de” instaura o pressuposto de que Marina diz verdades e o posto de que continuará mantendo essa postura (subentende-se, pois, que ela é sincera e ética). Um segundo movimento argumentativo, nessa mesma aforização, implica o uso do operador argumentativo de contrajunção mas. Nesse caso, a conclusão possível **R** seria algo como “não agredir / tratar o outro com respeito implica não dizer a verdade”; a conclusão possível **não-R**, que passa a valer para o conjunto **p mas q**, algo como “é possível não agredir/ tratar o outro com respeito e dizer a verdade”, ou seja, não há incompatibilidade entre uma coisa (ser delicado/respeitoso) e a outra (ser franco, sincero), o que reafirma o caráter positivo de Marina por oposição ao de Dilma.

Dilma é ainda considerada sem autonomia, já que age sob o comando do marqueteiro João Santana, e incompetente, pois, além de não agir por conta própria, não pensa em política, nem enxerga o processo histórico (o que, subentende-se, Marina faz). A presença do não polêmico (que também se manifesta no trecho anteriormente analisado) parece, portanto, confirmar a (auto)definição de Marina mais pelo que ela não é/não faz do que pelo que ela é/faz.

Quanto a Aécio, a crítica maior vem do fato de que Marina apresentou um programa de governo por escrito, enquanto o senador mineiro, não. Temos, então, um operador de comparação (melhor do que) que introduz um enunciado em favor de Marina, atestando a superioridade do seu programa “feito a lápis” em relação ao do

adversário, que é “feito a língua e saliva”. Esses índices de avaliação remetem à oposição fala *versus* escrita (em que esta, na sua condição de registro, implicaria maior comprometimento). Dessa forma, Marina deixa claro que: 1) Aécio não tem, de fato, um programa (enunciado que vem introduzido pelo operador argumentativo de explicação “porque”); e insinua que: 2) Aécio tenta compensar essa falta com o seu “dom oratório”, uma vez que ele é reconhecido como um político que “fala bem”, como já apontamos. Nesse sentido, o “programa” de Aécio é avaliado como um “cheque em branco” – metáfora que se estende também a Dilma, que, a exemplo de Aécio, não apresentou um programa de governo por escrito (o que, aliás, reafirma sua incompetência). A modalidade deôntica “não pode assinar” soa aqui quase como uma proibição, reforçando a importância de Marina como a única dos três candidatos que, por apresentar um programa escrito, merece crédito da sociedade.

No âmbito dos éthos de credibilidade, predomina nas aforizações de Marina sobre si mesma o éthos de virtude. A candidata se mostra como exemplo de sinceridade, transparência e retidão na esfera pública e privada (ela diz verdades, não tem complacência com erros etc). Nesse sentido, Marina traz sua própria história de vida para corroborar suas posições e atitudes (e, por extensão, para atestar sua competência). O éthos de virtude se completa, no âmbito dos éthos de identificação, com um éthos de caráter, que, no caso de Marina, esteia-se na força de espírito, com uma certa dose de indignação pessoal (pensamos, por exemplo, na sua crítica à atitude agressiva de Dilma ou à sua posição no caso do que chama de “Bolsa Empresário”), e um éthos de humanidade, ou seja, o de alguém capaz de confessar fraquezas (como o medo), mas, ao mesmo tempo, mostrar que não se deixa controlar por elas, o que subentende que Marina sabe enfrentar adversidades, sem ceder a pressões ou a demagogias. O éthos de humanidade implica também demonstrar sentimentos e compaixão para com aqueles que sofrem (“Quem viveu essa experiência jamais acabará com o Bolsa Família.”), aproximando-se, nesse sentido, do éthos de solidariedade: o daquele(a) que está atento às necessidades dos outros e se mostra responsável por elas.

O “falar tranquilo” e sem arroubos de Marina, que chega mesmo, às vezes, a assumir um tom de lamento (“Fique tranquila, Presidenta. A senhora não vai receber de mim o que está fazendo comigo...”) – o que leva Dilma a afirmar que ela é “coitadinha”, que “se faz de vítima” – corrobora, de certa forma, o éthos prévio de Marina como uma pessoa franzina e frágil que, como tal, terá dificuldade em reunir a força necessária para governar um país (éthos prévio que ela tenta, evidentemente, retificar por meio das

posições que assume). Mesmo assim, o que fica claro para o destinatário (eleitor), na sua (re)construção do *éthos* de Marina, é que ela destoa da imagem de líder político poderoso e combativo, frequentemente associada a Dilma Rousseff. Por outro lado, ao reafirmar sua coragem e mostrar que se identifica com os que sofrem, Marina explora seu lado sensível e humano, o que pode atuar no *páthos* de modo bastante positivo.

Quanto aos demais candidatos, Dilma é vista por Marina não apenas como uma pessoa agressiva e desrespeitosa, mas também – e principalmente – como incompetente para governar, já que não tem autonomia (“reza pela cartilha” do seu marqueteiro), enquanto Aécio é mostrado, sobretudo, como aquele que fala, mas não faz (seu programa é “feito a língua e saliva”), o que remete a um certo descompromisso da parte do senador mineiro, já que a escrita, ao contrário, implicaria maior capacidade de reflexão e de planejamento prévio, qualidade essencial para algo que se apresenta – e se “registra” – como um programa de governo.

Resta dizer que as imagens de si e do(s) outro(s) que aqui apreendemos por meio das aforizações, com as marcas linguístico-discursivas que as caracterizam, não se esgotam nos aspectos que exploramos, visto que outras imagens/outros *éthe* vão sendo construídos em muitos outros textos (orais ou escritos) que circularam na sociedade brasileira às vésperas do 1º turno da eleição presidencial. Nesse sentido, o complexo “jogo de imagens” que se constrói na cena política ultrapassa largamente o domínio das aforizações. Porém, não podemos esquecer-nos dos muitos “leitores apressados”, cujo olhar não vai muito além dos títulos, das manchetes e das chamadas via internet. Daí, a relevância desses “fragmentos” na construção de imagens de si e dos outros.

### **A título de conclusão**

Como assinala Charaudeau (2006b:181-182), o *éthos* – e, acrescentamos, as imagens dos outros (concorrentes, adversários) – encontra(m)-se no domínio das representações sociais, ou seja, daquilo que o público espera de “x” ou de “y”. Assim, tais imagens não são construídas apenas pelo locutor, mas também pelo público, pelos boatos, e, no nosso caso, pelas mídias, que, ao destacarem certos enunciados – e não outros que estariam igualmente disponíveis – e “alçá-los” à condição de aforizações vão

moldando tais representações e buscando, desse modo, orientar os destinatários na interpretação dos fatos.

O próprio Charaudeau (2006:146) afirma que as mídias manipulam os leitores/ouvintes, jogando com falsas informações ou notícias exageradamente dramáticas e chegando mesmo à utilização deformada de declarações. Não é nossa pretensão discutir aqui a dimensão do papel das mídias na sociedade atual (isso seria um outro trabalho), mas apenas, como já apontamos, mostrar que elas se valem das aforizações como um poderoso recurso para influenciar os destinatários.

A questão que se coloca para o(a) analista é, pois, a de como apreender esse complexo “jogo de imagens”, via aforizações, sem cair num exercício de pura especulação. Nesse sentido, a proposta da semântica/pragmática de uma argumentação intrínseca à língua pode ajudar-nos a recuperar por meio de “marcas” como o não polêmico, os índices de avaliação, os operadores argumentativos, entre outras, a forma como essas imagens vão sendo construídas e divulgadas, o que justifica, a nosso ver, o diálogo que estabelecemos entre essa vertente dos estudos da argumentação e a AD.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Amossy, Ruth (org). 2005. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.

Charaudeau, Patrick. 2006a. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.

\_\_\_\_\_. 2006b. *Discurso político*. São Paulo: Contexto.

Ducrot, Oswald. 1987. *O dizer e o dito*. Campinas, SP: Pontes.

Lara, Gláucia M. P. 2014. Da aforização à construção do *éthos*: Dilma Rousseff e a Copa do Mundo da FIFA 2014. *Revista da ALED*, v. 14 (2), dez. 2014, p. 39-55. Disponível em: <http://www.comunidadeled.org/>.

Mainueneau, Dominique. 2006. *Cenas da enunciação*. Curitiba, PR: Criar.

\_\_\_\_\_. 2008. A propósito do *éthos*. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). *Ethos discursivo*, São Paulo: Contexto, p. 11-29.

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

\_\_\_\_\_. 2012. *Les phrases sans texte*. Paris: Armand Colin.

