



## A (RE)CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* DISCURSIVO: REFLEXÕES SOBRE AS IMAGENS DE SI EM SUJEITOS EM INTERAÇÃO

PAULA CAMILA MESTI<sup>1</sup>  
ROBERTO LEISER BARONAS<sup>2</sup>

**RESUMO:** Há mais de dez anos, no Brasil, a noção de *ethos* discursivo – compreendido como “a imagem de si no discurso” – passou a ser um tema recorrente em inúmeros artigos, livros, dissertações e teses. Atualmente, as condições de produção e os novos objetos de análise suscitam outras discussões e ampliações a respeito desse tema. O presente artigo teve como objetivo principal apresentar algumas reflexões teóricas recentes e que ainda não tiveram muita visibilidade no meio acadêmico brasileiro. Mais especificamente, pretendemos demonstrar como esses estudos podem ser usados no momento da análise. Para tanto, utilizamos como *corpus* sete entrevistas televisivas realizadas com a ex-presidenta Dilma Rousseff no período de 2010 a 2016. Ao se observar o sujeito político em interação, verificamos que as imagens são construídas não mais apenas nos enunciados da própria ex-presidenta, mas também nos enunciados das perguntas feitas pelos jornalistas. Com as análises, podemos concluir que o surgimento de novas problemáticas, a chegada de novas vontades de verdade, os diferentes perfis de jornalistas e as transformações ocorridas no atual “fazer político” foram os elementos que comprovaram que o *ethos* discursivo é um eterno trabalho de construção e reconstrução.

**Palavras-chave:** Análise do Discurso; *ethos* discursivo; reconstrução do *ethos*.

**ABSTRACT:** More than ten years ago, in Brazil, the notion of discursive ethos - understood as “the image of itself in discourse” - has become a recurring theme in numerous articles, books, dissertations and theses. Currently, the conditions of production and the new objects of analysis give rise to further discussion and expansion on this subject. The main objective of this article is to present some recent theoretical reflections that have not yet had much visibility in the Brazilian Academic surrounding. More specifically, we intend to demonstrate how these studies can be used at the time of analysis. For that, we used as *corpus* seven television interviews conducted with former President Dilma Rousseff from 2010 to 2016. When observing the political subject in interaction, we find that the images are built no longer just the statements of the former President, but also in the statements of the questions asked by journalists. With the analysis, we can conclude that the emergence of new problems, the arrival of new wills of truth, the different profiles of journalists and the transformations that occurred in the current “political making” were the elements that proved that the discursive ethos is an eternal work of construction and reconstruction.

**Keywords:** Discourse Analysis; discursive *ethos*; reconstruction of *ethos*.

---

<sup>1</sup> Doutora em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar); participante do Grupo de Estudos LEEDiM; professora colaboradora na Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). [paulamesti@hotmail.com](mailto:paulamesti@hotmail.com)

<sup>2</sup> Professor da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar); Coordenador do Grupo de Estudos LEEDiM; professor convidado da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT); bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, nível 1D. [baronas@ufscar.br](mailto:baronas@ufscar.br)

## PRIMEIRAS PALAVRAS

A Revista Cadernos de Estudos Linguísticos, neste número temático (vol. 61, n. 2, agosto de 2019) que comemora os 10 anos da publicação do livro *Ethos Discursivo* (São Paulo: Contexto, 2008) nos oferece a oportunidade de refletir sobre as rupturas, as ampliações e as modificações teórico-metodológicas que a noção de *ethos* sofreu com o decorrer do tempo.

Ao considerarmos que *ethos* seria “a imagem de si que se constrói na enunciação”, vimos que muitos artigos, dissertações, teses e livros que abordavam esta noção foram publicados nos últimos anos. Aprendemos com diversos autores que o conceito de *ethos* tem sua origem na Retórica de Aristóteles e que Dominique Maingueneau, em 1984, foi um dos responsáveis pela sua ressignificação no âmbito da escola francesa de Análise do Discurso. Em 1999, Ruth Amossy publicou seu livro coletivo sobre a noção de *ethos*, mobilizando autores de diferentes correntes dos estudos discursivos. Todavia, os leitores iniciados conseguem identificar que os termos “fiador”, “tom”, “corporalidade”, “incorporação do locutor”, “identidade” se referem ao campo semântico dos estudos sobre o *ethos* discursivo, especialmente, os que transitam pelos estudos discursivos, perquiridos por Dominique Maingueneau.

Apesar do reconhecimento e legitimidade que os estudos sobre o *ethos* discursivo alcançaram, em 2014, Maingueneau fez um retorno crítico a essa noção e afirmou que sua concepção usual é insuficiente para os estudos contemporâneos. A diversidade de trabalhos nessa área indica que um dos responsáveis pela necessidade de ampliações teóricas e metodológicas da noção de *ethos* discursivo é o próprio objeto de análise. Se antes do advento da web, tínhamos uma influência talvez menos marcante do *midium* no discurso, hoje o primeiro é determinante para que o segundo se constitua. Desta sorte, este artigo tem o objetivo principal de trazer a lume algumas recentes reflexões teóricas que ainda não tiveram muita visibilidade, sobretudo porque, por mais pertinentes e relevantes que sejam, são textos que ainda não foram traduzidos para a língua portuguesa (ou o foram muito recentemente). A fim de demonstrar como essas ampliações teóricas funcionam na prática, apresentaremos gestos interpretativos que utilizam essas concepções.

Utilizamos como *corpus* de análise entrevistas televisivas realizadas com a ex-presidenta Dilma Rousseff no período de 2010 a 2016. Verificamos a necessidade de se fazerem deslocamentos teórico-metodológicos, no que tange à noção de *ethos*, ao se observar o sujeito político em interação. Assim, as imagens de si não são mais construídas apenas nos enunciados da própria ex-presidenta, mas também nos enunciados dos jornalistas, seus parceiros de interação. As análises mostraram que o surgimento de novas problemáticas, a chegada de novas vontades de verdade, os diferentes perfis de jornalistas e as transformações ocorridas no atual “fazer político” foram os elementos que comprovaram que o *ethos* discursivo é um eterno trabalho de construção e reconstrução.

## 1. REFLEXÕES ATUAIS SOBRE A NOÇÃO DE *ETHOS* DISCURSIVO

Quando um não-iniciado em questões do discurso indaga um discursivista sobre o que é “*ethos* discursivo”, a resposta é quase automática: “*ethos* é a imagem de si no discurso”. Entretanto, dentro das Ciências da Linguagem, essa explicação concisa pode provocar alguns problemas de interpretação, por exemplo, a omissão de que é o destinatário que interpreta e incorpora uma imagem que determinado enunciador construiu na enunciação e não que o enunciador está produzindo um “autorretrato” em seu discurso. Entendemos que a generalização dessa resposta resumida fez com que muitos estudiosos não se inquietassem com a possibilidade dos *ethé* não serem construídos apenas por aquele que fala de si, mas também pelas imagens que os parceiros da interação constroem do seu alocutário.

No contexto francês um pouco antes, mas, no Brasil, em 2008, podemos observar o início de algumas ampliações desta noção com Patrick Charaudeau. Em seus estudos, encontramos a afirmação: “[...] o *ethos* não é mais construído pelo próprio político, mas a imagem de si resulta tanto de estratégias dele próprio, quanto da que lhe é atribuída pelo público, por boatos e pela mídia” (CHARAUDEAU, 2008, p. 182). É o que tem sido denominado como *ethos prévio*, por Maingueneau (reputação, pré-existente a um discurso particular).

Com Maingueneau, em 2010, tivemos acesso ao capítulo cinco do livro *Doze conceitos em Análise do Discurso*, em que o autor escreve sobre o *ethos* e a apresentação de si que são engendrados nos sites de relacionamento. Ao analisar os anúncios publicados nesses sites, cujo objetivo do locutor é produzir uma autovalorização, Maingueneau (2010) explica que o *ethos* pode se manifestar em quatro planos diferentes: a) através do pseudônimo adotado pelo anunciante; b) como *ethos* dito – o anunciante diz e valoriza suas virtudes; c) como *ethos* mostrado – na enunciação é possível apreender dados que apontam para uma imagem de si; d) como *ethos* construído a partir das fotos do anunciante – que podem ser convergentes ou divergentes ao *ethos* discursivo. Para esse autor, as fotos “[...] inevitavelmente levam o destinatário a construir um *ethos*” (MAINGUENEAU, 2010, p. 84).

Em 2014, a revista *Langage & Société*, dirigida por Yana Grishpun, publicou um número monográfico sobre a noção de *ethos* discursivo, não com o intuito de resolver as dificuldades impostas por esta noção, mas para tentar avançar os conhecimentos sobre este domínio. Na referida edição, podemos encontrar artigos de Ruth Amossy e Dominique Maingueneau, que visaram a uma empreitada teórica do termo, e também os trabalhos de Marion Sandré e María Alejandra Vitale, que mobilizaram a noção de *ethos* para analisar *corpora* políticos contemporâneos. Na mesma edição, Yana Grishpun aborda as dificuldades encontradas quando se pretende usar a noção de *ethos* para verificar as práticas sociais que relacionam elementos verbais e não verbais. Para este artigo, nos interessa retomar os trabalhos de Sandré, Amossy e Maingueneau.

A imagem construída pelos participantes de um debate político durante os períodos eleitorais é essencial para o convencimento dos eleitores / telespectadores. Isso porque os sujeitos políticos devem construir imagens positivas de si mesmos

e, no mesmo processo, negativas de seus oponentes. Para explicitar a importância da noção do *ethos* no gênero debate político, Sandré (2014, p. 69) analisa o debate entre François Hollande e Nicolas Sarkozy, candidatos a presidente da França, nas eleições presidenciais de 2012. Com esse propósito, a referida autora analisa como o *ethos* é construído em um gênero que se dá em interação.

Sandr e afirma que

“o *ethos* em intera o” [Chanay e Kerbrat-Orecchioni, 2007, p. 311]   construído em dois níveis: ‘a imagem *projetada* (ou *exibida*) pelo orador vem se juntar e se confrontar àquela que lhe   *atribuída* por seus parceiros de intera o’ (ibid.). Assim, em um diálogo, o *ethos*   co-construído (2014, p. 71, grifos da autora, tradu o nossa<sup>3</sup>).

A *imagem exibida*<sup>4</sup>   a imagem que o locutor constrói de si mesmo. Segundo Sandr e (2014, p. 74), os sujeitos desenvolvem estratégias discursivas para elaborar um “*ethos* de credibilidade” e um “*ethos* de identifica o” (retomando Charaudeau, 2008). Desta maneira, a imagem apresentada no discurso corresponde ao *ethos dito*, e a imagem apresentada pelo discurso seria o *ethos mostrado*<sup>5</sup>.

Já a *imagem atribu ida*   a imagem que um locutor constrói de seu parceiro de intera o. Considerando o gênero analisado pela referida autora – o debate político –, verificamos que o objetivo   contestar o *ethos* de credibilidade e de identifica o do outro, “seja construindo explicitamente uma imagem negativa dele (imagem atribu ida no discurso), seja de maneira mais indireta criticando seu discurso ou seu comportamento (imagem atribu ida pelo discurso)” (SANDR E, 2014, p. 79, tradu o nossa).<sup>6</sup>

Neste mesmo número monográfico, Amossy (2014, p. 13), por sua vez, faz algumas críticas e reflexões sobre o fato de as ciências humanas e sociais desenvolverem trabalhos com os mesmos temas e objetos de análise e, entretanto, trabalharem paralelamente, ou seja, sem que se faça um cruzamento entre elas, sem que efetivamente, ocorram diálogos interdisciplinares. A autora traz a lume a questão de a no o de *ethos* não ser explorada somente sob essa designa o nos mais diversos campos do saber, podendo também ser denominada de: “apresenta o de si”, “gestão de impressões”, “imagem corporativa”, “*branding*”. Após apresentar as especificidades do *ethos* dentro das ciências da linguagem, Amossy (2014) ressalta a relevância da argumenta o no discurso e o diálogo produtivo para ambas da retórica com a Análise do Discurso ao analisar o livro autobiográfico de S gol ne Royal – *Ma plus belle histoire, c’est vous* – publicado em 2007, após

---

<sup>3</sup> “‘L’ thos en interaction’ (ibid) se construit sur deux plans: ‘l’image projet e (ou affich e) par le locuteur vient se froter et se confronter   celle qui lui est attribuée par ses partenaires d’interaction’ (ibid.). Ainsi, dans un dialogue, l’ thos est co-construit”.

<sup>4</sup> Na tradu o do conceito *image affichée*, optamos por usar *imagem exibida*, pois consideramos que se a tradu o ficasse como *imagem mostrada* poderia causar uma certa confus o com a no o de *ethos mostrado*.

<sup>5</sup> Apresentamos uma par frase de: “image affichée dans le discours, qui correspond   l’‘ethos dit’ [...] image affichée par le discours, l’‘ethos montré”.

<sup>6</sup> “[...] soit en construisant explicitement de lui une image négative (image attribuée dans le discours), soit de façon plus indirecte en critiquant son discours ou son comportement (image attribuée par le discours)”.

sua derrota nas eleições presidenciais francesas. Nosso principal interesse nesse trabalho são as análises que a pesquisadora francesa faz do livro mostrando um “*retravail de l’ethos*”, que iremos traduzir como *reconstrução do ethos*. Neste contexto, entendemos por *reconstrução do ethos* as estratégias discursivas e argumentativas usadas por Royal para transformar um *ethos* negativo, engendrado após a derrota nas eleições presidenciais, em um *ethos* positivo, colocando-a como merecedora do apoio de seus eleitores após sua derrota nas urnas.

Antes de aprofundar suas análises, Amossy (2014, p. 23) lista ocasiões nas quais a presença da argumentação no discurso revela dimensões capitais do *ethos*: a) O *ethos* é um resultado obrigatório da enunciação, mesmo quando o locutor não fala de si; b) O “eu” pode ser considerado como porta-voz de um grupo, seria um *ethos* coletivo; c) O *ethos* se elabora em função de modelos culturais, por exemplo, a ideia que se faz de um bom pesquisador, bom jornalista, um bom presidente; d) Todo *ethos* discursivo se constrói sobre a base de um *ethos* pré-discursivo; e) O *ethos* pré-discursivo muitas vezes precisa de uma “reconstrução”. Segundo Amossy (2014, p. 23 - 24, tradução nossa), “a construção verbal de uma imagem de si sempre é feita a partir de representações pré-existentes que circulam no interdiscurso”<sup>7</sup>. A construção do *ethos* se faz por uma recuperação e uma reelaboração dessas imagens e desses modelos em função das necessidades de troca, que a interação implica. Toda apresentação de si é necessariamente um retrabalho contínuo, uma reconstrução do já-dito, do alhures; uma recuperação e uma modulação das imagens verbais e/ou verbo-visuais<sup>8</sup> já existentes. Ela pode revelar a confirmação se o *ethos* pré-discursivo é positivo e adequado à nova interação, mas ela também pode sofrer modificações e se adaptar às circunstâncias se necessário, e f) A reconstrução do *ethos* pode ser uma tentativa de reorientação e de transformação – em particular os casos onde a imagem é inadequada, negativa ou deteriorada; seria uma reparação ou restauração da imagem pública “estragada”.

As análises realizadas por Amossy (2014) apontam para o fato de que o livro autobiográfico de Ségolène Royal retoma o *ethos* pré-discursivo da candidata à presidência, demonstrando explicitamente uma imagem desfavorável que seus adversários fizeram circular:

Nessa desconstrução-reconstrução sistemática, a locutora faz mais do que modular seu *ethos* pré-discursivo como ele é definido em toda apresentação de si. Ela o reconstrói profundamente para substituir à caricatura mal-intencionada uma imagem considerada fiel à realidade e conforme às exigências de um presidencialável (AMOSSY, 2014, p. 27, tradução nossa).<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> “La construction verbale d’une image de soi se fait toujours à partir de représentations préexistantes qui circulent dans l’interdiscours”.

<sup>8</sup> Por exemplo, os traços marcantes do rosto de Hitler caricaturados em outra personagem política para indicar que também esta última pode ser considerada um sujeito com posturas nazistas.

<sup>9</sup> “Dans cette déconstruction-reconstruction systématique, la locutrice fait plus que moduler son éthos préalable comme il est de règle dans toute présentation de soi. Elle le retravaille de fond en comble pour substituer à la caricature malveillante une image dite fidèle à la réalité et conforme aux exigences d’un présidentiable”.

Neste trabalho de Amossy (2014), podemos verificar como o *ethos*, por meio de processos discursivos e argumentativos, pode ser reconstruído com o objetivo de reposicionar o enunciador no campo político, restaurando sua imagem manchada e reunindo seus eleitores tendo em vista uma ação futura.

Em um de seus mais recentes trabalhos<sup>10</sup>, Maingueneau (2014) apresenta algumas modificações para a noção de *ethos* discursivo e faz reflexões sobre a complexidade das estratégias que os destinatários devem mobilizar para atribuírem um *ethos* ao enunciador. Ao considerar que o conteúdo que os analistas dão ao *ethos* depende do tipo e do gênero do discurso que é estudado, Maingueneau (2014) propõe atribuir três dimensões ao *ethos* a fim de tornar as análises mais eficazes: categórica, experiencial e ideológica.

Maingueneau (2014) explica que essas três dimensões interagem fortemente e que os analistas, em função do gênero e do tipo de discurso, têm a tendência de filtrar essas características. O autor cita o exemplo do gênero político eleitoral no qual o analista privilegia principalmente “os predicados que pertencem ao posicionamento ideológico (de direita, pró-europeu, anarquista...) e os predicados psicológicos pertinentes (competência, autoridade, honestidade, coragem...)” (MAINGUENEAU, 2014, p. 33, tradução nossa).<sup>11</sup>

Estudar o *ethos*, para Maingueneau (2014), é se apoiar em uma realidade simples, intuitiva, em um fenômeno que é coexistente a todo uso da língua: o destinatário constrói necessariamente uma representação do locutor por meio do seu dizer e da sua maneira de dizer. É pensando nas ações dos destinatários no momento da incorporação do *ethos* que Maingueneau (2014, p. 35, tradução nossa) aponta três possíveis estratégias usadas por eles para a gestão da relação entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado: a) apagamento: instituir uma ruptura entre os dois *ethé* por um apagamento de *ethos* mostrado; b) convergência: produzir uma convergência entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado, e c) desaparecimento: fazer desaparecer o *ethos* dito e aproveitar somente o *ethos* mostrado<sup>12</sup>.

## 2. GESTOS DE INTERPRETAÇÃO: A CENOGRAFIA E OS DADOS NUMÉRICOS

Atores em interação, em diálogo: este é um mote que deve ser considerado quando pensamos no *corpus* de análise deste artigo. A forma como o *ethos* é construído na cena genérica conversacional, na qual pessoas estão em interação, pode modificar as maneiras e as estratégias de se engendrar os *ethé* discursivos. Como nos ensina Amossy (2010, p. 131), na interação face a face é necessário que

---

<sup>10</sup> Artigo publicado na revista *Langage & Société*, nº 149, setembro de 2014. Uma tradução com o título “Retorno crítico sobre o *ethos*”, realizada por Paula Camila Mesti, foi publicada no livro *Análise do Discurso: entorno da problemática do ethos, do político e de discursos constituintes*, organizado por Roberto Baronas, Paula Mesti e Renata Carreon (Campinas: Pontes, em 2016).

<sup>11</sup> “Prédicats qui ressortissent au positionnement idéologique (de droite, pro-européen, anarchiste...) et les prédicats psychologiques pertinents (compétence, autorité, honnêteté, courage...)”

<sup>12</sup> No original em francês, estas estratégias são denominadas de: “l’effacement”, “la convergence”, e “la disparition”.

se façam ajustes da imagem de si em função das respostas do interlocutor; se ele reage favoravelmente ou não em relação à sua apresentação de si, por exemplo, e, então, você pode modificar e lhe propor outro *ethos*.

O essencial na interação face a face reside no fato de que a imagem projetada por cada um dos parceiros é objeto de uma reação imediata por parte do interlocutor. [...] Nas interações propriamente ditas, a confirmação ou a crítica do outro, ao contrário, é parte integrante do processo de produção, que se realiza muitas vezes por uma série de reajustes, de retomadas, ou de retificações (AMOSSY, 2010, p. 132, tradução nossa).<sup>13</sup>

No que concerne o gênero discursivo entrevista televisiva, pode-se dizer que ele tem como característica a conversação entre duas ou mais pessoas: o entrevistador faz perguntas para obter informações do entrevistado. Os jornalistas/apresentadores ocupam os papéis de entrevistadores e as posições de enunciador e coenunciador. No que concerne aos nossos dados, a presidenta, por exemplo, ocupa o lugar de entrevistada e também as posições de enunciadora e coenunciadora da cena de enunciação. Outras características dessa cena genérica são: a gestão dos turnos de fala, o controle dos temas e dos tipos de perguntas. O entrevistado, geralmente, responde ao que lhe é perguntado pelo entrevistador, não podendo escolher o tema ou o direcionamento das indagações que lhes são feitas. Retomando os estudos feitos por Amossy (2010, p. 136), no gênero entrevista ocorre uma dupla gestão da apresentação de si, mais que isso, ocorre uma confrontação de imagens: de um lado, tem-se o entrevistado que quer se apresentar ao seu público; e, do outro, a imagem que é engendrada pelo seu entrevistador. Essa gestão das imagens nem sempre é a garantia de que elas estão numa relação de aliança, na maioria das vezes o que se tem é uma relação polêmica, isto é, a imagem que o entrevistado produz de si entra em confronto com a imagem que o entrevistador possui do seu entrevistado.

Dessa maneira, nos vídeos analisados, o quadro cênico é assim descrito: constrói-se uma cenografia de conversa, de diálogo amigável que coloca em contato indivíduos que mantêm uma interação entre si e o destinatário/telespectador que ouve/observa a interação dos atores. O gênero discursivo entrevista televisiva, apesar de ser suscetível a cenografias variadas, inúmeras vezes se atém a cenografias já validadas, como a conversa amigável.

Como o nosso *corpus* de análise é formado por sete entrevistas televisivas<sup>14</sup> feitas com a então presidenta Dilma Rousseff, nossa primeira entrada no *corpus*

---

<sup>13</sup> “L’essentiel dans l’interaction en face à face réside dans le fait que l’image projetée par chacun des partenaires fait l’objet d’une réaction immédiate de la part de l’interlocuteur. [...] Dans l’interactions à proprement parler, la confirmation ou la critique de l’autre fait au contraire partie intégrante du processus de production, qui s’effectue souvent par une série de réajustements, de reprise, voire de corrections”.

<sup>14</sup> Neste artigo estamos apresentando uma parte das análises que constituem nossa tese de doutorado intitulada “Michelle, Cristina e Dilma: a construção dos *ethé* femininos nos discursos políticos sul-americanos?”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Linguística da UFSCar, em 2017. Como em nossa pesquisa também analisamos as entrevistas de outras duas ex-presidentas (do Chile e da Argentina), decidimos usar apenas uma entrevista de cada ano de mandato dessas mulheres políticas para que não ficasse uma quantidade exorbitante de vídeos.

foi feita com a finalidade de reconhecer quais tipos de perguntas eram feitas para ela e tivemos como resultado a seguinte tabela:

<b>Entrevistas realizadas no primeiro e segundo mandatos de Dilma Rousseff</b>						
Canal de Difusão	Data	Tempo de Entrevista	Questões pessoais	Questões de Gênero	Questões de Economia/ Política	Total de questões
TV Record	1º/10/2010	15 min	06	02	08	16
Rede Globo	1º/03/2011	37 min	26	07	11	44
Rede Globo	11/09/2011	23 min	47	05	19	71
SBT	07/10/2013	57 min	35	-	14	49
Globo News	12/07/2014	50 min	04	-	10	14
Rede Globo	12/06/2015	70 min	11	02	11	24
SBT	21/08/2016	40 min	33	02	80	115
<b>Total</b>	<b>7 entrevistas</b>	<b>292 min</b>	<b>162</b>	<b>18</b>	<b>153</b>	<b>333</b>

**Tabela 1:** Demonstração quantitativa das perguntas feitas para Dilma Rousseff.

Assim, as sete entrevistas escolhidas entre 2010 e 2016, anos de seus dois mandatos, mostram que foram feitas ao todo 333 perguntas para a presidenta. Destas, mais da metade, cerca de 162, eram de cunho pessoal (entenda-se vida pessoal, infância, memória, gostos...), a outra grande parte, 153 perguntas, referiam-se a economia, política e história; apenas 18 questões voltaram-se ao gênero, sobre ser mulher, sobre ser a primeira mulher presidenta da República.

Esses números revelam um grande interesse na vida pessoal da presidenta. Talvez as mídias façam isso para chamar a atenção do telespectador e garantir a audiência; talvez haja um interesse na vida privada das personalidades públicas; o fato é que mesmo as entrevistas consideradas mais sérias continham perguntas de cunho pessoal. Esses números também mostram a diferença entre tempo de entrevista e quantidade de perguntas realizadas. Isso nos faz refletir sobre a qualidade dessas perguntas e respostas. Por exemplo, em 2015, a entrevista durou 70 minutos e teve 24 perguntas; em contrapartida, no ano seguinte, observamos outra entrevista na qual 115 perguntas foram feitas no período de 40 minutos.

Apesar de o número total de perguntas pessoais ser maior que as perguntas dedicadas à economia e à política, podemos ver também nesse quadro uma interessante diminuição na quantidade de questões pessoais feitas nos últimos anos de mandato da presidenta Dilma Rousseff. Ao assistirmos às entrevistas, percebemos que a maior quantidade de perguntas se relacionava às circunstâncias socioculturais e econômicas daquele período. Mas este fato também demonstra como a mídia mudou o foco e, com ele, sua maneira de construção da imagem da presidenta. Cumpre destacar também que diferentemente do segundo mandato, no primeiro, a presidenta ainda era pouco conhecida nos meandros da política brasileira, uma vez que ainda não havia exercido cargos eletivos.



Ao analisar uma entrevista de cada ano que ficou no exercício do poder, podemos verificar como a imagem da presidenta do Brasil foi sendo engendrada ao longo dos seus quase seis anos de permanência do Palácio do Planalto e isso será possível de ser verificado no enunciado dos jornalistas e em seus próprios enunciados.

As sete entrevistas utilizadas foram realizadas por quatro canais de difusão diferentes: Tv Record, Rede Globo, SBT e Globo News. Este dado fez com que o tipo de entrevista e, conseqüentemente, o tipo de pergunta se diferenciasse de uma emissão para outra. Há entrevistas que são mais especulativas e voltadas para o entretenimento, em que podemos observar muitas perguntas pessoais, é o caso da entrevista feita pela apresentadora Ana Maria Braga em 2011; outras entrevistas são voltadas quase que exclusivamente para a temática política e economia, talvez pelo momento em que ela tenha sido feita, em 2014, ano da reeleição de Dilma Rousseff, como foi o caso da jornalista Renata Lo Prete; e entrevistas que possuem um cunho “investigativo”, trazem “outras vozes”, ou seja, outras pessoas falando sobre a presidenta, para serem apresentadas durante a entrevista, ou apresentam fotos antigas, uma mistura entre entrevista e reportagem, como foi o caso da entrevista feita por Roberto Cabrini, em 2016.

Ao se observarem os tipos de perguntas que eram feitas à presidenta, começamos a nos indagar quanto à possibilidade de haver ali, exatamente na pergunta, uma imagem forjada do sujeito político. Uma imagem que algumas vezes é convergente com a imagem construída a partir da resposta dada, mas que em outras vezes precisa ser reconstruída, retrabalhada, reinventada. O contato com as 333 perguntas feitas para Dilma Rousseff possibilitou a verificação de algumas regularidades que foram se manifestando ao longo dos anos analisados, por exemplo, a retomada de algumas questões específicas. Em uma análise mais aprofundada, podemos organizar o *corpus* em cinco quadros temáticos: Futilidades, Ser mulher, Ser durona, Papel da mídia e Presença de Lula. Entretanto, devido à quantidade de análises que esses quadros ofereceram, neste artigo nos deteremos nas análises dos *ethé* discursivos que foram engendrados pelo quadro temático “Ser durona”.

### **3. DURONA VERSUS RESISTENTE: AS IMAGENS (RE) CONSTRUÍDAS**

Das setes entrevistas utilizadas em nossas análises, verificamos que o tema “ser durona” aparece em cinco delas. Nem sempre exatamente com esta construção sintática, mas com os sentidos muito aproximados. Os jornalistas perguntavam: “A senhora é durona mesmo?”; “[...] a senhora é muito exigente?”; “[...] você se acha pavio curto?”; “A senhora é fria, seca e insensível como eles dizem?”. Independentemente de como a pergunta era feita, as respostas da presidenta Dilma Rousseff sempre foram muito firmes e coerentes entre si: temos exemplos em que ela enuncia: “[...] eu tenho de ser dura”; “E eu sou uma pessoa assertiva”; “[...] eu sou exigente”; “Eu sou uma pessoa resistente”.

Como as perguntas neste quadro temático são muito parecidas e, por isso, engendram *ethé* muito semelhantes entre si, vamos demonstrar a análise de apenas duas entrevistas: a primeira, feita por Patrícia Poeta, se assemelha aos outros exemplos encontrados nas entrevistas dos outros anos, e a segunda destoa um pouco porque poderemos observar um *ethos* negativo da presidenta.

Na entrevista feita por Patrícia Poeta em 2011, temos a seguinte pergunta e resposta:

(1) **Patrícia Poeta – 2011/2 – 2’19:** Agora, Presidente, vamos esclarecer algo que eu acho que virou meio lenda aqui, que é o jeitão da Presidente, que é o estilo. A senhora é durona mesmo?

(2) **Dilma Rousseff para Patrícia Poeta – 2011/2 – 2’29:** Olha, uma vez eu disse e ninguém entendeu. Eu disse achando que eu tava fazendo uma ótima piada, mas o pessoal não entendeu direito não. Eu disse o seguinte: é que eu sou a única mulher dura cercada de homens todos meigos aqui. Nenhum é duro, nenhum é tranquilo e firme. Então é uma coisa absurda. Só porque eu sou mulher e tô num cargo que obviamente é de autoridade, eu tenho de ser dura. Se fosse um homem, já viu alguém chamar, aqui no Brasil, alguém falar: “Não, fulano tá no cargo e ele é uma pessoa durona”. Não. Homem pode ser durão, mulher não. É! E eu sou uma pessoa assertiva. Que neste cargo que eu ocupo, eu tenho que exercer a autoridade que o povo me deu. Eu tenho que achar que podemos sempre um pouquinho mais, que vamos conseguir um pouquinho mais e que vai sair um pouco mais perfeito e que a gente vai conseguir. Se eu não fizer isso, né, eu não dou o exemplo e as coisas não saem.

Temos alguns dados interessantes nessa curta pergunta feita pela jornalista Patrícia Poeta. O fato de ela enunciar “[...] acho que virou meio lenda aqui”, já nos indica que essa imagem de “durona” é uma imagem que foi sendo construída discursivamente, seja por comentários midiáticos, por boatos, por manchetes de jornais. Na pergunta: “A senhora é durona mesmo?”, temos uma imagem já construída de que a presidenta seria “durona”, o advérbio de modo “mesmo” nos faz compreender que o que está sendo indagado é se esse “ser durona” seria verdade ou não na concepção da presidenta. Teríamos, assim, uma *imagem atribuída*, produto de um alhures discursivo, ou seja, que foi construída no enunciado da jornalista, e que pode ser interpretada como positiva ou negativa, dependendo de como o destinatário consideraria a representação daquilo que é ser “durona”. Essa *imagem atribuída* engendrada no enunciado do entrevistador contribui para a construção e a complementação da imagem do entrevistado a partir de representações pré-existentes. Assim, o entrevistador auxilia na construção de uma imagem mais ampla do político.

Na resposta da presidenta Dilma Rousseff, podemos identificar que essa imagem de “durona” começou a circular a partir de um enunciado que ela mesma teria produzido e que foi mal interpretado: “[...] é que eu sou a única mulher dura cercada de homens todos meigos aqui”. Tanto nesse enunciado, quanto nas respostas dadas às outras perguntas feitas nos outros anos, conseguimos identificar que a presidenta afirma “ser dura” ao se referir à sua maneira de trabalhar e de exigir que seus assessores tenham a mesma dedicação. Especificamente neste enunciado que estamos analisando, podemos notar que a entrevistada se justifica ao dizer que ela precisa ser dura por estar ocupando um cargo de autoridade.

Segundo Charaudeau (2008), no discurso do *ethos de sério* encontra-se a noção que o político possui de realidade e de realizável. Buscando o bem-estar do cidadão, o sujeito não faz promessas impossíveis e não possui sonhos utópicos de melhoria, atitudes que garantem o ar de seriedade desta construção discursiva. Seguindo essa definição de *ethos de seriedade*, podemos asseverar que o destinatário poderá incorporá-lo ao perceber a preocupação da presidenta em cumprir bem o seu papel de mandatária, em querer o melhor para a nação.

O fato de ser a primeira mulher a ocupar o cargo de presidente no Brasil é retomado ao longo das análises das entrevistas. A singularidade de se ter uma mulher exercendo cargo de autoridade foi o que nos chamou a atenção para os tipos de perguntas que eram feitas. Da mesma maneira, nesse excerto da presidenta é enunciado que, segundo os estereótipos da imagem de mulher, não é esperado que ela seja dura, exigente, firme. Seria, então, devido ao estereótipo já cristalizado de que a mulher é o sexo frágil que fez com que o enunciado de Dilma “eu sou a única mulher dura” ganhasse uma ampla circulação e contribuísse para a construção de uma imagem negativa da presidenta. Como ela explica: “[...] Homem pode ser durão, mulher não.”

A entrevista feita por Roberto Cabrini, em 04 de agosto de 2016, se dá em um momento sócio-histórico bem específico da presidenta Dilma Rousseff: após ter sido acusada de suposta improbidade administrativa, de desrespeitar a lei orçamentária e de estar envolvida com atos de corrupção na Petrobrás, em 02 de dezembro de 2015 iniciou-se o processo de impedimento da continuidade do mandato da presidenta. O processo se encerrou em 31 de agosto de 2016, resultando na cassação do mandato. Desta maneira, Dilma Rousseff tornou-se também a primeira mulher a sofrer impeachment no Brasil. Acreditamos que devido a essa circunstância, a entrevista realizada pelo jornalista Roberto Cabrini possua tantas questões de cunho econômico / político / histórico – 80 questões de um total de 115.

Na pergunta que trouxemos para nossas análises, o jornalista se utiliza da “imagem de durona” que já circulava na sociedade para criar uma *imagem atribuída* positiva: ao enunciar que até mesmo os inimigos da entrevistada enxergavam como qualidade o fato de ela ser rigorosa, detalhista e linha dura na administração para, em seguida, reverter essa construção para uma imagem negativa. Como podemos observar na sequência:

(3) **Roberto Cabrini – 2016 – 19’57 vídeo II:** Até mesmo os seus inimigos reconhecem que a senhora é uma pessoa rigorosa, detalhista e sempre foi linha dura na administração. Como é que uma pessoa com esse perfil não tinha conhecimento desse monumental esquema de corrupção no Brasil?

(4) **Dilma Rousseff para Roberto Cabrini – 2016 – 20’10 vídeo II:** Se eu tivesse conhecimento disso, Ministério Público, a Polícia Federal, o STF e todos os demais órgãos seriam desnecessários. Porque uma pessoa senta ali no Conselho da Administração, e sabe tudo. Isso não existe.

Qualquer possível imagem positiva de Dilma Rousseff é desconstruída quando o jornalista pergunta para a presidenta como, apesar de ela ser tão “linha

dura na administração”, ela não soube sobre o esquema de corrupção no país. Ao enunciar sobre a sua falta de conhecimento, destacam-se vestígios que legitimariam a construção de uma *imagem atribuída negativa* da presidenta, isto é, que esta última estaria mentindo aos brasileiros.

Em sua resposta para o jornalista, a ex-presidenta Dilma Rousseff faz uma tentativa de desconstruir um possível *ethos negativo* que os destinatários pudessem ter produzido. Nas palavras da presidenta é explicado que ninguém tem acesso a todas as informações: “[...] Isso não existe”. A entrevistada legitima seu argumento dizendo que se fosse possível saber de tudo, não seria necessária a existência dos órgãos reguladores como Ministério Público, a Polícia Federal e o STF. Ao destacar sua função enquanto presidenta da República e enunciar sobre o fazer político, Dilma Rousseff reconstrói seu *ethos de competência*, (re)construindo uma imagem positiva perante o destinatário.

O tema “ser durona” foi tão recorrente ao longo dos dois mandatos de Dilma Rousseff que ela mesma comenta sobre a imagem que a mídia tentou construir:

(5) **Dilma Rousseff para Roberto Cabrini – 2016 – 8’40 vídeo II:** Total. Eu vejo... há uma construção de uma imagem que eles querem mostrar que eu sou fria, seca e insensível de um lado, né?! Uma pessoa dura. [...] Óbvio que eu não sou fria, seca e insensível. Isso é uma, uma vamos dizer, um trabalho de, de imagem desconstruída, negativa. Eu não sou fria, seca e insensível, né?! Eu sou uma pessoa resistente. Eu sou uma pessoa firme. Eu não me abato na primeira curva do caminho.

Ao dizer que houve a tentativa de uma desconstrução de sua imagem, que os meios de comunicação pretenderam mostrá-la como “fria, seca e insensível”, mas que na realidade ela não é, logo, para a ex-presidenta, isso seria uma inverdade. Desta maneira, a presidenta faz uma denúncia do papel pouco neutro que as mídias teriam. Com esta “denúncia”, a entrevista engendra pra si mesma um *ethos de caráter*, que segue fielmente as convenções sociais e a moral vigente, demonstrando possuir uma força de espírito, força de quem não consegue ficar calada diante de inverdades.

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Com base no nosso *corpus* de análise, podemos dizer que foi ele quem nos mostrou a necessidade de ir além da versão resumida da noção de *ethos*: imagem de si construída no discurso. As entrevistas televisivas, constituídas por perguntas dirigidas à então presidenta do Brasil, repletas de estereótipos, de questões pessoais e de perguntas desinteressantes (do ponto de vista histórico e econômico), foram as que abriram caminhos para as reflexões acerca do *ethos* discursivo e da reconstrução da imagem de si no e pelo discurso.

As análises, em seu turno, nos mostraram como a imagem de durona da ex-presidenta foi construída discursivamente alhures, sobretudo, pela mídia. Verificamos que os jornalistas construíram inúmeras vezes *imagens atribuídas negativas* de Dilma Rousseff e que essas imagens eram divergentes dos *ethé positivos* engendrados pela mandatária. Foi possível observar, ainda, a manobra de

reconstrução do *ethos* discursivo no exemplo em que o jornalista havia formulado uma *imagem negativa* e a ex-presidenta conseguiu produzir enunciados que contribuíram para que o destinatário transformasse aquela imagem em um *ethos de competência*. Com o aprofundamento das análises das entrevistas feitas com a ex-presidenta Dilma Rousseff, podemos observar que os estudos atuais sobre a noção de *imagem exibida*, *imagem atribuída* e *ethos discursivo* são bastante profícuos. Após trazermos a lume os estudos realizados por Maingueneau (2014), Amossy (2014) e Sandré (2014), consideramos que este artigo tenha contribuído, mesmo que minimamente, para o início da divulgação e da circulação das novas tendências teóricas sobre o *ethos* discursivo no Brasil.

---

## REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. Dynamiques interactionnelles: La gestion collective de l'ethos. In: AMOSSY, Ruth. *Le présentation de soi: ethos et identité verbale*. Presse Universitaire de France: Paris, 2010, p. 131-144.
- AMOSSY, Ruth. L'ethos et ses doubles contemporains perspectives disciplinaires. *Revue Langage & Société: Ethos discursif*, n° 149. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2014, p. 13-30.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2008.
- GRINSHPUN, Yana (org.). Ethos Discursif. In *Revue Langage & Société*, n° 149, 2014, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do Ethos. Trad. Luciana Salgado. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008, p. 11-32.
- MAINGUENEAU, Dominique. Retour critique sur l'ethos. In: *Revue Langage & Société: Ethos discursif*, n° 149. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2014, p. 31-48.
- SANDRÉ, Marion. Ethos et interaction: analyse du débat politique Hollande-Sarkozy. *Revue Langage & Société: Ethos discursif*, n° 149. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2014, p. 69-84. DOI: [10.3917/ls.149.0031](https://doi.org/10.3917/ls.149.0031)

Recebido: 25/03/2019

Aceito: 23/04/2019

Publicado: 26/08/2019