



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LÍNGUA E CULTURA**



GEISA FRÓES DE FREITAS

**DAS REDES ÀS URNAS: O DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL NA
ORDEM DA REDE SOCIAL**

**SALVADOR-BA
2019**

GEISA FRÓES DE FREITAS

**DAS REDES ÀS URNAS: O DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL NA
ORDEM DA REDE SOCIAL**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Língua e Cultura, do Instituto de Letras, da Universidade Federal da Bahia, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Língua e Cultura.

Área de concentração: Linguagem, Cognição e Discurso

Orientador: Profa. Dra. Lícia Maria Bahia Heine

Co-orientador: Prof. Dr. Jocenilson Ribeiro dos Santos

SALVADOR-BA

2019

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA), com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Freitas, Geisa Fróes de

Das redes às urnas: o discurso político eleitoral na ordem da rede social / Geisa Fróes de Freitas. -- Salvador, 2019.
381 f.

Orientadora: Lícia Maria Bahia Heine.

Coorientador: Jocenilson Ribeiro dos Santos.

Tese (Doutorado - Programa de Pós graduação em Língua e Cultura) -- Universidade Federal da Bahia, Instituto de Letras - Universidade Federal da Bahia, 2019.

1. Discurso político eleitoral. 2. Redes Sociais. 3. Análise do Discurso. 4. Semiologia histórica. 5. Ethos semiotizado. I. Bahia Heine, Lícia Maria. II. Ribeiro dos Santos, Jocenilson. III. Título.

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Lícia Maria Bahia Heine
(Presidente e Orientadora, PPGLinC, UFBA)

Prof. Dr. Jocenilson Ribeiro dos Santos
(Co-orientador, UNILA)

Profa. Vanice Ma. de Oliveira Sargentini
(PPGL/UFSCar)

Prof. Dr. Nilton Milanez
(PPGEL, UEFS)

Profa. Dra. Danielle de Oliveira
(PPGLinC, UFBA)

Prof. Dr. Elmo José dos Santos
(PPGLinC, UFBA)

AGRADECIMENTOS

A tessitura de uma tese é uma travessia, por vezes, solitária, mas também é o entrecruzamento de vidas, sobretudo daquelas que nos acompanham e nos motivam na jornada diária de superação e fé, por isso, agradeço:

Ao Criador de tudo o que é, gratidão por ter me sustentado até aqui!

Aos meus orientadores que, com generosidade, sabedoria e paciência contribuíram enormemente para o andamento e para a concretização dessa pesquisa.

À minha querida professora-orientadora, Profa. Dra. Lícia Heine, pela condução cuidadosa deste trabalho, pela confiança, pelo acolhimento, pelo incentivo, pelas leituras, pela oportunidade de aprendizado constante e, sobretudo, por me permitir avançar nas pesquisas do Mestrado até o Doutorado.

Ao meu estimado co-orientador, Prof. Dr. Jocenilson Ribeiro, pelas inúmeras contribuições que deu para o andamento deste trabalho, por ter aceitado me co-orientar com ternura e com comprometimento, acompanhada de sua leitura cuidadosa e atenta, apontando caminhos para a pesquisa, doando livros, sugestões de referências e seu tempo.

Aos membros da Banca Examinadora, pela participação, pela leitura atenciosa e pelas ricas contribuições.

À Profa. Dra. Vanice Sargentini, por sua inestimável contribuição a esta tese.

Aos meus professores da UEFS e da UFBA, que contribuíram para minha formação.

Ao programa de Pós-Graduação em Língua e Cultura da Universidade Federal da Bahia.

Aos meus pais, Domingos e Helenita, pelo amor, pelos ensinamentos, pelas palavras que me encorajaram a continuar a minha jornada acadêmica.

Ao meu querido companheiro, Lahiri Trajano, pelo afetuoso e constante apoio durante esse percurso. Agradeço por sua escuta, seu encorajamento e seu amor.

Aos meus amigos e companheiros que a vida acadêmica me deu: Jô, mais que um amigo, um irmão, obrigada pela amizade, pelo acolhimento, pelo encorajamento e pelo companheirismo durante toda trajetória acadêmica. Suas palavras de incentivo ficarão para sempre comigo: “essa tese é para quem tem coragem e vontade!”; A Riccel, pela amizade e pela generosidade na tradução do *abstract*; Lucas, pelas trocas, pela parceria e pela amizade; Annalena, pelo incentivo e pela amizade.

Aos queridos Eduardo Teixeira, Sandra Paula, Thiago Fraga, Alick Vasconcelos, Daniela Sinotti, Carol Serva, Raquel Minako e Ana Rosa. Agradeço por terem sido instrumento de luz e consciência nesta caminhada.

A todos e a todas que, mesmo à distância, estiveram sempre presentes em minha vida e vibraram pelo êxito deste trabalho.

Gracias a la vida que me ha dado tanto!!!

EPÍGRAFE

[...] pourquoi est-ce que je m'intéresse autant à la politique? Pour vous répondre très simplement, je dirais: pourquoi ne devrais-je pas être intéressé? Quelle cécité, quelle surdité, quelle densité d'idéologie auraient le pouvoir de m'empêcher de m'intéresser au sujet sans doute le plus crucial de notre existence, c'est-à-dire la société dans laquelle nous vivons, les relations économiques dans lesquelles elle fonctionne, et le système qui définit les formes régulières, les permissions et les interdictions régissant régulièrement notre conduite? L'essence de notre vie est faite, après tout, du fonctionnement politique de la société dans laquelle nous nous trouvons.

Michel Foucault, ([1974], 2006)

Maio de 1968, França



Fonte: *noize.com.br*

Maio de 2019, Brasil



Fonte: *midianinja.org*

“o acontecimento, no ponto de encontro de uma atualidade e uma memória”
(PÊCHEUX, 1983, p.17).

RESUMO

FREITAS, Geisa Fróes de. **Das redes às urnas: o discurso político eleitoral na ordem das redes sociais. 2019. 381 f.** Tese (Doutorado em Língua e Cultura) – Instituto de Letras. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2019.

Nas sociedades democráticas modernas, as formas de produção política vêm sofrendo profunda interferência em razão dos avanços das tecnologias e mídias digitais. Nesse contexto, as novas formas de configuração do discurso político engendradas, sobretudo, nas redes sociais, tornaram-se um vasto campo de investigação a partir dessa relação. Desse modo, propomos, neste trabalho, analisar como se dá o funcionamento do discurso político-eleitoral contemporâneo na rede social *Facebook*, fundamentados nos postulados da Análise do Discurso de filiação francesa, derivada dos trabalhos de Michel Pêcheux e associada às contribuições da semiologia histórica, concepção proposta por Jean-Jacques Courtine, que visa articular a materialidade verbal e não-verbal na constituição histórica dos sentidos, pautada na noção de enunciado foucaultiano. Para tanto, o *corpus* mobilizado para esta pesquisa é constituído por postagens realizadas por quatro candidatos à eleição municipal de Salvador-BA/pleito 2016 – ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sargento Isidório (PDT) e Fábio Nogueira (PSOL). Foram selecionados perfis e páginas oficiais desses candidatos na plataforma *Facebook*, durante o período de campanha eleitoral (de agosto a outubro de 2016), constituídos por sequências enunciativas que dizem respeito às regularidades do discurso (materialidades, temáticas). Mais especificamente, buscamos compreender como ocorre a adequação do discurso às condições de produção impostas pelo espaço virtual, regidas pela ordem da liquidez dos discursos, da língua e das multiplicidades de linguagens. Para tanto, entendemos que a noção de semiologia histórica courtiniana, articulada no âmbito do programa de pesquisa da Análise de Discurso, constitui-se numa importante abordagem para tomarmos como ponto de partida a reflexão sobre a relação das metamorfoses do discurso político contemporâneo e a questão da discursividade constituída por materialidade sincrética emergente das redes sociais, nas quais corpo, voz, gestos, verbo e uma série de imagens (*selfie*, fotografia, *live*, videomontagem) produzem sentidos, o que torna, assim, evidente o apelo por uma análise semiológica desses discursos que extrapole a materialidade unicamente verbal. De antemão, podemos dizer que, através das análises, foi possível observar que as campanhas políticas eleitorais, inscritas nas redes sociais, tornaram-se diversificadas e amplificadas, conforme notamos os diversos dispositivos e recursos materiais nas mais diversas produções do discurso político e suas formas de interação, visibilidade, espetacularização, que modificaram tanto os modos de produção e circulação do discurso, como os modos de apresentação de si do sujeito político. Um outro aspecto importante com relação à temática foi a predileção dos candidatos pela pauta das minorias, em que se destacaram as mulheres, a população negra e os grupos LGBT+.

Palavras-chave: Análise do discurso; Semiologia história; Discurso político-eleitoral baiano; Redes sociais; *Ethos* semiotizado.

RÉSUMÉ

FREITAS, Geisa Fróes de. **Des réseaux aux urnes : le discours politique électoral à l'ordre des réseaux sociaux 381 f.** Thèse (doctorat en langue et culture) – Institut de lettres. Université fédérale de Bahia. Salvador, 2019.

Les formes de production politique au sein des sociétés démocratiques modernes subissent de profonds changements en raison des progrès des technologies et des médias numériques. Dans ce cadre, les configurations du discours politique engendrées, particulièrement sur les réseaux sociaux, sont devenues, sur la base de cette nouvelle relation, un vaste champ d'investigation. Ainsi, le propos de notre travail consiste à analyser le fonctionnement du discours politico-électoral contemporain sur le réseau social *Facebook*. À cet effet, nous nous fondons sur les postulats de l'analyse de discours française, dérivée des travaux de Michel Pêcheux, que nous associons aux contributions de la sémiologie historique, une conception proposée par Jean-Jacques Courtine et qui vise à articuler la matérialité verbale et non verbale dans la constitution historique des sens, sur la base de la notion de l'énoncé foucauldien. Le corpus mobilisé pour cette recherche regroupe des posts publiés par quatre candidats pour l'élection municipale à Salvador, dans l'État de Bahia, en 2016 – ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sargento Isidório (PDT) et Fabio Nogueira (PSOL). Plusieurs profils ainsi que des pages officielles de ces quatre candidats ont été sélectionnés sur la plateforme *Facebook*, durant toute la période de la campagne électorale (août-octobre 2016), qui comporte des séquences énonciatives se rapportant aux régularités du discours (les matérialités, les thématiques). Plus précisément, nous entendons saisir les modalités d'adéquation du discours aux conditions de production imposées par l'espace virtuel et régies par l'ordre de la liquidité des discours, de la langue et des multiplicités de langage. De la sorte, la notion de sémiologie historique courtinienne, articulée au programme de recherche en analyse du discours, représente une approche importante pour notre réflexion sur la relation entre les métamorphoses du discours politique contemporain et la question d'une discursivité caractérisée par une matérialité syncrétique émergente des réseaux sociaux. Les sens y sont produits par le corps, la voix, les gestes, le verbe et une série d'images (selfie, photographie, *live*, montage vidéo), ce qui justifie pleinement de recourir à une analyse sémiologique de ces discours qui soit en mesure d'extrapoler la matérialité purement verbale. Nos analyses ont révélé que les campagnes politiques électorales, inscrites sur les réseaux sociaux, se sont diversifiées et amplifiées. Les productions du discours politique s'y manifestent en effet par une grande variété de dispositifs et de ressources matérielles, par des formes diverses d'interaction, de visibilité, de spectacularisation, qui ont modifié tout autant les modes de production et de circulation du discours que les modes de présentation de soi du sujet politique. En ce qui a trait à la thématique, les candidats se sont significativement distingués par leur prédilection pour la cause des minorités, notamment les femmes, la population noire ainsi que les groupes LGBT+.

Mots-clés : analyse du discours ; sémiologie historique ; discours politique et électoral de Bahia ; réseaux sociaux ; *ethos* sémiotisé.

ABSTRACT

FREITAS, Geisa Fróes de. **From the networks to the polls: the electoral political discourse in the order of social networks. 2019. 381 f.** Dissertation (Doctoral degree in Language and Culture) – Institute of Languages. Federal University of Bahia (UFBA). Salvador, 2019.

In modern democratic societies, forms of political production have been profoundly interfered with advances in digital technologies and media. In this context, the new ways of configuration of political discourse engendered, above all, in social networks, have become a vast field of investigation based on this relationship. Consequently we propose in this paper to analyze how the contemporary political-electoral discourse works on the *Facebook* social network, based on the postulates of Discourse Analysis of French affiliation, derived from the works of Michel Pêcheux, associated with the contributions of Historical Semiology, conception proposed by Jean-Jacques Courtine, which aims to articulate verbal and nonverbal materiality in the historical constitution of the senses, based on the notion of Foucaultian utterance. Therefore, the corpus mobilized for this research consists of posts made by the four candidates for the municipal election of Salvador-BA / 2016 election - ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sergeant Isidório (PDT) and Fábio Nogueira (PSOL). Profiles and official pages of these candidates were selected on the *Facebook* platform during the election campaign period (from August to October 2016), consisting of enunciative sequences that concern the regularities of the speech (materialities, issues). More specifically, we seek to understand how the discourse adapts to the conditions of production imposed by the virtual space, governed by the order of liquidity of discourses, language and multiplicity of languages. Thus, we understand that the notion of courtinian historical semiology, articulated within the Discourse Analysis research program, constitutes an important approach to take as a starting point the reflection on the relationship of the metamorphoses of contemporary political discourse and the issue of discursivity constituted by syncretic materiality emerging from social networks, in which body, voice, gestures, verb and a series of images (selfie, photography, live, videomontage) produce meanings, thus becoming evident the appeal for a semiological analysis of these speeches that go beyond purely verbal materiality. In the analysis, it was possible to observe that the electoral political campaigns, registered in the social networks, became diversified and amplified, as we notice the diverse devices and material resources in the most diverse productions of the political discourse, and their forms of interaction, visibility, spectacularization, that changed both the modes of production and circulation of discourse and the modes of self-presentation of the political subject. Another important aspect regarding the theme was the candidates' preference for the minority agenda, in which women, the black population and LGBT + groups stood out.

Keywords: Discourse analysis; historic semiology; Bahian political-electoral speech; Social networks; Semiotized Ethos.

RESUMEN

FREITAS, Geisa Fróes de. **De las redes a las urnas: el discurso político electoral en el orden de las redes sociales**, 2019. 381 f. Tesis (Doctorado en Lengua y Cultura) – Instituto de Letras. Universidad Federal de Bahia. Salvador, 2019.

En las sociedades democráticas modernas, las formas de producción política vienen sufriendo una profunda interferencia debido a los avances tecnológicos y a los medios digitales. En ese contexto, las nuevas formas de configuración del discurso político, aglomeradas, sobre todo, en las redes sociales, se convirtieron en un campo de investigación. De ese modo, proponemos en el siguiente trabajo analizar cómo se genera el funcionamiento del discurso político-electoral contemporáneo, en redes sociales como *Facebook*, fundamentándonos en los postulados del Análisis del Discurso francés, proveniente de los trabajos de Michel Pêcheux, asociada a la noción semiológica histórica, concepción propuesta por Jean-Jacques Courtine, que busca articular la materialidad verbal y no-verbal en la constitución histórica de los sentidos, pautados en la noción de enunciado foucaultiano. Por lo tanto, el cuerpo de la investigación es constituido por publicaciones realizadas por los cuatro candidatos de las elecciones municipales de Salvador-BA/pleito 2016 – ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sargento Isidório (PDT) y Fábio Nogueira (PSOL). Fueron seleccionados perfiles y páginas oficiales de dichos candidatos en las plataformas de *Facebook*, durante el periodo de campaña electoral (de agosto a octubre de 2016), compuesto por secuencias enunciativas las cuales corresponden respecto a las regularidades del discurso (materialidades, temáticas). Más específicamente el intento es comprender cómo se manifiesta el discurso en las condiciones de producción impuestas por el espacio virtual, dominadas por el orden de liquidez de los discursos, de la lengua y de las multiplicidades de lenguajes. De ese modo, entendemos que la noción de semiología histórica courtiniana, articulada en el ámbito del programa de investigación de Análisis del Discurso, se constituye en un abordaje importante para tomar así como punto de partida la reflexión sobre la relación de las metamorfosis del discurso político contemporáneo y la discursividad constituida por materialidad sincrética emergente de las redes sociales, donde cuerpo, voz, gestos, verbo y una serie de imágenes (*selfie*, fotografía, *live*, video montaje) producen sentidos, haciéndose, así, evidente el apelo por un análisis semiológico de esos discursos que extrapole la materialidad únicamente verbal. En los análisis, fue posible observar que las campañas políticas electorales, inscritas en las redes sociales, se diversificaron y ampliaron, conforme podemos notar, los diversos dispositivos y recursos materiales en las más diversas producciones del discurso político, y sus formas de interacción, visibilidad, espectacularización, que modificaron tanto los modos de producción y circulación del discurso como los modos de presentación de sí del sujeto político. Un otro aspecto importante con relación a la temática fue la predilección de los candidatos por la pauta de las minorías, en que se destacan las mujeres, la población negra y los grupos LGBT+.

Palabras-clave: Análisis del discurso; Semiología histórica; Discurso político-electoral bahiano; Redes sociales; *Ethos* semiotizado.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACM – Antônio Carlos Magalhães
AD – Análise do Discurso
AAD – Análise Automática do Discurso
CLG – Curso de Linguística Geral
CUT – Central Única dos Trabalhadores
CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito
DIAP – Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar
DEM – Democratas
DP – Discurso Político
INCT.DD – Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital
LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros
OBs – Organismos de Base
ONU – Organização das Nações Unidas
PCdoB – Partido Comunista do Brasil
PSOL – Partido Socialismo e Liberdade
PDT – Partido Democrático Trabalhista
PSI – Pastor Sargento Isidório
PP – Partido Progressistas
PPL – Partido Pátria Livre
PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
PFL – Partido da Frente Liberal
SD – Sequência Discursiva
TIC - Tecnologias da Informação e da Comunicação
TSE – Tribunal Superior Eleitoral
UFSCar – Universidade Federal de São Carlos
UFBA – Universidade Federal da Bahia

SEQUÊNCIA ENUNCIATIVA

Seq. Enunciativa 1: A memória da imagem: ACM Neto e a referência política de seu avô, ACM.....	139
Seq. Enunciativa 2: A memória da imagem: Alice Portugal e sua trajetória política.....	141
Seq. Enunciativa 3: Intericonicidade: a memória das imagens	143
Seq. Enunciativa 4: A campanha eleitoral virtual: propaganda, visibilidade e interação	158
Seq. Enunciativa 5: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no <i>Facebook</i> (candidata Alice Portugal).....	161
Seq. Enunciativa 6: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no <i>Facebook</i> (candidato ACM Neto).....	162
Seq. Enunciativa 7: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no <i>Facebook</i> (candidato PSI).....	163
Seq. Enunciativa 8: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no <i>Facebook</i> (candidato Fábio Nogueira).....	165
Seq. Enunciativa 9: <i>Posts</i> dos candidatos Alice Portugal e Fábio Nogueira e a representação dos estereótipos.....	190
Seq. Enunciativa 10: A constituição do <i>ethos</i> semiotizado do candidato ACM Neto.....	212
Seq. Enunciativa 11: A constituição do <i>ethos</i> semiotizado da candidata Alice Portugal.....	219
Seq. Enunciativa 12: A constituição do <i>ethos</i> semiotizado do candidato Fábio Nogueira ..	226
Seq. Enunciativa 13: A constituição do <i>ethos</i> semiotizado do candidato Pastor Sargento Isidório (PSI)	233
Seq. Enunciativa 14: Adversários acusam o candidato ACM Neto e o DEM de corrupção	252
Seq. Enunciativa 15: Candidatos em selfies com os eleitores.....	269
Seq. Enunciativa 16: A produção da <i>live</i> pelos candidatos	276
Seq. Enunciativa 17: Os <i>slogans</i> de campanha em <i>#hashtag</i>	281
Seq. Enunciativa 18: Peopolização: a exposição da vida privada na política	286
Seq. Enunciativa 19: A construção do <i>ethos</i> de apoio na campanha eleitoral.....	287
Seq. Enunciativa 20: <i>Posts</i> da candidata Alice Portugal sobre o adversário ACM Neto.....	297
Seq. Enunciativa 21: <i>Posts</i> do candidato Fábio Nogueira sobre o adversário ACM Neto...	300
Seq. Enunciativa 22: <i>Posts</i> do candidato PSI sobre o adversário ACM Neto.....	301
Seq. Enunciativa 23: <i>Posts</i> de ACM Neto: resposta aos ataques dos adversários	307
Seq. Enunciativa 24: <i>Posts</i> dos candidatos: relações entre política e religião	316
Seq. Enunciativa 25: Minorias Negras	328
Seq. Enunciativa 26: Minorias Mulheres	332
Seq. Enunciativa 27: Minorias LGBT+.....	339
Seq. Enunciativa 28: Minorias Pobres.....	345
Seq. Enunciativa 29: Minorias: Pessoas com deficiência.....	349

LISTA DE FIGURAS

Fig. 1: A <i>selfie</i> e a política da imagem	20
Fig. 2: Maio de 68/França: uma revolta estudantil com obsessão discursiva	61
Fig. 3: Debate político eleitoral na TV	79
Fig. 4: O discurso político nas redes sociais: o novo palanque virtual	91
Fig. 5: Jair Bolsonaro faz campanha e governa via redes	96
Fig. 6: A memória da imagem: o gesto de santidade	145
Fig. 7: Estrutura e ferramentas do <i>Facebook</i>	200
Fig. 8: Estrutura e ferramentas do <i>Facebook</i>	200
Fig. 9: Estrutura e ferramentas do <i>Facebook</i>	200
Fig. 10: Estrutura e ferramentas do <i>Facebook</i>	201
Fig. 11: Recursos do <i>Facebook</i>	202
Fig. 12: Recursos do <i>Facebook</i>	202
Fig. 13: Número de contas ativas no <i>Facebook</i> em 2016	206
Fig. 14: <i>Facebook</i> : número de usuários no Brasil em 2016.....	206
Fig. 15: Postagens e engajamento na rede social <i>Facebook</i>	207
Fig. 16: Bandeira do partido DEM.....	215
Fig. 17: Bandeira LGBTQ+	222
Fig. 18: Bandeira do partido PSOL.....	228
Fig. 19: Bandeiras dos partidos PSC (anterior) e PTD (atual).....	236
Fig. 20: Antonio Carlos Magalhães (ACM).....	247
Fig. 21: “Eleições 2016: a guerra agora é na internet”	250
Fig. 22: Sequência de imagens de posts e do vídeoclipe/jingle de ACM Neto	254
Fig. 23: A interdição da expressão “lacrou”	256
Fig. 24: Perfis dos candidatos no <i>Facebook</i>	258
Fig. 25: Resultados das eleições para prefeito de Salvador/2016	258
Fig. 26: A memória da imagem-afeto no discurso político.....	262
Fig. 27: A memória da imagem-mater263	
Fig. 28: Nossa Senhora com o Menino Jesus.....	263
Fig. 29: Recursos plurissemiológicos na produção da campanha.....	267
Fig. 30: Efeito “Rousselfie”	270
Fig. 31: “Bancada da <i>selfie</i> ”: deputados fazem <i>selfie</i> e <i>live</i> durante votação em Câmara dos Deputados	272
Fig. 32: Deputados do PSL fazem lives durante votação do Coaf.....	275
Fig. 33: <i>Post</i> do ex-presidente norte-americano Barack Obama jantando com sua esposa...	285
Fig. 34: <i>Post</i> do ex-presidente Lula no batizado da bisneta.....	285
Fig. 35: <i>Post</i> do ex-presidente francês Nicolas Sarkozy em atividade física.....	285
Fig. 36: Dilma Rousseff e a imagem associada ao ex-presidente Lula.....	287
Fig. 37: Formas de rotulagem dos candidatos Haddad e Bolsonaro nas eleições 2018.....	296
Fig. 38: As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo	302
Fig. 39: Pesquisa de intenção de voto - 1º turno	303

Fig. 40: ACM Neto e o discurso da continuidade.....	304
Fig. 41: ACM Neto e o discurso do "Amor por Salvador"	305
Fig. 42: ACM Neto e o orgulho de ser soteropolitano “Eu sou de Salvador”	305
Fig. 43: Listas de promessas e motivos para votar em ACM Neto.....	306
Fig. 44: Eduardo Cunha conduz culto evangélico na Câmara dos deputados (2015).....	312
Fig. 45: PSI na Câmara dos Deputados: Deputado Estadual (2010, 2014) e Federal (2018) da Bahia.....	312
Fig. 46: Dilma Rousseff, candidata à reeleição, discursa para mulheres evangélicas (2014)	314
Fig. 47: Proporção étnica e de gênero na sociedade e na câmara federal	325
Fig. 48: PSI propõe projeto para tratar conflitos relacionados à identidade de gênero	344

TABELA

TAB 1: Usuários de redes sociais na América Latina.....	205
TAB 2: Recorrências de materialidades discursivas	260

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Participação dos prefeituráveis em debates	251
Quadro 2: Das regularidades do <i>corpus</i>	264
Quadro 3: As rotulagens: Alice sobre si mesma e sobre ACM Neto.....	299
Quadro 4: As rotulagens: Fábio Nogueira sobre si mesmo e sobre ACM Neto	301
Quadro 5: As rotulagens: PSI sobre si mesmo e sobre ACM Neto	302
Quadro 6: As rotulagens: ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários	306

LISTA DE ESQUEMA

Esquema 1: O <i>ethos</i> discursivo em D. Maingueneau (2008a).....	188
Esquema 2: <i>Ethos</i> semiotizado: esquema proposto por Baronas (2011).....	196
Esquema 3: As formas verbais de rotulagem na campanha eleitoral de Salvador	294

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	20
01 Considerações iniciais: delimitação do tema de pesquisa	20
0.2 Dos objetivos da pesquisa	28
0.3 Justificativa, problemática e questões de pesquisa	29
0.4 Percorso teórico-metodológico e os procedimentos de seleção e constituição do <i>corpus</i>	31
0.5 Da organização da tese e dos capítulos	35
CAPÍTULO 1 - DISCURSO POLÍTICO: UMA TRAJETÓRIA HISTÓRICO- EPISTEMOLÓGICA DO OBJETO E SUAS MUTAÇÕES	38
1.1 AD e DP: cinquenta anos de uma inquietante invenção	39
1.2 O que se entende por discurso político?.....	45
1.3 A emergência do objeto discurso político na França: “ <i>Le temps de grandes constructions</i> ”	60
1.4 O discurso político dos anos 1980-90: as metamorfoses promovidas pelo dispositivo televisivo	78
1.5 Configurações contemporâneas do discurso político digital.....	91
CAPÍTULO II – ANÁLISE DO DISCURSO E SEMIOLOGIA HISTÓRICA: APROXIMAÇÕES E PROBLEMATIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS	106
2.1 Semiologia histórica e outras semiologias: origens e perspectivas.....	109
2.2 A intericonicidade: uma memória das imagens	134
2.3 Os novos regimes de discursividade: o discurso político na ordem das redes sociais..	149
2.4 Apontamentos para unir as margens	167
CAPÍTULO III: A CONSTITUIÇÃO DA <i>IMAGEM DE SI</i> NA POLÍTICA DA IMAGEM: PROBLEMATIZAÇÕES E DESLOCAMENTOS	169
3.1 Considerações iniciais sobre a constituição do <i>ethos</i> no discurso político	170
3.2 Incursões do <i>ethos</i> : da retórica à pragmática	173
3.3 O <i>ethos</i> discursivo proposto por Dominique Maingueneau.....	179
3.4 O <i>ethos</i> semiotizado proposto por Roberto Baronas.....	193
3.5 A emergência da campanha eleitoral das redes sociais: a semiotização das <i>imagens de si</i>	198
3.5.1 Análise da constituição do <i>ethos</i> semiotizado em <i>posts</i> de candidatos às eleições de Salvador.....	210

CAPÍTULO IV: DAS REDES ÀS URNAS: DECIFRANDO E CORPORIFICANDO A CAMPANHA ELEITORAL MUNICIPAL DE SALVADOR 2016 NO *FACEBOOK* ..243

4.1 Condições sócio-históricas das eleições municipais em Salvador: mudança ou continuidade?	246
4.2 Seleção e descrição do <i>corpus</i> da pesquisa	257
4.3 Decifrando as análises: as regularidades da ordem das materialidades	265
4.3.1 Novos regimes de discursividade: a emergência da <i>selfie</i> e da <i>live</i> no discurso político.....	265
4.3.1.1 A <i>selfie</i> : a construção da <i>imagem de si</i> na imagem do povo.....	269
4.3.1.2 A <i>live</i> : efeitos de verdade, de aproximação e de identificação	273
4.3.2 O <i>slogan</i> transforma-se em <i>#hashtags</i>	278
4.3.3 Peopolização: a exposição da vida privada na política	282
4.3.4 Ethos de Apoio: a busca pela associação de imagem.....	286
4.4 Decifrando as regularidades: da ordem das temáticas	289
4.4.1 O discurso do confronto e do ataque: as táticas de desqualificação do outro através da rotulagem.....	290
4.4.1.1 As formas de “rotulagem” do candidato ACM Neto pelos adversários.....	297
4.4.1.2 As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários	302
4.4.1.3 A polarização e a polêmica na política eleitoral	308
4.4.2 Sacralização da política: interferência da religiosidade na política?.....	310
4.4.3 As minorias sociais na pauta da política eleitoral midiaticizada: negros, mulheres, LGBT+, os mais pobres e pessoas com deficiência	319
4.4.3.1 Minorias: negras e negros	327
4.4.3.2 Minorias: mulheres.....	331
4.4.3.3 Minorias LGBT+: o discurso contra a homofobia, transfobia, lesbofobia.....	336
4.4.3.4 Minorias: os mais pobres.....	344
4.4.3.5 Minorias: Pessoas com Deficiências “PcD”	348
4.4.4 Apontamentos finais das análises.....	351
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	355
REFERÊNCIAS.....	364

INTRODUÇÃO

01 Considerações iniciais: delimitação do tema de pesquisa

Fig. 1: A *selfie* e a política da imagem



Fonte: g1.globo.com/mundo/noticia/2019/09/26

Na 74ª Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), os olhos do mundo inteiro se voltam com atenção aos líderes políticos presentes na Cúpula da Ação do Clima em Nova York. Estariam eles, do mesmo modo, com seus ouvidos atentos aos iminentes discursos nos quais a questão do clima parece ser um problema mundial? Ou os olhos se deixariam seduzir pela liquidez das imagens que começa a viralizar nos dispositivos e redes sociais?

A *selfie* feita pelo presidente do El Salvador, Nayib Bukele, na tribuna da ONU, antes de seu pronunciamento, tornou-se um acontecimento discursivo no campo da política e revelou uma percepção da “nova política”, isto é, a política da imagem. Antes mesmo de seguir o ritual da tomada da fala pública, seu gesto parece inaugurar algo novo, ainda que o ato de fazer uma *selfie*, em nosso tempo, já não seja tão novo assim. Então, o jovem presidente, de formação publicitária, parece justificar a quebra de protocolo ao afirmar que “muito mais gente vai ver esta *selfie* do que escutar o discurso”. Esse acontecimento instaura efeitos de sentidos de um novo modo de fazer política, através da visibilidade das redes sociais. Bukele afirma que “o novo mundo não está mais nesta Assembleia Geral, mas no lugar onde postei esta *selfie*: onde milhões de pessoas estão conectadas praticamente todo o tempo e em todas as facetas da vida”¹.

¹ Íntegra do discurso do presidente do El Salvador, Nayib Bukele disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9aHD_ZOVWr4> acesso em: 26 set. 2019.

Que sentidos seu gesto e sua provocação repercutem aos olhos e aos ouvidos dos espectadores? A *selfie* pode ser vista, em nosso entendimento, como o espelho do nosso tempo, uma metáfora da liquidez² das discursividades, uma representação das transformações no campo político, da língua rarefeita, do apelo pela visibilidade, da substituição da ordem da língua pela, e, ainda, retórica da imagem, da construção da *imagem de si* pela imagem de si mesmo compartilhada através das redes.

Esse acontecimento nos conduz a uma reflexão posta pelo linguista francês, Jean Jacques Courtine (2008), sobre o aparecimento de um novo modelo de orador com a dissolução da multidão política: “ele não é sempre ouvido, não é escutado com frequência, mas é visto. É observado, vigiado, encarado. Nos menores detalhes [...]”. Courtine chama a atenção para a emergência das metamorfoses do discurso político com a dispersão da multidão política, que se “fragmentou e se isolou na intimidade do olho no olho, na infinidade do cara a cara. Essa proximidade imediata, no entanto, está muito longe: o olhar escava uma face que é apenas superfície, detalha um rosto que nada mais é que imagem. Uma aparição, uma máscara, uma figura: o rosto vira tela” (COURTINE, 2008, p. 51).

Nas palavras de Bucci e Kehl (2004, p. 16), “vivemos em uma era em que tudo concorre para a imagem, para a visibilidade e para composição de sentidos no plano do olhar”. Nesse sentido, com o advento da Internet e das tecnologias da comunicação e dos suportes de dispositivos móveis, o mundo é deslocado para as telas, inclusive a produção do discurso político, assumindo diferentes formatos. Esse novo espaço de enunciação propiciou novas possibilidades de produção e apreensão dos discursos.

Podemos dizer, então, que as redes sociais criaram efeitos de onipresença devido ao seu poder de conectividade, mobilidade e interatividade. Consequentemente, potencializaram uma figura política onipresente, pois o ator político parece estar em todos os lugares, em razão de poder ser visualizado a qualquer hora e em tempo real a partir de dispositivos, recursos e ferramentas digitais.

Assim, motivados por acontecimentos como o que acabamos de descrever e cientes da emergência das mutações do discurso político, que obedece atualmente a um regime da discursividade na era da Internet e das redes sociais, retomamos alguns questionamentos que

² A metáfora da liquidez foi proposta pelo sociólogo e filósofo polonês, Zigmunt Bauman, em sua obra *Modernidade líquida* (2000). Para o pensador a liquidez é característico de nossos tempos: “Tudo é temporário, a modernidade – tal como os líquidos – caracteriza-se pela incapacidade de manter a forma” (Entrevista publicada em *Revista Tempo Social*, 2004). Desse modo, segundo Bauman, a sociedade moderna vive a era da liquidez, isto é, tudo é fluído, fugaz, volátil, inclusive os discursos.

nos parecem bastante atuais para pensar o discurso político: por que não se interessar por política? Ou melhor, por que se interessar por política?

Essas são questões postas por Michel Foucault³ que dão epígrafe a esta tese, questões que se atualizam hoje e tornam-se mais que necessárias para se refletir e problematizar continuamente. Nesses termos, pensar a política, para além de compreender os modos complexos que regem os sistemas políticos ideológicos, históricos e sociais, significa decifrar seus instrumentos de ação para que possamos participar e contribuir para o aprimoramento e o avanço da democracia.

Geralmente, pensamos a política como sistema de governo, partidarismos, e nos esquecemos de pensar a política como uma prática social que transforma as relações sociais e que nos permite compreender todo o sistema que rege a sociedade. Desse modo, importa-nos pensar e nos interessar por política, sobretudo, porque está intrínseca no cotidiano ordinário. Nas palavras de Pêcheux “[...] Se o instrumento de transformação da prática política é o discurso, como sistema articulado que remete à prática social complexa, [...] a prática política tem por função transformar as relações sociais reformulando a demanda social [...] por meio de um discurso” (THOMAS HERBERT, [1966] 2011, p. 35). Desse modo, eis então a importância de compreender o discurso político e as questões de atravessamento desse discurso – sociais, históricas, ideológicas.

Segundo Aristóteles, “o homem é um animal político” porque tem a capacidade de aprender, planejar e de conviver em sociedade; a política é, portanto, como inerente à condição do homem. Por isso, ela pode ser entendida como forma de atividade ou de *práxis* humana, mas, quase sempre, associa-se à ideia de poder, influência e autoridade, o que representa uma incongruência, pois, em sua origem, *politikós* significa o que é da natureza e do espírito dos cidadãos, pertencente aos cidadãos, isto é, uma atividade dos cidadãos que se ocupam com assuntos públicos, do bem público, da coisa pública.

Se considerarmos a crise pela qual a política atravessa na pós-modernidade, acarretada pelo aumento do descrédito manifestado pela opinião pública à classe política e associada à uma certa paralisia da ação política, torna-se indispensável interessar-se pela política e, com especial atenção, compreender o funcionamento dos discursos políticos. Através do discurso, podemos compreender como o objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos, como os sujeitos se inscrevem na história e nela se subjetivam por meio de dispositivos simbólicos determinados pela política. Por isso, elegemos como objeto

³ FOUCAULT, Michel (2006).

de estudo o **discurso político**, por consideramos um domínio que nos possibilita pensar no funcionamento da política, de suas práticas discursivas marcadas por questões sociais, históricas e ideológicas. Nosso interesse, mais especificamente, concentra-se na produção do discurso político eleitoral em nossos dias, nos novos modos de produção, as novas formas de circulação dos discursos, como esses discursos se modificaram, não só por condições históricas, mas também, por condições tecnológicas e midiáticas que transformaram os modos de dizer e de fazer política.

O discurso político “*à nos jours*” se configura sob a ordem da liquidez da *internet*, especialmente com o aparecimento das redes sociais digitais, que instaura um modo de discurso flutuante, fluido, líquido, fragmentado e heterogêneo, caracterizado pela espetacularização e inscrito na era da hipervisibilidade. Nessa mesma direção, o discurso político eleitoral se manifesta e vê-se as campanhas eleitorais formuladas a partir de vetores, suportes e ferramentas digitais que permitem o acesso e o compartilhamento de conteúdo de maneira instantânea, além de possibilitar a produção em diversos formatos, como o texto verbal, as imagens, o áudio e o vídeo. Nesse ponto, as redes sociais tornaram-se as plataformas mais utilizadas para promover a cibercampanha, a qual corresponde a um fenômeno novo, de grande potencial de acessibilidade, interatividade e influência na sociedade atual. Destarte, podemos considerar que, embora as redes sociais não tenham surgido com esse fim, faz-se importante compreender como tornaram-se o principal canal de produção e divulgação de campanha para os políticos?

Face a essas percepções, que se tornaram motivações para iniciar as pesquisas sobre esse fenômeno, vislumbramos a necessidade de compreender e analisar o *modus operandi* da política eleitoral inscrita na ordem discursiva das redes sociais. Assim sendo, interessa-nos discutir: discurso político, campanha eleitoral, redes sociais, espetacularização na política, materialidades sincréticas, intericonicidade nos discursos políticos, *ethos* semiotizado. São esses eixos temáticos que sustentam nossa pesquisa, visto que, nas sociedades democráticas modernas, as formas de produção vêm sofrendo profunda interferência das mídias virtuais e, conseqüentemente, o sujeito político precisou adequar-se às condições atuais de produção do discurso político, assumindo assim novas feições e materialidades, outras formas de enunciar e fazer-se visível. Nesse jogo, o eleitorado também participa como elemento ator das campanhas, manifestando-se a favor ou contrário àquilo que diz, escreve, posta nas redes, nas suas páginas oficiais da campanha. Dito de forma diferente, é preciso considerar o papel da imagem nesse jogo: a imagem de si, a imagem da mulher política, a imagem dos eleitores partícipes, a imagem da campanha, a imagem das ruas, do abraço, da criança no colo do candidato, a imagem do homem político-cordial, homem do povo... enfim, a autoimagem, a *selfie* e a *live* no cenário da

liquidez dos discursos em imagem. Observamos, enfim, como a imagem foi tomando a cena política.

Ao longo das duas últimas décadas, o discurso político ganhou o estatuto de “política da imagem” e foi se consolidando com o advento das redes sociais, através das plataformas e dispositivos digitais, que proporcionaram ao sujeito político construir seu discurso através de múltiplos recursos e ferramentas diversas, acionando as diferentes materialidades, inclusive para produzir seu *ethos*. Como sabemos, a Análise do Discurso francesa (doravante AD), desde a fundação de seu campo, dedicou-se ao estudo do discurso político, considerando a conjuntura atual francesa da década de 60. Notamos que até os dias de hoje, pesquisas e análises ainda têm como fonte de interesse o discurso político, mesmo que não correspondam às mesmas referências da proposta conceitual em seu momento fundador. Tal interesse parece perpetuar-se, mesmo a transdisciplinar teoria discursiva tendo adquirido inúmeros contornos com o advento da tecnologia e com as mutações sofridas pelo discurso político.

Diante dos avanços teóricos e das mutações do objeto, a análise do discurso ao longo de seus mais de 50 anos de desenvolvimento, necessitou fazer alguns deslocamentos teóricos em seu campo epistemológico. Esses estudos vêm sendo construídos visando compreender o funcionamento de diferentes materialidades, a partir de novas modalidades de textos, deslocando conceitos e ampliando formulações, até porque, somente em períodos mais recentes, novas materialidades vieram a ser mobilizadas como objetos de estudo da análise do discurso, uma vez que se priorizava a materialidade linguística nas análises dos *corpora* discursivos, desde sua fundação no final dos anos 1960, conforme observa Santos (2015).

Para a AD, um dos elementos fundamentais para a constituição do discurso é a língua, pois ela é a base material para a efetivação das práticas discursivas. Concepção, essa, ampliada a partir da terceira fase do pensamento de Michel Pêcheux, que vai assinalar para novos elementos semiológicos como responsáveis na produção dos discursos (MALDIDIER, 2003; GREGOLIN, 2004). Dessa forma, a análise de qualquer enunciado (seja ele verbal, não-verbal ou sincrético⁴) nunca deve ser feita tomando-o como completo, cujo sentido único e evidente está inscrito nessa completude. Ao contrário, num momento em que a heterogeneidade dos enunciados é muito mais evidente, dado o sincretismo da materialidade, principalmente com os avanços das tecnologias da informação e da comunicação, exige-se do analista compreender as

⁴ O enunciado sincrético considera a conjunção e a totalidade das linguagens verbal, não-verbal, não como produtos fixos, estabilizados e imanentes, mas como postos em funcionamentos por conta do lugar de circulação, o pertencimento a dada formação discursiva e os sujeitos envolvidos como constitutivos de atividades sócio-históricas e ideológicas (FERNANDES, 2008).

condições de emergências de determinados enunciados no conjunto de suas práticas, como também compreender o funcionamento dessas diferentes materialidades (SANTOS; SARGENTINI, 2011, p. 88).

Considerando as *mutações das discursividades*, isto é, mudanças históricas e políticas que reclamavam deslocamentos teóricos, Jean-Jacques Courtine propõe uma abordagem designada semiologia histórica para se pensar os novos regimes de discursividade do discurso político, diante da formulação sincrética, principalmente de ordem não-verbal, com vistas ao aperfeiçoamento da dimensão história, uma vez que “analisar as imagens consiste assim em identificar seus indícios, porque as representações perdem seu sentido fora dessa genealogia dos traços que as atravessam e as constituem” (COURTINE, 2011, 161). Busca-se, com isso, olhar para a imagem como objeto material dos discursos, não como mera ilustração ou representação do mundo real, mas constituídos de sentidos no interior das práticas discursivas, constituídas na ideologia e dotadas de historicidade.

Vale ressaltar, todavia, que não se trata de uma disciplina, mas de um conceito, uma abordagem, reunindo procedimentos e princípios da Análise do Discurso, para assim tratar as especificidades e configurações do sincretismo das linguagens particularmente sensível às contribuições da antropologia histórica, da história cultural, dando-lhe o peso da historicidade constitutiva do discurso.

Nesse sentido, interessa-nos compreender a semiologia courtiniana posta no interior do quadro dos estudos dos discursos, no qual a história é inerente à sua produção e sua circulação. Assim, adotamos a perspectiva dos sinais, estes materialmente inscritos no interior das produções e transformações históricas, que talvez seja a vertente da semiologia que venha a se articular de modo significativo com uma proposta de estudo dos discursos em um processo histórico de formação do enunciável.

Como já enunciado, o desenvolvimento e o uso constante das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) têm modificado muitas atividades da vida humana, inclusive a prática política. Por isso, buscamos aproximações entre a AD e a Semiologia proposta por Courtine, uma vez que consideramos possível essa relação para dar conta da complexidade das discursividades de natureza plussemiológica⁵ inscritas nas plataformas digitais.

Partindo dessa inquietação, buscamos nas questões, levantadas pelo pensador francês Jean-Jacques Courtine, a compreensão do campo teórico e das manifestações discursivas aqui analisadas:

⁵ Formada pela articulação de materialidades significantes diferentes.

Para a AD brasileira eu diria que eu sou provavelmente um mal exemplo, pois, meu percurso consistiu em deixar de fazer AD. Então, se a AD ou alguns analistas do discurso brasileiros querem se inspirar em meu exemplo, eu acredito fortemente que eles correm risco, como eu, de deixar de serem analistas de discurso. A menos que dermos, o que me parece ser ao mesmo tempo o caso no Brasil, uma acepção muito larga ao termo análise do discurso. Eu compreendo que queiramos dar à AD um sentido mais largo do que aquele que ela teve e continua tendo, que queiramos fazer entrar em nosso campo materiais que não são puramente textuais. Nesse caso, se estas preocupações estiverem fortemente inscritas no campo da História, se os materiais sobre os quais se trabalha são documentos não estrita e unicamente linguístico, então, sim, por que não? Talvez a perspectiva que eu desenvolvo possa se inscrever no campo da AD. (COURTINE, 2011, p. 25-26)

Courtine nos leva à reflexão sobre o alargamento da Análise do Discurso, questões que são pensadas no interior da teoria, no sentido de possibilidade de reflexão de materialidades não-verbais e de sua historicidade. Desse modo, nosso trabalho se inscreve numa perspectiva de Análise de Discurso que permita e estabeleça relação com outras práticas discursivas para além das verbais, uma vez que compreendemos o discurso atual como uma prática plussemiológica.

Considerando, então, que as redes sociais virtuais se apresentam como espaço permeado de discursos verbais, não-verbais e verbo-visuais em inter-relação, surge a necessidade de um novo olhar para as materialidades diversas que compõem tal discursividade. Essa percepção, impele-nos a refletir sobre as condições atuais de produção dos discursos, uma vez que a sociedade contemporânea e sua complexa formulação discursiva põem à Análise do Discurso frente a questões pertinentes à configuração semiológica sincrética da linguagem que se impõe na pós-modernidade. Ante a todo esse avanço das tecnologias, uma grande quantidade de gêneros e de diferentes materialidades estão disponíveis no ciberespaço aos analistas do discurso, que se veem diante de questionamentos diversos, tendo em vista “a discursividade do eletrônico como um processo histórico e ideológico de significação da sociedade contemporânea” (DIAS, 2011, p. 58). Nesse sentido, é imprescindível notar os novos modos de produção discursiva, sendo a virtual, concebida como potência por Levy (1996)⁶, a forma mais disseminada nesta sociedade.

As plataformas virtuais são marcadas pela materialidade sincrética e configuram-se pela rica e diversa materialidade discursiva, que não mais é constituída pela grande força da *língua de madeira*, discursos duros, estritamente verbais, como aqueles dos púlpitos e palanques, mas da *língua de vento*, por ser fluida e sincrética, como as que se vê na internet. Ferramenta esta

⁶ LEVY, *O Que é o Virtual*, (1996).

que modificou totalmente a configuração da enunciação discursiva nos séculos XX e XXI, assim como ocorrido nos séculos XIV e XV, com a chegada da imprensa. Na esteira desse processo, o sujeito contemporâneo é afetado por essas tecnologias virtuais, principalmente, pelas mídias sociais.

As redes sociais virtuais mostram, ainda, sua grande relevância para os estudos do discurso, devido à sua capacidade de transformar as práticas do discurso político em espetáculo na mídia brasileira. Esse fenômeno da midiaticização da política é entendido aqui como um fenômeno da pós-modernidade, pois, de acordo com o estudioso Piovezani Filho (2003, p.51), “a política espetacularizou-se, inseriu-se, com efeito, nos padrões midiáticos pós-modernos”, por essa razão, interessa-nos compreender a mudança no regime de produção do discurso político que tem se constituído numa atmosfera caracterizada pela efemeridade e teatralidade; pela aparência, pela atuação, na qual, as falas são curtas, descontínuas, fragmentadas e “sem memória”, deslocando a vida privada para a pública; vem-se perdendo espaço as formas da retórica da política clássica; nota-se o declínio dos grandes monólogos, das grandes narrativas, da eloquência e da estratégia discursiva e, no lugar, surgem os discursos breves, fragmentados, atrelados aos recursos visuais, como as selfies, os memes, os *gifs*, os pequenos vídeos (*lives*), pois o que se objetiva é menos convencimento e explicação e mais sedução e visibilidade.

Nas campanhas políticas, os novos *media* abrem a possibilidade de se superar a falta de espaço e de tempo, típica da comunicação tradicional. Através de recursos atrelados às redes digitais, candidatos e partidos podem, por exemplo, apresentar, com maior dinamismo e ludicidade, promessas, planos e metas de governo, bem como fazer postagens simultâneas de comícios e visitas às comunidades. Os *websites*, nessa tangente, podem ser usados como armazenamento de informação sobre o candidato, bem como apresentação de seus feitos, de sua vida política etc. (MARQUES et al., 2013)

A plataforma *Facebook* tornou-se uma grande potência influenciadora na campanha eleitoral *on-line* no Brasil e no mundo. Estudiosos atribuem o “fenômeno Obama”, ao pleito estadunidense de 2008, como o divisor de águas no emprego da Internet e redes sociais como ferramenta eficaz de campanha e *marketing* político. Assim, após essa constatação, os políticos brasileiros passaram a aderir cada vez mais às essas redes para fazer suas campanhas e propagandas eleitorais⁷, sobretudo, para apresentação e exibição de si e de seus projetos políticos.

⁷ Diante da percepção de que as redes sociais se tornaram o principal alvo de realização de campanha/propaganda eleitoral, o Tribunal Superior Eleitoral TSE, através de seus ministros, ao analisarem dois processos em que se

Diante a todas essas questões, para compreender a inscrição do discurso político eleitoral nas redes sociais, partimos das seguintes **hipóteses**:

- o discurso político eleitoral obedece a ordem das redes sociais e é regulado pelos parâmetros da plataforma digital;
- a constituição da *imagem de si* tornou-se mais eficaz nos enunciados produzidos nas redes sociais, uma vez que o sujeito político apoia-se em diferentes materialidades e possui mais recursos para a produzir/validar seu *ethos*;
- os sujeitos políticos aderiram às plataformas das redes sociais por serem um espaço de maior interatividade e mais visibilidade, além da necessidade de se adequarem a uma forma de realizar campanha mais barata, diante das mudanças impostas pela justiça eleitoral, que proíbe a prática de caixa dois em campanha.

0.2 Dos objetivos da pesquisa

Dada as novas tendências do discurso político na contemporaneidade, a observação de todo esse quadro nos permitiu estabelecer como **objetivo geral**, compreender os novos regimes de discursividade do discurso político eleitoral da prefeitura municipal de Salvador (2016) na ordem das redes sociais, as quais envolvem novos modos de formulação e de circulação histórico-social dos discursos.

Estabelecemos, desse modo, quatro **objetivos específicos** que orientaram a pesquisa: o **primeiro** consiste em apresentar e discutir as mutações do objeto “discurso político” – através de uma historicidade – desde a fundação da Análise do Discurso francesa até os dias atuais. Com esse fim, partimos do princípio básico de que o discurso político tem sofrido mudanças na mesma entoadada das transformações da voz, do corpo, da língua e de uma série de dispositivos de produção da fala pública⁸ (COURTINE; PIOVEZANI, 2015), em especial, com a passagem do púlpito ou do palanque à TV ou às ruas e, atualmente, às redes sociais. Já o **segundo** objetivo visa acionar a perspectiva semiológica courtiniana no interior do dispositivo teórico-metodológico da Análise do Discurso no tocante à compreensão das novas discursividades emergentes na contemporaneidade, de modo a restituir sua espessura histórica. O **terceiro**, por sua vez, é compreender os modos de construção da *imagem de si* do sujeito político na

apontava a realização de propaganda eleitoral antecipada nos municípios de Várzea Paulista/SP e de Itabaiana/SE no pleito de 2016, fixaram critérios sobre os limites de publicidade em campanhas. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI283128,11049-TSE+fixa+critérios+sobre+limites+de+propaganda+em+campanhas>> Acesso em: out. 2018.

⁸ *História da Fala Pública - uma Arqueologia dos Poderes do Discurso/* Jean-Jacques Courtine, Carlos Piovezani (orgs.) (2015).

campanha eleitoral, a partir do conceito proposto por Roberto L. Baronas de *ethos* semiotizado⁹, considerando o primado da materialidade plurissemiológica inscritas nas redes sociais, que conjugam verbal e não-verbal. E, por fim, apresentamos o **quarto** objetivo no qual pretendemos descrever e analisar o funcionamento do discurso político eleitoral, observando as regularidades no interior das dispersões e da liquidez dos discursos nas redes a partir das postagens dos quatro candidatos no *Facebook*, para estabelecer um procedimento de leitura e de interpretação do ponto de vista teórico-metodológico, além de refletir sobre as potencialidades e os efeitos das redes sociais para a constituição da política eleitoral municipal de Salvador.

0.3 Justificativa, problemática e questões de pesquisa

Atualmente, embora exista um número razoável de pesquisas em nível de mestrado e doutorado sobre o discurso político à luz da Análise do Discurso, em diferentes linhas de investigação, geralmente esses trabalhos ainda priorizam a materialidade linguística, além de privilegiarem os discursos políticos presidenciais e os de abrangência nacional. Para aquém ou além disso, consideramos de suma importância discutir e analisar o processo político eleitoral de abrangência regional/local, e, no caso de Salvador, como uma das maiores cidades do Brasil, a 4ª mais populosa do Brasil¹⁰, colocamos em relevo um pleito marcado pela peculiaridade de candidatos, pela riqueza de dados a serem analisados na rede social, na qual muitos sentidos estão em jogo.

A escolha pelo objeto de análise e pela seleção do *corpus* não foram aleatórias, conforme já descrevemos as motivações, pesa o fato de que a campanha eleitoral veiculada na internet é, em nossos dias, intensa e complexa; e de que as redes sociais se tornaram um canal privilegiado para formulação e distribuição do discurso político. Além disso, a escolha do *corpus* “eleições municipais em Salvador” justifica-se por considerarmos uma grande contribuição para o campo da AD, uma vez que não há muitos registros de trabalhos sobre o discurso político eleitoral municipal. Por essa razão, gostaríamos de tentar expandir a discussão sobre o objeto, a fim de explorar a diversidade das novas materialidades que compõem a formulação discursiva da política atual inscrita na rede social *Facebook*, tomando o discurso político municipal de Salvador, a nosso ver, ainda não totalmente observado pela literatura linguística que conhecemos. Assim, a proposição dessa pesquisa inscreve-se na perspectiva do estudo do

⁹ Categoria analítica proposta por Baronas (2011), em *Ensaio em Análise do discurso: questões analítico-teóricas*. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2011.

¹⁰ Segundo IBGE, com data de referência em 1º de julho de 2019. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br> > Acesso em: set. 2019.

discurso, produzido no interior de novos regimes de discursividade que exigirão a apreensão de um quadro teórico-analítico que considere as várias formas materiais de sustentação dos discursos e não apenas o linguístico nem sua autonomia sobre outros sistemas semióticos.

Por isso, se fazem pertinentes as reflexões sobre as mutações e sobre as novas configurações do discurso político contemporâneo, em geral, das condições de produção desse discurso na internet, a partir das redes sociais. Desse modo, nessa leitura, esforçamo-nos para pensar as transformações do discurso político, não nos restringindo apenas à materialidade linguística, mas considerando sua constituição semiológica, além dos suportes digitais e os vetores tecnológicos por meio dos quais os discursos circulam e significam, pois, conforme Dias (2015, p. 10)¹¹, as condições de produção da escrita contemporânea são em grande parte do computador e da internet: “no século XXI, a navegação cliquante na *web*, mais particularmente, uma escrita digital, baseada na colagem de imagens, de sons, de palavras, de vídeos, tece redes de relações digitais que marcam a poética do mundo e constroem uma narrativa”.

A importância desta pesquisa se efetiva, pois, por duas razões: pensar o discurso político eleitoral municipal determinado pela ordem de uma semiologia da mensagem política, regidas pela ordem da liquidez da internet, que possui certas propriedades que o distinguem de outros discursos e que o caracterizam como sendo de outra ordem, a ordem das discursividades líquidas, moventes, descontínuas e heterogêneas, como afirma Piovezani (2009) e, também, dar continuidade a problematização do *ethos*¹², a partir da percepção das diferentes materialidades no discurso político contemporâneo que colaboram na construção da imagem de si, num momento em que o surgimento de novas mídias e suportes promovem a espetacularização do

¹¹ Au XXI^e siècle, la navigation cliquante sur le Web et, plus particulièrement, une écriture numérique fondée sur le collage d’images, de sons, de mots, de vidéos, tissent des réseaux de rapports numériques marquant la poétique du monde et construisent une narrativité [Tradução nossa].

¹² Vale lembrar que nosso esforço teórico em termos da constituição do *ethos* do sujeito político remonta aos cursos de Especialização em Estudos Linguístico e Literários e de Mestrado em Língua e Cultura. Na monografia de especialização (2012), demos início à investigação sobre a constituição do *ethos*, do *logos* e do *pathos* no primeiro discurso de posse da ex-presidente Dilma Rousseff. Na dissertação de mestrado, seguimos observando a constituição do *ethos* em discursos de solenidade de posse das eleições presidenciais em 1995 e 2003, mas considerando o confronto de duas formações discursivas sobre o discurso social-democrata e o popular-corporativista dos ex-presidentes da república Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio da Silva. No entanto, percebendo a emergência da campanha política eleitoral nas redes sociais, sobretudo desta última década, nos propomos dar continuidade com a pesquisa do doutorado, com vistas a problematizar a operacionalização do estudo do *ethos* frente às diversas materialidades sincréticas que povoam o discurso político eleitoral contemporâneo inscritas nas redes sociais. Pois, conforme Maingueneau (2016, p. 30), “independentemente da *Web*, uma reflexão sobre o *ethos* não pode mais ser ignorada a existência de iconotextos que associam intimamente texto e imagem” (MAINGUENEAU, 2014, p. 175), já que as novas tecnologias da comunicação fizeram surgir novas práticas, além de modificar profundamente modalidades tradicionais do exercício do discurso e, portanto, cabe aos analistas do discurso, pensar seu aparato teórico-metodológico para compreender a constituição da *imagem si* nos discursos digitais.

homem político e de suas práticas, originando novas formas de produção, circulação e controle do discurso político.

Por isso, a pertinência deste trabalho está, principalmente, em sua inegável atualidade. No mundo pós-moderno, são cada vez mais comuns a propagação e a democratização da política nas plataformas digitais, especialmente, com a emergência das redes sociais. Dessarte, faz-se importante compreender como o sujeito político vem se apropriando das plataformas e dos dispositivos digitais, com especial atenção às últimas eleições, para publicar o calendário da campanha, para propagar e compartilhar propagandas, *jingles* eleitorais etc., fazer campanha política e mobilizar seu eleitorado, construindo a *imagem de si* a partir de materialidades discursivas diversas.

Diante de tais reflexões, surgiu o seguinte **problema de pesquisa**: como funciona o discurso político na ordem da liquidez da internet e que fatores ocorreram na produção da campanha eleitoral com o surgimento das redes sociais?

Assim, chegamos às seguintes **questões que nortearam essa pesquisa**:

- a) Como sabemos, a internet institui novos espaços enunciativos e, conseqüentemente, novas formas de enunciar. Nesse tocante, como compreender teórico-metodologicamente as metamorfoses sofridas pelo discurso político contemporâneo eleitoral?
- b) Que mudanças ocorreram na produção do discurso político eleitoral com o surgimento das redes sociais?
- b) Como o sujeito político faz uso de sua página (perfil) na rede social *Facebook* para a campanha eleitoral?
- d) De que forma o discurso político eleitoral, constituído na internet, especialmente nas redes sociais digitais, pode contribuir para a construção da *imagem de si*?

0.4 Percurso teórico-metodológico e os procedimentos de seleção e constituição do *corpus*

Nossa tese filia-se teórico-metodologicamente à Análise do discurso de orientação francesa sob a égide de Michel Pêcheux, estabelecendo diálogos e interfaces interdisciplinares com outros binóculos teóricos, como é o caso de leituras em segundo plano das áreas de comunicação e mídia, ciências políticas, comunicação política.

Além disso, entendemos que as contribuições da semiologia histórica de Jean-Jacques Courtine são caras à presente pesquisa, na medida que fornecem índices para uma renovação do aparato teórico-metodológico dos estudos discursivo, necessidade imposta pelas mutações das discursividades contemporâneas.

Como sabemos, são incontornáveis e inegáveis a emergência de novos objetos e/ou as mutações sofridas pelos objetos “tradicionais”, de modo que essa constatação suscita a adoção de novas perspectivas de pesquisa ou a ampliação daquelas já conhecidas, considerando a conjunção dos aspectos históricos, sociais, técnicos e simbólicos. A Análise do Discurso vê-se, diante de uma problemática atual, a analisar os discursos atuais caracterizados pela natureza material sincrética. Para isso, tornou-se indispensável à AD, o diálogo com uma perspectiva teórica que contemplasse essa conjunção em seu funcionamento conjunto, com vistas a ampliar sua capacidade heurística. Podemos assim dizer que os desdobramentos teóricos da Análise do Discurso permitiram uma melhor compreensão sobre as novas formas de manifestação discursiva e, as imagens, o texto, o corpo, a voz e tantos outros elementos entram conjuntamente no emaranhado dessas formas sob as quais o discurso atual se realiza, é produzido, circula e significa. Desse modo, conforme a grande preocupação e incitação de Courtine para que pensemos na semiologia histórica no interior da AD, é o fato de que isso nos obriga a formular questões para nossa atualidade.

Trata-se de pensar em fronteiras interdisciplinares para responder a questões pertinentes para o que acontece hoje, para os funcionamentos contemporâneos das discursividades. São essas direções que fundamentam nosso trabalho que caminha sob uma Análise do Discurso que associa o pensamento de filósofos e linguistas franceses e de pesquisadores brasileiros, além das contribuições dos estudos de diversas áreas, como a História, a Antropologia Cultural, as Ciências Sociais e Políticas e as mídias.

Dessa forma, nosso trabalho é o resultado de reflexões interdisciplinares entre Pêcheux e suas importantes contribuições para pensar o funcionamento dos discursos, os efeitos de sentido; Courtine pela proposição de uma semiologia histórica que nos convida a pensar num deslocamento teórico diante das mutações do discurso político; Piovezani, Sargentini, Gregolin, Milanez, sobre o funcionamento dos discursos e dos dispositivos tecnológicos e midiáticos, a espetacularização, da intericonicidade, dentre outros; e, por fim, Maingueneau e Baronas, para compreensão da constituição e deslocamento do conceito de *ethos* diante da complexidade enunciativa das redes sociais, com vistas a dar conta, metodologicamente, das práticas não verbais associadas à cena de enunciação, que vão desde tom, corpo, gestos, voz a toda composição fotográfica ou fílmica nas quais se dá a ver aquele corpo. Propondo, assim, operacionalizar tal categoria, nomeada de “*ethos* semiotizado” (CARREON, 2018, p. 13).

Como vimos, esta tese reúne um conjunto de reflexões de estudos desenvolvidos sobre o discurso político que, por sua vez, reflete a interdisciplinaridade sempre constitutiva dos estudos do discurso, com pesquisadores do campo da Semiologia, da Linguística, das Ciências

Políticas, da Comunicação Social e da Antropologia Cultural que contribuem para a compreensão e a análise das manifestações políticas, dos discursos políticos e das práticas discursivas do sujeito político, bem como seus modos de circulação e representação.

O *corpus* selecionado baseia-se nas eleições municipais de Salvador-BA no pleito 2016 do primeiro turno. Como recorte, definimos a plataforma digital *Facebook*, por ser a rede social mais representativa das campanhas eleitorais no Brasil naquele ano. Numa totalidade de sete candidatos, selecionamos apenas a página oficial de quatro, para análise de suas postagens, sob a justificativa de terem sido os que mais fizeram uso das redes sociais na campanha, portanto, os mais representativos para a pesquisa, a saber – ACM Neto, do Democratas (DEM), Alice Portugal, do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), Pastor Sargento Isidório, do Partido Democrático Trabalhista (PDT) e Fábio Nogueira, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL).

Como procedimento metodológico definido para descrição/interpretação do *corpus*, partimos da seguinte ordem: a) coleta e seleção do *corpus* na plataforma *Facebook* a partir das postagens realizadas nos perfis oficiais dos candidatos selecionados para análise durante o período de campanha (de agosto a outubro de 2016) constituindo um arquivo dotado de materialidades verbais, não verbais, mistas; b) levantamento de documentos/de materiais que podem contribuir na interpretação e análise, a saber – de sites de partidos, páginas oficiais de candidatos (*sites*), blogs, entrevistas e matérias dispostas em jornais e revistas virtuais; c) organização do arquivo a partir dos enunciados recolhidos: printados e baixados, e transformados em *pdf*; d) organização do *corpus* para as análises em duas configurações discursivas: algumas funcionam como sequências enunciativas e outras funcionam como ilustração; e) definição de uma abordagem capaz de compreender o funcionamento sincrético das materialidades (fotografia, *selfie*, imagem em movimento, fotomontagem, *live*, vídeoclipe) na composição do discurso político eleitoral da rede social supracitada; f) definição do critério metodológico para análise a partir das regularidades e dispersões com a configuração de sequências enunciativas.

Com isso, para análise do *corpus*, recortamos sequências enunciativas as quais dizem respeito às regularidades no interior da dispersão (materialidades, temáticas). Para tanto, algumas perguntas nos guiaram: Quais as regularidades notadas nas postagens dos candidatos selecionados? Quais os temas mais abordados nas eleições pelos candidatos? Como os candidatos articulam as linguagens, ferramentas e dispositivos para campanha e para a construção da imagem de si?

Adotamos a terminologia **sequência enunciativa** (SE) justamente porque o conceito de enunciado não se limita ao de signo linguístico, pois língua e enunciado não estão na mesma

dimensão de existência. O enunciado depende da materialidade linguística ou não-linguística para sua existência, conforme defende Michel Foucault. O enunciado tem uma natureza tanto sógnica quanto histórica. Propomos, nesse quadro, desenvolver a análise levando em consideração o sincretismo existente entre verbo e imagem e a densidade histórica que constitui os enunciados.

Para o tratamento do *corpus* e instrumento de análise, empregaremos os conceitos de regularidades e dispersões do enunciado proposta por Michael Foucault:

[...] um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente. Acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado de um lado a um gesto de escritura ou à articulação de uma palavra, mas que, por outro lado, se abre a si mesmo uma existência remanescente no campo de uma memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros e **de qualquer forma de registro**; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas que está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequência que incita, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o procedem e o seguem. (FOUCAULT, 1972, p. 40, grifo nosso).

O enunciado, para Michel Foucault, possui uma natureza semiológica, isto é, ele não se reduz necessariamente ao componente linguístico. Amparando-nos na noção de enunciado que se caracteriza por responder a determinadas condições de emergência, por ser enunciado a partir de uma posição sujeito e por ter uma existência material inscrita no interior de um domínio associado, analisaremos os paradigmas de leitura desse enunciado, com o objetivo de mostrar que a interpretação responde a questões históricas presentes na natureza semiológica do objeto de análise e que, por isso, não há uma leitura certa ou equivocada desse enunciado. As imagens, assim como o texto verbal, em seu caráter compósito, não dizem pela evidência, não podem ser lidas como provas documentais, mas como uma construção discursiva que admitem diferentes paradigmas de leitura. (SARGENTINI, 2011, p. 1693)

Foucault, ao formular o conceito de enunciado, considera que esse pode ser, entre outros, uma pirâmide de idades, um esboço de repartição..., assim não se trata apenas de articular uma materialidade da língua a uma materialidade do discurso, mas se trata de ampliar a relação da materialidade do discurso a outras materialidades (gestuais, imagéticas, sonoras) que demandam de forma mais incisiva a análise a ser desenvolvida pelos estudiosos do discurso, uma vez que a noção de enunciado não se reduz, então, ao enunciado linguístico. Assim, explicitar um discurso será, então, interpretar o que as pessoas escrevem, mas também suas imagens, seus gestos, falas e expressão sonora. (SARGENTINI, 2011, p. 1690).

Como podemos notar, a definição de enunciado dá indícios de que ele é um fenômeno semiológico, se compreendermos que a noção de enunciado como função pode abranger

materialidades discursivas constituídas por signos heterogêneos (NAVARRO, 2012, p. 132). Além disso, o trabalho arqueológico de Foucault, em 1969, mostra-nos que “todo enunciado tem sua margem povoada por outros enunciados” ([1969] 2000a, p. 112), dessa maneira, os enunciados se dariam em cadeia. Foucault compreende os discursos como séries regulares e distintos de acontecimentos, nessa direção, devemos tratar o discurso como uma prática e ver que é nessa prática que os acontecimentos encontram sua regularidade.

Quanto à seleção das imagens (figuras), há, nas análises algumas imagens que funcionam apenas como figurativas, empregada com vistas a ilustrar uma dada análise e, outras, aplicadas à análise propriamente dita, a qual adotamos o conceito metodológico sequência enunciativa (SE). Apesar de nosso *corpus* se limitar à campanha eleitoral da prefeitura de Salvador/2016, durante as análises empreendidas ao *corpus*, fizemos associações, retomadas e comentários a alguns eventos, acontecimentos e personalidades da política nacional e internacional (saindo do *corpus* para outros momentos da política, anteriores e posteriores a 2016), considerando que a dispersão dos acontecimentos são necessários e contribuem para a compreensão e produção dos sentidos.

0.5 Da organização da tese e dos capítulos

Nossa tese está estruturada em quatro capítulos. O primeiro deles intitula-se *Discurso político: uma trajetória histórico-epistemológica do objeto e suas mutações*. É um capítulo de abordagem histórica na qual pretendemos desenvolver um trajeto histórico sobre o modo como o objeto *discurso político* se instituiu na fundação do campo da Análise do Discurso à atualidade. O objetivo foi tecer uma abordagem histórica do conceito e do funcionamento do objeto “discurso político”, das mutações e reconfigurações da AD na França e no Brasil, com ressalva a suas repetições, aproximações e divergências. Assim, ele terá os seguintes desdobramentos: i) a emergência do objeto discurso político na França (fins dos anos 1960 até início dos anos 1980), a partir de leituras de Pêcheux, Malidier, Mazière, Robin, Courtine, Guilhamou, Orlandi, Mussalim; ii) o discurso político dos anos 1980-90: as metamorfoses promovidas pelo dispositivo televisivo, com vistas a compreender “as inquietações do discurso”, compreender também o conceito de Formação Discursiva e de memória discursiva, a partir de leituras de Pêcheux, Malidier, Courtine, Foucault. E para compreensão dos estudos do objeto discurso político no Brasil, Piovezani, Sargentini, Gregolin, Kogawa, Orlandi; iii) as leituras sobre as configurações contemporâneas do discurso político digital (da virada do século XXI – nesses últimos quinze anos), com vistas a explorar o que se produziu de AD política no Brasil: Piovezani, Kogawa, Sargentini, Gregolin, Indursky e Navarro (entrando no aspecto do

discurso e mídia) para situar melhor o objeto de pesquisa, discurso político e suas configurações nas eleições.

No segundo capítulo, denominado *Análise do Discurso e Semiologia histórica: aproximações e problematizações contemporâneas*, trata-se de um capítulo teórico-metodológico, voltado para leituras epistemológicas de Pêcheux, Foucault, Courtine, com vistas a problematizar possíveis aproximações semiológicas courtinianas no interior da Análise do Discurso, acionando conceitos como discurso, semiologia histórica, intericonicidade, memória discursiva, enunciado sincrético e interdiscurso.

No terceiro capítulo cujo título denomina-se *A constituição da imagem de si na política da imagem: problematizações e deslocamentos*, caracteriza-se por ser também de ordem teórico-metodológica. É dedicado ao estudo do *ethos* e seus desdobramentos. Para isso, buscamos fazer um percurso sobre o desenvolvimento da noção de *ethos* da retórica aos estudos discursivos, noção revisada por Maingueneau e, posteriormente ampliada, a partir da noção de *ethos* semiotizado proposta por Baronas. Assim, consideramos a expansão da noção de *ethos* de forma a dar conta, metodologicamente, das práticas plurissemióticas associadas à cena de enunciação, uma vez que a construção da *imagem de si* está atualmente ligada a diferentes semiologias, dado a atual configuração do discurso político nas redes sociais.

Por fim, o quarto capítulo, intitulado *Das redes às urnas: decifrando e corporificando a campanha eleitoral municipal de Salvador 2016 no Facebook*, é um capítulo analítico que busca decifrar a configuração e o funcionamento do discurso político eleitoral na ordem da rede social *Facebook*, para desse responder ou refutar às hipóteses apresentadas na tese, acionando categorias discursivas para a análise, como memória, intericonicidade, formação discursiva, enunciado, materialidade sincrética, etc. Para tanto, o capítulo se organiza metodologicamente a partir das regularidades e dispersões: a primeira parte obedece a ordem das materialidades, em que se observam as novas materialidades como o #hashtag, a selfie, a *live* etc.; e na segunda parte, da ordem das temáticas, em que são observadas o confronto, a rotulagem, a influência da religiosidade na política e a sacralização, o apelo às “minorias”, sobretudo, às mulheres, grupos LGBT+, populações negras.

Apresentamos, por fim, nossas *Considerações Finais* sobre o trabalho realizado, apontando os resultados observados, sem pretender esgotar o tema de estudo e a riqueza das pistas que a pesquisa nos trouxe. Assim, traremos novos desdobramentos que o próprio *corpus* nos impôs como desafio, apontando possibilidades de investigação na complexa esfera daquilo que poderíamos conceber como uma espécie de *tecnopolítica das (in)visibilidades*. Cabe-nos talvez refletir discursivamente, em outro momento, sobre a natureza orgânica, técnica,

numérica, imagética e digital desse mundo da política nas redes, difícil de capturar entre o *click* e o *like*. Esse mundo que até agora nos custa muito decifrar diante do jogo tênue entre a língua política, o corpo político, a imagem política e a retórica da *selfie* plena de si - refletida no espelho e esvaziada de palavras de ordem na rede da liquidez dos discursos.

Mesmo que os objetos tenham se diversificado com a passagem dos cinquenta anos do campo teórico da AD francesa, neste ano de 2019, o discurso político continua a nos trazer inquietações e possibilidades de análise. Este trabalho traz, dessa forma, importantes reflexões sobre o discurso político, conforme veremos nos capítulos a seguir, objeto privilegiado da Análise do Discurso e um de seus fundadores, Michel Pêcheux, o qual fazia dele seu foco de análise nos fins dos anos 1960, mas também objeto de redefinição quando, no início de 1980, *chegava a hora de quebrar os espelhos*.

CAPÍTULO 1 - DISCURSO POLÍTICO: UMA TRAJETÓRIA HISTÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DO OBJETO E SUAS MUTAÇÕES

Não é questão de saber se o discurso mente ou se ele diz a verdade. Mas de se dedicar **a compreender os meios que, quando e como o discurso muda**. E se ela não muda, analisar a maneira pela qual os discursos aparentemente parecidos podem exprimir práticas políticas diferentes. Mas para isso, **é preciso aceitar sair do texto** [...] (Jean-Jacques Courtine, 1989, grifo nosso).

Os métodos da análise do discurso são, à sua maneira e nas suas transformações, **um reflexo das mutações do próprio objeto**, nas suas modalidades de existência material, nas suas percepções individuais e coletivas. (Jean-Jacques Courtine, 2006, grifo nosso).

Propomos, neste capítulo, discutir sobre a “invenção discurso político” e suas mutações no decorrer da constituição e do desenvolvimento da disciplina Análise do Discurso francesa. Este é um capítulo com perspectiva historiográfica, mas no interior dessa historiografia pensamos numa curta/média duração, uma vez que o campo teórico está se desenvolvendo há 50 anos.

Consideramos a possibilidade de uma “invenção do objeto discurso político” como conceito epistemológico, uma invenção como produto, construção epistemológica, reflexo de uma teoria que estava se desenvolvendo, uma vez que sabemos que o discurso político sempre existiu, que os políticos discursam desde sempre, mas discurso político, enquanto conceito, não.

O discurso político, nesse sentido, pode ser tomado como o lugar da história, dos sentidos, de práticas simbólicas e de transformações que fundamentam uma sociedade. Portanto, esse discurso, por ser uma prática social, se constitui a partir das relações com os sujeitos, com as subjetividades, com a memória. Discurso que se constitui em um espaço sobre o qual a história se recompõe e na qual se elucidam as transformações de uma sociedade e suas relações de poder.

Sendo assim, o propósito deste capítulo é construir um trajeto histórico/epistemológico do objeto “discurso político” e analisar suas mutações, da passagem dos gestos largos e as longas falas da tribuna e dos púlpitos às modulações das falas e os meneios expressivos rigorosamente controladas e regulados por parâmetros técnicos visuais da televisão (caracterizada por uma escrita oralizada), até as profundas alterações nos regimes de discursividade (fluidas, múltiplas, sincréticas) iniciadas pela internet e suas plataformas (sites, redes sociais). O corpo, o rosto, a fala, as materialidades foram adaptadas/configuradas na conjunção de um complexo processo histórico com a emergência de novas tecnologias.

Diante dessa problemática, partimos das seguintes questões: pensando no discurso político atual, manifestado nas redes sociais, numa teoria com base no modo dos anos de fundação e no modo como se desenvolveu no Brasil nos anos 1980-90, de que forma são suficientes e dão conta de novos problemas, novos objetos e novas materialidades que configuram o discurso político em nossos dias? Considerando a abordagem teórico-metodológica e as condições de produção do discurso daquela época, o que mudou? O que é preciso mudar? Que natureza do enunciado é essa?

Vale ressaltar que para compreender o objeto discurso político é necessário o exercício de buscar as (des)continuidades e as mutações nas práticas discursivas inscritas sócio-historicamente. Por isso, considerando o objeto desta pesquisa, esse capítulo segue os seguintes desdobramentos: **1.1** AD e DP: cinquenta anos de uma inquietante invenção; **1.2** O que entendemos por discurso político?; **1.3** A emergência do objeto discurso político na França “*Le temps de grandes constructions*”; **1.4** O discurso político dos anos 1980-90: as metamorfoses promovidas pelo dispositivo televisivo; **1.5** Configurações contemporâneas do discurso político digital.

1.1 AD e DP: cinquenta anos de uma inquietante invenção

A Análise do Discurso surgiu na França no final da década de 1960 como um campo de pesquisa interdisciplinar, tendo como seu objeto primeiro, o discurso político. O privilégio dado a esse objeto¹³ deu-se pelo fato de que a própria história da Análise do Discurso passa pela história política francesa e se confunde com a produção dos discursos políticos. Era uma conjuntura de mudanças políticas e, também, de transformações no plano teórico.

Como a história da fundação e do desenvolvimento da AD já foi sobremaneira detalhada em muitos trabalhos (Cf. INDURSKY, 1998; PÊCHEUX, 1990; MALDIDIER, 1990; GUILHAUMOU, J.; MALDIDIER, D.; ROBIN, R, 1989; STAFZZA, P, 2010)¹⁴, não é nosso objetivo aqui repeti-la. Privilegiamos, no entanto, uma abordagem teórica desse campo de

¹³ Veremos mais adiante, que a partir da década de 1980 a Análise do Discurso passa a se interessar por analisar outros objetos, de forma efetiva.

¹⁴ INDURSKY, Freda. *A Análise do Discurso e sua inserção no campo das ciências da linguagem*. Cadernos do IL, Porto Alegre, n.20, 7-21, 1998 ; MALDIDIER, D. *L'inquiétude du discours*. Textes de Michel PÊCHEUX choisis et présentés par Denise MALDIDIER Paris, Editions des Cendres, 1990, 334 pages ; GUILHAUMOU, J.; MALDIDIER, D.; ROBIN, R.. Jalons dans l'histoire de l'analyse de discours en France: un trajet des historiens du discours. *Discours Social /Social Discourse*, 1989, vol. 11, number 3, Montréal. ;PAULA, Luciane de; STAFUZZA, Grenissa (Orgs.) *Da Análise do Discurso no Brasil à Análise do Discurso do Brasil: três épocas histórico-analíticas*. Uberlândia, MG: EDUFU, 288p, 2010.

pesquisa atrelada aos estudos em torno do discurso político – objeto que nasce na fundação da disciplina – pensando como esse objeto se constituiu à época de constituição desse campo e sofreu mutações até agora, como foi pensado em diferentes momentos, provocando inquietações e transformações teórico-metodológica na disciplina, visto que as especificidades do objeto *discurso político* já não são mais as mesmas de antes. Além disso, as novas materialidades também permitiram que os analistas refletissem sobre o discurso político de outra forma. Retomaremos algumas questões para melhor compreender o percurso epistemológico da AD e as transformações históricas do objeto discurso político.

A história da Análise do Discurso vai se constituindo ao longo dos anos e seus aportes teóricos vão se modificando nos entremeios de continuidades e descontinuidades da “ordem do discurso” e da história política e social do Ocidente. Dessa maneira, seus métodos de análise vão se transformando e reverberando de acordo com o desenvolvimento e a mutação do objeto de estudo.

Desde a sua emergência, esse campo de pesquisas nunca gozou de homogeneidade teórica e metodológica. A problemática central que circunscrevia esse campo teórico era, segundo Courtine, “elaborar uma concepção de discurso que fizesse dele um objeto essencial para a compreensão das realidades histórica e políticas, um nível de intervenção teórica crucial para quem desejava, ao mesmo tempo, compreender a sociedade e operar sua transformação” (2006, p. 32). Nesse viés, a AD objetivava, desde sua fundação, uma aliança entre a linguística e a história, instituindo-se na interdisciplinaridade a partir de uma “tríplice aliança”: da linguística – por meio da releitura do CLG de F. Saussure; do materialismo histórico – a partir dos trabalhos de L. Althusser que faz uma releitura da obra de Marx; e da psicanálise – da releitura que J. Lacan faz de S. Freud. Grosso modo, a Análise do Discurso tem sua configuração determinada pela influência do estruturalismo, do marxismo, da psicanálise, da epistemologia histórica, da linguística saussuriana e, certamente, apresenta-se de forma distinta em cada uma de suas linhas.

Para D. Malidier (1994), a AD teve uma dupla fundação: pelos trabalhos desenvolvidos separadamente do lexicólogo Jean Dubois e do filósofo Michel Pêcheux, cujos textos fundadores foram: o artigo *Lexicologie et analyse d'énoncé*, de Jean Dubois, apresentado no Colloque de Lexicologie Politique de Saint-Cloud, em abril de 1968, e a tese *Analyse automatique du discours*, defendida por Michel Pêcheux, em 1968, e publicada no ano seguinte. De fato, a maioria dos trabalhos de análise do discurso produzidos no período mencionado foi realizada com base nos conceitos e métodos formulados por esses dois autores. Podem-se, entretanto, identificar outros projetos de análise do discurso contemporâneos àqueles referidos

pela autora – por exemplo, aquele de Michel Foucault, da fase arqueológica. (GREGOLIN, 2004).

A linha de análise do discurso iniciada por J. Dubois, direcionada principalmente por Marcellesi e Gardin, que, lançando-se no projeto de constituição de uma nova linguística, a Linguística social, concebiam a AD enquanto campo de pesquisas no seu interior. A perspectiva de Dubois, cuja Análise do Discurso insere-se numa sociolinguística, busca evidenciar a individuação linguística dos grupos sociais, centrada nos traços formais que diferenciam os discursos e os tipos de discurso (MARANDIN, 1979). Já a linha formulada pelo filósofo M. Pêcheux, desenvolvida a partir de conceitos herdados de seu mestre Althusser, visava ao desenvolvimento da teoria marxista, embora não fosse restrito a isso, uma vez que seu projeto não era apenas epistemológico, mas, acima de tudo, político. Assim, ele concebeu a Análise do Discurso para ser um dispositivo instrumental para as ciências sociais, com objetivo de suplantar o emprego da Análise de Conteúdo, muito presente nas pesquisas em ciências humanas e sociais à época.

Mas vale ressaltar que a AD projetada por Michel Pêcheux não se restringia ao estatuto de um dispositivo instrumental. O método era apenas uma parte de um todo cuja outra parte era a teoria do discurso. Teoria e método, para M. Pêcheux (1993, 1997), eram inseparáveis, pois não é possível construir um método sem uma teoria. Dito diferentemente, a AD proposta por Pêcheux não foi projetada apenas para análise automática do discurso político¹⁵, embora tenha sido aplicada muito mais para o discurso político. Os fins de Pêcheux são políticos, mas os meios são teórico-epistemológicos. (NARZETTI, 2012, p. 11).

A AD pecheutiana derivou-se do/no entrecruzamento do Materialismo Histórico com a Linguística e a Psicanálise, agrupando certo número de inquietações sobre o sujeito, a linguagem e a história a partir de um modo específico de ler essas estruturas como relativas, contraditórias e heterogêneas. Ler Pêcheux significa, por conseguinte, ler um grupo de pesquisadores preocupados com o processo de a língua fazer sentido, com o objetivo inaugural de analisar os documentos políticos por intermédio de um dispositivo computacional com a intenção de trazer à leitura crítica, em um primeiro momento, o problema da ideologia nestes textos eminentemente com teor político.

Nas leituras de Gregolin, para Pêcheux (1981a), a Análise do Discurso foi pressionada – desde a sua fundação – por duas determinações, por dois estados de crise: a evolução das teorias linguísticas e as transformações do campo histórico-político. Desde sua origem, ela

¹⁵ Vale mencionar que este ano faz 50 anos da publicação da AAD-69, como o principal livro fundador da teoria.

tomou como objeto de estudos os “discursos políticos”, pois foi fundada para se constituir, ao mesmo tempo, como uma intervenção científica e como uma intervenção política. (GREGOLIN, 2006, p. 173).

A noção do discurso político foi implementada consoante a constituição do campo teórico da AD, com suas continuidades e descontinuidades. Esse objeto centralizador, voltava-se para os grandes corpora dos textos de teor político (comunistas, de direitas, de esquerdas, pró ou contra a dominação francesa na Argélia, guerra do Vietnã).

É inegável que o discurso político atual não goza do mesmo *status* nem do mesmo prestígio que nos anos 1960, quando Michael Pêcheux e seus seguidores fizeram dele o tópico central da Análise do Discurso por sua relação com o fenômeno ideológico. Todavia, se existe hoje uma crise de democracia representativa, que tem como base a atuação e a fala dos homens (e mulheres) políticos, a perda de prestígio dos agentes políticos não implica necessariamente a perda de relevância do domínio político, ou da Política, na vida social. Tampouco isso implica menos relevância do discurso político como investigação científica. Ao contrário, a natureza semiológica sincrética do discurso político atual é fonte de grandes reflexões e inquietações, colocando em evidência tanto a intensidade de interesse, quanto a sua complexidade atual como objeto de estudos. (EMEDIATO, 2016, p. 9)

Apesar da diversificação de objetos de análise e a perda da exclusividade do discurso político entre os objetos da AD, isso não representa, conforme já dissemos, um desinteresse em relação a ele, pois de acordo com o analista em discurso político, Piovezani (2009), “o discurso político continua sendo frequentemente matéria de análise e de reflexão no campo da análise de discurso, embora tenha oscilações entre “retornos” e “refluxos” da política que marcaram o período que se prolonga desde a década de 1970/80 até os nossos dias”¹⁶. (PIOVEZANI, 2009, p. 169, *aspas internas do autor*)

¹⁶ Poderíamos destacar as várias pesquisas sobre o discurso político na França e no Brasil que continuaram a ser produzidos, desde então. No interior de uma grande produção deste campo, podemos destacar os seguintes trabalhos elencados por Piovezani (2009) e complementados por nós: - Osakabe, *Argumentação e discurso político* ([1979] 1999); Courtine, *Analyse du discours politique* (1981), “Langage, Political Discourse and Ideology” ([1985] 2006a), *Corps et langage* (1989), “Les glissements du spectacle politique” ([1990] 2003), “Les dérives de vie publique: sexe et politique aux États Unis” ([1994] 2006a); Bonnafous, *Processus discursifs et structures lexicales: les congrès de Metz* (1979) *du Parti Socialiste* (1983), “L’analyse du discours politique” ([1997] 1999) e *Argumentation et discours politique*, et al. (Org.) e 2003b); Seriot, *Analyse du discours politique soviétique* (1985); Orlandi, “A fala de muitos gumes” ([1985] 1996); Fiorin, O regime de 1964: discurso e ideologia (1988); - Guilhamou, *La langue politique et la Révolution française. De l’événement à la raison linguistique* (1989); vários números da revista *Mots. Les langages du politique* (1998); Zoppi-Fontana, *Cidadãos modernos: discurso e representação política* (1997); Indursky, *A fala dos quartéis e outras vozes* (1997); Le Bart, *Le discours politique* (1998); Group Saint Cloud, *Présidentielle: regards sur les discours télévisés* (1995). *L’image candidate à l’élection présidentielle* (1995). *Analyse des discours dans les médias* (1999); Mayaffre, *Les poids des mots. Le discours de gauche et de droite dans l’entre-deux-guerres* (2000), *Paroles de président Jacques Chirac* (1995-

Observar e analisar a discursividade da fala pública é perceber o processo de transformação, de mutações constantes na história da humanidade, desde a sua formulação “dura”, “sólida”, “de ferro”, como observada por Patrick Sériot, em *Analyse du discours politique soviétique* (1985)¹⁷. A *língua de madeira*, passou ao estatuto de língua de vento, “fluída”, “líquida”, “movente”, tão peculiar nos tempos de agora. Ademais, para Piovezani, em *História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso* (2015), obra organizada conjuntamente com Courtine, “as práticas discursivas modificam-se no tempo e no espaço, conforme se alteram os regimes de governo e os sistemas de produção, os padrões sociais e as tendências culturais, os dispositivos tecnológicos e os fatores subjetivos”. (PIOVEZANI, 2015, p. 291).

Dessa maneira, retomando a epígrafe no início desse capítulo, J.-J. Courtine nos convida à reflexão para o que, muitas vezes, embora pareça óbvio, seja um fator deveras desprezado pelo analista: de que as transformações dos métodos da Análise do Discurso refletem as metamorfoses de seu próprio objeto. Nesse sentido, o objeto *discurso político* sofreu mutações na sua existência material e, por isso, não devemos negligenciar essas mudanças nos modos de sua produção, recepção e circulação.

Outrossim, o movimento e as transformações no discurso político, além da forma de se fazer política, não se dão apenas com o passar dos anos, ou com a irrupção dos grandes acontecimentos e as modificações profundas da estrutura política (os modos de governar, as instituições econômicas, a justiça etc.), mas, também, nos pequenos acontecimentos, que proporcionam novos modos de dizer, novos suportes de materialização dos discursos e maneiras que o levam a circular. (SÁ, 2011, p. 15).

Por isso, dedicamos este capítulo para pensar na história do objeto *discurso político* e suas mutações, considerando a própria conclusão de Courtine (2006, p. 50) ao problematizar as metamorfoses e derivas do discurso político na contemporaneidade: “[...] não fazemos a mesma

2003) et *le discours présidentiel sous la Vème République* (2004); Coulomb-Gully, *La démocratie mise en scènes* (2001); Sargentini, *A teatralidade na geração de empregos* (2003); Charaudeau, *Le discours politique: les masques du pouvoir* (2005); Cezarin, *Identificação e representação política: uma Análise do discurso de Lula* (2005); Courtine, *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública* (2006); Piovezani, *Verbo, corpo e voz: dispositivos da fala pública e produção da verdade no discurso político* (2009); Emediato, *Análises do discurso político* (2016); Indursky, *Os (des)caminhos do discurso político na contemporaneidade* (2016); Sargentini, *Mutações do discurso político no Brasil, espetáculo, poder e tecnologias de comunicação* (2017).

¹⁷ Ao analisar o discurso político soviético, Patrick Sériot (1985) discute sobre o funcionamento da “*langue de bois*”, a língua de madeira, expressão que surge no discurso oficial polonês e que se difunde para outras línguas. O autor chama a atenção para inúmeros predicativos que podem ser atribuídos à expressão ‘língua de madeira’, segundo sua tradução no âmbito do discurso político soviético, francês, italiano ou inglês. Assim, compreendida como língua oficial de partidos socialistas, língua da burocracia, língua cristalizada, dogmática, impessoal, língua com funcionamento argumentativo que se enoda sobre si mesmo, essa é a língua de madeira.

análise do discurso político quando a comunicação política consiste num comício que reúne uma multidão em torno de um orador e quando essa comunicação toma a forma de *shows* televisivos, aos quais cada um assiste em domicílio”, e ainda acrescentamos, quando esse discurso se constitui no ciberespaço, com o surgimento da Internet, das mídias digitais e a consolidação da *sociedade da tela* (MONGIN, 2004, p. 219). Isto é, ao prever as mutações das discursividades nos anos de 1980, Courtine aponta que as transformações históricas e políticas reclamavam deslocamentos teóricos. Ele tratará insistentemente dessa necessidade, mostrando essas metamorfoses como novas exigências (teórico e políticas) a serem inseridas aos percursos da AD.

Por isso, vale destacar que não apenas o objeto discurso político passou por transformações, mas também os estudos desenvolvidos pela Análise do Discurso sofreram várias modificações ao longo do tempo, desde sua formação inicial, no final de década de 1960, por M. Pêcheux. Isso se deu tanto na forma de analisar os mecanismos de constituição e formulação dos discursos, como na busca por qual tipo de discurso tomar como objeto. Assim, de acordo com Sá (2011):

Esses movimentos se deram, em grande medida, pelas inúmeras transformações ocorridas com o discurso político, objeto primeiro e ponto de partida para os estudos em Análise do Discurso na França, e sua relação com outros discursos – científico, religioso, literários etc. Esse fato pode ser observado em uma virada na obra de M. Pêcheux na década de 1980, além dos trabalhos desenvolvidos por J.-J. Courtine que, em sua tese sobre o discurso comunista endereçado aos cristãos (1981), observa a heterogeneidade dos discursos, os enunciados divididos (a presença do *outro* no interior de uma FD – a fala cristã presente no discurso comunista), e considera a necessidade de se agregar às análises o ritual que envolve as intervenções dos porta-vozes; e, partir de trabalhos posteriores, propõe mudanças nas formas de análise do discurso político estabelecidas, também, em função de mudanças no próprio discurso político. (SÁ, 2011, p. 17).

De fato, o discurso político foi e continua sendo um campo fértil para pesquisas e tem sido um domínio bastante requisitado pelas diversas áreas do conhecimento. A natureza heterogênea das pesquisas e perspectivas desenvolvidas neste campo evidenciam sua potencialidade, além da sua complexidade atual como objeto de estudo, pois os problemas se renovam quando se trata de analisar o discurso político. As mutações de que tratam Courtine (2006) e comenta Sá (2011) vão se evidenciar de modo muito notável em nosso *corpus*, cujas materialidades põem em evidência a figura de uma outra figura política performatizada nas relações que são estabelecidas com os potenciais eleitores nas ruas e nas redes direcionados às urnas através de seus sufrágios. Mostraremos nos capítulos 4 como o discurso político nas redes

sociais se constitui como uma cena na qual o ator joga com mudanças de posições entre figura política (desejo de representante do povo) e homem do povo (mais um indivíduo, pai/mãe de família, filho, amigo etc. no meio do povo). Veremos, também a cultura da *selfie* assumir materialmente o lugar de uma das notáveis mutações.

Para pensarmos na trajetória do objeto discurso político e suas modificações, propomos *a priori*, pensar as transformações epistemológicas da escola francesa de Análise do Discurso, para apreender seus desdobramento e evolução do seu objeto na França e no Brasil. Desse modo, o objetivo deste capítulo é resgatar a historicidade do objeto na constituição e desenvolvimento da Análise do Discurso, focalizando o nosso olhar para, justamente, o objeto privilegiado desde a fundação desta teoria: **o discurso político**. Por isso, pensamos nas seguintes questões: como o discurso político foi abordado pelos analistas do discurso da França e do Brasil ao longo dessas últimas cinco décadas? O discurso político ainda continua a ser o objeto privilegiado da AD? Os trabalhos desenvolvidos sobre o discurso político revelam as mutações do objeto? Há uma historicidade no próprio conceito/objeto discurso político? O que mudou e o que há de repetível no interior das anunciadas mutações?

1.2 O que se entende por discurso político?

A questão que se coloca nos leva de imediato a pensar sobre os discursos produzidos no campo da política. No entanto, podemos também refletir sobre as questões de que nos inquieta: todo discurso é político? O que se entende por discurso político?

“Político” qualifica uma dimensão constitutiva de todos os discursos, sem se limitar ao domínio institucional da política. Dizemos frequentemente na vida ordinária que todos os discursos da sociedade são políticos, e que “tudo é político”. “Essa fórmula, que ultrapassa o domínio da AD, parece ter sido uma espécie de reação – sob a forma de um “retorno político”, nascente na década de 70 – que se estabeleceu nas ciências sociais como uma tendência à “politização” de diferentes campos sociais da atuação humana, devido aos movimentos e transformações do século XX, que impulsionaram a “politização” (PIOVEZANI, 2017, p. 36-37). Ademais, de acordo com Sá (2017, p. 59), “o século XX, no seu conjunto, é o século do reordenamento do fazer político, incitado pelas guerras mundiais, pelas resistências políticas, pelas revoluções nas técnicas e mídias”.

Essa ideia de “política” relaciona-se ao conceito de disputa e manutenção do poder. Entretanto, se seguirmos ao pé da letra a ideia de que tudo é poder, podemos estar reproduzindo um silogismo falacioso: “se a política é a atividade do poder; e se o poder é um multifacetado

conjunto de relações de força que está em todo lugar; logo, tudo é política” (PIOVEZANI, 2017, p. 37). Mas se aceitarmos esse raciocínio, inviabilizamos, de algum modo, a própria possibilidade de conceber uma especificidade “política” do discurso político, uma vez que o discurso não é apenas *aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual queremos nos apoderar* (Foucault, [1970] 2000, p. 10).

Assim, se assumirmos a orientação de que “todo discurso é político” ou de que “tudo é política”, estamos, a grosso modo, ultrapassando o domínio da análise do discurso, bem como desconsiderando o estatuto do *discurso político*, “visto que onde tudo o é, talvez nada mais o seja efetivamente” (PIOVEZANI, 2017, p. 38).

A noção “discurso político”, embora nos pareça algo simples e de fácil compreensão, pode tornar-se um tanto complexo se fizermos uma análise mais atenta às ocorrências desse emprego, se considerarmos as referências diversas propostas no âmbito da disciplina Análise do Discurso a esse sintagma, como também quando se faz menção ao qualificativo “político” empregado de forma ampla e diversa, sem maiores especificações quanto ao seu estatuto, isto é, usado de forma generalista.

A par de muitas discussões sobre a definição de discurso político, entendemos que tal noção merece mais detalhamento, uma vez que as esferas sociais e midiáticas em que ele circula são variadas, o que gera práticas discursivas distintas. Dessa forma, este estudo visa a promover uma discussão sobre concepções de discurso político no campo da Análise do Discurso com vistas a possibilidades de ampliação de conceitos para auxiliar futuras investigações.

Diante das inquietações e equívocos que surgem em torno da problemática, buscamos no historiador político, o francês P. Rosanvallon (2002), a distinção entre “o político” e “a política”:

Falando substantivamente do político, qualifico assim tanto uma modalidade de existência da vida comum quanto uma forma de ação coletiva que se distingue implicitamente do exercício da política. Referir-se ao político e não à política é falar do poder e da lei, do Estado e da nação, da igualdade e da justiça, da cidadania e da civilidade, em suma, de tudo o que constitui uma cidade, além do campo imediato da competição partidária pelo exercício do poder, da ação governamental do dia a dia e da vida ordinária das instituições. (ROSANVALLON, 2002, p. 11).

Percebe-se que o conceito de “política” é bastante amplo e controverso. Com efeito, ainda que possamos entender a política como sempre existente desde o início da sociedade, como instituição e como, de certa maneira, constitutiva do indivíduo social, as concepções mais usuais nascem, evidentemente, no seio da democracia grega, na qual os debates em favor do bem comum eram práticas da cidadania local. Como sabemos, historicamente, o termo

“política” deriva, originalmente, do grego *polis*, que significa “cidade”. “Política” era qualquer assunto que tratava de coisas relativas ao interesse da cidade para a boa organização e direção dos assuntos civis e administrativos de qualquer ordem. “Político” era aquele cidadão que participava das discussões, e como ficou marcado na famosa definição de Aristóteles: “Fica evidente pois que a Cidade [a *polis*] é uma criação da natureza, e que o homem, por natureza, é um animal político [...]” (ARISTÓTELES, 2001, p. 56, *grifo nosso*).

Os gregos destacaram-se entre os povos antigos por contribuírem de forma inquestionável para a riqueza e a compreensão da política, dentre as diferentes vertentes do saber. Os filósofos Sócrates, Platão e Aristóteles, no campo da teoria, de Péricles e de Demóstenes na arte da oratória, cooperaram para a construção desse conhecimento. Assim, a política era retratada como uma ciência superior, determinante de qualquer organização social e com inquestionáveis reflexos sobre a vida dos indivíduos.

Para Aristóteles (384-322 a.C), a política era a arte de governar a cidade-estado, isto é, a *pólis*. O significado do termo, porém, expandiu-se graças à influência de uma obra desse filósofo, intitulada Política. Nela, Aristóteles desenvolveu o primeiro tratado sobre a natureza, funções e divisão do Estado – ou seja, o conjunto das instituições que controlam e administram um país - e sobre as várias formas de governo. A Política, então, passou a designar a arte ou ciência do governo, isto é, a reflexão sobre essas questões, seja para descrevê-las com objetividade, seja para estabelecer as normas que devem orientá-la.

Para a filósofa política alemã, Hannah Arendt, a política é o espaço entre-os-homens, o significado deste espaço é a liberdade. Arendt defende que “para as questões da Política, o problema da liberdade é crucial” (ARENDR, 2009, p. 191). Arendt considera a liberdade e a ação política como sinônimas, haja vista que não é enclausurando-se em si mesmo, utilizando-se unicamente da capacidade de pensar ou de querer, que um indivíduo passa a ser livre, a liberdade existe em um lugar em que a condição plural do homem não seja desconsiderada, sendo nada mais que ação. Em outras palavras, o indivíduo só é livre enquanto está agindo.

Discernindo do pensamento político aristotélico, Arendt pressupõe que o homem é, em sua essência, apolítico; não há uma substância política que o determina como ser naturalmente político. De acordo com a filósofa, a política acontece, portanto, no espaço entre-os-homens, surge e se realiza no cerne da pluralidade humana, logo, ela é um fenômeno externo ao homem.

Ao refletir sobre o sentido da política, segundo H. Arendt, aprendemos que a política é algo como uma necessidade impreterível para a vida humana e, na verdade, tanto para a vida do indivíduo como da sociedade. Nesse sentido, o objetivo da política é a garantia da vida no sentido mais amplo. “Ela possibilita ao indivíduo buscar seus objetivos, em paz e tranquilidade,

ou seja, sem ser molestado pela política – sendo, antes de mais nada, indiferente em quais esferas da vida se situam esses objetivos garantidos pela política” (ARENDR: 2006, p.11)

Ainda de acordo com autora, a política existe e existiu sempre e em toda parte, onde os homens convivem num sentido histórico-civilizatório. Para esse caráter natural, costuma-se recorrer à definição aristotélica do homem enquanto ser político, e esse recurso não é indiferente, pois a *polis* determinou de maneira decisiva, tanto em termos de idioma como de conteúdo, a concepção europeia do que seria política originalmente e que sentido ela tem.

Durante séculos, o termo passou a ser usado para designar obras dedicadas ao estudo das atividades humanas que, de algum modo, refere-se ao Estado. Nos dias de hoje, no entanto, ele ganhou acepções diferentemente do significado original, que foi gradativamente substituído por outras expressões sintagmáticas como "ciência política", "filosofia política", "ciência do Estado", "teoria do Estado" etc. Assim, o termo “política” passou a designar mais as atividades, as práticas relacionadas ao exercício do poder de Estado.

Nesse viés, verifica-se que a política é objeto de estudo de vários domínios diferentes, o que deflagra a própria multiplicidade de olhares que podem convergir para esse mesmo objeto. Podemos compreender a política, por exemplo, pelo prisma da “filosofia política”, que se interroga pelo pensamento político e as categorias que o compõem, como também idealiza as ideais formas de governo para as sociedades. Para Charaudeau (2008, p. 34), a “filosofia política” é o lugar da reflexão, da interrogação permanente sobre os modos de organização do pensamento político e de sua aplicação na sociedade. Em outras palavras, pode-se dizer que a filosofia política “pensa o pensamento político”.

Já a “ciência política”, por sua vez, interroga-se não só em relação ao pensamento político, como também em relação aos efeitos causados pela ação política, isto é, procura estudar o comportamento dos atores políticos em função de suas identidades e engajamentos. Essa disciplina se constitui no diálogo com outras áreas, como a História, a Sociologia, a Antropologia Social e a Filosofia Política. Nesse sentido, percebe-se as variadas facetas do termo *política*, suas manifestações e suas práticas revelam o espectro amplo e instigante desse domínio tão presentes na vida social.

Para a Análise do Discurso, a *política* é compreendida no domínio da prática social que circula em espaço público e mantém vínculo com as relações de força simbólica para a conquista e gestão de poder. Conforme revela Fiorin (1988):

O discurso político é um discurso de busca do poder. No entanto, deve ele afirmar um querer-ser e um saber-fazer do enunciador, ou seja, o político que busca o poder deve

afirmar seu desejo de ser investido do poder e sua capacidade (saber) de satisfazer às necessidades e reivindicações dos atores sociais. (FIORIN, 1988, p. 144).

O *discurso político*, por sua vez, entendido como uma prática social, tem lugares de enunciação específicos, ou seja, é absolutamente legítimo quando ele parte de partidos políticos, de assembleias legislativas, do governo etc.; porém deve-se considerar que, nas democracias contemporâneas, cada vez mais existem outros espaços de construção do discurso político, que concorrem com os espaços tradicionais. Há o discurso político *stricto sensu*, que é o discurso político que tem locais de enunciação muito claros, que são os locais de política, mas também há o discurso político feito na imprensa e o discurso político produzido na sociedade. (PINTO, 2005, p. 91).

Evidentemente que muitos estudiosos contribuíram de maneira sólida e relevante para a compreensão sobre o discurso político. Por isso, traremos à baila alguns destaques de trabalhos que se debruçaram na análise desse objeto, embora nosso foco seja o de pensar o objeto discurso político à luz da Análise do Discurso.

Não muito conhecido e referenciado na literatura relativa ao discurso político, o germanista Hans Zimmermann inscreve seu trabalho no quadro de reflexões sobre a linguagem política alemã. Seus trabalhos estão focalizados diretamente às questões do discurso político, em publicações entre 1969 a 1972¹⁸. Ele apresenta sua proposta de investigação do discurso dos políticos nos seguintes termos:

No discurso político é necessário principiar observando, desde o primeiro momento, as características estilísticas sob o ângulo do objetivo do discurso, a saber: o que quer e o que pode o orador com ele alcançar? Por isso, é útil começar a trabalhar com um esquema que permita já, desde o início, uma divisão segundo as seguintes perspectivas: superestimação, subestimação e conciliação. Esta é uma visão simples, mas adequada, que pergunta sempre sobre o objetivo retórico do discurso. (ZIMMERMANN, 1972, p.126).

Zimmermann chama a atenção para o fato de que o discurso é um sistema de signos, ao qual pertencem não só o desempenho linguístico, mas também a aparência, o comportamento, o modo de falar e a entonação do orador. Ao regatar a tradição dos estudos de germanística,

¹⁸ Sua primeira obra, *Die politische Rede*, livro de 1969, focaliza o assunto teoricamente e analisa o uso que fazem da língua os políticos de Bonn. A segunda, *Element zeitgenoessischer Rhetorik*, de 1971, publicado no número quatro da revista *Diskussion Deutsch*, trata da retórica na atualidade e foi incluído por Schafarschik e Guenther na categoria de trabalho didático. A terceira, de 1972, é um ensaio sobre um discurso do líder da União Democrática Cristã, Rainer Banzei, pronunciado no dia 27/01/1970 no Parlamento alemão, quando seu partido se encontrava na oposição ao governo social-democrata Willy Brandt.

ênfatiza que "na interpretação de um texto político deve-se dar atenção aos mesmos pormenores observados na interpretação de um texto literário" (ZIMMERMANN, 1972, p.126).

De acordo com o francês, Le Bart (1998), especialista em ciência política, cujos estudos tratam sobre a cultura e a identidade política e sobre o discurso e a comunicação política, o discurso político contribui para legitimar a ordem política. Para tanto, ao caracterizar o discurso político, emergem quatro crenças que são sintetizadas em proposições: "1) A realidade social é transparente; 2) A autoridade política é legítima; 3) Ela controla os fenômenos sociais; 4) A soma dos cidadãos constitui uma comunidade. Propriedades obrigatórias do discurso político". (LE BART, 1998, p. 70-71). Assim, com base nas proposições de Le Bart, o discurso político sustenta e é sustentado por essas quatro ilusões necessárias.

Numa outra perspectiva de análise do discurso, Charaudeau (2008)¹⁹ também faz interlocuções para tratar do discurso político; ele o faz associando-o ao campo da comunicação e das mídias, embora essa seja uma questão nevrálgica para os estudos do discurso e, principalmente, para uma AD que questiona a natureza comunicacional do discurso, afastando-se da proposta de esquema da comunicação pragmática e imanentista. Para esse autor francês, o discurso político - que é considerado um gênero discursivo - comporta em si subgêneros, ou espécies mesmo de discursos, como o discurso de direita, o de esquerda, o fascista, o totalitário, o democrático etc. Além disso, para Charaudeau, o discurso político é o lugar social dos jogos de máscaras. Em sua obra *Le discours politique: les masques du pouvoir* (2005), ele nos mostra como se instaura o jogo de máscaras no discurso político:

o discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz. Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano (CHARAUDEAU, 2008, p. 8).

Partindo desse "jogo de máscaras", Charaudeau problematiza os meios discursivos de que dispõe o sujeito político para *persuadir* e *seduzir* seus interlocutores. Esse aspecto persuasivo e supostamente sedutor do discurso político, de que trata o autor, fortemente vinculado a uma noção retórica de discurso, muito se afasta da concepção de discurso pensado por Michel Pêcheux, posto que o discurso não é um produto individual do interlocutor pleno de vontade e consciente de seu dizer, mas o efeito de um atravessamento histórico, de uma

¹⁹ Vale esclarecer que, embora estejamos propondo nesta seção algumas discussões sobre o discurso político sob diferentes abordagens, a abordagem proposta por P. Charaudeau evidencia a interdependência entre as instâncias políticas, cidadãos e midiáticas, conferindo uma grande importância às mídias, e, por isso, se afasta daquela que propomos inicialmente. (PIOVEZANI FILHO, 2003).

interperlação ideológica compartilhado socialmente por sujeitos que não controla o seu dizer. O que percebemos é que a abordagem do pensador francês segue em outra direção.

De acordo com Charaudeau, a análise do discurso político partilha certos pontos de vista e certas noções tanto com a Filosofia Política quanto com as ciências políticas, mas delas se diferencia por sua finalidade:

A análise do discurso, contrariamente às disciplinas precedentes, não se questiona sobre a legitimidade da racionalidade política, nem sobre os mecanismos que produzem esse ou aquele comportamento político, nem sobre as explicações causais, mas sobre os discursos que tornam possíveis tanto a emergência de uma racionalidade política quanto a regulação dos fatos políticos. (CHARAUDEAU, 2012, p. 2008).

A questão mais global da finalidade de uma análise dos discursos políticos é a capacidade de revelar o que é a realidade do poder, este sendo, para alguns, essencialmente uma questão de ação, tendo, portanto, necessidade de mostrar que não poderia haver ação política se não houvesse discurso político que a motivasse e lhe conferisse sentido. (CHARAUDEAU, 2008, p. 39)

Ademais, para esse autor:

O discurso político não esgota, de forma alguma, todo o conceito político, mas não há política sem discurso. Este é constitutivo daquela. A linguagem é o que motiva a ação, a orienta e lhe dá sentido. A política depende da ação e se inscreve constitutivamente nas relações de influência social, e a linguagem, em virtude do fenômeno de circulação dos discursos, é o que permite que se constituam espaços de discussão, de persuasão e de sedução nos quais se elaboram o pensamento e a ação políticos. A ação política e o discurso político estão indissociavelmente ligados, o que justifica pelo mesmo raciocínio o estudo político pelo discurso. (CHARAUDEAU, 2008, p. 39)

Para Charaudeau (2009, p. 189), a finalidade do discurso político pode ser identificada por “[...] tudo o que toca à organização da vida em sociedade e ao governo da coisa pública”. Dessa forma, para o linguista, tanto a produção do discurso quanto a do pensamento político estão atreladas a imaginários sociodiscursivos de verdade que compreende a política.

Já para linguista D. Maingueneau, apesar de não se dedicar ao estudo do discurso político efetivamente como seu campo específico de investigação, seus estudos e conceitos a propósito das cenas da enunciação, do gênero discursivo, do *ethos*, por exemplo, são utilizadas em muitos trabalhos no campo do político. Algumas noções empreendidas por Maingueneau são mobilizadas em muitos trabalhos de análise do discurso do político, especialmente, para compreender a constituição da imagem do sujeito político no discurso, isto é, do *ethos*, como elemento constitutivo do discurso político oral e escrito.

Em suas incursões acerca dos discursos constituintes, considerando o discurso político problemático, devido a alguns de seus aspectos, Maingueneau é levado a classificá-lo entre os discursos constituintes, uma vez que considera suas semelhanças evidentes:

Do ponto de vista de sua estrutura e de seu funcionamento, o campo político compartilha de numerosas propriedades com os campos dos discursos constituintes: competição acirrada entre posicionamentos em um espaço simbólico para deter o monopólio da autoridade enunciativa, referência a textos ou a gestos fundadores, inscrição em uma memória que é o objeto de debates incessantes, etc. [...]. Essas semelhanças estão em sintonia com o objetivo, que poderíamos denominar “global”, do discurso político. A política, tanto quanto a literatura, a ciência, a filosofia ou a religião, pretende se dirigir a toda e qualquer pessoas, mesmo que, de fato elas só mobilizem efetivamente conjuntos restritos de indivíduos. (MAINGUENEAU, 2010, p. 162).

Para tanto, neste trabalho, focalizaremos assim, o *discurso político* dentro de uma abordagem teórico-discursiva em diálogo com a tradição francesa, porém, ressaltando a própria heterogeneidade, confluências e bifurcações próprias de um campo tão complexo como inquietante, tanto lá [na França] quando aqui [no Brasil]. Para isso, retomaremos os teóricos, daquele lado do Atlântico, Michel Pêcheux e Jean-Jacques Courtine, além da colaboração de alguns estudiosos que desenvolveram trabalhos acerca do discurso político no Brasil e suas mutações, problematizando a questão com perspectivas distintas, a saber, Eni Orlandi, Freda Indursky, Carlos Piovezani, Maria do Rosário Gregolin, Vanice Sargentini, Zoppi-Fontana, resguardando seus diferente modos de (re)ler, conceber e (re)escrever o próprio campo dos estudos do discurso deste lado de cá.

A propósito do discurso político, Coulomb-Gully *et al.* (2010, p. 175) nos revela:

O discurso político, em sentido restrito de discurso usado pelos profissionais da política (discurso eleitoral, discurso governamental, discurso das assembleias eleitas *etc.*) é um dos objetos de pesquisa privilegiado da Escola francesa de análise do discurso. Subentendida por uma vontade militante de desmistificação dos discursos de poder, ela se situa na tradição althusseriana de análise dos aparelhos ideológicos do estado, e dá uma atenção particular ao funcionamento discursivo das ideologias. (MAINGUENEAU, 1991; SARFATI, 1997; MAZIÈRE, 2006, tradução nossa).²⁰

Ademais, ao analisar a relação entre a teoria da Análise do Discurso e a política, Gregolin (2004, p. 60) advoga que

²⁰ Le discours politique, au sens restreint de discours porte par les professionnels de la politique (discours électoraux, discours gouvernementaux, discours des assemblées élues, etc.), est un des objets de recherche privilégiés de l'École française d'analyse de discours. Sous-tendue par une volonté militante de démythification des discours de pouvoir, elle se situe dans la tradition althusserienne d'analyse des appareils idéologiques d'État, et porte une attention particulière au fonctionnement discursif des idéologies (MAINGUENEAU, 1991; SARFATI, 1997; MAZIÈRE, 2006).

a análise do discurso, devido a sua base epistemológica – sua raiz marxista – nunca separou teoria e política. Na concepção de discurso está entranhada a idéia de política. Diferentemente de outras linhas teóricas – que também passaram a tratar de texto e de discurso a partir dos anos 60 – para a AD derivada de Pêcheux não há como separar uma certa maneira de fazer teoria e sua correspondente maneira de fazer política. (GREGOLIN, p. 2004, p. 60).

Como sabemos, M. Pêcheux, na fundação do campo teórico da AD, desenvolveu o arcabouço teórico para o desenvolvimento desse campo, tomando como objeto o discurso político. Courtine (2006, p. 60) observa que efetivamente o discurso político se tornou muito rapidamente o principal, ou melhor, o único objeto da análise do discurso que subitamente se desenvolveu na França. “Esse fenômeno que merece atenção pelo fato de certamente constituir o signo de uma particularidade da situação teórica e política francesa nos anos 70”.

Para Pêcheux (2009), o entrecruzamento entre a problemática das teorias linguísticas e as transformações no campo político-histórico faz com que a AD, nos anos 1960, tenha “experimentado desde suas origens uma tendência irresistível, na França, a eleger como objeto de estudo os ‘discursos políticos’ (mais frequentemente os de esquerda) para auscultar suas especificidades, alianças e demarcações” (PÊCHEUX, 2009, p. 21-22).

Conforme Pêcheux (2009), a análise do discurso experimentou desde suas origens uma tendência irresistível, na França, a eleger como objeto de estudos os discursos políticos:

Essa inclinação irresistível, porém, tem uma história própria, visto que é afetada pela história: a análise dos discursos (políticos) surgiu na forma de um trabalho político e científico especializado, visando a tomar posição em um campo ideologicamente estruturado [...]. Os deslizos e os ressurgimentos que afetam o campo político, particularmente francês, parecem determinar uma inflexão do trabalho de análise para a explicação das determinações a longo prazo e das causalidades de longa duração: de fato, os discursos políticos, muito além de sua função de camuflagem e de autojustificação, constituem também um vestígio, uma rede de indícios para compreender concretamente como se chegou até aqui e, ao mesmo tempo, para reconstruir a memória histórica a partir deles, em especial a do movimento operário. (PÊCHEUX, 2009, p. 22).

Como se ver, a Análise do Discurso demonstrou seu interesse pelo discurso político diante da conjuntura da década de 1960, quando Michel Pêcheux fez dele o tópico central dos estudos discursivos, por sua relação intrínseca com o fenômeno ideológico. O filósofo francês durante os desenvolvimentos da AD também estava teorizando o discurso político, uma vez que o próprio objeto, discurso, já é determinado pelas condições históricas, sociais, ideológicas. A língua é política e ideológica e, o discurso, por consequência, é também político.

De fato, Pêcheux abordava a relação do simbólico com o político, pois de acordo com Orlandi “o objetivo de Pêcheux era ver como é que esse político, que não é o partidário, está simbolizado e como o homem está nessa simbolização do político”. O político está no fato de que, numa sociedade dividida, há uma divisão nos sentidos, isto é, eles não significam a mesma coisa para todos.

Além disso, Orlandi (1998, p. 74) problematiza a questão do discurso e do político mediante o aporte teórico da Análise do discurso:

Começaremos pela explicitação do que é discurso - efeito de sentidos entre locutores - e do que é o político quando nos filiamos a esta definição de discurso. A Análise de Discurso trabalha a textualização do político (J.J. Courtine, 1986) sendo que a apreensão dessa textualização vem de uma análise dos gestos de interpretação inscritos na materialidade do texto. Na medida em que o político é constitutivo, a compreensão, a própria leitura, em Análise de Discurso, é política. Em outras palavras, "a análise de discurso se confronta com a necessidade de abrir conjuntamente a problemática do simbólico e do político" (M. Pêcheux, 1982). (ORLANDI, 1998, p. 74).

Conforme seus apontamentos, a insistência sobre o fato de que o sentido é produzido, restituímos a espessura semântica aos objetos simbólicos. Esta espessura é função do político. Não há sentido que não tenha sido produzido em condições específicas, em uma relação com a exterioridade, com uma direção histórico-social que se produz em relações imaginárias que derivam de um trabalho simbólico. O sujeito é um lugar de significação historicamente constituído, ou seja, uma "posição". (ORLANDI, 1998, p. 75).

Em seu início, muitos trabalhos sobre a análise do discurso político se confundiam com argumentação, como vemos em um dos trabalhos de E. Orlandi, *Discurso e Argumentação: um observatório do político* (1998). A autora tem como objetivo nessa obra “apresentar alguns aspectos que caracterizam o estatuto e o lugar da argumentação na Análise de Discurso a que nos filiamos. Isso implica em falar da argumentação, pensando-se os sujeitos, o político, a história e a ideologia. Enfim, o discurso” (1998, p. 73).

Há também o trabalho de H. Osakabe, *Argumentação e discurso político* (1979), no qual propõe uma análise do discurso político ligada à linguística da enunciação (como forma de se pensar a argumentação) e a retórica.

No final dos anos 1970 e início da década de 1980, J.-J. Courtine, com seus estudos sobre um *corpus* de discurso político escrito, conforme se fazia tradicionalmente no campo da AD, tenta deslocar seu enfoque teórico e alterar os procedimentos analíticos em direção às perspectivas históricas e antropológicas, pois para o teórico francês, “fazer análise do discurso

é aprender a deslinearizar o texto para restituir, sob a superfície lisa das palavras, a profundidade complexa dos índices de um passado” (COURTINE, 1989, p. 37).

Vemos, dessarte, que as mutações do discurso político estão no cerne das preocupações de Jean-Jacques Courtine, desde o início dos anos 1980. O percurso de Courtine no campo da Análise do Discurso de linha francesa, bem como as contribuições do autor para a teoria, já são bastante (re)conhecidos pelos estudiosos do domínio. No conjunto de sua obra, Courtine foi concebido como um analista do discurso político, em sentido amplo e profundo, visto que, de modo contínuo e incessante Courtine buscou “compreender as relações de força e de sentido inscritas ora no discurso político, ora nas expressões do rosto moderno, ora ainda nas deformidades do corpo e no olhar que incide sobre elas” (PIOVEZANI et al., 2009, p. 19).

Embora seja considerado um analista de discurso, linguista e historiador, nunca quis enquadrar-se; ele buscou fazer tudo ao mesmo tempo, situando uma análise do discurso *num campo de fronteiras instáveis* (GREGOLIN, 2006). Ele instigou novos caminhos teóricos para a análise do discurso, propondo a relação entre linguagem, semiologia e história.

Assim, ele formula suas ideias e tece suas críticas sobre a história da AD:

A AD não constitui simplesmente uma aparelhagem técnica, mas igualmente um modo de intervenção política. Essa política da AD é um reformismo ancorado na pedagogia que se inscreve na história da AD em uma longa duração; com efeito, o ressurgimento recente e técnico dessa política nas margens da linguística – a aparecimento da AD como “acontecimento científico” – deve ser analisado a partir do que chamarei, seguindo M. Foucault, um domínio da memória, isto é, um conjunto de práticas discursivas, produzidas em lugares heterogêneos da prática social e que circulam entre esses lugares, práticas que fornecem à AD os elementos pré-construídos que dão forma e consistência a seu projeto. (COURTINE, 2006, p. 15).

Sem dúvida, Courtine foi um pensador vigilante que apontou as transformações, fez a sua crítica e propôs caminhos para a reorganização teórica e política. Em sua obra, *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos* (2009), fruto de sua tese doutoral defendida em 1980²¹, Courtine trabalha a articulação entre língua e história, a partir do tratamento de enunciados do discurso comunista de aliança endereçado aos cristãos, o que permitiu ao analista forjar conceitos capitais para a Análise do Discurso, como “memória discursiva” e “enunciado dividido”. Frente a isso, o discurso político é um “lugar de memória” para Courtine, sobretudo, o discurso comunista.

²¹ COURTINE, Jean-Jacques. *Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours, à propos du discours communiste adresse aux chrétiens*. Thèse de Doctorat de 3^e cycle de linguistique. Paris X-Nanterre, 1980.

Desse modo, Courtine afirmava que, mediante as transformações do atual discurso político e a abordagem insatisfatória que a AD lhe dispensava, “o projeto de uma análise dos discursos que atribua à discursividade sua espessura histórica não está caduco”. O analista reivindica, então, a necessidade de alargar o enfoque da AD, de modo que as diversas facetas do discurso político impuseram a ele o exame das relações entre o corpo e o discurso nas novas formas da fala pública. (PIOVEZANI et al, 2009, p. 9-10). Para isso, Courtine analisa o “deslizamento do espetáculo político” na mídia, dando ênfase aos debates políticos na televisão, mostrando as mutações das falas públicas.

Piovezani, por sua vez, apoiado nos ideias do mestre J.-J. Courtine, contribui sobremaneira para os avanços dos estudos do discurso político brasileiro, principalmente a partir de sua obra *Verbo, corpo de voz: dispositivos de fala e produção de verdade no discurso político* (2008), pois promove uma extensa análise teórica e metodológica para a análise do discurso político no Brasil. Além disso, supera a tradição de examinar o discurso político apenas como um objeto verbal, propondo uma análise de sua totalidade sincrética, em que se manifestam palavras, corpo (gestos e expressões faciais) e voz sob o regime do aparato televisivo. Trata-se de reconhecer a natureza semiológica e histórica do discurso político, superando a velha tradição de descrever sequências e formulações da série de *corpora* constituída por uma infinidade de textos verbais. Assim, ele mostra em suas análises que a televisão provocou metamorfoses nas cenas enunciativas, promovendo novos materiais, novas discursividades e formulações semióticas. Inspirado pela semiologia histórica, ele reflete sobre o discurso político eleitoral contemporâneo e a espetacularização da política: “no discurso político-eleitoral articulam-se novos valores e sensibilidades, novos meios materiais de transmissão, novas cenas enunciativas, novas discursividades e táticas retóricas, novas dinâmicas e formulações semióticas” (PIOVEZANI, 2009, p. 26).

Para Piovezani, “o discurso político constitui-se em uma prática histórica e semiológica que se efetiva em diferentes esferas da instância pública” (PIOVEZANI, 2009, p. 148). Nesse sentido, o “discurso” corresponde a uma prática simbólica inscrita na história, que se modifica à medida que se produz no interior de diferentes campos discursivos e que se confronta e/ou se coaduna com outros dizeres que ali circulam (PIOVEZANI, 2009, p. 152). Contudo, é preciso então fazer um breve recuo nessa história, a fim de dar voz a alguns pesquisadores que ousaram, com maestria, a estudar esse objeto pouco familiar, *o discurso político*, quando a AD apenas seguia devagar seu curso às margens dos estudos linguísticos no Brasil, notavelmente fincado na tradição estruturalista e comunicacional.

No Brasil, os trabalhos desenvolvidos pelos analistas do discurso Eni Orlandi, Maria do Rosário Gregolin, Freda Indursky, Vanice Sargentini, dentre outros importantes pesquisadores, legitimaram uma virada dos anos 90 para os anos 2000, de uma série de produções que tem problematizado a questão do discurso político como também da relação discurso político com os *media*.

Naquele contexto, entre a redemocratização do Brasil, no decorrer dos anos 80 e início dos anos 90, alguns trabalhos desenvolvidos no campo de uma AD à brasileira sofreram, de certo modo, algumas críticas, tendo sido tratados de forma marginal, não só por ser uma novidade ainda na área dos estudos linguísticos, mas pela herança do estruturalismo e à resistência aos aspectos históricos e psicanalíticos, assim como, do próprio modelo teórico-metodológico estrutural que desconsiderava as questões do extralinguístico e valorizava o aspecto descritivo da língua e as formalizações da língua, tanto do ponto de vista cognitivo, a partir da teoria gramático-transformacional do Chomsky, quanto do formalismo.

Essa conjuntura fez com que tenha havido rejeições à problemática trazida por Pêcheux, por ser uma teoria semântica, que considera o valor da história, da subjetividade, do sujeito para além do sujeito formal da gramática, e, também, pelos aspectos que a Análise do Discurso traz como condições de produção do discurso. Desse modo, os estranhamentos e as resistências são justificados por surgir uma disciplina que aponta para novos problemas, novas questões, que mexem com o campo formal e a força do estruturalismo, por isso entendiam as pesquisas, com viés pecheutiano, como uma sociolinguística ou um sociologismo mal feitos.

Isso posto, reconhecendo a tradição da Análise do Discurso brasileira em pesquisar sobre o objeto discurso político, mencionaremos alguns importantes trabalhos dedicados ao estudo desse objeto.

A pesquisadora e professora F. Indursky colaborou no desenvolvimento dos estudos do discurso no Brasil em tempos da ditadura e reabertura política, sobretudo, com a produção de sua tese *A fala dos quartéis e outras vozes* (1997), na qual analisa o discurso político dos presidentes militares no Brasil no período de 1964-1985, produzido no interior do regime militar. A autora faz análises minuciosas do modo de dizer de Castelo Branco, Costa e Silva, Médici, Geisel e Figueiredo, contribuindo originalmente para a compreensão desse momento histórico. As análises permitiram o aprofundamento na teoria desse campo para compreender a dimensão política das práticas de linguagem.

Apesar de não ter dedicado seus trabalhos a uma AD precisamente voltada ao objeto discurso político, R. Gregolin tem desenvolvido pesquisas e orientado trabalhos relevantes em torno do discurso e da mídia, trazendo à baila a constituição da espetacularização da cultura,

por exemplo. A pesquisadora desenvolve pesquisas que buscam compreender o funcionamento discursivo da mídia digital, entendendo-a como um dispositivo de produção identitária, com vistas a contribuir para o aprofundamento das discussões sobre as perspectivas atuais da Análise de Discurso, considerando que seus objetos de estudo incluem, atualmente, as materialidades não verbais e os gêneros digitais, além de incrementar as discussões sobre o arsenal conceitual da AD, a partir das propostas da arqueogenealogia de Michel Foucault. Dessa forma, quando Gregolin faz análise dos discursos na mídia, ela dá respaldo epistemológico e aparelhamento para os posteriores pensarem o objeto discurso e as novas materialidades.

V. Sargentini, por sua vez, atualmente tem dedicado seus estudos com muito cuidado e profundidade teórica na compreensão das mutações do discurso político no Brasil e nos novos modos de produção do discurso político a partir das mídias digitais²² hoje. Muito antes disso, em 1997, a linguista defendeu tese doutoral intitulada *Discurso e história: as vozes anarquistas na construção do trabalhismo brasileiro*, cujo objetivo era compreender as raízes do movimento operário no Brasil. Assim, verificou que o arquivo composto para compreender as transformações do discurso do trabalhador foi construído a partir da imprensa operária (contos panfletários, artigos de jornal de operariado) e de romances e contos literários, do início do século XX, expondo a flagrante passagem de um discurso anarquista para um discurso comunista.

Em muitos de seus trabalhos, bem como daqueles orientados por ela nas últimas duas décadas, o interesse pelo discurso político acompanha a própria transformação por que passa o objeto no transcurso do tempo e na própria institucionalização do campo não mais nas margens, mas no centro da grande área os estudos linguísticos. Segundo Sargentini (2015, p. 217), “o surgimento de diversas ferramentas tecnológicas criou a possibilidade de apreensão de todos esses materiais que são suportes do discurso político”. Para a autora, “a política se faz, nesta perspectiva, no interior e segundo as regras do espaço midiático e, por consequência, o discurso produz o acontecimento”.

Podemos verificar as notórias transformações nas produções e modos da ciberpolítica, a partir das reflexões de Sargentini (2015):

Até 1988, o arquivo do discurso político era menos diversificado. Contava-se com livretos contendo programas de governo e panfletos nos quais havia a predominância de textos escritos em relação aos imagéticos, sendo, em geral, publicados e distribuídos pelos comitês dos candidatos, portanto de forma reduzida. Além desses recursos, o candidato valia-se também, com certa dificuldade de acesso, de filmagens

²² Sargentini (Org.), *Mutações do discurso político no Brasil: espetáculo, poder e tecnologias de comunicação*, 2017; Sargentini, *Discurso político e redes sociais*, 2015.

feitas em comícios públicos ou pronunciamentos em rádio e TV. O Horário Gratuito de Programa Eleitoral (HGPE) era forma única de atingir simultaneamente muitos eleitores. Na última década esse quadro se modificou. Diante desse grande arquivo que é a internet, é possível não só rever a qualquer tempo os programas do HGPE; mas também conversar com o candidato e ter acesso aos diálogos entre os candidatos e seus eleitores, por meio de várias redes sociais como *Twitter*, *Facebook*, *MySpace*, *Badoo* e muitas outras que possivelmente surgirão nos próximos dias. (SARGENTINI, 2015, p. 216)

Assim, segundo a autora, com o advento de outras ferramentas tecnológicas como *ipeds*, celulares, *smartphones*, *notebooks*, dentre outros dispositivos móveis, o mundo é deslocado para as telas, inclusive a produção do discurso político, assumindo diferentes formatos. Esse novo espaço de enunciação propiciou novas possibilidades de produção e apreensão dos discursos.

Assim, de acordo com a pesquisadora, os resultados de pesquisa, produzidos ao longo de alguns anos, levou-a a avaliar que diante dos novos regimes de discursividade do discurso político exige-se uma Análise do Discurso que não se limite a caracterizar apenas seus níveis de funcionamento linguístico, mas que se considere, o entrecruzamento das práticas verbais e não-verbais complexas. (SARGENTINI, 2017, p. 13).

Como vimos, no Brasil, os estudos desenvolvidos sobre a Análise do Discurso sobre o discurso político tiveram seu início há algumas décadas, no momento fundador da teoria. Entretanto, as discussões sobre o discurso político não cessam, fazendo despertar o interesse pela análise das mutações que envolvem sua constituição e circulação, diante das discursividades contemporâneas.

Um outro nome de grande representatividade, em termos de discurso político, encontra-se na autora argentina M. Zoppi-Fontana, como em seus textos, *Cidadãos Modernos. Discurso e representação política* (1997) e *El poder de enunciar – Análisis lingüístico del discurso político* (em coautoria). Suas reflexões e análises questionam o fundamento discursivo da prática política, a figura do porta-voz em termos enunciativos, o modo como intervém um discurso sobre a democracia nos processos de transcrição política dos anos 1980, como se inscreve um discurso sobre a modernização nesse contexto e de que maneira ambos os discursos se articulam na definição de uma mudança das identidades políticas a partir dos valores da democracia e da modernização. A autora explora os caminhos teóricos e analíticos abertos por essas questões, estudando o caso do discurso alfonsinista na Argentina (1983-1989).

Nos estudos mais recentes sobre o discurso político, o pesquisador argentino M. Dagatti, faz uma reflexão acerca da análise do discurso como disciplina relevante para contribuir para um estudo dos processos políticos de identificação que intervém na conformação das sociedades

contemporâneas, uma de suas obras é *Aportes para el estudio del discurso político en las sociedades contemporâneas el caso del Kirchnerismo. Contribuições para o estudo do discurso político nas sociedades contemporâneas: o caso do Kirchnerismo* (2012). Além disso, o pesquisador argentino também investiga o discurso político no campo das emoções (*pathos*), como uma dimensão fundamental das recentes investigações do discurso na América Latina, a partir da análise da oratória do líder político argentino, Néstor Kirchner. Também desenvolveu pesquisa sobre *Ethos* em um estudo da construção da imagem de si do presidente Néstor Kirchner - *Ethos y gobernabilidad. La construcción de la imagen de sí del presidente Néstor Kirchner en sus discursos públicos durante su primer año de gestión* (2003-2004). Em sua pesquisa mais atual, *Imagens da política, política das imagens: sobre comunicação, retórica e estética* (2018), explora uma dimensão fundamental da política e sua interpenetração com os regimes midiáticos, no qual são analisado os casos das duas forças políticas argentinas mais importantes do século XXI: Kirchnerismo e Cambiemos, a partir de um *corpus* de imagens disseminadas em sistemas de mídia de massa e baseadas na *Internet*.

Como se pode perceber, a análise do discurso político é um campo de constante interesse na França, no Brasil e na América Latina, sob as mais diversas abordagens e perspectivas analíticas mesmo no interior do grande campo dos estudos do discurso. A partir dessa breve passagem, daremos continuidade à história do objeto discurso político, desde sua fundação até os dias atuais.

Em tempo, torna-se imprescindível observar que a perspectiva do discurso político, no momento fundador da Análise do Discurso na França, encontra-se um tanto distanciada da proposta conceitual que temos na atualidade. Isso se deve ao fato de que “a centralidade do discurso político e o seu funcionamento para toda a discursividade social orientavam a Análise do Discurso para um exame privilegiado da problemática ideológica, vinculada à luta de classes” (MENEZES, 2004, p. 246). Por outro lado, podemos dizer que o discurso político é o espaço de um funcionamento de memória que evoca a sociedade e sua história, uma vez marcado pela descontinuidade das ações sociais. Trata-se de um campo no qual se explicitam os diferentes sentidos que (re)significam a sociedade e seus confrontos, como destaca Almeida Lima (2011, p. 111).

1.3 A emergência do objeto discurso político na França: “*Le temps de grandes constructions*”

Fig. 2: Maio de 68/França: uma revolta estudantil com obsessão discursiva



Fonte: ricardoorlandini.net

Conforme dissemos, tomando por base a leitura de Denise Maldidier (1990), a “Escola Francesa da Análise do Discurso”²³ foi constituída entre o meado dos anos 1960 e o início da década de 1970 sob uma atmosfera de protestos e manifestações estudantis ocorridas na França, mais conhecida como Maio de 68. Esse movimento social começou na Universidade de Nanterre, em torno das reformas no setor educacional, inicialmente com debates, seguidos de ocupações, atos públicos, protestos de rua. No livro *História do Estruturalismo: o canto do cisne de 1967 aos nossos dias*, François Dosse (1994) esclarece o ‘pensamento de 68’ a partir de dois personagens que lecionavam em Nanterre: o sociólogo Alain Touraine e o filósofo Henri Lefebvre. Touraine fazia um paralelo entre os movimentos estudantis e os movimentos operários e compreendia a universidade como espaço da ação e mudança da sociedade. Lefebvre, por sua vez, combatia o estruturalismo na teoria e na política, por ser uma negação do movimento dialético da história.

Enquanto o estruturalismo estava sendo combatido nas universidades pelos estudantes, a expressão dessa recusa estava exposta nas ruas de Paris: “as estruturas não vão às ruas”, isto é, para os jovens estudantes, o estruturalismo não era capaz de explicar a realidade, as teorias não davam conta dos problemas sociais. A onda de maio de 68 foi, portanto, protagonizada pelos estudantes universitários, seguida imediatamente pelos sindicatos de trabalhadores, por artistas e intelectuais.

Podemos compreender o maio de 1968 como um momento em que os propósitos políticos e intelectuais pareciam formar uma unidade. A revolução começou nas universidades e se estendeu às províncias e aos operários; as ruas, com cartazes e pichações expressavam o desejo de alinhamento entre a luta de estudantes e operários. Notadamente o ano de 1968 é marcado pela efervescência política e pelo fortalecimento dos movimentos de resistência às políticas capitalistas e imperialistas.

²³ A expressão é atribuída a Dominique Maingueneau (1997), embora não haja consenso sobre esse rótulo.

Por conseguinte, os teóricos do discurso tomaram como seu objeto discurso político escritos, “pronunciados”, em geral, pela esquerda francesa. Os analistas faziam da teoria e da análise um campo de luta política e participação efetiva na vida do país como modo de se posicionar frente à agitação política que tomava conta do país nas décadas 1960 e 1970, marcadas pela oposição direita/esquerda. Conforme explica Courtine:

Maio de 68 produziu uma exasperação da circulação dos discursos, sobre as ondas, sobre os muros e na rua. Mas, também, no silêncio das escrivatinhas universitárias. Era o tempo da multiplicação das releituras, das grandes manobras discursivas; os conceitos se entrecrocavam: a luta de classe reinava na teoria. E questões surgiam: o que é um discurso teórico? E, sobretudo, o que é ler? Como reconhecer, em sua leitura, um discurso científico? A leitura dos textos aparecia, no interior do debate marxista, como um jogo teórico e político, decisivo. (COURTINE, 2006, p.10).

Assim, a partir da segunda metade dos anos 1960 na França, sob a influência da crise do estruturalismo e das agitações políticas e culturais que estouraram no Maio de 68, foram sendo gestadas outras formas de conceber as ideologias e sua relação com os discursos. O surgimento dessa “problemática linguística do discurso é contemporâneo ao acontecimento de maio de 1968, uma revolta estudantil com obsessão discursiva, uma exasperação da produção de discursos, uma multiplicação de sua circulação, uma inundação verbal que enchia as ruas e as mídias” (COURTINE, 2006, p. 52).

Piovezani acrescenta, ainda, que existem relações estreitas unem a AD a uma conjuntura de grandes “acontecimentos discursivos”:

as manifestações, gritos, panfletos e pichações nas ruas, em maio de 68, repercutiram nas letras e foros dos jornais e, ainda mais, no som e na imagem de tevê; além disso, as discussões em torno do projeto do Programa Comum da esquerda ocupavam corações e mentes francesas. Sua emergência dá-se em meio a uma grande circulação de discursos políticos e seus primeiros desenvolvimento coincidem exatamente com o momento de consolidação muito provisória da *Union de Gauche*. Nenhuma surpresa, portanto, quanto ao objeto de análise que seria privilegiado pela AD, em suas origens: o discurso político. (PIOVEZANI, 2009, p. 163).

Como vimos, a Análise do Discurso tem um complexo surgimento, num momento específico do quadro político francês. Naquela direção, a AD propunha analisar o discurso político escrito, que atendia aos propósitos de militância dos membros que compunham o grupo liderado por M. Pêcheux. Então, a partir dos acontecimentos políticos (e discursivos) de Maio de 68, a Análise do Discurso erigiu-se como política de leitura de textos políticos, mais especificamente dos textos políticos de Esquerda Francesa.

Nesse sentido, em decorrência desse movimento político e teórico, a AD aparece inicialmente em seus primeiros anos de desenvolvimento do campo teórico como “uma prática de leitura de textos políticos”, conforme nos revela Courtine:

A AD teve, assim, como efeito produzir um modo de leitura dos discursos por meio de um conjunto de dispositivos que se aparenta ao que eu nomearia, por metáfora, uma *domesticação do olhar* sobre os textos: uma mensagem obrigatória do olho, uma canalização da observação dos textos que operam, na materialidade gráfica de um campo de arquivos doutrinários, uma separação entre elementos captados e elementos residuais (COURTINE, 2006, p. 20).

Nesse período, as primeiras pesquisas desenvolvidas da AD eram ação e efeito da conjuntura política, cultural e intelectual francesa, em que se buscava a criação do “Programa Comum” das diferentes vertentes da esquerda francesa, haja vista que a “fusão” partidária, produziria uma “confusão” discursiva. Desse modo, para Piovezani (2009, p. 167), “a ambiguidade da política e a opacidade dos discursos contribuíram para a predominância de análises que contrastavam os discursos do Partido Socialista e do Partido Comunista Francês”, conforme nos mostra Courtine:

As análises contrastivas dos discursos socialistas e comunista forneciam, assim, sob resguardo de uma posição “científica”, um contraponto à “linguagem unitária” da Esquerda; elas separavam, por meio de dispositivos técnicos, o que uma confusão possível unia em nível de leitura; elas redobravam ali os efeitos próprios da conjuntura política – marcada pela oscilação incessante entre o apelo do senso comum às palavras e a interpretação divergente que cada um podia fazer delas –, vai e vem entre as tentações unitárias e sectárias que unem e dividem desde sua origem o movimento operário francês. (COURTINE, 2006, p. 22).

Ademais, para Courtine (2006, p. 52), esse “momento discursivo” intenso fez sentir seus efeitos além dos clamores nas ruas. No trabalho teórico, a ideia que se impôs foi a de que a crítica dos discursos era a primeira tarefa de qualquer crítica. M. Foucault aspirou, em *Arqueologia do saber* (1969) e na *Ordem do discurso* (1971), desfazer os liames que, silenciosamente, teciam a relação entre o discurso e o poder, na materialidade de seus enunciados.

A princípio é válido assinalar que “alguns acontecimentos teóricos da conjuntura francesa nas ciências humanas e sociais, nos anos 1960-70, tiveram efeitos na emergência e desenvolvimento da AD”. Segundo Narzetti (2012, p. 21-27), “a ‘atmosfera teórica’ das décadas sessenta e setenta está preenchida por uma série de conceitos e pressupostos convergentes, muitos dos quais estão presentes na AD francesa, dispersos em suas diversas linhas”.

O Estruturalismo, nascido na Linguística com o pensamento de F. Saussure, pode ser considerado um modelo para o desenvolvimento das outras ciências do mesmo campo, visto que a Linguística estrutural possuiu uma influência renovadora sobre outros campos do saber, sendo assim considerada “ciência piloto” das ciências sociais. Outro acontecimento que marca a conjuntura francesa na qual expande a AD, é a ascensão do marxismo e da Psicanálise como referências gerais do campo das ciências humanas e sociais. E por último, a epistemologia histórica francesa também teve grande importância para o pensamento da época, com a passagem da filosofia da experiência para uma filosofia do saber, da racionalidade e do conceito, até então, concentrada nas ciências exatas e biológicas, volta-se para as ciências humanas a partir dos anos sessenta.

Nos fins da década de 1960, no contexto da conjuntura teórico-política francesa, surge um movimento, que *a posteriori* iria se chamar Análise do Discurso, que atendia aos propósitos de militância do grupo liderado pelo filósofo Michel Pêcheux e Jean Dubois, o lexicógrafo. Dubois participa de empreendimentos em torno da conquista da Linguística, enquanto Pêcheux se inscreve de imediato nas questões sobre as ciências humanas. Os fundadores e seus respectivos grupos embora tivessem preocupações distintas para suas pesquisas e análises, conforme já mencionamos, ambos estavam ocupados pelo espaço do marxismo e da política, conforme nos explica Mussalim (2006):

É pois, sob o horizonte comum do marxismo e de um momento de crescimento da Linguística – que se encontra em franco desenvolvimento e ocupa o lugar de ciência piloto – que nasce o projeto da Análise do Discurso (doravante AD). O projeto da AD se inscreve num objetivo político, e a Linguística oferece meios para abordar a política. (MUSSALIM, 2006, p. 102).

O grupo em torno de Dubois, na Université de Paris X – Nanterre, em suas primeiras tentativas de análises do discurso político pretendeu descrever o “vocabulário político”²⁴ de algumas instâncias e instituições. Certamente os liames entre a Linguística e a política já era notado, mas não era possível distinguir claramente os limites entre a lexicologia e a Análise do Discurso. “Dubois falava de submeter o texto somente ao aparelho da “gramática” (MALDIDIER, 2010, p. 17).

De outro lado, Pêcheux desenvolvia uma análise do discurso estritamente ligada a uma teoria geral das ideologias, na linha aberta por Althusser, a qual abarcava uma reflexão

²⁴ A revista *Cahiers de Lexicologie* publicou muitos trabalhos com essa perspectiva entre os anos 1967 e 1970. Além dessa, Jean Dubois contribuiu decisivamente na fundação e consolidação de *Langages* e *Langue Française*, veículos privilegiados na circulação dessas primeiras reflexões.

filosófica muito particular sobre as ciências sociais. Os primeiros trabalhos do autor sobre análise do discurso são dois artigos – *Analyse de contenu et théorie du discours* (1967), publicado em *Psychologie Française*, *Vers une technique d'analyse du discours* (1968), publicado em *Bulletin du CERP*, e o livro *Análise Automática do Discurso*, de 1969, resultado de sua tese defendida em 1968, uma obra que traria uma contribuição histórica e decisiva para a AD como disciplina científica.

Em seus primeiros trabalhos publicados, Pêcheux trabalha no CNRS, no Laboratório de Psicologia social, ao lado de Paul Henry e Michel Plon, que são seus primeiros companheiros. Aos poucos Pêcheux vai compondo um grupo de pesquisadores de áreas diversas – Linguística, Psicologia, Matemática, Informática. Na primeira metade da década de 1970, pesquisam juntamente com Pêcheux, além de Michel Plon e Paul Henry, Denise Maldidier, Régine Robin, Claudine Normand, Catherine Fuchs, Françoise Gadet, Claudine Haroche, Jacqueline Léon, alguns desses atuavam no grupo de Dubois.

As diferenças significativas que marcam essas duas linhas de AD nem sempre foram evidentes, uma vez que esse campo passou pela constituição de uma edição que apagou as especificidades e os debates entre suas linhas, como nos explica Maldidier (1994, p. 23): “Para além das divergências e dos confrontos teóricos, que marcam desde o início a história da análise do discurso [...], se põe em ação uma prática efetiva de análise do discurso, que representa uma espécie de sincretismo”. Ainda, conforme Maldidier (2003):

[...] o campo da análise do discurso, largamente investido pelos linguistas e historiadores marxistas, era o lugar de confrontos teóricos muito vivos. A clivagem principal se situava entre aqueles que, na perspectiva de uma teoria do discurso, procuravam ‘articular’ língua, ideologia e discurso, e aqueles que, próximos da “sociolinguística”, se prendiam à descrição da diferenciação linguística dos grupos sociais. (MALDIDIER, 2003, p. 36).

Desse modo, Marcellesi, Gardin, Guespin, Chauveau, Courdresses, Slakta etc., dão continuidade, em diferentes graus, à perspectiva de Dubois, cuja análise do discurso insere-se numa sociolinguística e busca, assim, evidenciar a individuação linguística dos grupos sociais, centrada nos traços formais que diferenciam os discursos e os tipos de discurso (MARANDIN, 1979). Dos analistas do discurso ligados ao grupo de Nanterre, Robin, Maldidier e Gadet, principalmente, assumem a perspectiva de Pêcheux, engajando-se no projeto de uma teoria do discurso, centrada numa “problemática da significação” (idem, 1979, p. 34) ou do sentido, em relação com uma teoria das ideologias, conforme pensada por Louis Althusser.

Desse forma, ainda que a AD tenha nascido preocupada com seu objeto “discurso político”, não surgiu como uma disciplina pensada como hoje, nem no interior da Linguística.

Ela surge como um horizonte para o projeto althusseriano, uma vez que a ideologia deve ser estudada em sua materialidade. A linguagem seria, portanto, um lugar privilegiado em que a ideologia se materializa, nesse sentido, “a linguagem se coloca para Althusser como uma via por meio da qual se pode depreender o funcionamento da ideologia”. (MUSSALIM, 2006, p. 104).

Tratava-se, portanto, de uma perspectiva de pesquisa que tem sua emergência e configuração determinada em um campo teórico e metodológico heterogêneo, no seio das forças do estruturalismo, do marxismo, da psicanálise, conforme reflete Piovezani:

Tratava-se de uma perspectiva de pesquisa que surgia na França dos anos 1960, no seio do desenvolvimento estruturalista, sob a forma de uma “síntese” entre certa linguística e certa psicanálise, sob a égide de certo materialismo histórico – uma “mistura” tão ao gosto daquele contexto francês. Se considerarmos o advento da Análise do Discurso no interior da história da Linguística – embora saibamos que a AD, em seus primórdios, não tenha pretendido uma disciplina linguística e, de fato, nem mesmo uma “disciplina” –, observamos que o projeto de sua constituição manifestava-se tanto como um reconhecimento da produtividade científica do e uma relativa adesão ao corte *saussuriano* quanto como uma sua tentativa de recusa e superação. (PIOVEZANI, 2009, p. 162).

Baseada no desenvolvimento das ciências humanas e sua “ciência piloto”, a linguística formal de Ferdinand de Saussure, a Análise do Discurso nasce justamente em meio à “crise epistemológica da linguística” em que a semântica veio perturbar seus paradigmas estruturalistas, ao resgatar os cortes saussurianos, questionando, nos estudos linguísticos, o lugar do sujeito, da história e da sociedade, pois não seria possível dar conta dos estudos dos significados, tomando como objeto somente a língua.

Nesse sentido foi possível reconhecer que “os postulados de Saussure haviam possibilitado focalizar o funcionamento linguístico, mas, em contrapartida, os princípios estruturalistas dessa linguística não poderiam ser aplicados indistintamente à produção de sentidos na sociedade” (PIOVEZANI, 2009, p. 162). Para analisar, destarte, as condições de produção do discurso, era preciso romper com a “linguística da língua” e pensar numa “linguística da enunciação”. Não obstante Pêcheux não concebesse a sua AD como uma teoria do campo da Linguística, essa ciência e Saussure têm papel de elemento constitutivo da AD, como instrumento teórico para a constituição do campo. (NARZETTI, 2012, p. 56).

Os trabalhos desenvolvidos por Pêcheux nesse contexto seguiam seu método/modelo ainda estrutural, baseado em computadores, na tentativa de uma análise automática dos discursos. A Análise Automática do Discurso é, portanto, a obra que marca o início da AD na França, em 1969, em que Pêcheux propunha, conforme Gadet e Hak (2007, p. 15), a “fornecer

às ciências sociais um instrumento científico de que eles tinham necessidade, um instrumento que seria a contrapartida de uma abertura teórica em seu campo”. Momento que coincide com o surgimento dos primeiros algoritmos de tratamento do texto, que permitiram a elaboração de métodos de uma análise automática do discurso.

Conforme Maldidier (2003), em AAD Pêcheux buscou desenvolver um dispositivo técnico complexo informatizado, por meio do qual vislumbrou um conjunto de procedimentos computadorizados que pudessem funcionar como uma máquina de ler, que arrancaria a leitura da subjetividade. A autora considera importante destacar que Pêcheux, “naquela época, dispunha de uma concepção ainda simples da língua, fortemente marcada pela ideologia estrutural: a base invariante (sintaxe) vs a seleção combinação (léxico)”. (MALDIDIÉ, 2010, p. 17).

Os primeiros trabalhos de Pêcheux dizem respeito à definição do conceito de discurso, em relação aos conceitos de língua e fala, de Saussure, e em relação à ideologia, como definida por Althusser, bem como um método automático de análise do discurso construído sobre a base da *Discourse analysis* do linguista americano Harris²⁵, escrita em 1952, “um método elaborado para estender o distribucionalismo a unidades transfrásticas. Inclusive, oficialmente, o termo análise do discurso é a transposição em francês do termo *discourse analyses*”, conforme Maingueneau (1990, p. 68).

Ao se apoiar sobre o político, “a AD nasce na crença em uma visão de intervenção política, porque aparece como portadora de uma crítica ideológica apoiada em uma arma científica, que permitiria um modo de leitura cuja objetividade seria insuportável” (GADET, 1997, p. 8). Com base em um *corpus* especificamente político, Pêcheux e seu grupo praticou uma Análise do Discurso estritamente ligada a uma teoria geral das ideologias, na linha aberta por Althusser:

A análise do discurso político invocou em seu início o “materialismo histórico” e uma “teoria das ideologias” tal como definida por Althusser. Em seguida, ela se apropriou, ao final de um trabalho crítico, do conceito de “formação discursiva” proposto por Foucault e deu lugar a pesquisas que tinham por objetivo revelar os pressupostos

²⁵ Pode-se considerar nesse trabalho o primeiro dos fundamentos teóricos sobre o problema do discurso na linguística moderna: os procedimentos da análise distribucional aplicados por Harris ao todo das frases de um texto serviram como base para numerosos trabalhos em análise do discurso e especialmente da análise do discurso político, particularmente na França. (COURTINE, 2006, p. 60). Desse modo, nota-se que o método distribucional desenvolvido por Z. Harris foi considerado decisivo para a constituição da Análise do Discurso enquanto disciplina, o qual consegue livrar a análise do texto do viés conteudista, apesar de reduzi-lo a uma frase longa – como teórico que mostrou “[...] a possibilidade de ultrapassar as análises confinadas meramente à frase” ao estender procedimentos da linguística aos enunciados (discursos). No entanto, a obra de Harris acaba por torna-se limitada à AD porque não foi capaz de refletir sobre a significação e as considerações sócio-históricas. (BRANDÃO, 1986, p.15).

ideológicos que se escondiam sob a linguagem, isso com a ajuda de métodos de análise diversos (**análise automática, análise distribucional, análise lexicométrica** etc.). (CHARAUDEAU, 2008, p. 35). (Grifo nosso).

A análise de cada sequência discursiva, conforme o próprio Pêcheux (1983), era “considerada uma operação autônoma, um pré-requisito indispensável para a análise discursiva do *corpus*” (PÊCHEUX, 1997, p. 312) regulado por condições de produção estáveis e homogêneas.

O projeto da AD nasce, portanto, dentro desse contexto, sob o signo da ciência Linguística. Desse direcionamento histórico da fundação da teoria, Maldidier entende que:

Marxismo e Linguística presidem o nascimento da AD na conjuntura teórica, bem definida, da França dos anos 1968-70, e naturalmente o projeto se inscreve num objetivo político: a arma científica da linguística oferece meios novos para abordagem política. Evidentemente com modulações diferentes, J. Dubois e M. Pêcheux, ambos fundadores da disciplina, despendem um ímpeto militante em suas empreitadas, eles são tomados pelo sentimento de uma urgência teórico-política. (MALDIDIER, 2010, p. 12).

Dito de outra forma, em Michel Pêcheux, é possível notar uma herança ainda fundada na língua como materialidade da linguagem ao perceber à vinculação da AD pecheutiana com a linguística saussuriana, uma vez que, nesse primeiro momento, eleger-se e privilegiar-se o discurso político escrito, transformando o enunciado político em um *corpus* doutrinário na busca da homogeneidade discursiva sob um sistema de regras.

Vale ressaltar que a Análise de Discurso que se estabelece na França tem como marco inaugural a publicação de *Análise Automática do Discurso* em 1969 por M. Pêcheux²⁶. Conforme aponta Denise Maldidier (2003, p. 24), esse livro é o “primeiro momento de um itinerário”. O conceito do dispositivo de análise da ADD-69 é o da análise distribucional acionada por Harris. O método de Harris (1969) seguia o modelo das análises estruturalistas,

²⁶ Vale destacar que neste ano de 2019 há uma diversidade de eventos científicos no Brasil que estão sendo realizados para comemorar/homenagear os 50 anos da fundação e construção do campo teórico da Análise do Discurso: A UNIOESTE organiza o SINEL – IV Seminário Internacional e o SNEL – V Seminário Nacional em Estudos da Linguagem: “De 1969 a 2019: um percurso da/na análise de discurso, disponível em: <https://midas.unioeste.br/sgev/eventos/SISNEL/>; A UFPE organiza o IX SEAD – Seminário em Estudos em Análise do Discurso “A análise do Discurso e suas condições de produção: 1969-2019”, disponível em: <https://www.discoursead.com.br/>; A UEA homenageia os 50 anos do campo de estudo com Seminário de “50 anos de Fundação da Análise de Discurso Francesa”, disponível em: <https://sites.google.com/view/seminarioad50/>; A ANPOLL – Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Letras e Linguística organiza “A arqueologia do saber: 50 anos”, disponível em: <http://anpoll.org.br/2019/07/22/a-arqueologia-do-saber-50-anos/>; UNIVÁS - III Encontro de Estudos da Linguagem e VII Encontro Internacional de Estudos da Linguagem (Enelin) 50 Anos do “Análise Automática do Discurso(AAD-69)”, disponível em: <https://www.cienciasdalinguagem.net/enelin/>; O IFSul organiza V Seminários de Pesquisas em “Celebrando 50 anos” Análise de Discurso, disponível em: <http://www.pelotas.ifsul.edu.br/noticias/seminario-celebra-os-50-anos-na-analise-de-discurso-no-brasil>.

mas ampliava a unidade de análise. Dessa forma, como destaca Mussalim (2006, p. 114): “propondo-se a analisar o texto, concebe como uma análise transfrástica, isto é, como uma análise que transpunha o limite do enunciado, uma vez que não toma como unidade de análise os elementos que compõem, mas o próprio enunciado”.

A AAD-69, dessa maneira, era produzida a partir de algoritmos, programa que fazia leitura de marcas ideológicas “reconhecer sequências nos textos”; diferentes termos, mas que cumprem a mesma função, a exemplo: invadido/descoberto/ocupado, mas que levam a sentidos diferentes.

Referindo-se ainda à AAD, Denise Maldidier afirma que “o dispositivo da Análise do discurso se quer um instrumento científico; ele é o primeiro modelo de uma máquina de ler que arrancaria a leitura da subjetividade” ([1990] 2003, p. 21), ou seja, era o tempo da prática de leitura não-subjetiva do discurso político:

A “imparcialidade” da leitura vinha da “neutralidade” metodológica que se baseava em um procedimento de descrição linguística, *sob a forma dos segmentos e classes da análise distribucional, intermediado por um dispositivo informático*. Uma política de leitura dos textos políticos era instaurada, pressupondo, por um lado, as ambiguidades, opacidades e polissemias do discurso político inscritas sem seduções, simulações e dissimulações, em suas mentiras e em seus segredos, e, por outro lado, a deficiência do olhar leitor, cujas causas e efeitos seriam supridos e suprimidos pela prótese de leitura oferecida pela AD. (PIOVEZANI, 2009, p. 168, grifo nosso).

De acordo com Fernandes et al (2012, p.74), “o paradigma estruturalista ainda vigente na época influenciou as primeiras propostas de Pêcheux ao propor um dispositivo analítico que pudesse resolver tanto o problema político-ideológico como o científico na análise automática dos discursos”. Entretanto, essa forma de análise tornou-se insustentável, Pêcheux é levado a apresentar uma teoria que permitia enxergar os laços ideológicos invisíveis que tecem os discursos.

Pêcheux apresenta uma divisão formal que estabelece em “três épocas”²⁷ para a divisão do campo teórico que se manifesta por meio dos movimentos da teoria e da necessidade de incorporar novos conceitos e métodos e abandonar outros que já não eram pertinentes. Além disso, Pêcheux apresenta diálogos entre Foucault e Bakhtin e os historiadores vinculados à nova história. A primeira época deu-se desde a fundação da AD, com a publicação de *Analyse Automatique du Discours* (1969) até 1975; a segunda época deu-se a partir da publicação de “A propósito da AD”, artigo publicado na *Langages* 37, e *Les vérités de la Palice* (1975) – em português com o título *Semântica e Discurso*, ambos em 1975 indo até 1979; e a terceira época

²⁷ Pêcheux, *A análise de Discurso: três épocas* (1983).

se estabeleceu em 1980, com a publicação de *Matérialités Discoursives*, até 1983, ano da morte de Pêcheux, período em que se revelava o encontro com os historiadores.

Sobre essas três épocas, Denise Maldidier²⁸ organiza seu relato no prefácio à coletânea de textos de Michel Pêcheux reunidos para publicação, reconhecendo, portanto, três momentos no trajeto intelectual de Pêcheux, os quais ela nomeia como: *Le temps de grandes constructions* (1969-1975); *Tâtonnements* (1976-1979); e *La déconstruction maîtrisée* (1980-1983).

Nesse contexto, denominado AD-1, a Análise do Discurso é realizada como exploração metodológica da noção de maquinaria discursivo-estrutural:

Um processo de produção discursiva é concebido como uma máquina autodeterminada e fechada sobre si mesma, de tal modo que um sujeito-estrutura determina os sujeitos como produtores de seus discursos: os sujeitos acreditam que “utilizam seus discursos quando na verdade são seus “servos” assujeitados, seus suportes. (PÊCHEUX, 1997, p. 311).

Grosso modo, nesta primeira fase, o sujeito é colocado como assujeitado, os espaços discursivos são fechados e homogêneos e o *corpus* fechado de sequências discursivas. “Os discursos são vistos como unidades fechadas e homogêneas em si mesmas, como se elas não tivessem em seu interior elementos de outros discursos” (PÊCHEUX, 1997 [1983], p. 313).

A primeira fase (AD-1) se caracteriza por sua tomada estruturalista, que trabalha num espalho em que as máquinas discursivas constituem unidades justapostas, as condições de produção são consideradas estáveis de homogêneas e os procedimentos são linguisticamente regulados. A AD, nesse compasso, caracteriza-se por uma tradição de análise automática ou lexicométrica. Assim, a análise linguística de cada sequência é um pré-requisito indispensável para a análise discursiva do *corpus*.

Sobre essa posição teórica adotada por Pêcheux nessa época, Courtine (2006) comenta:

Essa posição produziu uma forma máxima de tensão entre objetivos que a dividiam: ela quis, com efeito, cumprir, absolutamente ao mesmo tempo, uma função política e crítica e uma função científica e “positiva”; quis sustentar o conjunto, cimentar a aliança entre uma teoria marxista do discurso, uma leitura engajada dos textos, por um lado, e uma análise concebida como um dispositivo neutro de reconhecimento das frases, uma espécie de “máquina de leitura”, da qual se esperava a produção de uma “leitura (informaticamente) dessubjetivada”. Desde a origem, estava inscrita nessa posição uma instabilidade que iria se agravar. Até se tornar insustentável, quando começa a desabar pouco a pouco, minado pelos acontecimentos políticos e pelas transformações ideológicas, o projeto de uma teoria do discurso”. (COURTINE, 2006, p. 55).

²⁸ (Re)lire Michel Pêcheux aujourd’hui. In : Maldidier (1990 : 7-91) [“(Re) ler Michel Pêcheux hoje” In : Maldidier (1990 : 7-91)].

Trata-se, portanto, de uma “máquina de leitura”, que, a partir de uma análise considerada como dispositivo neutro de reconhecimento das frases, do qual se esperava um tipo de leitura informaticamente dessubjetivada.

Assim, essa primeira época da AD, a análise do discurso está mais ligada ao movimento estruturalista, vinculada a mecanismos fixos e padronizados:

[...] AD-1 é um procedimento por etapas, com ordem fixa, restrita teórica e metodologicamente a um começo e a um fim predeterminados, e trabalhando num espaço em que as “máquinas” discursivas constituem unidades justapostas. A existência do *outro* está subordinada ao primado do *mesmo*. (PÊCHEUX, 1997, 313).

Em síntese, nesta primeira fase a principal preocupação desse período pousava na questão do método estruturado, e isso pode ser facilmente observado na segunda parte do livro *Análise automática do discurso*, de Pêcheux ([1969] 1997a), cujo destaque se volta para os cálculos matemáticos e algoritmos que descrevem o dispositivo de análise automatizada do processo discursivo, o qual se realizava por meio da ajuda de recursos informáticos para o processamento de grandes quantidades de corpora. Ao analista cabia interpretar os dados (sempre linguísticos) obtidos após a automatização, relacionando-os com: a) a ideologia; b) os sujeitos; e c) o histórico-social. (MAZZOLA, 2015, p. 70).

A segunda época, conforme denominou Malidier, a fase de tateamento, a questão do método não teria tanta importância com a parte computacional, embora Pêcheux não a tenha abandonado. Em *Vérités de la Palice* (1975)²⁹, Pêcheux tece uma crítica às obviedades da semântica formal, e mais uma vez defende as ideias propostas por Althusser, a convergência da história, do social e do sujeito.

A AD-2 incorpora as noções de Aparelho Ideológico do Estado, tomada de Althusser, que viabiliza observar a organização na circulação dos enunciados e o aperfeiçoamento da noção de Formação Discursiva, que embora já tenha sido mencionado anteriormente no texto de “A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem e discurso”, escrito por C. Haroche e P. Henry, em 1971, ganha maior respaldo operacional neste momento.

Retomando as palavras de Pêcheux, na AD-2 há “um deslocamento teórico [...] uma conversão ‘filosófica’ do olhar pelo qual são as relações entre as ‘máquinas’ discursivas

²⁹ A tradução desta obra foi realizada por Eni Orlandi (Editora Unicamp) intitulada *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*.

estruturais que se tornam o objeto da AD” (idem: [1969] 1990, p. 313-314, grifos do autor). Nessa ocasião, a noção de Formação Discursiva (FD) é empregada a partir de Foucault³⁰.

[...] a noção de formação discursiva, tomada de empréstimo a Michel Foucault, começa a fazer explodir a noção de máquina estrutural fechada na medida em que o dispositivo da FD está em relação paradoxal com seu “exterior”: uma FD não é um espaço estrutural fechado, pois é constitutivamente “inválida” por elementos que vêm de outro lugar (isto é, de outras FD) que se repetem nela, fornecendo-lhe suas evidências discursivas fundamentais (por exemplo, sob a forma de “preconstruídos” e de “discursos transversos” [...]) (PÊCHEUX [1969] 1990, p. 314).

Sendo assim, o deslocamento teórico abre o segundo período, fazendo com que uma FD não seja mais fechada em si mesma, mas aberta de modo que uma FD possa se relacionar com outras FDs, podendo ser invadida por elementos externos. Também nessa fase é introduzida a questão do interdiscurso, noção que permite a relação de um discurso com outros.

Apesar das mudanças, do ponto de vista dos procedimentos, a AD-2 manifesta poucas inovações; o sujeito discursivo continua como assujeitado a uma única FD, que ainda é vista na sua homogeneidade, uma vez que não há possibilidade de cruzamento com outros discursos. Assim, o maior avanço nesta segunda época da AD é “a construção do *corpora* discursivo que permite trabalhar sistematicamente suas influências internas desiguais, ultrapassando o nível da justaposição contrastada”. (ibidem, p. 315)

Assim, a “segunda época”, alguns dogmas herdados da fase anterior foram relativizados e sofreram um tímido “afrouxamento”. Em 1975, ano da publicação de seu segundo grande livro, *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*, Pêcheux ([1975] 1995a) relativiza a tese do sujeito estritamente assujeitado pela ideologia com a formulação dos dois esquecimentos, segundo a qual o sujeito possui algum controle sobre os enunciados verbais que emite. Em 1982, foi adicionado a esse livro um anexo escrito três anos após a publicação de *Semântica e Discurso*, intitulado “Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação” (Pêcheux, [1982] 1995c) que relativiza alguns procedimentos e revê certos conceitos aplicados na primeira versão de 1975.

Por fim, a AD-3 representa ao mesmo tempo rupturas, reajustes e revisões teóricas realizada por Pêcheux, ao prefaciá-la, na edição 62 da revista *Langages*, em 1981, a publicação da tese de Jean Jacques Courtine – *Analyse du discours politique: le discours communiste adressé aux chrétiens* (1981). Neste prefácio *L’étrange miroir de l’Analyse du discours*, Pêcheux sugere uma revisão teórica percebendo os problemas em tomar apenas o discurso

³⁰ Esse conceito é elaborado em *Arqueologia do saber*, em que Foucault estabelece uma formação discursiva a partir da regularidade e da dispersão entre objetos do discurso.

político, de esquerda, escrito, diante de uma análise, problematizando e propondo que a AD busque novos objetos e invista em novas materialidades, diante das mudanças ocorridas nas teorias linguísticas e modificações no campo da política promovidas, sobretudo, também por transformações da mídia.

É, portanto, o momento da emergência de novos procedimentos da AD no início dos anos 1980: da incorporação das noções de heterogeneidade discursiva, que incide na questão da formação discursiva, vista agora a partir do atravessamento de vários discurso; do diálogo com a Nova História (trabalhos como os de M. de Certeau, J. Le Goff, P. Nora etc.); da memória discursiva (a partir da tese de Courtine) – deslocando o conceito de interdiscursividade e pré-construído; e da ampliação dos *corpora*, com vistas a analisar não só o político escrito, mas também o discurso do cotidiano, os textos orais, propondo uma abertura para se pensar novos objetos e novas materialidade. A partir disso, abre-se uma possibilidade de encaminhamento para o trabalho com a semiologia histórica³¹, cuja proposta é uma análise discursiva pautada na relação com a história e que toma como objeto diferentes linguagens.

Nesta época, o sujeito rompe com a noção de sujeito empírico, do “eu” centrado, e constitui-se na relação com o discurso, com o inconsciente, com a história e com o social, desse modo, nasce o sujeito discursivo, aquele sujeito enunciador sócio-historicamente produzido pelos discursos. Já em relação à memória, refere-se a uma memória social, coletiva, concernente à “existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas regradas por aparelhos ideológicos”. (COURTINE, ([1981] 2009, p. 105).

Diante disso, segundo D. Maldidier (1990; 1993), as transformações e as constantes revisões pelas quais passaram a teoria do discurso podem ser destacadas em três momentos do trabalho exaustivo de M. Pêcheux: i) o momento das grandes construções quando ele começa com o projeto de uma maquinaria discursiva, fruto de sua tese de doutorado; ii) um segundo momento (1970-1975) marcado pela construção da teoria do discurso quando ele passou a construir “uma teoria do discurso articulada a uma teoria das ideologias no terreno do

³¹ Voltaremos a tratar da semiologia histórica em seguida, no próximo capítulo. Nesta ocasião, é-nos interessante destacar que essa semiologia histórica não estabelece uma ruptura com o campo da Análise do Discurso nem se distancia dela, ao contrário, ela estabelece uma possibilidade de ampliação teórica, com vistas a uma abordagem que toma o discurso na sua relação intrínseca entre história e linguagem, visto que é uma análise discursiva histórica e intersemiótica (intersemiológica). Jean-Jacques Courtine vem desenvolvendo trabalhos nessa perspectiva deste o final da década de 1980, reunindo pressupostos da História cultural, da Antropologia histórica e da Semiologia. No Brasil, esses trabalhos estão sendo desenvolvidos em torno do Laboratório de Estudos do Discurso, da Universidade Federal de São Carlos (LABOR/UFSCar), sob coordenação da professora Vanice Sargentini, desenvolvimento e aplicações podem ser vistas em SARGENTINI (2008, 2010, 2015, 2017); PIOVEZANI (2005, 2007, 2009, 2011, 2015), além de trabalhos de estudantes aplicados em dissertações e teses – também em diálogo com o Grupo de Estudos de Análise do Discurso de Araraquara, da Universidade Estadual Paulista, campus Araraquara, (GEADA/UNESP-FLCar), coordenado pela professora Maria do Rosário Gregolin.

Materialismo Histórico” (MALDIDIER, 1993, p.4); iii) finalmente, a época das desconstruções e reconfigurações, a partir de 1976, quando naquele contexto histórico via-se abater na França uma crise política e teórica que, de certo modo, tinha suas origens no movimentos de Maio de 68 ou em acontecimentos históricos de impacto internacional como a Guerra da Argélia. Daí porque era chegada a hora de rever as bases epistemológicas nada tão sólidas, o que acabou por fazer com que o filósofo propusesse uma espécie de “desconstruções das máquinas discursivas” (PÊCHEUX, 1981).

A partir dessa breve exposição das três épocas da Análise do Discurso derivadas do trabalho de M. Pêcheux, verifica-se que a AD nasce de um campo interdisciplinar – na esteira das discussões vinculadas ao Estruturalismo – principalmente nas problematizações localizadas a partir das leituras de Marx, de Freud e Saussure, que resultaram na declinação desse movimento na França –, em um entrelugar entre a língua e a história, sendo a história inscrita na língua e, sob essa formulação, o político não está apartado. Sendo assim, o triplo assentamento em que se desenvolve a Análise do Discurso apresenta algumas consequências teóricas:

[...] *a forma material* do discurso é, ao mesmo tempo, linguístico-histórica, enraizada na História para produzir sentido; a *forma sujeito* do discurso é ideológica, assujeitada, não-psicológica, não empírica; na *ordem do discurso* há o sujeito na língua e na História; o *sujeito é descentrado*, tem a ilusão de ser fonte, mas o sentido é um *já-lá, um dito antes em outro lugar*. (GREGOLIN, 2001, P. 3-4).

Para concluir essas três épocas, Courtine (2006) sintetiza e caracteriza, através de um balanço sumário, a disciplina em sua origem:

a) O campo de objetos empíricos da AD foi construído a partir de escritos doutrinários [...]. Esses corpora, escritos de natureza doutrinária, são extraídos do discurso político francês contemporâneo, com predileção pelos discursos dos partidos de esquerda francesa. b) A AD é uma disciplina linguística, na medida em que essa última lhe fornece o domínio de validação de seus conceitos e de seus procedimentos. Os métodos se baseiam nas teorias sintáticas da frase, em particular, nos procedimentos distribucionais de Harris [...]. c) No plano teórico ela teve a ambição de colocar em relação os procedimentos de análise linguística e os conceitos históricos emprestados do marxismo, seja no quadro de uma teorização de “articulação” entre língua, discurso e ideologia seja na perspectiva sociologizante de uma diferenciação linguística dos grupos sociais. (COURTINE, 2006, p. 11-12).

Conforme vimos, **o discurso político** mostrou-se prioridade na constituição dos corpora de análise nas décadas de 1960 e, principalmente, de 1970, até o início dos anos 1980 na França, com a publicação da tese de J. J. Courtine, na qual a análise toma o discurso político da esquerda francesa, mas agora atravessado por outros discursos, no caso o religioso, propondo

novas formulações para a análise do discurso político; e de trabalhos desenvolvidos em sequência, em função da observância de novas materialidades e outros tipos de discurso que marcam o atravessamento, presença da heterogeneidade discursiva.

No caso do Brasil, a Análise do Discurso foi introduzida em um momento em que, na França, a AD havia sofrido algumas reformulações e retificações, sem que precisasse abandonar seus princípios fundamentais (PIOVEZANI, 2009, p. 164). Apesar de algumas resistências, a AD foi estabilizando-se, ganhando forças, tornando-se uma disciplina bastante significativa e influente no cenário dos estudos linguísticos mais formais das universidades brasileiras, estabelecendo-se nos fins dos anos 1970 e início dos anos 1980, capitaneada pela Professora Eni Orlandi na Universidade Estadual de Campinas, num período de abertura política.

Entretanto, há diferentes leituras sobre a história da recepção e constituição do campo da AD no Brasil. Por um lado, conforme já assinalamos, o papel da pesquisadora Eni Orlandi na Unicamp, por outro, a perspectiva da AD via Foucault, considerada até então marginal, com a presença da Maria do Rosário Gregolin na UNESP e, anterior a todas essas, aquela desenvolvida por Carlos Escobar, na UFRJ. Sem dúvida, esses grupos contribuíram na difusão das teorias dos filósofos M. Pêcheux e M. Foucault, que estão no início da constituição dessa teoria. Assim, refletindo sobre a complexa história da constituição do campo da AD no Brasil, Kogawa (2012) recomenda:

Pensar a emergência de um movimento de recepção de Pêcheux no Brasil dos anos 1960/70, exige que coloquemos à prova essa primeira época no sentido de delinear as recorrências conceituais, as regularidades de formação de certos enunciados teóricos, enfim, as regras de formação desse prisma de recepção que tinha, como uma de suas formulações teóricas, a Ciência dos Discursos Ideológicos. (KOGAWA, 2012, p. 77).

A tese de J. Kogawa³² traz uma importante contribuição para essa história, considerando que antes mesmo da abertura política brasileira, por volta da década de 1970, na UFRJ, alguns pesquisadores althusserianos (historiadores, filósofos etc) já estavam trazendo essas discussões ao Brasil “ciência das ideologias”, “semiologia – ciência geral do signo e da ideologia” e “materialismo histórico” – teoria do sujeito e da ideologia” que também chamavam de “Ciências dos discursos ideológicos”, ou o que entenderíamos por “análise do discurso”, mais tarde.

Por outro lado, de acordo com a própria pesquisadora Eni Orlandi, ao retornar da França, de onde teve contato direto com o fundador da disciplina, M. Pêcheux, a Análise do Discurso

³² KOGAWA, *Por uma arqueologia da análise do discurso no Brasil* (2012).

chega ao Brasil e se fortalece na Linguística via sociolinguística, uma vez que Orlandi dava aulas de Linguística Geral e, também, de Sociolinguística, e aproveitava para introduzir ideias da AD. Conforme ela nos diz em entrevista (2012):

O meu trabalho, embora suscitasse reações bastante adversas – inclusive na Unicamp, onde foi possível institucionalizar a disciplina Análise de Discurso (anos 1980) – era no intuito de mostrar que não é o que você diz, é como você diz que implica num sentido. As palavras escolhidas para uma mesma coisa, por sujeitos ou em situações diferentes, significam diferentemente umas das outras. Estabeleci essa outra forma de pensar a linguagem, enquanto linguista, porque, pelo menos no Brasil, e certamente nas Ciências Humanas, havia essa necessidade de falar da linguagem dessa forma.³³

E. Orlandi³⁴ revela sua relação com a análise de discurso pecheutiana:

Devo dizer que a proposta de M. Pêcheux, despertou-me o interesse, na medida em que não deixa intocada a região da reflexão sobre a linguagem, não se apresentando apenas como “acréscimo” do ponto de vista metodológico, mas como uma iniciativa de reflexão que interroga as próprias teorias que constituem as relações contraditórias do campo de sua existência. É aí que a América do Sul, mais precisamente Campinas, entra nessa história com sua contribuição própria. Em termos de história da ciência, a Análise de Discurso praticada no Brasil não deixa tampouco intocada a relação já fixada e dominante que tem, de um lado, a tradição europeia e, de outro, a norteamericana (ou anglo-saxã). Ela vai colocar questões para essa forma de dicotomizar a história do pensamento sobre a linguagem. Porque se nessa declinação coube à Europa (apesar de M. Pêcheux) fixar-se preferentemente na escrita, e aos americanos, no oral (conversacional, pragmática etc), **no Brasil a análise de discurso não foi afetada por esta divisão imaginária entre escrita e oral.** (ORLANDI, 2002, p. 28, grifo nosso).

Ainda de acordo com Orlandi, a análise do discurso desenvolveu-se amplamente em solo brasileiro. Apesar das resistências, a disciplina institucionalizou-se no quadro proposto pela estudiosa, entre a linguística e a Análise do Discurso:

No Brasil, a análise de discurso institucionaliza-se amplamente – não sem algumas resistências, alguns antagonismos – e, com sua produção e alcance teórico, configura-se como uma disciplina de solo fértil, com muitas consequências tanto para a teoria como para a prática do saber linguístico. Na contramão, há aqueles que, incompreendendo a relação da análise de discurso com a linguística (relação que é de “pressuposição”) pretendem “preservar”, tal qual, a linguística – e os formalismos dominantes - e há os que, inscritos na filiação linguístico-discursiva, como eu, partindo da linguística e reconhecendo/deslocando o corte epistemológico saussuriano (M. Pêcheux, 1971), procuram compreender a relação entre a linguística e a análise de discurso no quadro das relações de entremeio, elaborando suas contradições. (ORLANDI, 2002, p. 29).

³³ Fonte: <http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/11/eni-orlandi-fala-sobre-analise-do-discurso-e-linguagem-em-entrevista.html>.

³⁴ Orlandi, A análise de discurso e seus entre-meios: notas a sua história no Brasil, 2002; Orlandi, A análise do discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil.

A esse respeito, Orlandi (1996, p.24) atribui à AD a condição de disciplina de entremeio, visto que sua constituição se dá nos liames das chamadas ciências humanas, entre as quais ela efetua um profundo deslocamento de terreno: “a AD produz um outro lugar de conhecimento com sua especificidade. Não é mera aplicação da linguística sobre as ciências sociais e vice-versa”.

Ademais, para a supracitada autora, a Análise do Discurso brasileira não estacionou ao que ela era há 25 anos. E, apensar de sua filiação teórica pecheutiana, isso não significa apenas uma repetição, uma vez que os estudos e análises realizadas no Brasil avançaram tanto na teoria quanto no método, produzindo sua diferença.

Poderíamos falar em uma “Escola” Brasileira de Análise de Discurso, e não no sentido em que Escola tem sido empregada onde o saber é considerado apenas “indústria” e se apóia em um saber homogêneo, estabilizado. Nem tampouco como diz Schlanger (1992) pela “convivência disciplinar”, já que esta se apresenta ou como muito ampla (ameaçando a especificidade do objeto) ou muito estrita (ameaçando o ideal da ciência, eu diria da prática científica, pela reificação dos princípios e massificação dos cientistas). A meu ver a noção de Escola torna um conhecimento datado. Basta-nos, para nossos fins, falar na Análise de Discurso Brasileira (ADB) em cuja fundação me situaria - ressaltando igualmente a presença de um grupo de pesquisadores fortes e consequentes -, na sua relação com a Análise de Discurso Francesa (da filiação de M. Pêcheux), mas produzindo sua diferença da que se desenvolveu “lá”, na França. Não estacionamos a análise de discurso no que ela era há 25 anos. No Brasil ela seguiu em frente. Mesmo se, na França, muitas vezes, quando se fala em M. Pêcheux ao contrário do que acontece, por exemplo, quando citamos um autor como Saussure, ouve-se como algo anacrônico, fixado no tempo. E não como uma referência, uma filiação teórica, uma retomada que aponta para um desenvolvimento e não apenas uma repetição. Há, pois, lá uma dificuldade em relação a essa história. Isto mostra, a meu ver, que eles incompreendem o movimento de ideias que se inaugurou com Pêcheux, o campo de questões que se abriu na história da reflexão sobre a linguagem. No Brasil, como dizia, avançamos, e hoje a análise de discurso conhece um desenvolvimento formidável. (ORLANDI, 2002, p. 37).

Nesses gestos de leituras e formulações, podemos notar que a pesquisadora E. Orlandi contribuiu significativamente para instituir a Análise do discurso no Brasil, na década de 70. Todavia, conforme J. Kogawa (2012, p. 40), em sua tese *Por uma arqueologia da análise do discurso no Brasil* (2012), a recepção da teoria pecheutiana no Brasil está atrelada a um grupo de trabalho desenvolvido no Rio de Janeiro, mais especificamente, com o de Carlos H. de Escobar, no final da década de 1970, com “o objetivo de empreender uma leitura materialista da Linguística saussuriana, no sentido de desvinculá-la da apropriação estruturalista que dela se fez”. Porém, com as perseguições da ditadura militar contra os marxistas, fizeram com que esses estudos fossem interrompidos, fazendo com Escobar se exilasse em Portugal. Assim, a história da AD no Brasil é, em seu início, interdita.

Em 1980 quando a AD entra em sua terceira época, os textos fundadores começam a ser lidos no Brasil de maneira efetiva, apontando para aproximações e distanciamentos dos trabalhos desenvolvidos pelo grupo de Pêcheux. Essa abertura permite o surgimento de uma Análise do Discurso no/do Brasil, porém mais distante da prática política.

Evidentemente, os trabalhos brasileiros têm aproximações e distanciamentos em relação àqueles produzidos pelo grupo de Pêcheux, pelo motivo – nada simples – de que as movimentações teóricas são determinadas pela História. O Brasil tem outra História e, por isso, outra Análise do Discurso. Uma razão para essa diferença é temporal: trazida para o Brasil nos anos 80, quando na França a AD já superara muito de seus conceitos iniciais e já atravessara as “três épocas”, os trabalhos brasileiros têm aportes dos vários movimentos da constituição da AD. Outra característica da Análise do Discurso brasileira é derivada da forma como ela, historicamente, se relacionou com a Linguística brasileira: tendo crescido e germinado em um solo em que a Linguística era dominada pelas tendências que Pêcheux chamou de “logicistas”, a AD brasileira criou um campo de resistências e confrontos (GREGOLIN, 2003, p. 31).

No Brasil, alguns trabalhos, consideramos os mais sólidos e mais relevantes sobre o discurso político, debruçaram-se sobre corpora escritos ou orais que foram transcritos. É preciso mencionar, entre esses estudos, as análises de Haqira Osakabe, *Argumentação e Discurso Político* (1979), de Eni Orlandi, *A Linguagem e seu funcionamento* (1987), e de José Luiz Fiorin, *O regime de 1964: discurso e ideologia* (1988; numa conjunção entre alguns fundamentos da AD e uma forte base de semiótica greimasiana); mais recentemente, destacam-se os trabalhos de Freda Indursky, *A fala dos quartéis e outras vozes* (1997), de Mônica Zoppi-Fontana, *Cidadãos Modernos. Discurso e representação política* (1997), de Vanice Sargentini, *O Discurso e História: as vozes anarquistas na construção do trabalhismo brasileiro* (1997). (PIOVEZANI, 2007).

Vale ressaltar que, a partir do final da década de 1970 e início dos anos 1980, o discurso político deixa de ser objeto privilegiado da AD, passa-se do discurso (político) às materialidades discursivas, da “Análise do discurso” à “Análise de discurso”.

1.4 O discurso político dos anos 1980-90: as metamorfoses promovidas pelo dispositivo televisivo

Fig. 3: Debate político eleitoral na TV

Fonte: <https://exame.abril.com.br>

A partir dos anos 1980 Michel Pêcheux apontou para as mudanças sofridas pelo discurso político³⁵. Em seus últimos textos (GADET; PÊCHEUX, 1981; PÊCHEUX, 1990b; PÊCHEUX, 2002), Pêcheux alerta para essas mutações, insistindo que o campo político estava decididamente midiaticizado; no entanto, embora estivesse consciente das transformações dos discursos com relação à mídia emergente, esses apontamentos aparecem sob a forma de breves menções e, a ausência de um maior aprofundamento, impede a plena ancoragem de afirmações nesses trechos. (MAZZOLA et al, 2013, p. 159).

Em uma entrevista concebida no *II Colóquio Internacional de Análise do Discurso* (II CIAD/UFSCar)³⁶, ao ser questionado sobre o que pressentia Pêcheux quando falava das transformações da “língua de madeira” em “língua de vento”, e sobre sua sensibilidade diante dessas metamorfoses do discurso político, J.-J. Courtine responde esclarecendo o provável impedimento para que Pêcheux tivesse avançado nessa questão das transformações dos discursos políticos midiaticizados:

Eu não penso que possamos fazê-lo sem considerar a relação que existia entre as transformações históricas que, no começo dos anos 80, afetavam o campo da fala política nas democracias ocidentais e a própria Análise do Discurso como disciplina. Não surpreende que Michel Pêcheux estivesse sensível a elas, porque ele sempre pensou a ciência a partir da base política, mesmo que houvesse nele uma certa reticência em analisar até o fim as condições ideológicas de engendramento do que era então nossa própria atividade científica, ou seja, a elaboração de uma análise do discurso. Parece-me que havia alguma coisa que o impedia, ao menos parcialmente, de fazê-lo, talvez certa ideia sobre a ciência – a da história, do materialismo histórico

³⁵ De acordo com Piovezani Filho (2007), os “últimos textos” de Pêcheux, nos quais ele discorre sobre as mudanças no discurso político, são: *A língua inatingível* (Gadet; Pêcheux, [1981] 2004); *Delimitações, inversões, deslocamentos* (Pêcheux, [1982] 1990b); *O discurso: estrutura ou acontecimento* (Pêcheux, [1983] 2002). Ao lado desses três textos sugeridos, Mazzola (2015, p. 73) acrescenta: *Ouverture du colloque* (Pêcheux, [1981] 1981b); *L'énoncé: enchâssement, articulation et dé-liaison* (Pêcheux, 1981c); *Papel da memória* (Pêcheux, [1983] 2007); *Sobre os contextos epistemológicos da análise de discurso* (Pêcheux, [1984] 1998); *Metáfora e interdiscurso* (Pêcheux, [1984] 2012).

³⁶ Entrevista de Jean-Jacques Courtine concebida exclusivamente com o propósito de realizar sua intervenção do II Colóquio Internacional de Análise do Discurso (II CIAD/UFSCar). Essa entrevista foi concedida aos organizadores do II CIAD (Vanice Sargentini, Carlos Piovezani e Luzmara Curcino).

como “ciência da história”, ou a da língua, o saussurianismo ou a gramática gerativa – que o impedia de encarar plenamente as relações que então se estabeleciam entre as mutações históricas no campo dos discursos e o projeto científico de sua análise. De qualquer modo, ele aborda de maneira breve, particularmente em *La langue introuvable*, a questão do que ele chama de as “línguas de vento”. (COURTINE, 2011, p. 145-146, traduzido por Piovezani).

Segundo Courtine, a intuição de Pêcheux estava correta, mesmo sabendo que ele não tenha tido tempo e possibilidade de se aprofundar nesse percurso. Enquanto aos seus próprios estudos, Courtine considera seus avanços, visto que a maior parte de seu trabalho sobre o discurso político, nos anos 1980, buscou compreender como os discursos “sólidos” haviam sido substituídos pelos discursos “líquidos”.

É possível notar esse gesto de mudança do discurso político em Pêcheux, em seu texto, “O estranho espelho da análise do discurso”. O reconhecimento de uma nova era para a AD está posto nas páginas que prefaciou a tese de J.-J. Courtine - *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. Em sua tese, publicada na revista *Langage*, número 62, em 1981, Courtine estava ocupado em fazer uma “anatomia de uma língua de madeira”. Ele, nesse texto, articula língua e história e, além disso, reconhece o atravessamento de outros discursos além do político, neste caso, o religioso, propondo reformulações para a própria análise do discurso político. Assim, o autor descreve o tipo de *corpora* escolhido:

Voltamo-nos para o discurso comunista dirigido aos cristãos. A escolha desse aspecto regional da FD comunista provém do fato de que uma contradição entre formações ideológicas antagonistas exhibe-se aí de maneira manifesta, no sentido de que a existência constitui o objeto ou o próprio tema do discurso. Isso não é específico do discurso dirigido aos cristãos, mas concerne ao conjunto do discurso de aliança do Partido Comunista. No entanto, no caso dos discursos escolhidos, dispomos, no período de 1936 a 1976, de um conjunto que se inscreve na tradição de um diálogo organizado entre as duas FD, o que contribui para facilitar a constituição de um domínio da memória. (COURTINE, 2009, p. 30)

Courtine produziu conceitos que se tornaram fundamentais para a Análise do Discurso, a partir da análise de dados do discurso comunista endereçado aos cristãos, como os de “enunciado dividido” e de “memória discursiva”. Motivados pela observação das mudanças do discurso político, Courtine, em 1981, e Pêcheux nesta mesma década partem para a análise nesse tipo de discurso, como apontam Piovezani et al.:

Movido pela observação das mudanças do atual discurso político, Courtine postula então a necessidade de alargar o enfoque da AD. A constituição, a formulação e a circulação da discursividade política contemporânea implicavam i) a rápida obsolescência de suas filiações históricas e o refluxo de princípios ideológicos; ii) sua manifestação sincrética, rápida e fragmentada, na qual o verbo não poderia mais ser

dissociado do corpo, do rosto, dos gestos e das imagens; e iii) sua transmissão em novas e mais velozes mídias. (PIOVEZANI, SARGENTINI, 2014, p.9).

Diante das constatações acima, o trabalho desenvolvido por Courtine sobre *o discurso comunista endereçado aos cristãos* vem mexer com os modelos de análises realizadas na primeira e segunda épocas da análise do discurso, de que falamos anteriormente, provocando reformulações nesse campo teórico.

Mas, ao concluir sua tese, Courtine percebe que sua análise se tratava de uma anatomia dos discursos mais sólidos, o discurso comunista, e que já havia chegado um novo modelo de produção dos discursos; ele então reconhece que era preciso enterrar a “língua de madeira” para sentir o sopro da “língua de vento”. Assim, a então “língua de vento”, já midiaticizada, chega exemplificada através da expressão “on a gagné”, em forma de grito de torcida esportiva, na vitória do presidente francês, Mitterrand (1981).

Esse acontecimento indicava que o discurso político estava refém das formas de circulação, considerando os últimos textos de Pêcheux, *Discurso: estrutura ou acontecimento* (1983) e artigos resultantes do Colóquio *Matérialités Discursives*. Pêcheux apresenta-nos três elementos para analisar discursivamente os enunciados: a) o acontecimento; b) a estrutura; e c) a tensão entre descrição e interpretação. Ele interpreta o enunciado político-esportivo “on a gagné”, o acontecimento discursivo que marcou o campo político francês:

A materialidade discursiva desse enunciado coletivo é absolutamente particular: ela não tem nem o conteúdo nem a forma nem a estrutura enunciativa de uma palavra de ordem de uma manifestação ou de um comício político. “On a gagné” [“Ganhamos”], cantado com um ritmo e uma melodia determinados constitui a retomada direta, no espaço do acontecimento político, do grito coletivo dos torcedores de uma partida esportiva cuja equipe acaba de ganhar. Este grito marca o momento em que a participação passiva a do espectador-torcedor se converte em atividade coletiva gestual e vocal, materializando a festa da vitória da equipe, tanto mais intensamente quanto ela era mais improvável. (PÊCHUEX, 2015, p. 21).

Ao notar que o esporte tenha surgido pela primeira vez, com limpidez, como a metáfora popular adequada ao campo político francês, Pêcheux nos convida a aprofundar a crítica das relações entre o funcionamento da mídia e aquele da “classe política”, ainda mais, depois dos anos 70. Assim, ele afirma que o jogo metafórico em torno do enunciado “on a gagné”, veio sobredeterminar o acontecimento, sublinhando sua equivocidade.

O autor analisa o enunciado percebendo ser profundamente opaco: “sua materialidade léxico-sintática imerge esse enunciado em uma rede de relações associativas implícitas – paráfrases, comentários, alusões etc. – isto é uma série heterogênea de enunciados, funcionando

sob diferentes registros discursivos, e com uma estabilidade lógica variável”. (PÊCHUEX, 2015, p.23).

A partir desse exemplo, ele propõe uma questão teórica que se refere ao estatuto das discursividades que trabalham um acontecimento, entrecruzando proposições de aparência logicamente estável, suscetível de resposta unívoca, e formulações irremediavelmente equívocas.

Courtine, atento e sensível às transformações ocorridas no discurso político, em uma de suas entrevistas, afirma “sentir correr o sopro das línguas de vento”, vislumbrando “a morte da língua de madeira”. Assim era chegada de notar e analisar as mudanças dos novos regimes de discursividade do discurso político, motivados pela nova configuração de enunciabilidade motivadas pelas mídias audiovisuais, principalmente com a influência da televisão como dispositivo de propaganda política.

Nesse sentido, “a língua de madeira (dura e hermética) havia se transformado em língua de vento (flexível, cotidiana, mas quase nada referencial) e as eleições pareciam cada vez mais manifestações esportivas transmitidas pelas mídias”. (PIOVEZANI, 2009, p. 173).

Courtine prenunciou o fim das políticas de texto³⁷, revelando as transformações dos próprios objetos e práticas:

Na realidade, os grandes discursos políticos parecem estar ameaçados pelo desaparecimento: fim de programas, enumerações intermináveis de proposições, dissertações políticas, ou seja, formas longas de modos políticos de enunciado [...]. Formas didáticas da retórica de uma política clássica modelada pela máquina erudita são substituídas por novas formas, assujeitando os conteúdos políticos às exigências de práticas de leitura e escrita adequadas ao aparato audiovisual de informação[...]. A epístola do texto político protegida em um corpo de doutrina foi profanada. E o texto político foi trabalhado por partes no interior de novas práticas de escrita e leitura: produziu e recebeu novas formas, diálogos, entrevistas, holofotes de televisão, videoclipes políticos. (COURTINE, 2006, p. 84).

De acordo com Mazzola e Gregolin (2013), nos textos de Pêcheux dos anos 1980, é possível observar as mutações do principal objeto da Análise do Discurso: o discurso político. A partir dos desenvolvimentos propostos por J.-J. Courtine – e por meio das orientações do próprio Pêcheux –, podemos notar que alguns elementos antes não postos (a voz, a entoação, os gestos, sua transmissão pelo rádio, pela televisão), passaram a ser entendidos como características do enunciado, como traços dele, produzindo (efeitos de) sentido. Ainda assim, o

³⁷ Para Courtine (2006) as *políticas de textos* chegam ao seu fim, isto é, a epístola do texto político protegida em um corpo de doutrina foi profanada, os grandes discursos, as dissertações políticas, as formas longas de discursos estão ameaçados a desaparecerem, dando lugar às novas formas, diálogos, imagens, entrevistas, videoclipes políticos.

objeto de análise de M. Pêcheux continua a ser o discurso político-partidário. Apesar disso, não se interdita a Análise do Discurso trabalhar sobre as diversas materialidades discursivas, “[...] implicadas em rituais ideológicos, nos discursos filosóficos, em enunciados políticos, nas formas culturais e estéticas, através de suas relações com o cotidiano, com o ordinário do sentido” (PÊCHEUX, 2002, p.49).

Em um de seus últimos textos, M. Pêcheux, em 1983, aponta diferentes perspectivas vigentes na França³⁸, considerando a especificidade da Análise do Discurso pela sua relação com a língua:

Ela compartilha, com a tradição lexicométrica a prática de construção de um corpus e o recurso eventual a algoritmos informatizados, mas ela não se impede de suportar estruturas sintáticas sob a sequência de unidades lexicais. Por outro lado, ela compartilha com as tradições semiológicas e semióticas (que, aliás, designam, às vezes, seus trabalhos como análises de discurso) a tarefa de apreender e descrever as condições estruturais de existência do sentido, mas sem se autorizar suportar estruturas lógico-semânticas subjacentes às sequências discursivas. Ela compartilha, finalmente, com a perspectiva arqueológica foucaultiana, a tarefa de levar em conta as condições históricas de existência de discursos em sua heterogeneidade, mas ela visa reintroduzir, explicitamente nesse campo, a problemática da língua. (PÊCHEUX, 2011, p. 228).

A década de 1980 foi marcada por reflexões que buscavam ampliar o aparato teórico-metodológico que sustentavam a AD, com vistas a abertura para novas discursividades. A partir disso, o discurso político não é mais tomado como objeto privilegiado de análise, passando a fazer parte de um conjunto diverso de materialidades discursivas. Mas, ao mesmo tempo, o próprio discurso político se vê tomado por mudanças, mediante aos avanços das mídias audiovisuais, ao ser dominado por outras materialidades a partir das quais ele passa a circular.

É evidente que as transformações contornadas no programa da AD foram acompanhadas por profundas mudanças sociais – a emergência de novas tecnologias, a crise no político e as novas formas de se fazer política. Nesse viés, o campo da Análise do Discurso francesa tende a modificações conforme o aprimoramento teórico, as modificações do método, com as mudanças nas materialidades e nos meios em que os discursos são veiculados. Assim, se na

³⁸ Retomando Courtine ([1991] 1999), podemos dizer que, na França, a partir dos anos 1980, a AD gramaticalizou-se paulatinamente, isto é, as análises eram realizadas sobre fenômenos estritamente linguísticos, em detrimento da dimensão histórica. Certamente, as análises empreendidas desde os anos 1980 distanciaram-se da dimensão histórica, conforme as críticas apontadas por Courtine (2005) e Guilhamou (2004). Já no Brasil, por outro lado, os trabalhos preservaram a investida histórica, conservando a tradição da política dos discursos, posturas engajadas que eram constitutivas da AD, do final dos anos 1960.

década de 1970 privilegiava-se os discursos políticos impressos, no início da década de 1980 surgem novos interesses diante das materialidades sincréticas.

Com efeito, algumas motivações fizeram com que a AD superasse as limitações de análise e reformulasse seu aparato teórico metodológico:

É evidente que outras razões contribuem nas revisões que o campo da AD é movido a fazer. Inclusive motivações científicas que advém da própria defasagem do modelo estruturalista na França e da necessidade de encontrar caminhos teóricos que façam a investigação privilegiar o acontecimento, o heterogêneo e o singular. (NUNES, 2012, p. 210).

Ainda na década de 1980, mais precisamente, no ano de 1983, a Escola Normal Superior de Paris reuniu em um colóquio, intitulado *História e Linguística*, muitos especialistas de diversas áreas para compreender a relação entre língua e história. A questão da memória foi levantada na Mesa Redonda denominada *Papel da Memória* – em que o semiótico Jean Davallon foi um dos destaques; surgiram, assim, reflexões sobre outras materialidades discursivas, dentre elas, a imagem, uma vez que, ela seria um operador de memória social.

Nessa mesma Mesa Redonda, M. Pêcheux fez uma retomada das exposições anteriores – P. Achard, J. Davallon e J.-L. Durand, em seu texto, *Papel da Memória*, situando-as no contexto dos estudos em análise do discurso. Pêcheux nota que a AD está cada vez mais se distanciando das evidências da proposição, da frase e da estabilidade parafrástica, considerando que após os trabalhos de Benveniste e Barthes era possível avançar na relação do texto com a imagem. Desse modo, ele problematiza a questão da imagem “em que pé estamos com relação a Barthes?”

Para Courtine (2011)³⁹, não houve no grupo de Pêcheux, naquela época, quem abordasse essa questão da imagem como algo pertinente para trabalhar a imagem em ligação com o discurso. Naquela época eles acreditavam na palavra, mas Pêcheux tinha uma intuição. Ele sentia vir as coisas. Imagem, discurso e memória. Esse terreno já estava demarcado, mas não se pode dizer mais que isso.

A título de observação, vale ressaltar que muito antes, o semiólogo R. Barthes, embora fincado no estruturalismo, já explorava a questão da imagem, de modo particular, a imagem fotográfica, na qual ele se deteve de modo bastante minucioso, contribuindo, com isso, com uma metodologia de análise contemporânea do elemento imagético. Seus escritos sobre a imagem estão apresentados em três obras – *Mitologias*, na década de 1950; *A retórica da*

³⁹ Entrevista realizada por Nilton Milanez à Jean-Jacques Courtine, em 2011, na Sorbone Nouvelle Paris 3.

imagem, A mensagem fotográfica, na década de 1960; e por último, *A câmara clara*, na década de 1980.

Em meados da década de 80, Courtine se vê instigado diante dessas metamorfoses do discurso político ante as transformações dos discursos diante dos dispositivos midiáticos de massa. Tomado por essa observação das mutações, Courtine promove um alargamento teórico e analítico, considerando suas dimensões históricas, passando pelo estudo das práticas expressivas do rosto, até a história do corpo, ao qual ele atribui o termo “semiologia histórica”. Importante salientar que seu trabalho foi marcado pela transdisciplinaridade e sempre permanente sensível às metamorfoses do objeto.

Conforme dissemos no tópico anterior, a tradição dos estudos do discurso político foi de analisá-lo apenas como um objeto verbal, desconsiderando por vezes, outros elementos que o constituem. Movidos pelas observações das mudanças do discurso político, a partir dos anos 80/90, surgiu a necessidade dos analistas em alargar o enfoque da AD, para pensar a discursividade política e sua manifestação sincrética manifestas na televisão. Para Courtine, o verbo não poderia mais ser dissociado do corpo, do rosto, dos gestos e das imagens:

As imagens corrompem as palavras, a política-espetáculo deforma o debate de ideias. A democracia estaria doente de sua comunicação. A explicação é muito simples para se perceber a generalidade da crise, e é muito fácil para dar conta de sua complexidade; pode-se conceber, no entanto que uma causa seja formulada: **a televisão é o lugar e o meio de uma mutação profunda da eloquência política**. [...] Ela cede lugar a estilos de comunicação radicalmente novos. (COURTINE, 1990, p.153, grifo nosso, tradução nossa).

Courtine (1989) observa historicamente que o deslocamento do discurso político da tribuna para a televisão assinala a inversão de um paradoxo: no palanque, o orador político tradicional está sob a proximidade do olhar da multidão que assiste à *performance*, de modo que o conjunto dos ouvintes instaure com o político uma relação fundada sobre uma “distância próxima”; inversamente, na televisão, o político está submetido a um “olhar aproximado” do telespectador-eleitor, que, de certa maneira, não está lá, ainda que esteja. Numa palavra, trata-se de uma relação de “proximidade distante” (COURTINE, 1989, 72-73).

Com a dissolução da multidão política aparece um novo modelo de orador: ele não é sempre ouvido, não é escutado com frequência, mas é visto. É observado, vigiado, encarado. Nos menores detalhes. Em casa. Cada um na sua casa. A multidão política se dispersou, se fragmentou e se isolou na intimidade do olho no olho, na infinidade do cara a cara. Essa proximidade imediata, no entanto, está muito longe: o olhar escava uma face que é apenas superfície, detalha um rosto que nada mais é que imagem. Uma aparição, uma máscara, uma figura: o rosto vira tela. (COURTINE, 2009, p. 51).

Ou seja, se os contatos face a face das interações promovidas pelo discurso político no palanque consistem num encontro “real” do ator político com sua assistência, na televisão, esse encontro é produzido sob a forma de uma “ilusão”. Assim, ao mesmo tempo que o dispositivo midiático impede, pelas propriedades de seu funcionamento, a assimilação do corpo “real”, ele proporciona a produção de efeitos de real, graças à sua capacidade de associar a imagem ao movimento e ao som. (PIOVEZANI, 2009, p. 266)

Nesse sentido,

o corpo do político visto nas telas da tevê é uma imagem procedente de parâmetros técnicos visuais, das escolhas de *mise en image* efetivadas pela instância de produção: escalas dos planos, ângulos, enquadramentos, movimentos de câmera etc. Trata-se, enfim, de uma silhueta, cujos gestos e movimentos foram suavizados e controlados, na conjunção de um complexo processo histórico com a emergência de novas tecnologias. Além disso, considerando a predileção televisiva pelos *close-ups*, podemos dizer que o corpo político é antes de tudo um rosto. (ibidem, p. 266).

Como nos mostra Courtine (2003, p. 26), essas formas de *living-room politics* modificaram radicalmente o estilo de eloquência pública:

Elas deslocaram-na, implantaram-na em um lugar, não mais de ajuntamento popular, mas de tecnologia áudio-visual em que as únicas ameaças físicas são de ordem técnica – luz, som, transmissão. Elas desarranjaram o dispositivo enunciativo que desde a origem tinha dado forma à interlocução política: a massa desapareceu, é evocada apenas como reminiscência que se resume a duas fileiras de expectadores prudentemente alinhados sobre um tablado de estúdio. (COURTINE, 2003, p. 26).

Nesse sentido, o autor francês (2003, p. 27) defende a ideia de que a comunicação midiática fez com que “a produção do discurso político entrasse num universo tecnológico de controle dos dados físicos da fala, numa situação quase experimental de controle do contexto imediato dos enunciados”, diz ainda que:

O sentido dessa mudança é compreendido do seguinte modo: a substituição de um médium “quente” por um canal “frio”, a supressão do contato direto com uma massa, restrita, mas presente, em proveito de uma relação abstrata com uma massa imensa, mas ausente. As diferenças tornaram-se surpreendentes entre a eloquência de outrora, aquela dos oradores públicos em comícios, e as formas de fala pública que as mídias têm progressivamente privilegiado. Assim, há um tipo de eloquência anterior a invenção do microfone, e um outro posterior. Existem ainda os efeitos dos procedimentos de gravação da voz sobre a produção dos discursos e aqueles das tecnologias da imagem sobre os estilos gestuais e corporais. No que diz respeito a isso, existe uma eloquência do corpo anterior ao cinema, um estilo cinematográfico e, finalmente, um estilo televisivo. Os meios de produção da voz e da imagem atravessam então os efeitos de seu desenvolvimento. (COURTINE, 2003, p. 27).

Assim, podemos dizer que as modificações no discurso político podem ser atribuídas a uma mudança de paradigma no modo de se fazer política, sobretudo no que concerne aos mecanismos de produção da fala pública. Para Courtine (2003), como vimos, o agente e o meio responsáveis por tal mudança são um só: a televisão. Ela, de uma só vez, modifica a relação entre a enunciação do discurso e o espetáculo do corpo falante que, agora, parece falar:

Uma das consequências mais marcantes do desenvolvimento de uma tecnologia da comunicação política terá sido de modificar a relação entre enunciação do discurso e espetáculo do corpo falante, em proveito deste último [...]. As tecnologias audiovisuais da comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, da expressão. Elas fizeram do corpo um objeto-farol, um objeto central da representação política. É como se passássemos de uma política do texto, veículo de ideias, a uma política da aparência, geradora de emoções⁴⁰. (COURTINE, 1990, p.156, tradução nossa).

Nessa tangente, o autor acredita que o rosto fala e suas expressões são regidas pelo controle das normas sociais, religiosas, políticas e éticas que contribuíram desde o Renascimento para o aparecimento de um comportamento:

O que é verdadeiro para o corpo talvez o seja mais ainda para o rosto, uma aposta crucial dos políticos de aparência. A proximidade do olhar que o examina bane a teatralidade da máscara que amplificaria a expressão facial, transformando-a numa caricatura, ou numa careta. Mas essa proximidade impede igualmente a imobilidade de uma “cara de madeira”: ela obriga cada um de se exprimir; de exhibir à flor da pele índices de uma emoção, fingida ou sentida. Ela promove, na troca verbal, modos de sociabilidade corporal aos quais é preciso se submeter: a televisão é o país do sorriso. O orador político teve que aceitar, quisesse ou não, agregá-lo ao seu rosto”. (COURTINE, 2003, p. 29).

Nos anos 1980, a enunciação política apresenta uma profunda modificação frente a uma nova conjuntura histórica. Há o rompimento com os cânones da retórica política:

Essa mudança no regime de produção dos enunciados e dos gestos de eloquência política se explicam, em grande parte, por uma mutação do olhar provocada pelas tecnologias de comunicação audiovisual. A racionalidade dos comportamentos linguageiros e corporais do orador tradicional associam-se ao olhar afastado da massa que assiste à performance. A amplidão do tom e do discurso, a amplitude dos movimentos do corpo os tornaram audíveis e visíveis. Eles compensam a distância física pela amplidão de seu volume. (COURTINE, 2003, p. 29).

⁴⁰ Une des conséquences les plus marquantes du développement d’une technologie de la communication politique aura été de modifier le rapport entre énonciation du discours et spectacle du corps parlant, au profit de ce dernier. [...] Les techniques audiovisuelles de communication politique ont promu toute une pédagogie du geste, du visage, de l’expression. Elles ont fait du corps un objet-phare, un enjeu central de la représentation politique. Comme si l’on était passé d’une politique du texte, véhicule d’idées, à une politique de l’apparence, génératrice d’émotions.

Como mencionamos anteriormente, Courtine empreendeu estudos (em seu início) acerca do discurso político comunista e buscou privilegiar através da materialização de um arquivo que privilegiou a memória da política de esquerda da França, com mecanismos de repetição, de paráfrase, conduzindo a uma análise das discursividades com característica estável e homogênea. Contudo, com a crise no partido comunista e a transformação do operariado, a vulnerabilidade do partido soviético, além também do controle da lógica neoliberal, do processo de globalização e midiaticização do discurso político, os *discursos sólidos* não se sustentavam e se tornavam instáveis, isso devida a pressão de novas dinâmicas que configuram a esfera pública, em que se destacam as mídias e os avanços tecnológicos. Há, portanto, o distanciamento com os cânones da retórica política, com a aparição de novos valores e novas temporalidades.

A abordagem de transformação dos discursos políticos, por meio da desconstrução das **línguas de madeira**, é ocasião para nos apresentar exercícios analíticos, a partir dos quais ele nos indica, simultaneamente, a mudança do objeto e a necessidade de incorporação de novas práticas de análise. Esses exercícios focalizam, particularmente, o discurso comunista na França, cujos enunciados mostram contradições e divisões de sentido. Essa heterogeneidade é observada, sobretudo, pela lente das metamorfoses do discurso político contemporâneo, mostrando a existência de novas práticas adequadas ao aparato audiovisual de informação. (GREGOLIN, 2006, p. 6).

Além dessas questões, conforme Nunes (2012), surgem no lugar da doutrina do Partido, das estruturas enunciativas coercitivas e pedagógicas, uma pluralidade de vozes, com formas curtas, jogos de palavras e inscrições passageiras que indicam novas sensibilidades. “As sensibilidades languageiras aparecidas naquele momento, se elas valorizam o efêmero, marcaram, no entanto, a maneira profunda e durável, as concepções da comunicação política que, hoje, se tornaram as nossas”. (COURTINE, 2016, p. 106).

Essas mutações remetem às questões postas por Piovezani (2015), quando assegura que o discurso político na televisão não poderia mais se processar como os modos de outrora:

Considerando que o curso da história havia imposto um conjunto de mutações discursivas que tocavam, não apenas, mas, de modo, particular, as maneiras de se falar em público, como poderia o político dirigir-se no interior desse dispositivo ao seu auditório por meio de longos, monológicos e hierárquicos discursos, proferidos em tom manifestamente energético e peremptório? (PIOVEZANI, 2015, p. 308).

Assim, Courtine aponta para transformações históricas no estatuto das discursividades, o que sugere aos analistas a rever as categorias de análise e buscar conceitos novos que contemplem a complexidade dos dispositivos para a nova configuração da fala política. Em seu

artigo, *Deslizamentos do espetáculo político* (2003), ele trata das mudanças pelas quais o discurso político tem passado, devido à grande expansão das mídias, principalmente da mídia televisiva. As falas “longas e complexas” deram lugar a mensagens “simples e curtas”, deixando de ter um caráter monológico para assumir características dialógicas. (COURTINE, 2003, p.23). Dito diferentemente, para o autor, a televisão seria o lugar e o meio de uma modificação profunda da eloquência política.

Ainda na década de 1990, no texto *As metamorfoses do Homo politicus*, Courtine nos chama atenção para as profundas transformações da fala e do corpo dos homens políticos, especialmente, com a passagem do púlpito ou do palanque à TV ou às ruas, através de uma fala amiga, familiar, dócil e íntima, com isso, “a grandiloquência retórica e a ênfase no gestual apagam-se pouco a pouco nos discursos. Um estilo dialogado e familiar, feito de conversação ordinária e tecido de gestos cotidianos, tende então a substituí-las”. (COURTINE, 2015, p. 125).

No Brasil, a tradição dos estudos e pesquisa em análise de discurso manteve, por muito tempo, um olhar fincado na língua do político, na fala dos comícios e da TV, desvinculada de um corpo [de homem] político que se performatiza diante de seus ouvintes seduzidos por uma estética de si para um espetáculo do eu que requer seus olhares e ouvidos atentos, sua escuta, como em palco onde atua o protagonista egocêntrico e “plein de soi-même” (ensimesmado). Mas é verdade que, ainda que em uma “AD francesa à brasileira” pouco se pesasse esse aspecto nas análises de uma semiologia da gestualidade e da entonação a que se refere Piovezani (2009), não se pode deixar de reconhecer que o discurso político sofria mudanças na mesma entoada das transformações da voz, do corpo, da língua e de uma série de dispositivos de produção da fala pública do político brasileiro com a abertura política de meados dos anos 1980, fruto do processo de redemocratização do país.

Nesse período, em relação aos trabalhos que foram produzidos sobre o discurso político no Brasil, é possível verificar que as análises se debruçavam sobre corpora escritos e orais posteriormente transcritos. Também podemos notar uma predileção pelos discursos políticos de ditadura, sobretudo da Era Vargas, alguns com perspectiva mais histórica que discursiva. Piovezani (2009, p. 173) revela essa tendência: “No Brasil, entre as décadas 1980 e 1990, as análises frequentemente se debruçaram sobre os discursos políticos dos períodos autoritários e relegaram a dimensão da circulação desses discursos a um segundo plano”. Sobre as condições de produção da análise do discurso no Brasil, após a abertura política, o autor observa:

Com efeito o começo da abertura política possibilitava e impelia ao tratamento dos discursos desses períodos no Brasil, haja vista o engajamento político que caracteriza a Análise do discurso. Embora a necessidade e a pertinência analítica dos estudos que

o fizeram seja incontestável, acreditamos que exista ainda uma real possibilidade de alargar o domínio dos objetos de análise pertinente e de avançar no tempo, com vistas a tentar melhor compreender o discurso político brasileiro mais recente, sob um viés discursivo. (PIOVEZANI, 2009, p. 171).

Até os anos 1998, o arquivo do discurso político ainda era limitado e não muito variado: panfletos, livretos e “santinhos” eram os materiais comuns das campanhas políticas, produzidos e distribuídos pelos comitês dos candidatos, predominantemente escritos, com acessibilidade reduzida, pois eram impressos. Na tevê, a política eleitoral contava com o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), o único modo, à época, de atingir simultaneamente muitos eleitores, isto é, o candidato falava ao seu eleitorado, construindo o efeito de que está se dirigindo a cada um que *compõem a imensa massa invisível e anônima*.

Entretanto, os estudos do discurso político contemporâneo veiculado à televisão apresenta-se em textos cuja formulação se dá em duas ou mais linguagens – a verbal, a imagética e, eventualmente, a gestual. Podemos assim considerar os textos televisivos sincréticos, uma vez que a manifestação material se instaura por dois canais, o sonoro e visual, formulam-se conjugando dois ou mais sistemas sógnicos. (PIOVEZANI, 2009, p. 207).

Isso dito, diante das transformações ocorridas neste período, motivadas pelas mudanças nos dispositivos midiáticos, podemos dizer que a visibilidade que caracteriza as práticas democráticas desde a segunda metade do século XX obriga os agentes do campo político a prestarem maior atenção à chamada “política da imagem” (GOMES, 20016; MANIN, 1997; MIGUEL, 2002; THOMPSON, 1998). Esse fenômeno se deu a cada novo advento tecnológico ligado ao campo da comunicação.

Só a partir da virada deste século que podemos sentir, de fato, a influência da *internet* na produção dos discursos sincréticos. A *web* ganhará papel fundamental na profunda transformação dos discursos uma vez que a mesma tornou-se o principal lugar de produção e a circulação dos discursos políticos, na qual as imagens são preponderantes, conforme veremos a seguir.

Em contrapartida, é válido observar que a crescente desafeição pelas longas falas públicas, bem como o declínio da oratória eloquente na política não pode ser atribuída somente aos *media* e à emergência dos aparatos audiovisuais, mas também ao desinteresse e à antipatia pela política tradicional e pelo modelo clássico de orador político:

Ao tratarmos de certos aspectos da oratória no discurso político principalmente transmitido pela televisão, confrontamo-nos de imediato com o lugar-comum, segundo o qual o advento dos *media* de nossos tempos teria implicado o declínio da eloquência. A história ensina-nos, porém, que a emergência de uma tecnologia – a

escrita, a prensa e os tipos móveis, o telefone, o microfone, o rádio, a televisão e a internet – não altera de modo abrupto, exclusivo e unidirecional as práticas humanas de linguagem, ainda que a fala não passe incólume pela fabricação e pelo manuseio de cada uma dessas técnicas e ferramentas. Por essa razão, **a tevê, por exemplo, não é causa privilegiada do que se entende como a pretensa derrocada da arte de bem falar em público, mas reflexo e intensificação dos crescentes desinteresses e antipatias pela política, pelo discurso e por sua cada vez mais rara grandiloquência**, bem como meio e lugar que sintetizam uma sensível modificação nas práticas de fala pública e nos laços sociais. (PIOVEZANI, 2015, p. 292, grifo nosso).

1.5 Configurações contemporâneas do discurso político digital

Fig. 4: O discurso político nas redes sociais: o novo palanque virtual



Fonte: *dosedemarketing.com.br*

A política atual se constitui em uma tela onde são manifestas as materialidades pluri-semióticas reguladas pela ordem da liquidez da internet. (FREITAS, 2019).

A mensagem política não é mais unicamente linguística, mas uma colagem de imagens e uma performatividade do discurso, que deixou de ser prioritariamente verbal. (COURTINE, 2006, p. 85).

A pós-modernidade, sustentada sempre pela democracia, é, indubitavelmente, a era do espetáculo político no seu aspecto mais elaborado. Esse processo de espetacularização da política, particularmente do discurso político, é mais notório em virtude do fortalecimento dos inúmeros meios de comunicação digital, sobretudo da internet, que torna a manifestação da política, como as campanhas eleitorais, um show nas telas de seus diferentes suportes – computadores, *tablets*, celulares, *notebooks* etc.

As redes sociais transformaram a performance e a discursividade da política, tornando-se o novo palanque virtual, em que os signos não verbais constituem o discurso. O que se observa, atualmente, é que os políticos se apoderaram desses espaços para realizar campanhas eleitorais e interagirem com os eleitores, postando fotos de eventos com participação popular,

vídeos de campanhas e discursos, além da agenda e posicionamento sobre determinado cenário político.

Segundo M. Dagatti (2018), a política está inundada de imagens. Para ele “este é o momento de passar das imagens da política à política das imagens”:

A política está repleta de imagens. Imagens de manifestações populares, com líderes inflamados e públicos acalorados, imagens de gestos grandiloquentes à espera de câmeras ou de pequenos signos captados na fugacidade do instante, imagens de reuniões sigilosas, cheias de poses e formas, imagens de manifestações de ruas, imagens de cartazes variados que enchem a via pública com rostos sérios, sorridentes, inspirados, promissores, convencidos; imagens de debates irrisórios, de entrevistas permissivas, imagens de publicidades audiovisuais, com suas frases ilusórias, seus jingles pegajosos. A política não se limita às imagens, porém não há política sem imagens. (DAGATTI, 2018, p. 275).

O surgimento da internet trouxe significativas transformações para a sociedade, dentre essas transformações, a mais expressiva é a oportunidade de sociabilização dos sujeitos por meio das formas de comunicação intermediada pelo computador. Essas formas de comunicação possibilitaram que as pessoas pudessem interagir e comunicar-se umas com as outras, permitindo uma vasta participação nas redes sociais, o que acaba por modificar as relações sociais, os espaços de interação, e também os lugares de fala estabelecidos. (STEFANICZEN, 2015, p. 237).

A partir desse aspecto, a internet tornou-se mais que um componente tecnológico, instituiu um novo ambiente de interação social, conforme destacado por P. Lévy (1999). Conforme esse filósofo, sociólogo e pesquisador em ciência da informação e da comunicação as tecnologias digitais “surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (LÉVY, 1999, p. 32). Desse modo, a tecnologia contribuiu para transformações na sociedade e também nos meios de comunicação, relacionando-se direta ou indiretamente a ela.

Para o sociólogo espanhol, M. Castells (2003), autor de *A sociedade em rede* (1996) e de *A galáxia da internet* (2001), “as redes constituem a nova morfologia social das nossas sociedades, e a difusão da lógica das redes modifica substancialmente a operação e as consequências dos processos de produção, experiência, poder e cultura [...]”. (CASTELLS, 2003, p. 469). Castells (1999)⁴¹ denominou, assim, as duas décadas do século XXI como

⁴¹ CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

sociedade em rede, uma nova estrutura social cujo funcionamento depende de tecnologias digitais de informação e comunicação.

Surge, assim, um novo olhar sobre o uso da internet e a emergência das redes sociais faz com que as práticas sociais sejam ressignificadas. O discurso político contemporâneo não passaria incólume a essas transformações, posto que também faz parte dessa sociedade interconectada pela rede e está atravessado por processos de interação com as novas mídias virtuais. Para o filósofo argentino, E. Véron (2001), o discurso político em geral tem apresentado nos últimos anos novos modos de produção. Segundo Véron, o processo de midiaticização do político sofreu mudanças com as mídias de comunicação em massa e, em particular, sofreu aceleração no último quarto do século XX.

A fase contemporânea da midiaticização implica em um processo de inserção dos discursos políticos nas redes sociais: um processo que supõe a consolidação e acentuação dos processos de personalização e personalismo do mundo da política, assim como novas interfaces entre os discursos informativos-midiáticos e as suas lógicas, os líderes políticos, os discursos e as reações civis (SLIMOVICH, 2016).

O advento da comunicação digital vem instigando muitos estudiosos, de diversas áreas do conhecimento, a compreender o fenômeno da política digital, movimento que se dá na interface entre democracia, comunicação, participação política e internet. Tal percepção, vem suscitando investigações e debates intensos, no Brasil e no exterior, em torno da comunicação de massa sobre as práticas políticas contemporâneas mediadas por tecnologias digitais. Nesse sentido, nota-se que os impactos da internet nas várias dimensões dos sistemas políticos contemporâneos, especialmente os sistemas políticos democráticos, têm sido objeto de uma crescente literatura.

Para Sargentini et al. (2014)⁴², os discursos políticos têm se modificado em função do movimento de construção da democracia, visto que há atualmente mais espaços de discussão, produção e circulação do discurso político. Muitas questões influenciaram a produção do discurso político e afetaram as formas de produzi-lo. A internet, sobretudo as redes sociais, podem ser consideradas a “Ágora virtual”, pois instigam o debate político e democratizam e popularizam a participação pública no espaço público.

Preocupada com os novos modos de circulação dos discursos, Orlandi (2007, p. 96) problematiza a questão, pois “a mídia é um grande evento discurso do modo de circulação da

⁴² Entrevista extraída do Jornal Primeira Página, disponível em: <<https://www.jornalpp.com.br/noticias/politica/grupo-da-ufscar-estuda-os-discursos-politicos-e-eleitorais/>> Acesso em: set. 2016.

linguagem. Enquanto tal, ela é um acontecimento de linguagem que impõe sua forma de gerenciamento dos gestos de interpretação”.

Pensando nessas questões do discurso político atual, Piovezani (2009, p. 208) entende que discursividade desse discurso se abriga na ordem da liquidez que, por sua vez, “instaura sua ordem do discurso, condicionando não apenas o que pode e deve ser dito, mas também como esse dizer será dito e por onde ele circulará”:

As novas formas do discurso político manifestam-se na memória de curta duração, nas breves formulações sincréticas, com seus efeitos dialógicos e desierarquizantes, nas modalidades enunciativas personalizadas e nos ritmos dinâmicos de sua circulação. Essa conjunção de fatores atesta o “estado líquido” das discursividades políticas contemporâneas, cujo funcionamento fundamenta-se na efemeridade, na fluidez, na volatilidade, na fragmentação e no esquecimento, tão apropriados aos ritmos e movimentos velozes do mercado e do consumo. (PIOVEZANI, 2009, p. 208).

Sobre isso, Piovezani acredita que “as inovações tecnológicas, em conjunto com uma série de transformações históricas de diferentes durações, parecem ter contribuído para o advento de mudanças bastante significativas nas práticas de produção e de interpretação dos discursos políticos”.

Em entrevista⁴³ Courtine (2015) responde à questão das discursividades hodiernas, refletindo como os discursos mudaram as suas formulações:

As discursividades às quais somos confrontados hoje não se apresentam mais – ou muito raramente se apresentam assim – como discursividades puramente languageiras. Vemos bem que as formas de dominação se exercem através de modos de comunicação mistos, em que imagens, falas, discursos escritos e efeitos de espetáculo se encontram imbricados. Por isso, eu não penso que a contagem estatística de palavras, tal como se opera ainda sobre o discurso político, nem mesmo, aliás, a atenção exclusivamente sintática ou lexical que lhe prestamos, esclareçam o que se produz atualmente. Estas discursividades mistas são igualmente “líquidas”, como sugere Zygmunt Bauman, elas se apresentam sob a forma de uma circulação destas mensagens mistas em fluxo contínuo, que se caracterizam por sua velocidade, sua instantaneidade, e sua obsolescência. Isso implica que a memória coletiva, tanto das palavras quanto das imagens, é hoje um jogo político essencial. (COURTINE, 2015, p.415).

A comunicação digital é um fenômeno que abrange toda a vida social e potencializa a possibilidade do agenciamento político. Nota-se que historicamente sempre houve uma aliança entre as mídias e a política, mas atualmente torna-se indissociável tratar o domínio político do

⁴³ KOGAWA, J. Quelle voie pour l’analyse du discours: un entretien avec Jean-Jacques Courtine. Alfa, São Paulo, v.59, n.2, p.407-417, 2015.

domínio midiático, isso porque temos o predomínio maciço da participação política mediada por tecnologias digitais.

Assim, nas palavras de W. Emediato (2016, p. 163), “a instância midiática, como a palavra anuncia, ocupa o lugar de mediação entre as instâncias política e cidadã, e é marcada por um duplo dispositivo que une exposição e espetáculo, numa busca simultânea por captação e credibilidade”.

A mídia digital potencializa a possibilidade de pulverização dos discursos, pois permite que um texto ou imagem seja compartilhado entre milhões de pessoas. As redes sociais virtuais tornaram-se chamariz, isto é, “espaço do visível”, por seu potencial de propagação e compartilhamento de conteúdo entre usuários. Isso facilitou a popularização e adesão dos políticos às plataformas para suas campanhas políticas-eleitorais.

Notadamente, os eventos que envolvem a política tornam-se espetáculos nas redes sociais, isso porque a visibilidade atingiu o seu mais alto grau, minimizando, por sua vez, a dimensão da subjetividade e da privacidade.

Sobre essa relação entre política e mídia, merece atenção o trabalho atual desenvolvido por S. Moirand (2019), no qual reflete sobre essa articulação com o objetivo de mostrar como o tratamento da atualidade pelas mídias profissionais permite “repensar” tanto a Análise do Discurso de origem francesa, quanto os estudos de discursos midiáticos rediscutindo questões teóricas da AD, inclusive com referência a Pêcheux. Com o artigo *Une sémantique du discours «au travail» de l'actualité: éléments pour l'analyse du discours des médias*, a autora analisa as produções midiáticas que repercutem o atentado contra os espaços de culto muçulmano na Nova Zelândia, ocorrido em março de 2019.

Um exemplo recente, que marcou a política brasileira e inaugurou um novo modo de produção, circulação e recepção do discurso político eleitoral, foi as eleições presidenciais no ano de 2018. O candidato Jair Messias Bolsonaro durante toda campanha se ausentou dos debates promovidos na televisão, mas se mostrou bastante atuante nas redes sociais, fazendo de seu púlpito/palanque o canal do *Youtube*, a partir de vídeos ao vivo, assim como muito presente nas páginas do *Facebook* e do *Twitter*. Depois de sua vitória no segundo turno, ele continuou atuando nas redes sociais, inclusive, essa prática vem sendo alvo de fortes críticas ao seu governo, visto que o presidente faz política via redes sociais.

Fig. 5: Jair Bolsonaro faz campanha e governa via redes



Os vídeos postados nas redes sociais são marcados pela brevidade, descontinuidade e fragmentação, uma vez que o que se encontra são falas curtas, pausadas, intercaladas por recursos multimídia. Os candidatos políticos exibem e criam diversas ferramentas de interatividade “conheça”, “compartilhe”, “colabore”, “fique informado”.

Na contemporaneidade, as redes sociais ocupam um dos lugares centrais de produção e circulação de discursividades, especialmente no campo da política, posto que se tornaram um grande palco para a teatralização da política:

através do vídeo, dos *lives* e dos áudios, os políticos que são mais telegênicos, que conseguem falar melhor em frente às câmeras e que otimizaram suas imagens acabam levando vantagem. Isso não significa, porém, que eles apresentem melhores argumentos ou tenham um discurso mais importante. (FUCHS, 2019)⁴⁴.

A internet e as redes sociais possibilitam ao discurso político a superação das distâncias existentes entre os interlocutores, a rapidez e o dinamismo dos modos e meios de sua circulação e das formas de recepção, a heterogeneidade e a brevidade de suas configurações semióticas, “as falas públicas contemporâneas prescindem frequentemente da memória e são ditas breve e simplesmente para serem também rapidamente esquecidas”. (PIOVEZANI, 2015, p. 312).

Além da grande visibilidade e da amplitude que esse novo espaço público deu à política, uma mudança fundamental ocorrida no discurso político a partir da intervenção das redes sociais foi a possibilidade dos políticos serem protagonistas de sua própria produção política na sua página, já que as redes sociais permitiram que atuem também como editores, produtores, diretores, atores etc., especialmente para aqueles que não possuem equipe de assessoria digital. Conforme o especialista em comunicação digital e política, Martin Fuchs (2019), “com o *smartphone*, a classe política tem um palco público eficaz no bolso”.

⁴⁴ Martin Fuchs, *A autoencenação das redes sociais: a política como palco*, 2019. Disponível em: <https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/21507681.html>

Feitas essas considerações, resta-nos uma questão: como podemos descrever as novas configurações dos discursos políticos eleitorais contemporâneos produzidos, postados e compartilhados nas redes sociais (em específico no *Facebook*) nas páginas oficiais dos candidatos?

O discurso político eleitoral sob a ordem das redes sociais adquiriu novas formas de dizer, diversas materialidades que interagem e se entrelaçam simultaneamente – verbo, imagem, corpo, voz, efeitos sonoros – para garantir o espetáculo político. Como então ele se constitui no tempo e no espaço, onde a efemeridade e a fluidez das linguagens parecem produzir sentidos ou constituir efeitos “relâmpagos”? Como o (e)leitor, nas redes, interatua, reage, adere ou repudia os enunciados em contáveis caracteres ou repetidas imagens postadas pelos [assessores?] candidatos?

Sob esse novo regime de produção discursiva surgem novos modos de se fazer política, sobretudo de se fazer campanha eleitoral, conforme manifesta Carreon (2018):

O discurso político, agora diante de suas mutações, inerentemente multimodal, ganha corpo, voz e cor em vídeos e fotografias e passa a circular – ou a ser compartilhado – de forma excepcionalmente vultosa. Mobilizar as redes sociais implica buscar na venda de si do candidato em campanha a construção das imagens de si – do *ethos*. As postagens devem, de uma só vez, produzir sentidos e convidar o usuário a aderir àquele discurso. (CARREON, 2018, p. 7).

Vê-se, dessa maneira, o discurso político eleitoral atual ter como características básicas: a construção da imagem de si pelos candidatos que acionam um conjunto de materialidades discursivas para compor a cena enunciativa, uma vez que “aparecer” é mais relevante do que discursar; discursos cada vez mais curtos, moventes e fragmentados; ataques a adversários a partir do discurso da polarização e do ódio; pedagogia do voto (ensinamento ao eleitor de como o voto deve ser feito) através dos diversos suportes, como a *live*, a imagem, o cartaz; o uso de terminologias mais populares com vistas à aproximação e à identificação com o povo.

Com efeito, considerando o objetivo da campanha política, as campanhas realizadas na internet “são estruturadas para construir e administrar uma imagem e uma mensagem que sejam palatáveis a um grande público para vencer as eleições” (STROMER-GALLEY, 2013, p. 57, trad. por C. Aggio).

Tendo em vista a crescente importância dada às redes sociais como instrumento de *marketing* político eleitoral, para Aggio (2017, p. 29), “a interação humana, mediada por redes digitais, existe de um modo que os outros tipos de comunicação mediada não são capazes de

oferecer”. Um exemplo desse potencial, é a capacidade de capilarização dos discursos. Uma vez lançado nas redes, são replicados de forma vertiginosa nas mais diversas plataformas.

As redes sociais ganham protagonismo neste contexto, uma vez que se apresentam como principal ferramenta na promoção das campanhas *online*, principalmente nas duas últimas décadas, isso porque a título de surgimento das redes, o *MySpace* foi criado em 2003, o *Orkut* e o *Facebook* em 2004, o *YouTube* e o *Twitter* em 2006 e o *Instagram* em 2010.

Facebook, *Twitter*, *YouTube* e *Instagram* tornaram-se, gradativamente, plataformas em potencial nas campanhas eleitorais. Esses *new media* passaram a ocupar um lugar central nos processos políticos eleitorais, visto que as ferramentas de comunicação digital têm a capacidade de proporcionar aos candidatos e eleitores aquilo que os meios tradicionais se mostraram limitados em oferecer, de acordo com Marques et al. (2013, p 15).

Nesse sentido, as redes sociais oferecem alternativas ao cenário convencional das campanhas, abrindo a possibilidade de se superar a falta de espaço e de tempo típica da comunicação tradicional, como no caso dos limites mais restritos de espaço dos impressos, e de tempo, no caso de rádio e TV. Assim, através de recursos ofertados no ambiente das redes sociais, os candidatos podem, por exemplo, apresentar, com maior profundidade e constância, planos de governo, informações sobre sua biografia, publicar atividades diárias e semanais de sua campanha, através de vídeos e fotografias, utilizar recursos mais interativos com a possibilidade de aproximação com seus eleitores, como responder a comentários e sugestões, promovendo uma comunicação horizontal entre líderes políticos e cidadãos etc.

Além do mais, os *new media* abrem espaço para se pensar alternativas que contribuam não apenas para o sucesso estratégico das campanhas, mas, também para o fortalecimento de propriedades cívicas e democráticas das sociedades contemporâneas⁴⁵.

A campanha política digital, sob o prisma das redes sociais têm se configurado não apenas como espaços de grande visibilidade e repositório de conteúdo, mas como “espaços para o estabelecimento de diálogos que tragam maior legitimidade às pretensões eleitorais de agendes do campo político” (MARQUES, SAMPAIO, AGGIO, 2013, p 15).

É inegável que o discurso político atual tenha se distanciado das práticas discursivas concernentes do século XX, às quais eram marcadas pela eloquência do tom de fala e longos

⁴⁵ Entende-se por democracia digital “qualquer forma de emprego de dispositivos (computadores, celulares, *smart phones*, *palmtops*, *ipads*...), aplicativos (programas) e ferramentas (fóruns, sites, redes sociais, medias sociais...) de tecnologias digitais de comunicação suplementar, reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais do Estado e dos cidadãos, em benefício do teor democrático da comunidade política. (GOMES, 2017, p 25).

discursos nas tribunas, seguindo protocolos controlados de fala. Com o aparecimento da internet e a emergência das novas mídias digitais, o discurso político tornou-se descontínuo, espetacularizado, interativo e sincrético. Tais propriedades validam a metáfora da *liquefação* proposta por Bauman (2001), uma vez que estes discursos manifestam características marcadas pela efemeridade e maleabilidade, espelhando “uma fala política cambiável, fluida, imediata...fala breve, interativa, descontínua, fragmentada”. (COURTINE, 2003, p. 22).

Na década de 90, por exemplo, pesquisas dedicadas às campanhas digitais em *websites* de campanha de 1996 e 1998 nos EUA foram desanimadoras (DAVIS, 1999). Isso porque a análise demonstrou que as campanhas eleitorais não promoveram oportunidade de engajamento dos cidadãos americanos, ou seja, na dimensão da interação, os recursos dos *websites* deixaram muito a desejar. A função principal dos websites das campanhas destinava-se, especialmente, ao fornecimento de informação – controlada, cuidadosamente elaborada, similar aos panfletos impressos ou campanhas televisivas. Nesse tipo de ambiente, ocorreu falha de algum modo, no componente de interação humana da internet.

Diferentemente dos *websites*, as redes sociais digitais, cujo aspecto importante é a sua capacidade de recursos interativos, predispõem ao usuário a possibilidade de manipular diversas materialidades para compor sua página: publicação de *post*, o qual poderá ser inserida fotografias, vídeos, *emoticons*, *gifs*, *hashtag* etc., bate-papo virtual, compartilhamento de publicações, dentre outras possibilidades. Além disso, caracteriza-se por ser um ambiente de replicabilidade, volatividade, efemeridade, multimodalidade, heterogeneidade etc.

Rossini (2015, p. 241) formula a hipótese a partir de estudos sobre redes sociais e comportamento político, de que “as redes sociais digitais representam um atalho informacional para os eleitores, que deverão ter mais acesso a informações políticas”, e supõe que o *Facebook* “representa um repositório de atalhos informacionais multimodais, cujo conteúdo é produzido e compartilhado socialmente”, e que poderá, em determinadas circunstâncias, influenciar na tomada de decisão política.

O *Facebook*, plataforma escolhida como foco da presente pesquisa, é atualmente a maior rede social do Brasil e do mundo em número de usuários⁴⁶. Vale destacar, que a referida rede social possui como características técnicas:

A integração com conteúdos externos, a possibilidade de ampliar o alcance das informações por meio de compartilhamento e o engajamento a partir das publicações feitas por conexões, o colocam em posição privilegiada para a apropriação eleitoral. Afinal, os conteúdos que reverberam neste meio podem ser compartilhados e

⁴⁶ Faremos um estudo mais detalhado sobre o *Facebook* nos próximos capítulos desta tese.

replicados por qualquer usuário da rede, possibilitando o alcance de grandes audiências por meio de conexões sociais e a mobilização de eleitores para além dos “convertidos” e daqueles que já consomem conteúdo eleitoral por outros meios (site, HGPE etc.). (ROSSINI, 2015, p. 240).

É notório, nos últimos pleitos no Brasil, o empreendimento que partidos políticos e candidatos estão fazendo em suas campanhas *online*, com uso de uma variedade de ferramentas de comunicação eletrônica que contribuem na construção do *marketing* político. Nas três últimas eleições presidenciais brasileiras de 2010, 2014 e 2018, há indícios substanciais de que as novas mídias influenciaram significativamente os rumos do processo eleitoral, em destaques, o *Twitter*, o *Facebook*, postagens de vídeos no *YouTube* e mais recentemente, o Instagram e o *Whatsapp*⁴⁷.

De acordo com os estudos já realizados sobre as redes sociais e a política eleitoral no Brasil, o ano de 2012 assinalou a consolidação do uso das redes sociais e das diversas plataformas colaborativas da internet nas eleições, dessa vez nos pleitos municipais. Todavia, apenas no pleito de 2016, das eleições municipais de Salvador, que o *Facebook* foi decididamente a ferramenta mais utilizada pelos candidatos, seja como meio oficial de campanha, ou como meio de atuação da militância.

Em síntese, os sites de rede social no geral e o *Facebook*, em particular, vêm se consolidando como dos fenômenos sociais mais representativos no que diz respeito à sociabilidade digital do brasileiro. Nesse contexto, Carreiro conclui:

Dentre tantas plataformas, aplicações, ferramentas e apropriações, o *Facebook* alcançou essa centralidade uma vez que investiu alto num cenário em que cidadãos anseiam por alta e contínua conectividade, tendo à mão modalidades variadas de interação e discussão. O alto índice de adoção por diferentes classes sociais, aliado ao crescente número de acessos à internet por celular no Brasil, são apenas dois dados que corroboram a importância que o *Facebook* adquiriu nos últimos anos. O país, que há muito encabeça lista de maiores usuários das mais diversas plataformas em todo o mundo – de mIRC a fotolog, passando por MSN Mensseger e Orkut –, também está presente em massa no site criado por Mark Zuckerberg: é o terceiro da lista, liderada pelos gigantes EUA e China⁴⁸ (CARREIRO, 2017, p. 189).

⁴⁷ A definição do *Whatsapp* como sendo ou não rede social tem gerado polêmica, pois alguns estudiosos da comunicação digital conferem a esta plataforma, o *status* de aplicativo de troca de mensagens. No entanto, considerando que a rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos em comum”, o *Whatsapp* poderia ser considerado uma rede social, pois através do aplicativo compartilhamos várias informações e valores, construímos relações e até podemos dizer que o aplicativo que integra grupos com fins comuns.

⁴⁸ Disponível em: < <https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-paises-con-mas-usuarios-de-Facebook-a-nivel-mundial/>..> acesso em: out. 2018.

Uma outra questão interessante a respeito da cibercampanha é a enxugamento dos recursos financeiros destinados as campanhas que costumavam ser onerosos aos partidos políticos. As redes sociais viabilizaram um novo modo de fazer campanha, promovendo profundas alterações nos gastos e tornando-se um mecanismo de campanha menos oneroso e eficaz que àquelas feitas tradicionalmente em horários restritos na TV e no rádio.

Considerando os últimos resultados de campanhas para presidência dos EUA e Brasil, por exemplo, as redes sociais e alguns aplicativos de conversa *online* vêm demonstrando ser potentes mecanismos de produção de campanha *online*. Desde a primeira campanha presidencial norte-americana com a utilização da internet, em 1996, até as últimas eleições brasileiras, é possível observar muitas transformações na forma como partidos, candidatos e estrategistas utilizam a *Internet* nas campanhas políticas. (ROSSINI et al, 2016, p. 146).

De acordo com Marques e Sampaio (2013), as campanhas políticas no Brasil estão *online* desde as eleições presidenciais de 1998, com o emprego de sites de candidatos e partidos como repositórios de informação para a imprensa e os eleitores, tendo pouco ou nenhum espaço dedicado à interação. Somente na campanha presidencial de 2010 que oficialmente utilizou-se sites de redes sociais e plataformas da Web 2.0, como resultado da pequena reforma eleitoral de 2009, a partir da regulamentação do uso dessas ferramentas (embora alguns usos políticos da rede social *Orkut* tenham sido observados nas eleições presidenciais de 2004 e municipais de 2006). Vale ressaltar que no Brasil os sites de redes sociais foram liberados como ferramenta para políticos e campanhas, logo após a repercussão do candidato, Barack Obama, nessas plataformas, na corrida presidencial americana de 2008. As estratégias de sucesso do político democrata criaram grandes expectativas em torno do potencial de sites de redes sociais na conquista de eleitores e, obviamente, de votos (GOMES, 2009; BIMBER, 2014).

O *Facebook* e o *Twitter* foram protagonistas das campanhas de 2014 e 2016 (municipais, estaduais e federais). Já em 2018, o *Whatsapp* foi, de acordo com pesquisas da área de comunicação política e mídia e do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital INCT-DD, o aplicativo mais substancial, contundente e disseminador/multiplicador de material de campanha, isso porque as dinâmicas funcionavam em ambiente opaco de campanha, havia pouco controle e pouca transparência de como os conteúdos eram compartilhados e viralizavam, gerando, por vezes, muitos efeitos *fakenews*. O subterfúgio da inteligência artificial nas campanhas com a utilização de robôs contribuiu sobremaneira na disseminação de mensagens com maior velocidade.

Embora tenhamos subestimado por muito tempo a força das redes sociais no domínio da política brasileira, retomando as palavras de G. Achache, “o casamento da política com as

mídias está, hoje, consumado”. Tornou-se, portanto, um caminho sem volta pensar em prática política sem associá-la às redes sociais, posto que estamos inseridos em uma era midiática espetacularizada, com suas tecnologias de comunicação e suas formas de poder. Desse modo, o discurso político atual obedece a ordem discursiva das redes sócias: mais do que apenas informar, é preciso ser visto, a espetacularização é constitutiva dessa nova forma de fazer e dizer da política; é preciso aparecer, postar, compartilhar conteúdos de campanha em suas próprias redes.

As novas formas do atual discurso político podem ser pensadas no interior do fenômeno da espetacularização da política que, por sua vez, insere-se no funcionamento da lógica democrática capitalista. Daí a importância de refletir sobre o papel fundamental das redes sociais na política em sociedades democráticas, pois conforme aponta a literatura, essas redes apresentam potencial de fazer circular mensagens em caráter viral, configurando-se como ferramentas para que os candidatos divulguem suas ideias, propostas, eventos e mobilizem cidadãos em torno da campanha (AGGIO, 2013).

Assim, as novas tecnologias da comunicação fizeram surgir novas práticas, além de modificar profundamente modalidades tradicionais do exercício do discurso e, portanto, cabe aos analistas do discurso, rever seu aparato teórico-metodológico de forma a fazer com que suas categorias deem conta das inovações que afetam a comunicação hodierna. (MAINGUENEAU (2014, p. 175).

Já sabendo que o discurso político também vem se modificando em suas representações e práticas desde a fundação do campo da AD, isso requer uma renovação teórico-metodológica, um novo olhar para a ordem discursiva diante das especificidades do objeto, a saber – a supremacia da imagem, a fluidez discursiva da internet, a heterogeneidade discursiva, o enunciado sincrético, a economia verbal, a visibilidade como espetáculo etc. Afinal, que ‘discurso político’ é esse nos tempos de agora?

Sobre essa questão, Jean-Jacques Courtine problematiza o modo como os analistas do discurso persistem em fazer uma Análise do Discurso restrita em seus níveis de funcionamento linguístico, permanecendo numa prática reincidente nessa limitação. Sob o título *A estranha história da análise do discurso*⁴⁹, ele convoca o leitor a refletir sobre o reconhecimento dos trabalhos fundadores, sem que seja necessário restringi-los a recitações, ao que se costumou fazer por algum tempo com a AD, porque as condições históricas e teóricas mudaram, porque o objeto empírico, o próprio discurso, transformou-se. Essa prática negligencia as novas

⁴⁹ Prefácio do livro *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção de verdade no discurso político* (2009), do linguista Carlos Piovezani.

discursividades do discurso postas pela ordem da liquidez, que entrecruzam práticas verbais e não-verbais complexas, tal como observa Sargentini e Gregolin (2008) ao confirmar a hipótese de que a análise do discurso político em sua complexidade envolve enunciados linguísticos, imagens, gestos, expressões faciais, entre outras formas de expressão, tornando-se assim, de natureza intersemiológica.

Do mesmo modo, Piovezani (2009) põe em questão a negligência da AD diante das transformações pelas quais passou a fala pública, em geral, e o discurso político contemporâneo, em particular:

A insistente negligência dessas mudanças e das relações que elas entretêm com o conteúdo e a expressão dos atuais discursos políticos parece perpetuar o fato de que pesa sobre o “espírito” a contaminação pela “matéria”. Uma teoria materialista do discurso, tal como se pretende a Análise do discurso, não deveria praticamente passar ao largo das substâncias e matérias discursivas, como se elas não existissem ou como se elas não tivessem relacionadas com as filiações históricas e com as formulações semióticas, sob pena de tornar-se uma espécie de análise de conteúdo ou um tipo de pragmática. Muitos trabalhos em Análise do discurso têm reincidido nessa limitação. (PIOVEZANI, 2009, p. 277).

Jean-Jacques Courtine e Piovezano Filho vislumbram, em seus estudos, a necessidade de atualização e renovação profunda dessa teoria uma vez que as condições históricas e teóricas mudaram e, seu próprio objeto, o discurso, transformou-se, perante a ordem da liquidez, de fluxos tecnológicos contínuos, de redes de configuração de sentidos do discurso político, constituindo-se a partir de novas materialidades e, por isso, deveria resultar da exploração de novas vias.

As condições de produção do discurso político atual envolvem muitas razões, causas e muitos fatores que caracterizam e marcam o discurso, pois “encontram-se indissociavelmente relacionados as razões antropológicas e históricas próprias à sua constituição, as causas conjunturais que condicionam sua formulação simbólica, [...] e os fatores materiais que regulam sua circulação”. (PIOVEZANI, 2007, p. 115).

Como assinalamos em nosso percurso sobre as mutações do objeto discurso político, desde os primeiros gestos de fundação da Análise do Discurso e em todo o percurso empreendido por M. Pêcheux e seus sucessores, tanto na França quanto no Brasil, essa disciplina se mostrou inquieta com seu objeto e com seus conceitos. “A natureza do objeto (movente, produzido, reproduzido, deslocado, transformado, descontínuo) sempre recolocou, e recoloca, questões; o que torna a investigação inesgotável, e o campo disciplinar aberto a deslocamentos, a transformações, a uma edificação ininterrupta”. (FERNANDES et al, 2019, p. 14).

Pudemos assistir a grandes mudanças nas formas de fazer política. A *política do texto* e dos longos pronunciamentos nas tribunas e palanques foi aos poucos sendo substituídas por uma nova configuração de fala pública operada e controlada nos parâmetros técnicos do dispositivo midiático, que dociliza o corpo, atenua o tom de voz e modifica o olhar do sujeito político.

Os gestos de falar em público encontram-se cada vez mais reduzidos uma vez que a sociedade pós-moderna é configurada pela tela do computador, do celular, do *tablet*. A partir das novas mídias, a fala pública conhece uma profunda transformação enunciativa, que torna uma fala breve, interativa, descontínua, híbrida e fragmentada. A produção e circulação da política digital são marcadas pela brevidade, descontinuidade, fragmentação e interatividade, visto que o que se encontra são falas curtas, pausadas, intercaladas por recursos multimídia. Os candidatos políticos exibem e criam diversas ferramentas de interatividade “conheça”, “compartilhe”, “colabore”, “fique informado”.

A política atual é mais produzida e, também, mais assistida pela tela de *smartphones*; os modos de produção dinâmica e variada, marcadas por configurações semióticas, pela rapidez dos modos e dos meios de sua circulação e das formas de recepção que ele projeta. Os vídeos e *lives*, por exemplo, postados pelos candidatos políticos nas redes sociais tornaram-se recursos imprescindíveis para a produção da política na campanha digital, visto que além de estabelecer uma proximidade distante, podem também funcionar como documentos que atestam a veracidade dos fatos narrados/mostrados pelos candidatos.

As mídias modernas reforçaram e aceleraram consideravelmente o desenvolvimento desses usos públicos da intimidade, que, no entanto, lhes preexistia. Com isso, considerando as transformações do discurso político contemporâneo, a partir da intervenção das novas tecnologias digitais e dos dispositivos móveis cujos usuários interatuam diariamente, observamos a necessidade de compreender o funcionamento da discursividade sincrética das redes sociais – já que possuem um *savoir-faire* próprio – e a natureza semiológica constitutiva ao discurso político, pois, segundo Courtine (2015, p. 126), “o corpo, o resto, o gesto e a expressão tornaram-se objetos essenciais do espetáculo político”.

Ante todas essas questões, neste capítulo, pudemos assistir como o discurso político e as formas de fazer política passaram por mutações ao longo da história da análise do discurso, o que se torna indispensável para compreender os discursos políticos atuais inscritos nas redes sociais. Frente a essas manifestações, nos surge algumas inquietações: os pesquisadores afirmam que houve mudanças nos discursos políticos, mas como se dá? O que provoca? Quais são os efeitos?

Em síntese, observamos no objeto discurso político, historicamente constituído, um viés de acesso às metamorfoses discursivas e às transformações sócio-históricas produzidas na contemporaneidade. Ao propor sobre uma possível semiologia da mensagem política, Courtine (2006) observa que outra política do discurso está sendo desenvolvida, manifestadas na memória de curta duração, pela fluidez e imediatismo, nas breves formulações sincréticas – em que as imagens têm seu espaço expandido – nos ritmos dinâmicos de sua circulação e, por isso, o pesquisador acredita oferecer valiosas contribuições à Análise do Discurso no tocante à compreensão das novas discursividades emergentes na contemporaneidade a partir da articulação da sua perspectiva semiológica, conforme veremos no capítulo a seguir, em que Courtine busca dar contribuições transdisciplinares à AD.

CAPÍTULO II – ANÁLISE DO DISCURSO E SEMIOLOGIA HISTÓRICA: APROXIMAÇÕES E PROBLEMATIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

De agora em diante, o discurso político não pode mais ser dissociado da produção e recepção de imagens [...] A mensagem política não é mais unicamente linguística, mas uma colagem de imagens e uma performatividade do discurso, que deixou de ser prioritariamente verbal [...]. A mutação dos modos de comunicação política exige renovação de uma semiologia da mensagem política que permitirá sua apreensão global. (Jean-Jacques Courtine, [1987] 2006).

Como se pode observar, no capítulo anterior, fizemos um percurso histórico mostrando as mutações e a institucionalização do saber do “objeto discurso político”. Neste capítulo pretendemos problematizar a pertinência – mas também as aproximações e as limitações – da relação entre dois campos de estudo: o da Escola Francesa de Análise do Discurso com sua trajetória epistemológica (já consolidada) e a Semiologia pós-estruturalista – ainda que esta não tenha se desvinculado, por vezes, da tradição estruturalista – com a qual os analistas passaram a refletir sobre o papel das múltiplas linguagens na constituição do discurso político. Esta abordagem será desenvolvida a contento, mais adiante, quando recorrermos a Jean-Jacques Courtine (2003, 2006, 2009, 2011, 2015) para pensar em uma semiologia histórica e a seus comentadores Piovezani (2007, 2009, 2011, 2015, 2017), Milanez (2010, 2011, 2012, 2013), Sargentini (2011, 2012, 2017), Gregolin (2011, 2012), Kogawa (2011, 2012) .

Para tanto, este capítulo teórico-metodológico propõe refletir sobre os novos caminhos para o projeto teórico da Análise do Discurso, aquilo que Courtine, no início dos anos 1980, já antecipava como mutações das discursividades, viu à frente de seu tempo as mudanças históricas e políticas reclamarem deslocamentos teóricos e, por isso, a necessidade de problematizar o diálogo da Análise do Discurso com a semiologia histórica. Veremos que a semiologia história da Análise do Discurso delineada por Courtine “retrata os limites do pensamento de Pêcheux e os avanços do pensamento de Foucault com relação à abordagem da imagem em sua dimensão material, discursiva e histórica”. (MAZOLA, 2014, p. 8).

Para o pensador francês, não é possível uma AD tal como se fazia antes (que continua uma análise de texto), é preciso que esteja em condições de dar conta das transformações, por isso a urgência em fazer progredir os trabalhos sobre a imagem. Considerando as transformações ocorridas no campo do discurso político, e reconhecendo que os modos de produção, recepção e circulação desse discurso já não são os mesmos, ordenados pela emergência de novas tecnologias e de novas materialidade, torna-se necessário, para análise da

política, um olhar sobre as formas do dizer político, sobre os deslocamentos e os lugares de emergência desse discurso, uma análise, ao mesmo tempo, histórica, linguística e semiológica.

Diante do processo de midiaticização e espetacularização da política, em que o espetáculo aparece como monopólio da aparência e a exploração intensa dos recursos imagéticos são a tônica da vez, compreender esse reordenamento do fazer político, ditado pela emergência das novas tecnologias, torna-se imprescindível.

De fato, a era das redes digitais instaurou um novo modelo de comunicação pública. Em se tratando de discurso político, “o modelo do porta-voz político mudou profundamente os modos de subjetivação, regulados por novas práticas” (COURTINE, 2006, p. 84), isto é, as formas didáticas da retórica de uma política clássica modelada pela máquina erudita são substituídas por novas formas, adequadas ao aparato midiático/virtual. As políticas de texto, os longos discursos políticos parecem ter chegado ao fim, sendo convertidos pelo discurso do imediatismo, da brevidade, da fluidez, da enunciabilidade eminentemente sincrética, da performatividade visual, sobretudo discursos imbricados em práticas não-verbais.

Do mesmo modo que o homem político não consegue mais se dissociar de sua imagem, do seu *ethos*, agora semiotizado⁵⁰, visto que, esse sujeito inserido nas redes sociais, diz-se, mostra-se e se constitui, também, nas diferentes semioses manifestadas nas materialidades imagéticas.

Em suas reflexões sobre “imagens da política e política das imagens”, M. Dagatti (2018) discute uma dimensão fundamental da política e sua interpenetração com os regimes midiáticos:

A política está repleta de imagens. Imagens de manifestações populares, com líderes inflamados e públicos acalorados, imagens de gestos grandiloquentes à espera de câmeras ou de pequenos signos captados na fugacidade do instante, imagens de reuniões sigilosas, cheias de poses e formas, imagens de manifestações de ruas, imagens de cartazes variados que enchem a via pública com rostos sérios, sorridentes, inspirados, promissores, convencidos; imagens de debates irrisórios, de entrevistas permissivas, imagens de publicidades audiovisuais, com suas frases ilusórias, seus jingles pegajosos. A política não se limita às imagens, porém não há política sem imagens. (DAGATTI, 2018, p. 275)

Para Dagatti (2018, p 275), “os principais meios de comunicação contemporâneos, de maneira considerável, a televisão em primeiro e a *Internet* com sua atualidade, talvez tenham exacerbado esta faceta até o ponto de confundi-la com sua própria substância”, fazendo da

⁵⁰ No terceiro capítulo desta tese, trataremos da noção de *ethos semiotizado* (BARONAS, 2011), na qual o sujeito político constrói a *imagem de si* apoiando-se no conjunto de semioses, isto é, nas diversas materialidades acionadas simultaneamente a partir de ferramentas e instrumentos dispostas nas redes sociais.

política um espetáculo, isto é, um objeto de contemplação, de observação, de olhada e, por um desvio nada casual, um objeto de sedução, de comoção.

O peso da imagem na política ganhou força progressiva a partir da presença da televisão como meio massivo por excelência, entre as décadas de 1960 e 1990, e, mais ainda, na esteira que M. Carlón (2015) denominou como “as sociedades hipermediatizadas”, com o advento da internet, no final do século XX até os dias atuais:

Os acelerados processos de mediatização das sociedades denominadas “pós-industriais”, desde a diversificação da oferta de televisão até a influência da Internet e das redes sociais digitais, têm incrementado a complexidade dos circuitos de circulação semiótica; entre eles, os do campo político. O desenvolvimento da Internet e do sistema de mídia baseado na Internet torna ainda mais complexo o ecossistema mediatizado herdado do reino da televisão. Os processos de interação com os meios massivos de comunicação e com os meios baseados na Internet têm gerado não apenas novos tipos de discursos políticos e novos modos de fazer campanha, por exemplo, mas também novos modos de consumir a política, de participar na política e de avaliar ou controlar as operações do campo político (VERÓN, 2007; CARLÓN, SCOLARI, 2009).

Nesse viés, o discurso político é pensado em circunstâncias nas quais ele passa por essa acentuada espetacularização, de modo que devem ser observados e questionados no interior da própria democracia alguns temas como espetacularização e mediatização.

Podemos verificar que as mídias atuais produzem discursos imbricados em práticas plurissemióticas. Com efeito, os novos regimes de discursividade da política contemporânea devem-se ao fato da emergência de novos dispositivos eletrônicos de comunicação pós-moderna, que regulam a produção e circulação dos discursos. Por isso, não podemos ignorar a importância de compreender as recentes mutações das discursividades políticas.

Entendemos por discursividade a inscrição de um objeto na história, sendo ele novo ou não, pois é a partir de tal inscrição que o objeto passa a significar, sendo, portanto, compreendido na perspectiva do discurso. Desse modo, toda e qualquer linguagem só faz sentido porque há uma densidade histórica que lhe é constitutiva.

Para dar conta da problemática de análise das diversas materialidades discursivas manifestas na rede digital em campanhas políticas eleitorais, pretendemos, neste capítulo, discutir as possíveis contribuições da semiologia histórica à Análise do Discurso, no tocante à compreensão das discursividades emergentes na contemporaneidade. Partiremos, a princípio, do estudo das variadas acepções Semiológicas em diferentes temporalidades. Para tanto, interessa-nos problematizar essas perspectivas, e avaliar a importância de um estudo que estabeleça esse diálogo para a análise da materialidade sincrética na esfera do político, uma vez

que “[...] a mutação dos modos de comunicação política exige a renovação de uma semiologia política que permitirá sua apreensão global.” (COURTINE, 2006, p. 85).

Pensando nessas questões, objetivamos o apoio de uma abordagem semiológica no interior da Análise do Discurso, no sentido de conferir à AD ferramentas que possibilitem a descrição/interpretação da materialidade sincrética do discurso político contemporâneo sem perder de vista a historicidade de sua enunciação.

Sobre essa possibilidade de a Análise do Discurso dialogar com outras perspectivas e disciplinas, Sargentini (1999), após refletir sobre o desenvolvimento histórico da AD, concluiu:

[...] na Análise do Discurso, o enfoque de análise a que é submetido o discurso é condicionado pelos interesses do analista, porém neste momento de desenvolvimento da teoria discursiva as análises já não se desenvolvem em uma ilha, pois não raramente fazem apelo a outros enfoques. O discurso não pode jamais ser considerado objeto de estudo de uma única disciplina e a Análise do Discurso, ao investigá-lo, deve necessariamente colocar-se como uma disciplina fronteira. (SARGENTINI, 1999, p. 44-45).

Nessa tônica, ocorrem alguns movimentos importantes nas reflexões atuais em AD, suscitados pelos trabalhos de Jean-Jacques Courtine e pela emblemática das novas materialidades: “a de que é necessário promover a inserção de uma teoria semiológica no interior da análise do discurso no sentido de conferir à AD uma caixa de ferramentas que possibilite a descrição/interpretação do discurso da/na contemporaneidade” (GREGOLIN; KOGAWA, 2012, p. 10).

Assim, propomos a seguinte abordagem: **2.1** Semiologia histórica e outras semiologias: origens e perspectivas; **2.2** A intericonicidade: uma memória das imagens; **2.3** Os novos regimes de discursividade: o discurso político na ordem das redes sociais.

2.1 Semiologia histórica e outras semiologias: origens e perspectivas

Nesta seção, antes mesmo de entrarmos na discussão acerca da “semiologia histórica e outras semiologias”, retomaremos as origens de sua terminologia, para posteriormente tratar dos problemas e das contradições que se originaram no emprego desse conceito bastante complexo, constituído em diferentes perspectivas. Assim, ao retomar o conceito e a compreensão dos princípios das diferentes semiologias – por vezes associado aos campos militar, médico ou linguístico – buscaremos analisar a perspectiva semiológica posta no quadro dos estudos do discurso, na qual a história é inerente à produção e circulação dos discursos. Dessarte, acreditamos que a vertente dos sinais, dos indícios, estes materialmente inscritos no

interior das transformações históricas dos discursos, poderá contribuir para a análise das formulações sincréticas a que o discurso político está submetido atualmente.

Historicamente as terminologias semiótica e semiologia se sustentaram como as designações mais conhecidas para a ciência do signo. Nas suas origens, são os campos de estudo dos signos e dos sinais; muitas vezes essas duas noções foram entendidas como sinônimos e, às vezes, como concorrentes terminológicos. Embora seja frequente o uso dessas terminologias como sinônimos, elas pertencem a origens teóricas diferentes e, portanto, pressupostos distintos.

No início do século XVII, surgiram as primeiras variações do conceito de *semiologia*, que correspondem à mais importante alternativa terminológica para o conceito *semiótica*. Em um tratado latino, de 1617, C. Timpler define o ensino dos signos fisionômicos do corpo humano como *semiologica* ou, também, *semeiologica*.

A teoria dos signos ou ciência dos signos é chamada de semiótica ou semiologia de acordo com a escola que se refere. A Semiótica foi definida, nos anos 1690, por John Lock em seu *Ensaio acerca do Entendimento Humano*. Para ele, a Semiótica era um sinônimo da *lógica* e deveria tratar principalmente das palavras, por serem os signos mais relevantes. O semioticista americano Charles Peirce, por sua vez, preferia a designação *teoria dos signos*, na qual ele tem por objeto qualquer sistema sígnico (artes visuais, gestos, fotografia etc.). Por conseguinte, a concepção derivada dos trabalhos de Ferdinand de Saussure – pai da linguística estrutural – está mais atrelada à linguística verbal, na qual ele concebe o termo semiologia como “uma ciência que estude a vida dos signos no seio da vida social”. (SAUSSURE, 1995). Dessa forma, Peirce e Saussure são considerados referências das noções de signos, ambos desenvolveram seus trabalhos paralelamente sem que tivessem contato.

Retomando a perspectiva que nos interessa neste capítulo, a expressão “semiologia” tem seus primórdios na Antiguidade Grega quando aparece associado a uma disciplina médica com a finalidade de interpretar os sintomas através dos quais se manifestam os supostos traços de diferentes doenças. Na modernidade, surgem os termos *semeiologia* e *sintomatologia* dentro de uma discursividade científica, como pontua Santos (2015). Do termo grego *sémeion* (signo) e *-logia/logos* (estudo, teoria), tal domínio vai ser compreendido como teoria ou ciência dos signos. Domenjoz (1998) assevera que, no terreno da filosofia antiga, o problema do signo vai aparecer no século III a.C com os Estoicos, mas é o filósofo John Locke (1632-1704) que utiliza pela primeira vez *sémiotikè* do qual deriva o termo semiótica como domínio de conhecimento dos signos. Domenjoz (idem) afirma ainda que, na França, o termo *sémiotique* é mais frequentemente empregado no sentido de “semiótica geral”, enquanto *sémiologie* se aproxima,

por sua vez, a uma ideia de semiótica específica, ou seja, semiologia da imagem desenvolvida a partir de um interesse pela teoria da significação das imagens e suas aplicações práticas, do mesmo modo uma semiologia da moda, da comunicação etc. (SANTOS, 2015, p. 48).

Pensar neste termo e suas tradições nos leva a compreender sobre qual inspiração levou Jean-Jacques Courtine para formulação da semiologia histórica. Segundo o próprio autor⁵¹, há realmente duas tradições, embora a mais conhecida seja a semiologia saussuriana, fundada em sua concepção de signo linguístico, adveio e se desenvolveu durante o estruturalismo francês dos anos 1960, concebida como “ciência que estuda a vida dos signos no seio da vida social” (SAUSSURE, 2012, p.47). Saussure abre uma via para se pensar a linguagem humana materializada socialmente em signos não-linguísticos, porém suas reflexões centralizam a compreensão do conceito de Semiologia unicamente em sua extensão linguística.

A primeira abordagem – a semiologia médica – é bastante antiga, preexiste ao uso saussuriano, embora o *Curso de Linguística Geral* (CLG) não faça nenhuma menção a esse acontecimento linguístico, oriunda da tradição médica, na qual designa as técnicas de observação dos índices que, na superfície do corpo visível, apresentam os sintomas. De natureza antropológica, baseia-se na “identificação de índices depositados mais ou menos conscientemente no fio dos conjuntos significantes; apoiada em práticas nas quais a dimensão subjetiva daquele que produz o índice como aquele que o detecta não poderia ser eliminada, nem mesmo reduzida” (COURTINE, 2011, p. 158-159).

Desse modo, diante dessas duas vias, divergentes na análise e compreensão da imagem, Courtine aproxima-se daquela mais antiga para construir sua proposta, já que ele propõe uma detecção dos indícios no material significantes da imagem, em busca da reconstrução a partir dos traços da genealogia das imagens de nossa cultura. As imagens repetem alguma coisa na cultura visual e na memória coletiva da sociedade. Nesse sentido, Courtine defende que nos interroguemos sobre a historicidade das imagens, visto que “analisar imagens consiste assim em identificar seus indícios, porque as representações perdem seu sentido fora dessa genealogia dos traços que as atravessam e as constituem”. (COURTINE, 2011, p. 159).

O autor francês critica aquela semiologia clássica da imagem, tal como se nota em Barthes, justamente porque ela tomava a imagem como signo linguístico, aproximando-se do sentido quase saussuriano do termo. Para ele, essa semiologia que teve o mérito de promover a questão da imagem e de sua análise, representa para um impasse, conforme já dissemos, a de

⁵¹ Entrevista concedida aos organizadores do II CIAD (Vanice Sargentini, Carlos Piovezani e Luzmara Curcino), com o propósito de realizar sua intervenção no II Colóquio Internacional de Análise do Discurso (II CIAD/UFSCar), 2009.

que “a imagem não segue absolutamente um modelo de língua”. (ibidem, p. 159). Contudo, Courtine reconhece intuições importantes em Barthes relativas à imagem, em algumas de suas obras, especialmente nas abordagens sobre “o obtuso”, em “O terceiro sentido”, ou ainda sobre o “*punctum*”, em “A câmara clara”, que se distinguem das ideias da linguística saussuriana e aproxima-se da psicanálise, ao observar o que falha no signo.

O estudo do signo linguístico e sua relação com outros sistemas significantes não é uma questão recente no campo das ciências da linguagem. No entanto, o papel da imagem, por outro lado, não foi tão problematizado, enquanto constitutivo dos discursos por semiólogos e semioticistas, com a mesma relevância que deram os linguistas ao objeto discurso, inicialmente concebido por sua natureza unicamente verbal.

Por conseguinte, face ao evidente predomínio do verbo nas análises discursivas, Piovezani problematiza:

Notamos até hoje um evidente predomínio do verbo em detrimento do corpo e da voz, como se a complexidade do dizer pudesse ser esclarecida por meio de repartição entre a necessidade do funcionamento do código linguístico e a contingência dos outros elementos e fatores. Constatamos a hegemonia da perspectiva verbocêntrica já na própria designação dos materiais de conversação: material verbal, paraverbal, e não-verbal. Ao apontarmos a tendência verbocêntrica, não pretendemos relegar a língua a um segundo plano ou recusar sua importância antes, desejamos, tão-somente reiterar o fato de que o discurso não é feito só (como se isso fosse bem pouca coisa...) de verbo. (PIOVEZANI, 2009, p. 210-211).

Historicamente, as pesquisas dedicadas ao estudo do signo imagético haviam estabelecido como chave de leitura e análise conceitos da linguística (ciência da língua) para analisar o não-linguístico e, particularmente, a imagem, como fizeram os semiólogos estruturalistas.

Como sabemos, na linguística moderna, tivemos como papel fundador sobre uma teoria dos signos o linguista genebrino, Ferdinand Saussure, visto que um inventário sobre o estatuto da análise semiológica, no quadro das ciências linguísticas, deve-se necessariamente a partir do *Curso de Linguística Geral* (CLG), que serviu de fundamento para a emergência da Linguística estrutural, no qual ele anunciou a necessidade do advento de uma ciência que estude os sistemas de significação.

No texto escrito a três mãos por C. Haroche, P. Henry, e M. Pêcheux, cujo título é *La sémantique et la coupure saussurienne: langue, langage, discours*⁵², publicado na revista

⁵²A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso, foi publicado inicialmente no Jornal Comunista L’Humanité, depois na Revista *Langages*, número 24, em 1971,

Langages (n. 24), organizado por Julia Kristeva em 1971, os autores discutiram o corte saussuriano, buscando mostrar o lugar que a semântica ocupa nesse contexto, eles propõem uma mudança de perspectiva de “terreno”, lançando novas bases para o que denominam uma “semântica discursiva”.

Haroche, Henry e Pêcheux (2008) problematizaram o lugar que a semântica ocupa no contexto do corte saussuriano *langue/parole* e encontraram aí brechas para uma semântica discursiva. Pêcheux continuou desenvolvendo essa noção de semântica discursiva e mais tarde, em 1975, publicou *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* e, nessa obra, retomou Saussure em vários pontos.

Segundo os autores supracitados, a ruptura saussuriana permitiu a constituição da fonologia, da morfologia e da sintaxe, mas deixou acontecer um retorno do empirismo no campo da semântica e chamaram a atenção para o fato de que a palavra semântica não figura no Curso de Linguística Geral. A partir daí, os autores tentaram desenvolver esse ponto abandonado por Saussure, a semântica, e trataram de questões relacionadas à língua como analogia e valor, e, ainda, discutiram esses conceitos saussurianos buscando encontrar caminhos para o estudo da significação.

Interessante perceber que a *Análise Automático do Discurso* AAD-69, denominada por Pêcheux (1983) de “primeira época”, ocupava-se de uma proposta teórico-metodológica bastante influenciada pela releitura que ele faz de Saussure, “deslocando seu objeto, pensando na *langue* (sua sistematicidade; seu caráter social) como base dos processos discursivos, nos quais estão envolvidos o sujeito e a História”. (GREGOLIN, 2006, p. 61).⁵³

Desse modo, conforme Gregolin (2006), o projeto de Pêcheux se consolidou na tentativa de conceber a Análise do Discurso envolvendo, neste projeto, a língua, os sujeitos e a História. Por essa razão, o diálogo de Pêcheux com a Linguística se deu por meio de Saussure, com a História por meio de Marx e com a Psicanálise por meio de Freud. Nessa direção, foi por

posteriormente publicado em MALDIDIÉ, D. *L'Inquietude du Discours: textes de Michel Pêcheux. Éditions du Cendres*, 1990, p.133-53 e, em português In BARONAS, R. L. *Análise do Discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva*. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2007, p. 13 - 32.

⁵³ Dois textos dessa época (PÊCHEUX, 1969; PÊCHEUX, M. et al, 1971) revelam a polêmica que Pêcheux estabeleceu com as propostas de Saussure. Neles se encontra explicitada a ideia de que as teses saussurianas, ao operarem o corte entre língua-fala, trouxeram várias consequências: a) levaram a Linguística a abandonar o estudo da Semântica; b) abriram a porta para o formalismo e o subjetivismo (já que a *parole* é pensada como individual e, por isso, o objeto da Linguística deve ser a *langue*, o sistema abstrato, formal). Pêcheux propõe que, a partir do materialismo histórico, é preciso “mudar de terreno” para lutar contra o empirismo (se desembaraçar da problemática subjetivista centrada no indivíduo) e contra o formalismo (não confundir a língua como objeto da linguística com o campo da ‘linguagem’). (1971, p. 102). Isso implica a introdução de ‘novos objetos’ tomados em relação ao ‘novo terreno teórico’ – e, entre esses novos conceitos, ele propõe a clássica definição de “formação discursiva” e de “formação ideológica” (1971, p. 102 e 103). (GREGOLIN, 2006, p. 61).

intermédio de Saussure que Pêcheux trouxe a teoria linguística para a sua teoria do discurso e essas influências saussurianas podem ser vistas na elaboração da teoria do discurso durante a primeira e a segunda época⁵⁴ da trajetória pecheutiana.

Em síntese, podemos compreender o trabalho de Saussure como abertura para outros campos, isto é, a referência à linguística e a Saussure, tornou-se um lugar comum em várias disciplinas. Na verdade, sabemos que os pós saussurianos, de algum modo, beberam de algum modo o CLG de Saussure.

O estruturalismo era originalmente uma corrente linguística surgida como desdobramento do pensamento de Ferdinand de Saussure. A partir dos anos 50, a Linguística estrutural, graças a seus evidentes progressos, começa a exercer uma influência decisiva e renovadora sobre outros campos do saber. Seus conceitos e métodos são transpostos e aplicados ao estudo de outros objetos que não a língua. Claude Lévi-Strauss utiliza-os na Antropologia; Jacques Lacan, na Psicanálise; Roland Barthes, na Semiologia. É a época da Linguística como ciência piloto das ciências sociais. (NARZETTI, 2008, p. 24).

Embora a Linguística estrutural tenha se desenvolvido em fins da década de 1920, na Europa, a Semiologia esteve suspensa por quase meio século para ganhar contornos relativamente definidos no campo dos estudos da linguagem. De acordo com Foucault (2000), a principal razão pela qual a Linguística estruturalista tornou-se modelo para as outras ciências, foi o fato de lhes oferecer possibilidades epistemológicas. Assim, os conceitos, métodos e pressupostos da Linguística são, dessa maneira, deslocados e aplicados ao estudo de outros objetos que não a língua. Por exemplo, Roland Barthes, utiliza-os na Semiologia para analisar a moda, a fotografia, a publicidade, a literatura etc., dessa maneira, são instituídas as “disciplinas do signo”.

O estruturalismo francês iniciou-se a partir das leituras e apropriação das ideias de Saussure com o CLG e torna-se praticamente hegemônico nas ciências humanas no qual quase tudo era linguagem a ser descrita e interpretada por uma ciência dos signos, isto é, pelo desenvolvimento da semiologia postulada pelo genebrino.

⁵⁴ A primeira época ocorre em 1969 e é marcada pela publicação da Análise Automática do Discurso. Nesse texto, Pêcheux lança sua proposta de teoria e metodologia de análise. Essa é a fase que possui maior influência saussuriana porque é quando Pêcheux analisa com mais profundidade questões relacionadas à língua; Na década de 1970 se dá a segunda época pecheutiana. Segundo Gregolin (2004), houve um movimento em direção à heterogeneidade, ao Outro, à problematização metodológica. Pêcheux analisa as relações entre língua, discurso, ideologia e sujeito, e elabora a teoria dos esquecimentos. Em 1975 é publicada a obra *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*, um marco importantíssimo para os estudos discursivos. Saussure ainda é referência, especialmente o corte saussuriano (*langue/parole*) sobre o qual Pêcheux, Henry e Haroche escrevem um texto publicado na revista *Langages* nº 24, em 1971, intitulado *A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso*. Pêcheux retoma a questão da ruptura saussuriana e da semântica em *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*.

Saussure (Escola de Paris) reivindica a ciência “que estudaria em que consistem os signos, que leis regem”, e propõe a designação “semiologia”. O linguista genebrino esboçou a necessidade de uma teoria geral dos signos, ou semiologia:

Pode-se, então, conceber uma ciência que estude a vida dos signos no seio da vida social, [...] chama-la-emos de Semiologia (do grego semeion, signo). [...] A Linguística não é senão uma parte dessa; as leis que a semiologia descobrir serão aplicáveis à Linguística e esta se achará dessarte vinculada a um domínio bem definido no conjunto dos fatos humanos. (SAUSSURE, 1995, p. 24).

De acordo com Sargentini (2011), a noção de semiologia, nos estudos linguísticos, é apresentada por Saussure em breves e poucas passagens do CLG, no qual postula a existência de uma ciência dos signos, a semiologia, da qual a Linguística seria apenas uma parte:

Desta perspectiva, a semiologia teria por objeto de estudo todo e qualquer sistema de signos (e seu amplo campo de significação) – sons, imagens, gestualidades, rituais, costumes, entre outros – e a língua seria apenas o mais importante desses sistemas. Mas, mesmo no CLG, o conceito de semiologia já é controverso, pois em uma passagem do livro, esse pertencimento da linguística à semiologia torna-se marginal diante da afirmação de que “a linguística pode erigir-se em padrão de toda semiologia, se bem a língua não seja senão um sistema particular” (SARGENTINI, 2011, p. 111).

Desse modo, a supracitada pesquisadora chama a atenção para a definição proposta por Saussure, considerando-a controversa, já que, por um lado, “o signo linguístico caracteriza-se como relacionado à língua e aos sistemas de signos, mas por outro lado, apresenta-o como absolutamente específico, impondo a ele a impossibilidade de ser comparado, tal sua complexidade” (ibidem, p.112).

Piovezani (2009) também interroga a proposição de Saussure, “a Linguística inscreve-se na Semiologia, mas é a primeira que lhe servirá de base” (cf. Saussure, [1916] 2000, p. 82), pois nota-se que a Semiologia ainda estava regida pelas bases da linguística estruturalista, sendo esta, posta em evidência, como base para pensar as semioses. Assim, ele reflete sobre os excessos de formalismo que fizeram esquecer as questões sócio-históricas na formação da Semiologia no século XIX:

A Semiologia e a Semiótica estruturais, concebidas no bojo dos desenvolvimentos da Linguística da língua, não se mostraram muito afeiçoadas à intuição e às efetivas práticas simbólicas empreendidas pelos sujeitos sociais, em diferentes contextos históricos, mas privilegiaram frequentemente a precisão metodológica nas análises de objetos, dos quais se pressupunha não raras vezes autonomia e imanência. (PIOVEZANI, 2009, p. 189).

Ainda conforme Piovezani (2009, p. 189), os excessos de formalização “parecem ter esquecido as dimensões sociais e históricas presentes no surgimento da Semiologia, no final do século XIX, quando ela se contrapunha ao paradigma biológico que outrora dominara os estudos sobre as línguas”, o autor acrescenta, ainda:

A concepção da semiologia, em Saussure, antes de ser o resultado de uma soma, assemelha-se mais ao saldo de uma subtração. A despeito de essa Semiologia não ignorar fatores sociais e “históricos” da circulação dos signos, não se tratava propriamente de adicionar à língua e aos outros conjuntos sógnicos os fatores extralinguísticos implicados na interlocução, mas justamente de afastar esses últimos, para que as análises pudessem concentrar-se no funcionamento dos sistemas semióticos. (PIOVEZANI, 2009, p. 189).

Desse modo, as linguagens não-verbais inscrevem-se, de um lado, nas preocupações semiológicas, por outro, a concepção de língua saussuriana pressupõe a exclusão dessas substâncias, tornando-se estranhas e exteriores à língua.

Na década de 1960, Roland Barthes, ao retomar o projeto semiológico saussureano, sob a égide do paradigma estruturalista, postulou a noção segundo a qual as imagens são também portadoras de uma retórica, em seus textos, *A mensagem fotográfica* (1961) e *A retórica das imagens* (1964), cuja crítica recai sobre a forma como analisa imagens a partir dos conceitos de análise linguística, conforme já sinalizamos anteriormente. Ante a isso, para uma análise semiológica da imagem, Barthes (1964), em *Rhétorique de l'image*, postulava que se deveria compreender a estrutura da imagem em seu conjunto, ou seja, tomar de modo concomitante o funcionamento das mensagens linguística, icônica codificada (cultural) e não codificada (perceptiva).

Barthes construiu sua Semiologia nas bases do estruturalismo funcionalista, modelado por Ferdinand Saussure, delimitando a sua dimensão do estudo dos signos através da escolha de um objeto específico: o papel mítico da mídia. Pode-se notar, exatamente, esse aspecto formal adotado em seus trabalhos.

Courtine (2011), por sua vez, tece críticas às teses estruturalistas e ao modelo linguístico – *Elementos da Semiologia* (1964) e *O sistema da moda* (1967), por exemplo – o que o leva a recusar a apropriação dos métodos da Linguística como meio de se analisar os objetos de outros domínios das ciências humanas. Para Courtine, significa compreender que uma sequência verbal não é da mesma natureza que uma imagem, fato que Barthes ignora ao adotar procedimentos ligados à materialidade verbal para analisar as imagens.

Em sua obra *Mitologias* (1957 [1982]), Barthes deixa claro que a semiologia tem de constituir como uma ciência para explicar a constituição formal dos sistemas de linguagem, no

entanto, insiste na incorporação de uma teoria social a fim de dar conta da produção de sentidos na história. Ao conceber, nesse tocante, sua semiologia de caráter histórico e social, Barthes nos convida a refletir sobre os pequenos acontecimentos discursivos produzidos pelas mídias. *Mitologias* representa “um composto de análises desses diferentes textos da mídia, a partir da articulação entre o conceito de mito, a materialidade e a historicidade”. (GREGOLIN, 2011, p.102).

Além de Barthes, o teórico dinamarquês, Hjelmslev (1975), por seu turno, contribuiu para os estudos semiológicos, uma vez que ele compreendeu a Linguística como uma Semiologia cujo objeto é uma semiótica ou sistema de signos. Os conceitos de Semiologia em Hjelmslev vêm também na esteira da proposta saussuriana. Hjelmslev defendeu um modo dedutivo de descrever os sistemas de signos em geral, levando a Linguística e, por sua vez, a Semiologia, a um estruturalismo extremo e radical, sustentado na existência de uma estrutura subjacente dos fatos sociais da linguagem.

Vale ressaltar que Barthes e Hjelmslev foram percussores no campo dos estudos semiológicos e semióticos, cada um a seu modo, no desenvolvimento destes estudos com viés estrutural. Contudo, Barthes avança um pouco mais na tentativa de se desvincular da crítica ao modelo estrutural. Eis aqui a diferença entre *Elementos de Semiologia* e *O óbvio e o obtuso*, ou outras obras mais recentes do final de 1970 para início de 1980.

Retomando o nosso foco, a semiologia histórica proposta por Courtine recusa pertencimento à filiação saussuriana e tece críticas aos procedimentos adotados por Barthes para analisar as imagens, visto que utiliza os mesmos para a análise da materialidade verbal. O trabalho de Courtine leva-nos ao desprendimento da ideia de que o discurso é uma categoria que se manifesta apenas por uma sequência verbal e isso implica uma reavaliação tanto nas bases epistemológicas da Análise do Discurso quanto de sua metodologia. Dessa forma, o discurso como material histórico não pode ser apreendido da mesma maneira quando se trata de sequência verbal e quando se trata de imagens, isso modifica a natureza do objeto, uma vez que o verbal e o imagético não são da mesma natureza.

A partir dessa diferença, Courtine é levado tanto a reavaliar a semiologia barthesiana, quanto a criticar a Análise do Discurso praticada na França, considerando o pressuposto de que a ordem do olhar para a estrutura de um gesto não é da mesma ordem que olhar para a estrutura de uma frase relativa ou determinativa. É justamente nesse sentido que Courtine, ao se influenciar pela arqueologia foucaultiana, coloca o discurso não ao lado da Linguística, mas na ordem das preocupações históricas. (KOGAWA, 2012, p. 186).

No mesmo período da publicação de *A análise automática do discurso* (1969), surgem debates sobre uma nova concepção de história que viria agitar as ciências humanas. Além do mais, também em 1969, Foucault publicava a *Arqueologia do Saber*, no qual são onipresentes as reflexões sobre a história: “Arqueologia não tenta tratar como simultâneo, o que se dá como sucessivo; não tenta imobilizar o tempo e substituir seu fluxo de acontecimentos por correlações que delineiam uma figura imóvel” ([1969] 1997, p. 193). Para Piovezani (2009, p. 197), “Foucault reconhece e reivindica a historicidade das relações sincrônicas, por outro, recusa e critica o recobrimento pelos recortes de longa duração”.

Ademais, de acordo com Santos,

Os estudos semiológicos de meados até o fim do século XX na França, em suas tentativas e descontinuidades, enfrentaram alguns percalços na academia onde intelectuais avessos a esse campo entendiam-no como um modismo, quando não um terreno que pouco gozava de cientificidade, se comparado com sua vizinha “madrasta”, a linguística, na qual em muitas vezes se espelhou. Esse problema também não foi diferente para os estudos linguísticos se seguirmos a genealogia da linguística que enfrentou a resistência institucional em face da filologia e das orientações dos estudos gramático-comparatistas. Diante disso, a semiologia francesa (com abordagens, interesses e objetos distintos), desde sua emergência, carecia de uma melhor visibilidade para sua institucionalização, haja vista o número de trabalhos de Barthes e de adeptos desse domínio que se acumulavam há quase três décadas. Ela não gozava de tanto prestígio nas renomadas universidades francesas como esperava seu pioneiro. (SANTOS, 2015, p. 84).

Nessa tangente, Courtine percebe a insuficiência do dispositivo analítico da AD e da Semiologia barthesiana em seus cursos para suprir algumas ausências por meio da retomada da arqueologia foucaultiana e do paradigma indiciário anunciado por Ginzburg (1989), no terreno da antropologia cultural, fazia-se, portanto, pertinente o diálogo da Semiologia como procedimento de análise no interior da teoria da AD. Essa compreensão se dá pela interrelação entre as diferentes, mas não excludentes, semiologias de Barthes, Courtine e Ginzburg.

A semiologia começa a ecoar no quadro dos estudos discursivos a partir de Courtine, na década de 1980, quando ele nota que a Análise do Discurso apresentava uma abordagem insatisfatória, ante às mutações e às novas inscrições do discurso político, suscitadas pela emergência da imagem, propondo uma semiologia histórica. Courtine, então, postula o alargamento do enfoque da AD para dar conta da heterogeneidade que compõe a ordem do político, fazendo-se necessário, adotarmos a perspectiva de que o objeto da AD não é apenas linguístico, mas semiológico.

Na segunda metade dos anos 1980, algumas expressões oscilavam entre “semiologia política” (1987), “semiologia da mensagem política” (1987), “semiologia política da

expressão” (1986/1987) e, enfim, “semiologia histórica” (1988, 1989, 1991). Courtine afirma que só a partir da segunda metade dos anos oitenta que se utilizou efetivamente o termo “semiologia histórica”, quando de fato o termo se estabiliza. Nesse contexto, o autor supracitado assevera que o discurso político não é só um texto como materialidade linguística, é um fragmento da história, e, à medida que as palavras são atravessadas pela história, deixam de ser simples unidade linguística. E por isso, os discursos não poderiam se deixar apreender somente a partir das palavras e das formas sintáticas.

Dessa maneira, para Courtine (2011, p.150), “o projeto de uma análise dos discursos que devolve à discursividade sua espessura histórica deveria ser mantido, esse projeto não podia se eximir de empreender análises das representações feitas de discursos, de imagens e de práticas”. O pesquisador francês conclui, portanto, que a AD à moda antiga, praticamente, não daria conta em sua integralidade, considerando a restrição de seu domínio - os discursos em práticas não-verbais, o verbo não poderia mais ser dissociador do corpo e do gesto, de modo que, segundo ele, não podemos mais separar linguagem e imagem.

Ademais, segundo o referido autor, o termo semiologia histórica nasceu⁵⁵ de um contexto em que analisar os discursos não poderia mais se limitar a caracterizar um *corpus*, em seus diferentes níveis de funcionamento linguístico, mas sobretudo “a pensar e a descrever a maneira pela qual se entrecruzam – na materialidade do arquivo tanto quanto no suporte “psíquico” das memórias coletivas e individuais – regimes de práticas, séries de enunciados e redes de imagem”. Nessa configuração, de acordo com o pensador e teórico, a semiologia histórica manifestava, pois, “a prudência dos primeiros distanciamentos, a retenção inicial das despedidas, em relação às quais já sentimos tratar-se, no entanto, de algo que será definitivo”. (COURTINE, 2011, p. 150-151).

Em boa parte de seus trabalhos, Courtine (2006, 2009, 2011, 2015)⁵⁶ tem demonstrado uma preocupação em torno das transformações históricas no campo do discurso, sobretudo no que diz respeito à transformação do discurso político e a um apagamento do histórico no estudo desses discursos. Para ele, o discurso político é como um “fragmento de história”, de modo que,

⁵⁵ No que concerne à gênese da *História do Rosto*, Courtine representou uma tentativa dessa ordem: uma história do que pôde produzir signo e sentido no rosto e na expressão, durante a Idade Clássica, na qual as percepções são reconstruídas a partir de uma tradição propriamente semiológica, com objetivo de compreender a genealogia das mutações das discursividades políticas, cujos anos 80 eram o teatro, que a ideia de examinar a relação entre corpo e discurso nas formas da fala pública se impôs. (COURTINE, 2011, p. 151)

⁵⁶ Courtine problematiza essa questão em muitos de seus trabalhos, sobretudo em: *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública* (2006); *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos* (2009); SARGENTINI; CURCINO; PIOVEZANI (orgs.). *Discurso, Semiologia e História. Discurso e imagens: para uma arqueologia do imaginário* (2011); COURTINE; PIOVEZANI (org.). *História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso*, (2015).

para o analista, é indispensável investigar uma série de indícios deixados em sua superfície para compreender as condições de sua emergência, que sobrepujam os limites do linguístico, do verbal e do imagético. A fim de articular a relação entre discurso, semiologia e história, ele cunha o termo *semiologia histórica*.

Assim, ao indicar a semiologia histórica como uma abordagem que leva em conta as contribuições da história cultural, da antropologia histórica e da semiologia, Courtine (2006, 2009, 2011) nos oferta uma perspectiva de análise que se vincula às reflexões dos estudos do discurso. Ele propõe então tal abordagem para tratar das “especificidades do sincretismo das linguagens e de outras instâncias simbólicas do discurso e com o peso de sua historicidade” (SARGENTINI; COURCINO; PIOVEZANI, 2011, p. 7). Vale ressaltar que semiologia histórica não se trata de uma disciplina, mas uma noção, uma perspectiva de análise, uma abordagem que reúne princípios e procedimentos da Análise do Discurso.

O autor francês cunha esta noção não na fase dos tateamentos e reconstituição do campo teórico da AD, mas em seu momento de consolidação do terreno, quando a teoria necessita lidar tanto com seu familiar objeto “discurso político” quanto com o “homem político” e seu discurso constituído por um conjunto de signos que transbordassem a sintaxe de “frases de efeitos” e períodos breves. Não se tratava mais de analisar as frases de uma língua de madeira ou *langue de bois* com seus enunciados fortemente codificados, como bem definiram Gadet e Pêcheux (2004)⁵⁷ ou, ainda, descreveu Sériot (1986, p. 11), ao analisar o discurso político na União Soviética, o que a dissidência chamou de “sukonnyj jakik” - a língua de pano, rude, áspera, desigual; ou ainda, “a língua pastosa, que pesa na boca e a enche”; um tipo de linguagem falada no período posterior à revolução bolchevique na União Soviética⁵⁸.

Para Gadet e Pêcheux (2004), as línguas de madeira (línguas duras e herméticas) do direito e da política, por se tratarem de enunciados extremamente codificados, tipos de códigos

⁵⁷ Pêcheux & Gadet escreveram um livro cujo título era *A língua inatingível*, que buscar esclarecer a relação entre história, ideologia e discursividade, bem como a questão da língua, da maneira como ela é considerada pelos linguistas profissionais. (ORLANDI, 2012).

⁵⁸ Em geral, refere-se à *langue de bois*, como uma “ideologização” da língua, uma espécie de privatização dos significados de determinadas expressões, como forma de se cristalizar sentidos, apagando outros. A *langue de bois* soviética já foi comparada, inclusive, com a *Novlangue* de George Orwell, em seu livro: 1984. No entanto, é necessário analisar até que ponto essas línguas de madeira são exclusividade dos bolcheviques, visto que, no discurso liberal contemporâneo tem-se, por exemplo, o uso de metonímias e eufemismos, como “flexibilização dos direitos trabalhistas”, “política de austeridade”, “abertura de mercados”, “enxugamento da máquina”, expressões que podem significar diferentemente em outras formações discursivas. Além disso, de acordo com as premissas da AD, todo discurso é produzido no seio das formações discursivas, que, por seu turno, dizem respeito às diferentes formações ideológicas (o que não que haja um sinal de igualdade mecânico do tipo: “a cada formação ideológica corresponde uma formação discursiva”). Ver GRANGEIRO, C.R.P. Foucault, Pêcheux e a formação discursiva. In: BARONAS (org.). Análise do Discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. Pedro e João Editores: São Carlos, SP, 2007.

fechados, inacessíveis a outros setores não envolvidos nesse campo de saber, bem como à maioria da população, relacionam-se, cada vez mais intimamente com as línguas de vento (flexíveis, fluidas) da propaganda e da publicidade.

Courtine (2003) aponta para um dos fatores determinantes de tal processo, o advento das técnicas audiovisuais de comunicação, principalmente, da televisão, fenômeno ao qual denominou de “espetacularização da política”:

Mutação do *homos politicus*: [...] As técnicas audiovisuais de comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, da expressão. Elas fizeram do corpo um objeto-farol, um recurso central da representação política. É como se se passasse de uma política do texto, veículo de ideias, para uma política da aparência, geradora de emoções. (COURTINE, 2003, p. 25).

Na acepção do autor, trata-se da compreensão do fato de que é preciso entender o discurso político contemporâneo em várias dimensões: no nível histórico, subjetivo e dos dispositivos de seu funcionamento. Dito de outro modo, mais do que no nível da constituição da língua hermética do discurso político, isto é, das frases de efeito, o linguista vai refletir sobre a dimensão do enunciado no interior dos acontecimentos. Assim, é preciso considerar os efeitos do simbólico na operacionalização da língua (seu conteúdo, sua repetição, a voz e a entonação do político), bem como na estética do corpo inscrito em um jogo do dizível e do repetível, como bem refletiu Piovezani no livro *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político* (2009) e, mais recentemente, no artigo *Instantâneos de duradouros estigmas: consensos sobre as vozes popular e feminina (da Retórica antiga à mídia contemporânea)*⁵⁹ (2016).

Nessa direção, em sua tese e em seus trabalhos, Courtine demonstra sua preocupação a respeito da natureza histórica dos processos discursivos, colocando em destaque as condições de possibilidades dos discursos, em detrimento das condições de produção, apontando que “as condições de formação do discurso são aquele conjunto de condições historicamente pertinentes que determinam a produção, a circulação e a recepção dos enunciados em uma formação discursiva” (SARGENTINI, 2011, p. 115). Portanto, trata-se de considerar o processo histórico de formação do que é enunciável.

O projeto de semiologia histórica lançado por este teórico é motivado pela semiologia médica, no sentido da observação de indícios visíveis na superfície do corpo, assim, ao propor

⁵⁹ PIOVEZANI, C. Instantâneos de duradouros estigmas: consensos sobre as vozes popular e feminina (da Retórica antiga à mídia contemporânea). In.: CURCINO, L.; SARGENTINI, V.; PIOVEZANI, C. (Orgs.). **(In)Subordinações contemporâneas: consensos e resistências nos discursos**. São Carlos: EdUFSCAR, 2016, p. 73-100.

uma semiologia histórica, ele pressupõe o resgate da historicidade dos signos não-linguísticos, considerando que a história é inerente à produção e à circulação dos discursos.

Partindo dessa assertiva, a Semiologia, atualmente,

supõe considerar a intervenção da espessura histórica que autoriza determinados paradigmas de leitura para os discursos que se materializam em linguagens mistas (verbal e não verbal) e multicanais (audível e visual), admitindo que a imagem não diz sozinha, ela também é discurso, construído social e historicamente. (GARCIA, 2012, p. 991).

A partir da década de 1980, Courtine (1981), amparado pelo *projeto de arqueologia* de Foucault e das diferentes durações da história - a estrutura, a conjuntura e o acontecimento de Fernand Braudel ([1958] 1990) – e, ajustado e influenciado com os então recentes debates sobre os lugares de *memória* na história, desenvolveu a noção de *memória discursiva*.

Diante desses avanços teóricos, o autor é considerado o pai da memória discursiva, denominou tal conceito, afirmando que “essa noção concerne à existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas” (COURTINE, 1981, p. 52), a qual se difere da memorização psicológica implicadas em processos cognitivos.

O conceito de memória discursiva representa um marco para a Análise do Discurso de orientação francesa, que se estabelece a partir de uma tríplice conjunção de três pilares para AD, Michel Pêcheux, Michel Foucault e Jean-Jacques Courtine. Apontado essa direção, para discutir as relações entre língua e história, Courtine retoma, primeiramente, a noção de interdiscurso pecheutiana, para problematizar a questão da memória e, posteriormente, os postulados foucaultianos de enunciado, formação discursiva, domínio da memória e arquivo, que estão nas bases da *Arqueologia do Saber* (1969).

Vale ressaltar que Pêcheux aproximou-se das ideias de Foucault para pensar o enunciado como acontecimento, com ajuda de Courtine. Embora o texto de Foucault não oferecesse condições específicas para a abordagem da relação entre enunciado (imagem), mídia e política, sua definição de enunciado aponta que ele é um fenômeno semiológico, se compreendermos que a noção de enunciado como função pode abarcar materialidades discursivas constituídas por signos heterogêneos. Por isso, “as noções de enunciado em Foucault e em Pêcheux se complementam na tentativa de esboço de uma análise do uso político da imagem na mídia contemporânea. Falta a esse quadro teórico, a consideração da imagem e do papel da memória”. (NAVARRO, 2012, p. 132).

Diante das inquietações de como a imagem poderá falar na análise do discurso político, Navarro aponta justamente o alargamento da concepção de enunciado. Assim, ele propõe como

possibilidade de fazer Análise do Discurso ao lado da língua, da imagem e da história, tendo como foco não o linguístico ou o imagético, mas a constituição de uma linha de pesquisa cuja objeto é o enunciado:

[...] um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente. Acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado de um lado a um gesto de escritura ou à articulação de uma palavra, mas que, por outro lado, se abre em si mesmo uma existência remanescente no campo de uma memória, ou materialidade dos manuscritos, dos livros **e de qualquer forma de registro**; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas que está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequência que incita, mas ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precederam e o seguem. (FOUCAULT, 1972, p. 40, grifo nosso).

Nesse sentido, compreendemos que o enunciado foucaultiano é de natureza semiológica. Por ser dessa natureza, não implica um caráter sígnico da língua apenas, pode ser linguístico, mas é mais que isso, porque é da natureza do acontecimento que se materializa nas semiologias, isto é, nos diversos sistemas de signos. Assim, nosso estudo do verbal, do não-verbal, das diversas semioses, baseia-se a partir do conceito de enunciado.

Naquele momento histórico do início dos anos 1980, viu-se um crescimento exponencial da mídia e, conseqüentemente uma grande circulação de textos sincréticos, o surgimento da sociedade do espetáculo, em que faziam emergir materialidades não-verbais com total intensidade, em virtude das transformações políticas e sociais no contexto francês, isso fez operar mudanças nas bases fundamentais de investigação pecheutiana – Saussure, Marx, Freud – o que gera à incorporação nas bases epistemológicas da Análise do Discurso, de um novo conceito de história, ao aproximar-se dos historiadores na Nova História e das propostas foucaultianas. Isso faz com que Michel Pêcheux passe a problematizar os arquivos, os objetos e os sujeitos da história.

Nesse contexto, em 1983, realiza-se o colóquio História e Linguística, na Escola Normal Superior em Paris, com o objetivo de se analisar a relação entre língua e história, reunindo, por sua vez, especialistas de várias áreas das ciências humanas e sociais. Naquela altura, é abordada a questão da memória, na mesa redonda intitulada *Papel da Memória*, como já dito anteriormente. Nesse clássico texto, publicado em 1999, Pêcheux dá pistas e indicações para pensarmos a relação da Análise do Discurso com a Semiologia, ao dialogar com o texto do semioticista Jean Davalon, *A imagem, uma arte da memória*, no qual ele aborda o tema da imagem como **operadora de memória social**. Desse modo, Pêcheux propõe que a análise do discurso abandone sua insistência pelos textos escritos e passe a incorporar produções

ordinárias de sujeitos no cotidiano, além de ampliar a materialidade discursiva, de que sejam incorporadas textualidades não-verbais.

Então, a partir dos anos 1980, com a percepção das mudanças nas formas de produção e circulação dos discursos, os pesquisadores franceses observaram outras materialidades, que passaram a ser problematizadas e inseridas tanto no dispositivo teórico quanto nas análises. A partir dessa percepção na transformação do objeto, Pêcheux propõe, em *O papel da memória*, uma releitura das reflexões semiológicas de Roland Barthes, visto que ele seria como uma via aberta para pensar a relação da imagem com o texto e com a memória.

Davallon e Pêcheux (1983) refletem sobre como nessa sociedade a imagem se impõe com força e buscam compreender qual o papel da imagem no estabelecimento da memória coletiva numa sociedade em que a visibilidade é proeminente, assim como quais os efeitos que a imagem produz sobre a memória coletiva. Sobre essas questões, Gregolin assevera:

A reflexão provocada pelos textos de Davallon e Pêcheux – sobre os efeitos da mediação da memória – traz à tona o conceito de *acontecimento*, no sentido que lhe é dado pela Nova História e por Michel Foucault, a partir da ideia de que há diferentes temporalidades na história e, assim, os sujeitos não a vivem somente a partir de uma temporalidade de longa duração, mas também em temporalidades que são da instância do acontecimento. Essa emergência (seja na longa duração, seja na instância do acontecimento) é materializada no discurso, em palavras e imagens. (GREGOLIN, 2011, p. 90).

Nesse contexto, Pêcheux retoma as reflexões anteriores e as estabelece no campo da Análise do Discurso acerca das materialidades não-verbais, considerando a imagem como um dispositivo que opera a memória social no seio da nossa cultura, pois, consoante Davallon, “a imagem, por poder operar o acordo dos olhares, apresentaria a capacidade de conferir ao quadro da história a força da lembrança”. (DAVALLON, 2007, p. 31).

Em uma entrevista concedida ao pesquisador Nilton Milanez⁶⁰, Courtine reconhece a importância de Pêcheux por ele ter admitido a presença da imagem mesmo em uma época em que o estatuto da mesma não era tão obsediante como é atualmente. Pêcheux intuiu e apontou para a necessidade de articulá-la com o discurso, mesmo sem precisão de detalhes. Além disso, ele atrelou à imagem a questão da memória, o que foi considerado um grande avanço. Nesse espaço – imagem, discurso e memória – a intericonicidade se constitui e se fundamenta.

Pêcheux vislumbrou, dessa forma, questões pertinentes para a análise do discurso diante da emergência das discursividades contemporâneas, ainda que ele pouco tenha aprofundado

⁶⁰ Entrevista realizada com Jean-Jacques Courtine, por Nilton Milanez, sobre o texto *papel da memória* de Michel Pêcheux na Sorbonne Nouvelle Paris 3, em 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ujHemzSTlhw&t=7s>> acesso em: mai. 2017.

esta questão. Era um enorme avanço para a teoria naquela época, posto que o próprio Pêcheux naquele diálogo interdisciplinar estava abrindo uma nova frente de possibilidade de análise considerando outras semiologias. Em suas palavras ele nos leva a entender que:

A questão da imagem encontra assim a análise de discurso por um outro viés: não mais a imagem legível na transparência, porque um discurso a atravessa e a constitui, mas a imagem opaca e muda, quer dizer, aquela da qual a memória “perdeu” o trajeto de leitura (ela perdeu assim um trajeto que mais deteve em suas inscrições). (PÊCHEUX, 2007, p. 54-55).

A partir dessa compreensão, Pêcheux (1999) passa a considerar a imagem também uma materialidade discursiva no campo da AD por compreendê-la como dispositivo operador de uma memória social, pois ela comporta, em seu interior “um programa de leitura, um percurso escrito discursivamente em outro lugar”. (PÊCHEUX, 1999, p. 51). Não se trata da imagem em sua natureza imanente, pictórica e simulacro do real, mas a imagem que não está ali, aquela que permanece em outro lugar, que circulou antes, noutra esfera de circulação e tempo histórico, “a imagem opaca e muda”, aquela que retorna como objeto de uma memória coletiva, que é reativada nas novas práticas discursivas porque, as imagens mobilizam sentidos na ordem de uma repetibilidade, obedecendo do mesmo modo uma ordem do olhar na dimensão da história.

Como sabemos, a dimensão histórica esteve presente como elemento fundamental, desde a fundação da AD, mediante a concepção de condições de produção. No entanto, a partir da segunda metade da década de 80, a AD acompanhou o apagamento da esfera histórica em detrimento de uma perspectiva exclusivamente linguística. Nessa esteira, Braga (2012, p.175) afirma que, na medida em que a semiologia histórica “pressupõe o resgate da historicidade dos signos, ela se apresenta à AD, como via possível, tanto na recuperação da esfera histórica que, desde sua emergência, constitui seu objeto, quanto no aperfeiçoamento da História empregada em seus trabalhos”.

Em seus textos, Courtine demonstra insistentemente a necessidade de pensar as mutações das discursividades, apontando os movimentos da memória e do esquecimento que envolveram, na França, o projeto político da análise do discurso depois do desaparecimento de Pêcheux. Com o prenúncio *da hora de começar a quebra dos espelhos*⁶¹, ele instigou novos caminhos para o projeto teórico da Análise do Discurso, entre Linguagem e História. Assim,

⁶¹ No prefácio de Michel Pêcheux “O estranho espelho da análise do discurso” em *Langages* de Courtine, ele referencia a aliança existente entre política e ciência na análise do discurso.

para o linguista e antropólogo, as metamorfoses são novas exigências (teórico e políticas) a serem incorporadas aos percursos desse campo do saber.

Courtine postula a necessidade de alargar o enfoque da AD, apontando as sucessivas reorganizações pelas quais passou o discurso político na sociedade contemporânea. A partir dessas aberturas teóricas, foi possível o estudo de diferentes naturezas de discursos. Para isso, o autor apresenta algumas respostas a essa exigência de renovação, por meio da desconstrução da língua de madeira, ocasião para nos apresentar exercícios analíticos, a partir dos quais ele nos indica, simultaneamente, a mudança do objeto e a necessidade de incorporação de novas práticas de análise. Esses exercícios focalizam, particularmente, o discurso comunista na França, cujos enunciados mostram contradições e divisões de sentido. Essa heterogeneidade é observada, sobretudo, pela lente das metamorfoses do discurso político contemporâneo, mostrando a existência de novas práticas adequadas ao aparato áudio-visual de informação. (GREGOLIN, 2006, s/p).

Ainda, conforme Gregolin, Courtine fala a partir de três lugares:

i) do lugar de quem participou, junto com Michel Pêcheux, da constituição de um campo teórico instável, ele faz a história e a crítica da Análise do Discurso; ii) do lugar de quem enxerga, a partir dos anos 80, as transformações e a necessidade de deslocamentos, ele analisa as mudanças do discurso político a partir das desconstruções das línguas de madeira; iii) do lugar de quem esteve, durante quinze anos, na América e pode olhar as transformações das sensibilidades políticas nos dois lados do Atlântico (Estados Unidos e França), ele fala das mutações das discursividades políticas. (GREGOLIN, 2006b, p.5-6, grifo do autor).

Assim, a partir desses três movimentos, notórios em seus trabalhos, podemos então encontrar elementos para a compreensão dos desenvolvimentos teóricos da Análise do Discurso, dos deslocamentos de um projeto teórico-político que se iniciou na França no final dos anos 1960 com os movimentos da História, e das mutações de seu principal objeto, o discurso político, cujas transformações estiveram fortemente influenciadas pela emergência da mídia.

Nas reflexões de Gregolin (2006b, p.5, grifo do autor), “J.-J. Courtine sempre foi um pensador inquieto, inconformado com as localizações fixas. Nunca quis afirmar-se linguista ou historiador: buscou as duas coisas ao mesmo tempo (e, talvez, nenhuma delas), fazendo análise do discurso e situando-se, portanto, em um campo de fronteiras instáveis”.

Conforme os estudos desenvolvidos por Piovezani (2009), em que faz reflexões teórico-metodológicas importantes para a análise do discurso político atual, destaca o percurso epistemológico da AD e a conjuntura política, cultural e intelectual francesa e brasileira, trazendo as contribuições da semiologia histórica proposta por Courtine aos estudos do

discurso, com vistas a alargar as possibilidades de análise do objeto político considerando suas mutações. Segundo Piovezani (2009, p. 166), a partir do início dos anos 1980, na França, “a AD progressivamente gramaticalizou-se, isto é, as análises cada vez mais se debruçavam sobre os fenômenos linguísticos, em detrimento da dimensão histórica”; houve assim, um distanciamento de boa parte dos analistas franceses da dimensão histórica do discurso, conforme salientam as críticas de J-J. Courtine (2005b) e J. Guilhaumou (2004). Entretanto, após ter trabalhado, no final dos anos 1970 e começo dos anos 1980, sobre um *corpus* de discurso político escrito e transcrito como tradicionalmente se fazia em AD (1981), Courtine desloca seu enfoque teórico e segue seus procedimentos analíticos em direção às perspectivas históricas e antropológicas, com o objetivo a compreender as metamorfoses do discurso político contemporâneo.

Em conjunto com Claudine Haroche, em a *História do rosto* (1988), Courtine busca na interpretação da história do rosto, uma história da emergência da expressão, detendo-se inicialmente na moderna expressividade do rosto. Ele se filia principalmente ao paradigma indiciário de que trata Ginzburg ([1986] 2003), em que “consiste na reformulação de uma longa tradição no interior da qual se encontra um conjunto de saberes populares, técnicas, artes e disciplinas que trabalham a decifração dos signos corporais” (PIOVEZANI, 2009, p.186). É, sobretudo, a partir desse paradigma que Courtine engendra a “semiologia histórica”.

Deste modo, sob o esteio do paradigma indiciário, a semiologia histórica manifestou-se como uma possibilidade de compreender as diversas práticas e representações da expressividade do corpo, em diferentes contextos históricos. Por esse motivo, Courtine & Haroche (1988, p. 19) concluem que

O trabalho de Ginzburg, além disso, abre perspectiva de uma Semiologia histórica. Ela compreende elementos e sugestões que permitem retornar às próprias origens da Semiologia, nas práticas de decifração do corpo humano e de seus signos. [...] Permite ainda dar novamente vida a um projeto semiológico que derivou para uma Semiótica a-histórica e formal, preocupada somente com a dimensão textual dos signos. (COURTINE & HAROCHE, 1988, p. 19, grifo dos autores).

Formulado por Courtine, a semiologia histórica nasce da conjunção entre uma perspectiva discursiva e alguns aportes provenientes da História cultural, da Antropologia histórica e da Semiologia, cuja expressão é datada de 1985, ano da escrita dos dois artigos⁶² em que ela se manifesta inicialmente. Desde a segunda metade da década de 1980, seus trabalhos

⁶² Language, Political Discourse and Ideology ([1987] 2006) e L’homme dévisagé (Semiologie et Antropologie historique de la physionomie et de l’expression du XVIIème au XIXème siècle” (1986; escrito com Claudine Haroche).

sobre a genealogia e a epistemologia da AD e sobre o discurso político contemporâneo conduziram-no a uma certa inflexão de enfoque e de procedimentos em direção às perspectivas históricas e antropológicas, em princípio, em torno das práticas e representações do rosto e, mais recentemente, dos modos de pensar, sentir e fazer do corpo. (PIOVEZANI, 2009, p. 22).

Piovezani acredita que “a partir da Semiologia histórica, muitos trabalhos de AD talvez pudessem sofisticar sua concepção de história e aperfeiçoar sua noção de texto”, ampliando e refinando o conceito de texto ao considerá-lo como *manifestação material concreta do discurso*, manifestados em diversas linguagens. Isso porque frequentemente nos deparamos com algumas confusões entre sistemas semióticos e unidade textual. O discurso político, dessa maneira, por exemplo, veiculado nas redes sociais apresenta-se em textos cuja formulação se dá em múltiplas linguagens – a verbal, a imagética, a gestual (sincréticas) – e cuja manifestação material se instaura por meio de dois canais: o sonoro e o visual.

Fundamentados nos postulados da Semiologia histórica de Courtine, visamos a uma certa reabilitação da densidade histórica que atravessa toda e qualquer discursividade, com vistas a inscrevermos nosso objeto de reflexão e análise na intersecção de múltiplas durações e a considerarmos, mesmo que sumariamente, a historicidade das memórias que ele atualiza, dos recursos que ele emprega, quando de sua formulação, e da forma do objeto cultural por intermédio do qual ele se manifesta materialmente e circula na sociedade. (PIOVEZANI, 2009, p. 204).

Para Piovezani (2009), então, a semiologia histórica pode simbolizar um avanço em direção a um aperfeiçoamento da espessura histórica nos trabalhos da AD, já que é possível operar a história na interpretação dos discursos, contemplando-a em diferentes temporalidades e graus de análise, posto que a história atravessa toda discursividade. Nesse viés, o autor assevera que a Análise do Discurso, a seu modo, “representou uma notável metamorfose na abordagem da história no interior dos estudos linguísticos”:

Na medida em que, diferentemente da maior parte da “Linguística” do século XIX, que focalizava as mudanças linguísticas produzidas pela evolução cronológica das línguas e da Linguística estrutural moderna, que tendia a apagar a história, detendo-se na imanência dos sistemas linguísticos, a AD sublinhou a historicidade dos usos da língua. Não se tratava, nesse caso, de conceber os fatos e conteúdos da história refletidos em documentos textuais, mas de considerar que a produção e a interpretação discursivas inscrevem-se na história, ou seja, que os discursos e textos que os recortam e manifestam são objetos históricos. (PIOVEZANI, 2009, p. 201).

Ainda conforme Piovezani (2009), alguns clássicos trabalhos franceses em AD destacavam a dimensão ideológica e política dos discursos e refletiam sobre questões relativas às concepções de história até meados da década de 1980. Depois desse período, vimos a AD

institucionalizar-se no interior do campo das ciências da linguagem em geral e da Linguística em particular, focalizando, desse modo, a dimensão linguística da discursividade em detrimento do âmbito histórico.

Diferentemente dessa inobservância em relação à historicidade, como já vimos, Courtine (2003, 2006, 2013, 2015, 2016) tem desenvolvido um trabalho precursor que elege o discurso político como objeto de reflexão e análise à luz da semiologia histórica. Movido pela observação das transformações do discurso político, ele traz características de um trabalho marcado pela transdisciplinaridade, desde o envolvimento com os estudos da análise do discurso, passando pelas investigações históricas que tratam das mudanças modernas e contemporâneas do discurso político, resultantes do desenvolvimento do aparato audiovisual, sobretudo da televisão, que o conduziu a pensar nas expressões do rosto, do corpo e do olhar, numa visada antropológica e da História Cultural⁶³.

Com efeito, o surgimento de uma nova tecnologia conduz à emergência de novos modos de pensar e sentir, conseqüentemente, novos modos de formulação semiótica e de circulação histórico-social dos discursos. Como mencionado, a transição da fala pública política do palanque, do rádio, da tevê, nas plataformas virtuais, por meio do computador, implica no surgimento de novas cenas enunciativas, novas dinâmicas, novas formulações semiológicas, que por consequência, provoca metamorfoses no uso de elementos linguísticos, dos gestos, da expressão, da voz, do corpo. Diante de tais transformações, estudiosos do discurso veem-se impelidos a dar seguimento a um projeto teórico metodológico que considerem a natureza sincrética do discurso atual, atravessado pelas mídias digitais, e ao mesmo tempo, considere sua dimensão histórica e suas mutações.

Piovezani (2009, p. 264) analisa o deslocamento dos discursos em palanques para os discursos no rádio e na tevê:

A ausência do contato direto implicou a queda de temperatura da fala pública. Mas, conforme já assinalamos, o rádio, antes de ter sido a causa exclusiva desse arrefecimento, foi a intensificação de um processo que mistura temporalidades históricas distintas e fatores sociais e econômicos diversos. Com efeito, no século XIX, conviviam a herança da grandiloquência e a emergência de uma espécie de oratória democrática que requeria a adoção de formas discursivas mais curtas e a promoção de efeitos dialógicos e conversacionais. [...] Essa política sem contato tem na tevê um forte aliado e um instrumento que a intensifica sensivelmente. A televisão “compensa” a distância que nela se estabelece entre o falante e os espectadores, simulando uma presença e uma proximidade. [...] No deslocamento da fala pública do palanque para a tevê produz-se a inversão de um paradoxo: passa-se de uma *distância próxima* para uma *proximidade distante* (PIOVEZANI, 2009, p. 264, grifo do autor).

⁶³ Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública (2006); Decifrar o corpo: pensar com Foucault (2013); História do rosto: exprimir e calar emoções (2016), este último com colaboração de Claudine Haroche.

Constatando uma série de transformações no verbo, no corpo e na voz, Piovezani nota que a fala pública se inscreve em um esquema da comunicação e começa a deixar o domínio retórico, no qual privilegia o orador. Assim, no final do século XIX e no começo do século XX, o aparecimento de uma problemática da comunicação pode ser compreendido como um reflexo das mudanças tecnológicas.

Um exemplo dessas mutações é o modo como a política tem se aproximado das disputas esportivas, “o abrandamento dos tons enfáticos, a decadência dos longos pronunciamentos e a rarefação dos monólogos, em benefício da conversação, fazem com que seja o esporte, e não a guerra ou o conflito ideológico, e alegoria mais adequada para caracterizar a fala política televisiva”. (PIOVEZANI, 2009, p. 273). Além disso, pensar a política como esporte é considerar o espetáculo permanente. De certo modo, “a política incorporou e foi incorporada por um espaço espetacular sem lógica, formas e conteúdos próprios, aos quais o discurso político precisou se adaptar com o surgimento dos *media* de comunicação de massa”. (PIOVEZANI, 2009, p. 273).

Ainda, de acordo com esse autor, a fala pública agenciada por essa ordem incorporou em seu funcionamento os modos de ação e as astúcias da liquidez. No discurso político televisivo, verifica-se “uma consonância entre a supressão de elementos característicos de sua memória, a heterogeneidade e a brevidade de suas configurações semióticas, a rapidez dos modos e meios de sua circulação e das formas de recepção que ele projeta”. (PIOVEZANI, 2009, p. 275).

As discursividades políticas contemporâneas se caracterizam pelo predomínio de algumas questões levantadas por Piovezani:

i) a ideologia do apagamento da ideologia; ii) a formulação multissemiótica fragmentada, que se manifestam em gêneros, sequências verbais e imagéticas, fórmulas e expressões que privilegiam a velocidade e a autorreferência entre diferentes setores da mídia; e iii) os suportes nos quais essas discursividades materializam-se e mediante os quais elas circulam rapidamente na sociedade (PIOVEZANI, 2009, p. 275).

Assim, historicamente, esse movimento teórico foi motivado pela constatação de que o discurso político havia se modificado. Por essa razão, julgamos relevante compreender o funcionamento desses discursos nas instâncias de circulação discursiva para fazer uma análise que contemple todos esses mecanismos de produção e circulação, de modo que não ocorra limitações à interpretação das discursividades políticas contemporâneas.

Ademais, Manzano (2012), observando também o discurso televisivo, em especial, a fala pública na televisão, coloca em evidência a ordem do olhar⁶⁴ sobre a imagem, um novo modo de recepção das imagens e a ilusão da *visibilidade total*:

As mídias e as tecnologias de informação atuais passaram a regular o discurso político televisionado, que passou a se materializar em textos sincréticos; além disso, na formação e circulação desse novo discurso, sobrevinham aspectos históricos, sociais e simbólicos. Num percurso que investiga os sentidos em sua espessura histórica, na longa duração, descobre-se uma série de transformações históricas de diferentes durações, que contribuem para a aferição de mudanças bastante significativas nas práticas de produção e de interpretação do discurso político. Esse percurso de investigação que busca a interpretação do funcionamento conjunto desses aspectos de configuração do discurso político, no qual se incorporam e se fundem várias linguagens, foi chamado de Semiologia Histórica. (MANZANO, 2012, p. 304).

Sob esse prisma, conforme assevera Courtine (2009), para analisar as transformações do discurso político, que passa a ser televisionado e a se constituir de verbo, som, gesto e imagem, o teórico, a partir de seu estudo sobre o *discurso político comunista endereçado aos cristãos* (1981; 2004; 2006), propõe alargar o escopo da análise do discurso político, deslocando o enfoque teórico tradicional da AD sobre corpora predominantemente escritos e se coloca em direção às perspectivas históricas e antropológicas, como também em reflexões a respeito de práticas e representações do rosto, e, em trabalhos mais recentes, sobre as práticas e representações do corpo.

Inclusive, em suas reflexões acerca da relação entre mídia e discurso, na qual ele ressalta o fato de que as mudanças tecnológicas transformaram os regimes de discursividade, observamos que as técnicas audiovisuais de comunicação política promoveram toda uma pedagogia do gesto, do rosto, da expressão. Elas fizeram do corpo um recurso central da representação política. (COURTINE, 2003, p. 21-34).

Diante disso, para dar conta das diversas metamorfoses e das novas materialidades que constituem o discurso político contemporâneo, torna-se imprescindível adotar a perspectiva de que o objeto da AD não é somente linguístico, mas semiológico. São por essas razões que Courtine (2009) defende a necessidade de uma semiologia histórica do discurso; ele entende

⁶⁴ MANZANO (2012, 2014, 2016), reflete sobre a necessidade de voltar-se para os modos de reprodução e transmissão dos discursos alocados nos meios audiovisuais para observar a **ordem do discurso** dentro da qual se instaura uma **ordem do olhar**. Desse modo, a ordem do olhar é estabelecida da noção de a ordem do discurso concebida por Michel Foucault em suas reflexões sobre a regência do que pode e deve ser dito. Assim, o que pode e deve ser visto delimita e controla o que será transmitido na televisão, por exemplo. Para Manzano, a espessura histórica que compõe uma semiologia da mensagem política, formulada por Courtine ([1981] 2009) ajuda a compreender a formação e a formulação do discurso político pelo/para o meio audiovisual. Assim, o dizer e o olhar na televisão são coagidos pelos saberes que circulam numa sociedade em um dado momento histórico, que favorecem (ou coíbem) a formulação do verbo em consonância com a imagem.

que é importante “o projeto de uma análise dos discursos, que atribua à discursividade sua espessura histórica, não está caduco” (COURTINE, 2009, p. 9).

Assim, o pesquisador francês postula então a necessidade de alargar o enfoque da AD, considerando a constituição, a formulação e a circulação da discursividade política contemporânea, pois as mudanças sofridas pelo discurso político contemporâneo, as quais podem ser resumidas no fenômeno da *espetacularização da política*⁶⁵, “envolvem fatores de diversas temporalidades históricas, como a queda dos regimes totalitários, a despolitização e a dissolução de massas, o advento das novas tecnologias, bem como a apropriação de estratégias publicitárias pela fala política”. Dessa forma, as alterações no discurso político promovem e configuram transformações históricas e técnicas, de modo que nele se articulam novos valores e sensibilidades (PIOVEZANI, 2009, p. 171).

Ademais conforme Courtine (2006), “o vento da “pós-modernidade” soprou sobre as formas de representação política: a teatralidade do espetáculo político transformou-se profundamente com as novas mídias, que perturbaram o lugar da fala na comunicação política”. O discurso das grandes narrativas perdeu sua eficácia; ele é, desde então, indissociável da imagem do homem político e está frequentemente subordinado a essa imagem. (COURTINE, 2006, p. 112).⁶⁶

Pensando nessas mutações das discursividades da política contemporânea, esse fenômeno nos conduz à emergência de novos modos de pensar e sentir e, por conseguinte, novos modos de formulação semiológica e de circulação histórico-social dos discursos. Sobretudo, com as novas formas de mídia de imagem, o modo como a imagem tenta dominar o discurso, vimos a passagem de uma análise linguística do discurso para uma análise semiológico-discursiva, posto que o estatuto do discurso imagético atual nos convida a pensarmos sobre a natureza histórica e antropológica das imagens. Nesse sentido, Courtine reflete acerca dessa mutações que afetaram a palavra pública contemporânea:

[...] E que disso resultou uma inundação de discursos “líquidos”, para usar a expressão de Zygmunt Bauman, efêmeros, voláteis e descartáveis, onde as longas e laboriosas demonstrações dos programas compactos de ontem desagradavam em fórmulas e se disseminavam em imagens. Estas discursividades novas implicavam modos de produção, de circulação e de recepção que quase não podiam mais deixar-se compreender exclusivamente a partir das palavras e das formas sintáticas. (COURTINE, 2013 p. 30).

⁶⁵ Vale ressaltar que essa ideia é proveniente da *sociedade do espetáculo*, proposta por Debord (1967).

⁶⁶ Essa referência nos faz pensar também no aspecto da constituição do homem político e de seu *ethos*. O que faremos mais adiante, quando tratarmos da noção de *ethos* na política contemporânea.

Essa transmutação da palavra em imagem vem sendo paulatinamente operada pela mediação do corpo do sujeito, que apaga a materialidade da letra transformando-a em iconografia. (MILANEZ, 2011).

Considerando o contexto de crescimento exponencial da mídia, e de grande circulação de textos sincréticos, em que as materialidades não verbais faziam a visualidade emergir com força total, era contexto propício para que os teóricos da AD pensassem essa problemática, quais sejam: as mutações do objeto e da materialidade discursiva; o funcionamento da imagem na mídia; a ordem do discurso e a ordem do olhar que regem a interpretação dos efeitos de sentidos produzidos pela materialidade imagética e o tipo de operação com a memória social, coletiva e cultural feita pelas imagens.

Desse modo, nos anos 80 era possível observar as instâncias da historicidade e da discursividade inscritas na materialidade da imagem. Essas instâncias, também consideradas por Courtine (2009), dão lugar a outro modo de observar a materialidade da imagem a partir de seu funcionamento social: ela não comporta em si um modelo de língua, ainda que possam ser encontrados indícios e traços do surgimento de um sentido, não se encontram propriamente os signos linguísticos. “A imagem significa a partir de (re)atualização dos sentidos inscritos em uma memória visual: os sentidos da imagem circulam a partir de práticas sociais reconhecidas na sua materialidade” (MANZANO, 2015, p. 76)

Considerando o postulado fundamental da AD, segundo o qual o discurso se constitui na confluência entre a linguagem e a história, a semiologia histórica vai em direção justamente dessa relação, pensar como o discurso circula socialmente nas diferentes temporalidades da história que incidem de diferentes modos na constituição e formulação da discursividades, isto é, na configuração semiológica do objeto e o peso de sua historicidade, contribuindo sobremaneira para o enfrentamento das novas discursividades contemporâneas.

O fio condutor, enfim, dá-se pela inserção de uma perspectiva semiológica no interior da Análise do Discurso como possibilidade de uma correlação entre esses domínios para empreender o exercício da descrição/interpretação da materialidade não verbal, a partir de novas inscrições do discurso político na contemporaneidade, suscitadas pela emergência de objetos imagéticos.

Diante disso, a semiologia histórica é uma proposta que busca construir uma perspectiva teórica que enseja a espessura histórica dos discursos, além de considerar uma unidade textual baseada no caráter sincrético que a constrói. Nesse sentido, a Semiologia histórica mostra-se como via possível na ampliação e renovação da Análise do Discurso, na medida que propõe uma renovação na sua capacidade analítica, explorando seus limites e a coloca diante de

desafios frente a nova configuração discursiva e aos novos modos de produção e circulação discursiva:

[...] deverá ainda desvencilhar-se do preconceito filológico que a cerceia desde muito tempo e que levou a privilegiar, de modo quase exclusivo, o domínio das palavras, ao passo que é impensável que pretendamos ainda hoje, separá-las das imagens – imagens fixas e imagens em movimento – e que não consagremos ao funcionamento das imagens e à sua relação com o discurso a mesma atenção minuciosa que dispensamos aos enunciados verbais. [...] É crucial saber como elas significam, como uma memória das imagens as atravessa e as organiza, ou seja, uma *intericonicidade* que lhes atribui sentidos reconhecidos e partilhados pelos sujeitos políticos que vivem na sociedade, no interior da cultura visual. (COURTINE, 2008, p. 17), “grifo do autor”).

Sob esse prisma, Courtine propõe a necessidade de explorar o funcionamento de textos sincréticos com o intuito compreender o papel exercidos pelas novas mídias e tecnologias no processo de produção e circulação do discurso político na contemporaneidade, de modo a resgatar a dimensão histórica das imagens. Para isso, ele dirá que a imagem, além de um modelo de língua, é um modelo de discurso, o que nos faz considerar a ideia de que a imagem mantém com a memória a mesma relação que um discurso verbalmente materializado o mantém. Assim, do mesmo modo que os discursos verbais são perpassados por memórias que os fazem significar, o mesmo ocorre com as práticas não-verbais.

Reconhecendo essa configuração, Courtine (2011, n. p) propõe que o trabalho com a imagem seja da mesma maneira como falamos do discurso. “A imagem é como o discurso, mas também com o discurso; a imagem é ininterpretável fora do laço do discurso que a acompanha”.

2.2 A intericonicidade: uma memória das imagens

Depois de alguns estabelecimentos teóricos como o conceito de *interdiscurso*, mobilizado pelo grupo de Pêcheux em Paris, e do conceito de *enunciado*, no viés foucaultiano, Courtine funda a noção de *memória discursiva* a partir desses alicerces. Nesse novo momento, vão se estabelecer as bases para o estudo do funcionamento discursivo das imagens para além do modelo de língua outrora apresentado.

Courtine deixa a França em 1980 e afasta-se das discussões francesas em torno do discurso e passa 20 anos pesquisando e ensinando nos Estados Unidos; ao retornar à França, em 2003, na Sorbonne Nouvelle, Paris III, ele se declara não mais analista do discurso, distanciando-se daquilo que fazia nos anos 1980 e focaliza suas preocupações acerca da historicidade das imagens.

Por conseguinte, Courtine parte de uma crítica à semiologia da imagem, da forma como ela era considerada em Barthes e em outros, cuja compreensão do signo icônico era vista como algo da ordem da linguagem, ou, muitas vezes, como algo da ordem da língua, no sentido saussuriano. Sua crítica incide justamente porque essa semiologia se distanciou demais da compreensão do que é imagem. A partir disso, ele desenvolve a intericonicidade, considerada, por ele próprio, complexa, retomando o conceito de memória discursiva para que pudesse dar conta, concomitantemente, dos conceitos e da metodologia no campo da análise das imagens.

Segundo Courtine (2013), “a ideia de memória discursiva implica em não haver discursos que não sejam interpretáveis sem referência a uma tal memória”. Isso também caberia na compreensão da imagem, isto é, “toda imagem se inscreve no interior de uma cultura visual e essa cultura visual supõe a existência de uma memória visual no indivíduo, de uma memória das imagens na qual toda imagem tem um eco”.⁶⁷

O interesse de Courtine é justamente fazer funcionar a arqueologia foucaultiana que o leva, dentre outras categorias, à intericonicidade: “A questão posta aqui é dar formas materiais de uma cultura visual de massa.” (COURTINE, 2008, p. 280).

A noção de *intericonicidade*⁶⁸ decorre do conceito de memória discursiva, atrelado à sua leitura em M. Foucault “[...] a noção de memória discursiva diz respeito à existência histórica do enunciado no interior das práticas discursivas regidas por aparelhos ideológicos”. (COURTINE, 2009, p. 105-106).

Considerando, portanto, a natureza semiológica do enunciado, Courtine formula seu conceito de memória discursiva⁶⁹, na qual apresenta-se tanto no interior de práticas verbais, quanto no interior de práticas não-verbais. Então, ao introduzir a noção de intericonicidade, Courtine buscava destacar o caráter discursivo da iconicidade, uma vez que “mais do que a um modelo de língua, era a um modelo do discurso que a imagem precisava se referir”. (COURTINE, 2013, p. 45).

Desse modo, Courtine chega à conclusão de que analisar os discursos não poderia mais se limitar a caracterizar um *corpus* a diferentes níveis de funcionamento linguístico, mas a “pensar e a descrever a maneira com a qual se entrecruzam – na materialidade do arquivo quanto

⁶⁷ Foucault e a história da análise do discurso, olhares e objetos. Entrevista com Jean-Jacques Courtine. MILANEZ, Nilton. Foucault e a história da análise do discurso, olhares e objetos. Entrevista com Jean-Jacques Courtine. In: MARQUES, Welisson; CONTI, Aparecida; FERNANDES, Cleudemar Alves. (Org.). Michel Foucault e o discurso: aportes teóricos e metodológicos. 1ed. Uberlândia: Edufu, 2013, v. 1, p. 37-63.

⁶⁸ Essa noção proposta por Courtine foi introduzida no Brasil a partir dos trabalhos desenvolvidos por Milanez (2006a, 2006b).

⁶⁹ A noção de memória discursiva concerne à existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas (COURTINE, 1981, p. 52).

no suporte “psíquico” das memórias individuais e coletivas – regimes de práticas, séries de enunciados, redes de imagens” (COURTINE, 2013, p. 31). E para isso, retomou a leitura de *A arqueologia do saber* (1969), permanecendo mais próximo à Foucault:

Quanto a mim não vejo obstáculo algum diante do fato da perspectiva arqueológica poder assumir as imagens como objeto. Vejo nisso, inclusive, uma vantagem maior, enquanto ela permite abandonar de vez o paradigma semiológico de tratamento das imagens sobre o modelo de língua, para inscrevê-las, ao lado dos discursos e ligados a estes, na análise histórica da materialidade de saberes. (COURTINE, 2013, p. 155).

O autor (2013, p. 155) levanta duas questões ainda junto a Foucault, dois elementos que são considerados por ele essenciais na compreensão da dimensão antropológica e histórica das imagens: “a noção de “domínio de memória”, condição de possibilidade de saberes; e, novamente, do “dispositivo”, que pode esclarecer os poderes inéditos que se advinham no processo tecnológico de produção e disseminação das imagens (...)”.

A intericonicidade pressupõe, desta maneira, o estabelecimento de relação de imagens. Como o próprio Courtine defendia “não há imagens que não nos faça ressurgir outras imagens, tenham essas imagens sido vistas antes, ou simplesmente imaginadas”. (COURTINE, 2013, p. 45). A imagem, então, seria um operador de memória social, comportando no interior dela mesma um programa de leitura, conforme nos alertou Pêcheux.

Percebemos que ao olhar para as imagens, veremos discursos que preexistem nelas; isso nos mostra que a produção dos discursos das imagens enquanto domínio da memória são efeitos de definição, transformação, apagamento, rupturas com um já dito. Assim, “o domínio da memória focaliza encadeamentos que indicam a referência do lugar de um objeto em certo ângulo da história”. A memória, nesse sentido, exerce o papel de regulador das imagens em circulação. (MILANEZ, 2013, p. 353).

A partir dessa noção, Courtine (2005, 2008) aponta para uma questão fundamental - resgatar a dimensão histórica das imagens. O conceito de intericonicidade vem para isso, coloca em jogo a relação entre imagens internas e externas ao sujeito: “[...] as imagens de lembranças, as imagens de memórias, as imagens de impressão visual armazenadas pelo indivíduo. Imagens que nos façam ressurgir outras imagens, mesmo que essas imagens fossem apenas vistas ou simplesmente imaginadas.” (COURTINE, 2005).

Assim, a intericonicidade propõe dar um tratamento discursivo às imagens, particularmente, à “memória das imagens”:

Supõe, considerar as relações entre imagens que produzem os sentidos: imagens exteriores ao sujeito, como quando uma imagem pode ser inscrita em uma série de imagens, uma arqueologia, de modo semelhante ao enunciado em uma rede de formulações, em Foucault; mas também imagens internas, que supõem a consideração de todo conjunto da memória da imagem no indivíduo, e talvez também os sonhos, as imagens vistas, esquecidas, ressurgidas ou fantasiadas que frequentam o imaginário. (COURTINE, 2011, p. 160)

Nesse viés, como se nota, o princípio da intericonicidade acompanha a mesma orientação que o de interdiscursividade⁷⁰, uma vez que

busca historicamente outro texto que já está ali presente e não em outro lugar, que aparece de forma apagada, mas que precisa de um mecanismo material para ser decifrado, seja pelas similitudes das imagens, pela repetição de sua historicidade ou pela recuperação do arquivo memorial coletivo” (MILANEZ, 2013, p. 350).

As imagens são constituídas de memória, elas carregam memórias de histórias de outras imagens que são recuperadas por meio de repetições, retomadas e/ou esquecimentos. Na ótica de Courtine (2006), o conceito de intericonicidade concerne às imagens que são lembradas, evocadas, ressurgidas quando vemos ou simplesmente imaginamos uma imagem. Essa noção refere-se, então, ao diálogo de uma imagem com outras exteriores a ela, pois como se percebe, toda imagem tem um eco, e isso concerne à historicidade da imagem.

Considerando, assim, a natureza do enunciado exposto na Arqueologia foucaultiana, ou seja, sua “natureza semiológica”, como vislumbra Gregolin (2008, p. 29), a memória discursiva, tal qual formulada por Courtine, conforme já dissemos, pode apresentar-se tanto no interior de práticas verbais, quanto no interior de práticas não verbais, “permitindo a circulação e tornando possível a articulação tanto entre um já-dito e um dizer quanto entre um enunciado e sua formulação” (MILANEZ, 2006, p. 78). É, pois, dessa configuração que se processa a noção de intericonicidade.

Nesse sentido, há uma necessidade de atualização da abordagem teórica para os estudos de uma memória do não-verbal, deslocando o conceito de interdiscurso e apresentando aquilo que se estabelece como intericonicidade, isto é, a memória do icônico. “A memória do icônico pressupõe uma dupla história: uma interior, relacionada com o próprio sujeito e suas produções mentais, e outra exterior, que se estabelece na materialidade (por meio de um suporte – médium) externa ao indivíduo.” (Sá et al., 2012, p. 283). É, então, nesse sentido interdiscursivo que se

⁷⁰ Em *Décifrar o corpo: pensar com Foucault* (2012), Courtine estabelece a relação de intericonicidade com o interdiscurso.

compreende a intericonicidade. Para Sá et al., a memória do icônico se estabelece a partir de uma memória interior e outra exterior.

Ainda, sobre as imagens e memórias, Braga reflete sobre o papel exercido pelas mídias digitais no processo de produção e circulação de textos sincréticos, e seu funcionamento na contemporaneidade:

Através da circulação dessas memórias imagéticas, ou dessas intericonicidades, a grande mídia brinca com a memória, construindo identidades mediante um jogo que parte da tradição e faz irromper novos discursos. Vicissitudes da mídia, sentidos da história, identidades que se cruzam: entre o dado e o novo, a intericonicidade aparece como um lampejo, como diria Gregolin (2008), um clarão, lançando luz sobre a produção de sentidos e identidades no interior de uma cultura visual. Seus frutos estão produzidos na instantaneidade de um acontecimento discursivo. (BRAGA, 2012, p. 179).

Diferentemente das práticas de leitura proporcionadas pela mídia tradicional (televisão, jornais), as quais oferecem uma memória horizontal, os sites e as redes sociais possibilitam uma nova forma de leitura, caracterizada pela não-linearidade, descontinuidade e fragmentação, oferecendo uma gama de recursos que podem ser tomados pelos interlocutores, uma vez que podem navegar no sistema.

O discurso tradicional ao migrar para a internet adquiriu um novo espaço de enunciação, proporcionando novas possibilidades de construção e apreensão dos discursos. Constroem-se efeitos de proximidade, além de criar diversas ferramentas de interatividade. As postagens sofrem constantes alterações e substituições, típicas dos discursos líquidos, da volatilidade e da fluidez.

A política *online* é a arena da visibilidade incessante através, principalmente, da imagetização do discurso. Nesse “espaço do visível”, da exposição em seu grau mais elevado, o discurso político se espetaculariza, se midiaticiza e se constitui pela materialidade sincrética. Nesse sentido, a utilização de recursos imagéticos é preponderante nas postagens dos candidatos analisados. Há sempre uma fotografia, uma *selfie*, uma imagem em movimento, um vídeo. Os textos escritos são geralmente curtos e fragmentados e servem como forma de legenda da imagem, na maioria das vezes. Vejamos as análises das Sequências Enunciativas⁷¹ (SE) a seguir, nas quais poderemos observar como são operados esses conceitos:

⁷¹ Empregaremos o conceito “Sequência Enunciativa” (SE) para analisar o *corpus* desta pesquisa. Como sabemos, se no primeiro momento da AD o arquivo era composto por documentos, quase sempre de cunho oficial, impressos e já analisados por historiadores, cuja materialidade, quando referida, era tomada como evidência, em momentos seguintes, em especial após os anos 1980, o arquivo é problematizado concernindo às diferentes linguagens, reestabelecendo seus diferentes aspectos semiológicos e, levando em conta as diferentes materialidades nas quais

Seq. Enunciativa 1: A memória da imagem: ACM Neto e a referência política de seu avô, ACM



Fonte: desciclopedia.org/ACM

As imagens operam memórias. Conforme o princípio da intericonicidade, a imagem resgata historicamente outro texto que já está ali presente, e que são recuperadas por meio de retomadas, repetições e/ou esquecimentos.

Ao lermos Milanez (2013), que empreende suas análises considerando o enunciado em sua espessura histórica de natureza semiológica, compreendemos a ideia de intericonicidade

os discursos emergem. J. Guilhaumou e D. Maldidier, ao ponderarem sobre a “configuração metodológica” da AD, apontam mudanças na constituição da teoria. A AD passa de uma disciplina de programas e métodos para uma disciplina interpretativa, e nisso está envolvida, conseqüentemente, a mudança no tratamento do objeto de análise – passa-se da análise das **sequências discursivas** presentes em um *corpus* para a operação de **leitura do arquivo**. Essa preocupação também é expressa por Pêcheux, em um artigo publicado na revista *Buscila*, em 1984: “Ela [a AD] partilha com a tradição lexicométrica a prática de construção de *corpus* e o recuso eventual a algoritmo informatizados, mas ela não se interdita de supor estruturas sintáticas sob a sucessão das unidades lexicais. Ela partilha, por outro lado, com as tradições semiológicas e semióticas (que, aliás, designam seus trabalhos como análises de discurso) o cuidado de apreender e de descrever as condições estruturais da existência do sentido, mas sem autorizar a supor estruturas lógico-semânticas subjacentes às sequências discursivas. Ela partilha, enfim, com a perspectiva arqueológica foucaultiana, o cuidado de considerar as condições históricas de existência dos discursos na sua heterogeneidade, mas ela visa a reintroduzir explicitamente no campo a problemática da língua (PÊCHEUX, ([1984] 2011, p. 100). Assim, considerando a **noção de enunciado** à luz foucaultiana, que é de natureza semiológica, isto é, não implica um caráter sígnico da língua apenas, pode ser linguístico, mas é mais que isso porque é da natureza do acontecimento que se materializa nas semiologias, nos diversos sistemas de signos. Por isso, adotamos o emprego da **Sequência Enunciativa**; a análise enunciativa deve ser feita por meio do empreendimento da história, porque é através dela que se pode retomar enunciados que foram ditos e permanecem “conservados ao longo do tempo e dispersos no espaço”. (FOUCAULT [1969] 2007, P. 137). Ler o arquivo hoje significa “ler a circulação de sentidos”, articulando os princípios da de dizibilidade, conservação, memória, reativação e apropriação àquele de circulação no qual estão envolvidos o gênero e o tipo de suporte, a quantidade, a intensidade, a velocidade e a materialidade. (SARGENTINI; SÁ; SANTOS, 2011, p. 45).

quando no tratamento discursivo das imagens, pois segundo ele, esta noção consiste num processo de recuperação de outras imagens e dos saberes que elas fazem aparecer, não para considerá-la com o sentido que tinham no momento, no qual estão sendo contemplados, mas para (re)situá-los enquanto forma de conhecimento, mecanismo largamente conhecido durante o funcionamento discursivo (MILANEZ, 2013, p. 353).

Partindo dessa assertiva, considerando as postagens no perfil do *Facebook* do candidato Antônio Carlos Magalhães Neto, mais comumente conhecido por ACM Neto, as imagens recuperam uma memória, resgata tradição política familiar, uma ligação com seu avô ACM, figura de bastante representatividade na história da política baiana. As imagens inscritas na postagem do candidato retomam uma memória de uma prática muito comum de seu avó, a popularidade que ele tinha com as baianas, a tradição de fazer a procissão todos os anos, e o espírito de baianidade em seus gestos e discursos.

As fotografias foram feitas na tradicional Lavagem do Bonfim, uma data festiva do calendário baiano, uma celebração inter-religiosa que acontece todos os anos em Salvador, cuja tradição é vestir-se de branco, a cor do orixá, e percorrer 8 km em procissão, desde o largo da Conceição até o largo do Bonfim. A festa tem-se tornado cada vez mais palco para o desfile de representantes políticos.

O candidato ACM Neto, desse modo, retoma uma historicidade da imagem, e vincula-se à imagem de seu avô, amparando-se na imagem socialmente construída de seu avó, a qual a política era caracterizadas pela popularidade, pelo carisma, pela baianidade e pela sua visibilidade no quadro político nacional⁷².

Nas reflexões de Navarro (2008, p. 155), a fotografia veiculada na mídia é uma prática discursiva que, “ao abarcar o histórico, faz dele matéria-prima para a constituição de seu universo interno, promovendo a interação do discurso do passado, aquele que narra o acontecido, com o discurso do presente, aquele que relata os fatos, criando o efeito de ‘acontecência’ ”. O autor reitera que da conjugação dessas práticas resulta uma produção discursiva que reestabelece o passado para restaurá-lo no presente e é nesse viés que podemos aproximar o discurso da mídia ao da história.

⁷² Filiado ao Democratas (PFL/DEM) foi um dos políticos de maior visibilidade no cenário da política baiana e, posteriormente, no quadro da política nacional. Foi governador da Bahia por três vezes (duas vezes foi nomeado pelo Regime Militar Brasileiro), além de ter sido eleito senador em 1994 e em 2002, assumindo a presidência do Senado em 1997 até 2001.

ACM Neto, também filiado ao DEM (antigo PFL), seguiu os passos do avô na carreira política. Foi eleito deputado federal nas eleições de 2002, 2006 e 2010. Posteriormente foi candidato e eleito prefeito de Salvador no pleito de 2012, sendo reeleito em 2016. O Partido Democratas é um partido de centro-direita que possui uma filosofia política conservadora-liberal de bastante expressão no país. Possui raízes na política nordestina, com representantes como Sarney e ACM.

Seq. Enunciativa 2: A memória da imagem: Alice Portugal e sua trajetória política



Do mesmo modo, a candidata Alice Portugal aciona a fotografia como operadora de memória. Ela recorre, através das materialidades discursivas, verbal e visual, a construção de sua trajetória política no movimento estudantil da UFBA, manifestando coragem e determinação ensinadas pelo pai. A imagem apresenta elementos que colocam em cena sua posição de liderança no movimento de greve e ocupação da UFBA no ano de 1991, na qual ela está de posse de um microfone e fala para um grupo de ouvintes-estudantes.

O PCdoB, ao qual a candidata é filiada desde 1979, é um partido de inclinação ideológica de esquerda e tem, como formação ideológica, os princípios da teoria científica do marxismo, tendo forte acesso nos meios sindicais e estudantis. Alice Portugal tem um histórico de militância política que começou na luta contra a ditadura militar, no seio do movimento estudantil⁷³.

Notamos que a composição da fotografia, em preto e branco, resgata um passado, e colabora para reforçar uma legitimidade de vida política antiga, apresentando-se como candidata experiente: “inicie minha trajetória política no movimento estudantil”. Assim,

⁷³ Sobre a biografia da candidata Alice Portugal, disponível em: < <https://www.aliceportugal.org.br/conheca-um-pouco-da-historia-da-lider-alice-portugal/>> acesso em: dez. 2018.

verificamos efeitos de verdade sendo fabricados. As imagens trazem memórias de histórias de outras imagens que são recuperadas por meio de repetições, retomadas ou esquecimentos.

Em um outro paradigma de leitura, que nomeamos de a “construção discursiva da mulher militante/atuante na política”, podemos recuperar a narrativização da inserção da mulher no meio político. A mulher à frente, de posse de um microfone, mostra-se como líder, representante. A imagem fortalece a construção da representatividade da mulher na política, da qual Alice busca fortalecer em todo seu percurso enunciativo, devido ao fato de as mulheres terem sido aliadas da vida política e da ocupação de cargos públicos.

Na segunda postagem da sequência, a imagem atualiza uma memória. O *post* foi realizado em 2019, na 11ª Bienal da UNE, realizado na UFBA, em que Alice Portugal, agora Deputada Federal, reeleita nas eleições de 2018 para o seu quinto mandato, palestra aos estudantes, e reitera seu compromisso em barrar o novo projeto do chamado “Escola sem Partido”.

Como vimos, “as imagens, também elas, produzem uma memória do icônico, que nos remetem a outros discursos” (KOGAWA, 2012, p.288). Há nas sequências de imagens da candidata Alice Portugal essa recuperação de uma construção discursiva através da imagem que instaura a força da mulher na política, uma política combativa e de oposição.

Compreendemos, dessa forma, que Courtine propõe discutir que há uma dimensão semiológica nessa antropologia histórica, pois, desde então, seu trabalho interroga sobre o que produz o signo e o sentido no campo do olhar para os indivíduos, num momento histórico determinado, a cada vez que tentamos reconstruir o que eles interpretam daquilo que percebem, mais ainda, o que lhes permanece invisível.

Ademais, a proposta semiológica histórica, primeiramente baseou-se em perspectivas históricas e antropológicas, e posteriormente, em discussões acerca do rosto e do corpo, “a fim de pensar discursivamente as redes de imagens que constituem a cultura e o imaginário de uma sociedade” (GREGOLIN, 2008, p. 21).

Courtine interroga a memória dessas imagens:

Como articular estas imagens umas com as outras, como reconstituir estes vínculos que dão seu sentido aos ícones de uma cultura para os indivíduos que compartilham de sua memória? Pelo ajustamento, pela detecção no material significante da imagem, pelos indícios, pelos rastros que outras imagens ali depositaram, e pela reconstrução, a partir destes rastros, da genealogia das imagens de nossa cultura (COURTINE, 2013, p. 44).

O autor ainda ressalta que para analisar a imagem é preciso restituir os indícios que constituem a genealogia das imagens:

Analisar imagens consiste assim em identificar seus indícios, porque as representações perdem seu sentido fora dessa genealogia dos traços que as atravessam e as constituem. E esse tipo de análise permite apreender, de passagem, um dos aspectos do que a globalização faz com as imagens e eis aqui precisamente um dos paradoxos essenciais das sociedades líquidas: a difusão e a multiplicação planetárias de objetos da cultura são proporcionais à sua rarefação e uniformização. (COURTINE, 2011, p. 161)

De acordo com Milanez (2013), o funcionamento da intericonicidade não se limita a uma mera repetição de imagens, ela se constitui nos indícios e nos sentidos que atravessam as imagens:

Não se reduz à justaposição ou seriação de fluxo de imagens internas e externas, mas se dá a ver na escavação dos fósseis que constituem o lugar histórico dos sujeitos para a constituição de seu discurso e na observação das repetições, que se processam no choque entre as materialidades discursivas e os sentidos que elas provocam. (MILANEZ, 2013, p. 353).

Partindo dessa compreensão, veremos uma sequência enunciativa de postagens dos candidatos às eleições municipais, imagens que recuperam uma memória, um já dito e retomam um sentido, algo repetível na memória da prática política em geral:

Seq. Enunciativa 3: Intericonicidade: a memória das imagens



Nas imagens em destaque, o corpo, o olhar, os gestos das mãos recuperam outros que circulam socialmente, cristalizados na memória coletiva, alicerçados na rede de sentidos da amabilidade, da proximidade e do acolhimento com o povo, vistos no toque e na relação dos corpos nas imagens. Além disso, também constroem sentidos em torno desse acolhimento do político que não tem medo de estar junto às massas, que se mistura ao público e se sente parte integrante e querido pelo povo, uma espécie de “salvador da pátria”.

Na ordem do visual, vemos a proximidade de corpos, amparados pelo toque, criando sentidos da ordem de identificação e de intimidade, de que o sujeito político é próximo ao povo, uma vez que o acolhimento envolve receptividade, além de representar uma horizontalizando das relações entre esses sujeitos.

Milanez (2006a, p. 157) observa que as descrições sobre o corpo não cessam de se recitar, “deslocando-se nas suas citações e repetições, ao mesmo tempo que se inscrevem num espaço do discurso, numa série de enunciados, em seus conjuntos estratificados ou desnivelados, desvelando modalidades linguísticas e imagéticas dessa inscrição”. Nesse sentido, podemos dizer que o corpo é um *locus* do discurso político.

Podemos observar nas imagens que o corpo, os gestos dos representantes políticos, em geral, apresentam em suas postagens uma performatividade bastante comum: com crianças no colo, ou abraçados a elas, as mãos estendidas ao povo, aproximam o rosto etc. Essas imagens nos remetem a uma ideia que está além do carisma, restauram à memória de imagens bíblicas, do gesto afetivo de Jesus com as crianças, tal como a passagem bíblica “Vinde a mim todas as criancinhas” (Mateus, 19:14); da mãe que acolhe, de alguém que tem o poder superior/legítimo de cuidar de pessoas, das crianças, dos que mais precisam.

A respeito do discurso que se aproxima dos gestos de homens santos e reverbera sentidos de relação com o divino, afirma Orlandi (1997, p.30):

Na perspectiva da análise de discurso, o que funciona na religião é a onipotência do silêncio divino (...). Deus é o lugar da onipotência do silêncio. E o homem precisa desse lugar para colocar sua fala específica: a de sua espiritualidade. No discurso religioso, em seu silêncio, o homem faz falar a voz de Deus.

Fig. 6: A memória da imagem: o gesto de santidade



Fonte: imagensbiblicas.wordpress.com

A partir das sequências imagéticas, percebemos que se constrói uma rede de formulações que se repetem. Compreender a intericonicidade, no tocante à isso, é tentar compreender o funcionamento da memória no campo discursivo das imagens.

Como se observa, quando uma imagem rememora outras imagens, a significação desses ecos ou lampejos de memória ganha nova configuração semântica. Nesse viés, Courtine afirma que “uma fotografia nunca está verdadeiramente isolada: ela é comparável, às formas pré-construídas do discurso e, como elas, ela pode ser citada, convocada, evocada, e, igualmente e evidentemente apagada...”. Nessa passagem, notamos que, de fato, a fotografia constitui um dos componentes sociais fundamentais da memória contemporânea. Isto porque “as fotografias possuem o poder insuperável de determinar o que memorizamos dos acontecimentos”. (COURTINE, 2017, 156-157).

Há nas imagens em destaque acima, um fio discursivo que as liga sob a égide da intericonicidade, isto é, “a rede de reminiscências pessoais e de memórias coletivas que religam as imagens umas às outras. É deste modo que toda fotografia suscita outra, que toda imagem estende ramificações genealógicas na memória das imagens”. (COURTINE, 2017, p. 157)

Em suas reflexões, Courtine problematiza que, do mesmo modo que existe o *sempre já* do discurso, existe também o *sempre já* da imagem porque existem imagens debaixo destas imagens: na escolha de seus temas, na apresentação destes quadros, na construção de um olhar

pelos enquadramentos e pelas montagens que elas operam; elas repetem o mais frequentemente, sem sabê-lo, outras imagens. (COURTINE, 2017, p. 156).

Ademais, em seus estudos sobre a associação entre memória discursiva e intericonicidade, Gregolin (2008), observa que

por meio de movimentos de intericonicidade, as imagens travam um embate com a memória, fazem deslizar a tradição e instauram outros sentidos: nessa tensão dialética entre o dado e o novo os sentidos da mídia fulguram como um lampejo que só pode ser apanhado na transitória aparição do acontecimento discursivo. (GREGOLIN, 2008, p. 33).

De uma maneira geral, as fotografias disseminadas nas páginas das redes sociais dos candidatos às eleições municipais, estaduais e federais apresentam uma espécie de uniformização de imagem de líder do povo, que se coloca nos braços do povo, e que também estende às mãos a este.

As mídias líquidas concernentes à pós-modernidade promoveram uma espécie de uniformização da imagem, isto é, parece-nos que as imagens que circulam no ciberespaço seguem uma ordem que são próprias desse ambiente.

Para Courtine et al (2015, p. 21), “as mutações contemporâneas da fala pública são tanto políticas quanto tecnológicas, sendo ambas fundamentalmente históricas e sociais”. Assim, ele reflete sobre a necessidade de se empreender “uma história e uma semiologia” das práticas de fala política, preocupado em compreender como os discursos “sólidos”, isto é, a *língua de madeira*, haviam sido substituídos por discursos “líquidos”, conforme a fórmula de Zygmunt Bauman⁷⁴, termo tomado de empréstimo por Courtine para designar o que ante fora nomeado como as *línguas de vento*:

Me indaguei com o campo da fala pública, que excede, aliás, o do discurso político, havia sido penetrado por estratégias discursivas da sociedade de consumo e devorado pelo irresistível apetite do crescimento do mercado. Lá onde as “formulações discursivas” empilhavam ontem seus enunciados na memória compacta das línguas de madeira ou dos “discursos sólidos”, conforme se prefira, constatamos efetivamente hoje a volatilidade das fórmulas, o desgaste precoce das palavras, a aceleração de sua reciclagem e a transformação dos dejetos verbais dos programas políticos de ontem, logo, o caráter “líquido” dos discursos. (COURTINE, 2011, p. 148-149).

Embora as preocupações de Bauman (2007) não sejam de ordem discursiva tampouco semiológicas, ele propõe reflexões interessantes acerca dessa passagem da fase “sólida” da

⁷⁴ Segundo o sociólogo polonês, Tempos Líquidos (2007), as formas de vida contemporânea se assemelham pela vulnerabilidade e fluidez, incapazes de manter a mesma identidade por muito tempo, o que reforça um estado temporário e frágil das relações sociais. Ele adotou a metáfora do “líquido” ou da fluidez como o principal aspecto do estado dessas mudanças.

modernidade para a “líquida”. Isto é, para uma condição em que as organizações sociais não podem mais manter sua forma por muito tempo, pois elas se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo leva para moldá-las. Essa discussão nos faz pensar nos discursos moventes e líquidos postos na *Web* instaurada pela pós-modernidade desterritorializada.

Como vemos, o discurso político tem se modificado em função do movimento de construção da democracia, posto que, neste processo de globalização e democratização há mais espaços de discussão e circulação desse discurso, mudanças essas que afetaram as formas de produção dos discursos políticos, no modo de suas discursividades, como a intensa exploração de imagens, de vídeos, de *lives*, de *selfies* pelos candidatos. As eleições atuais passaram a contar com recursos interativos, com as redes sociais na internet. Há, enfim, mais espaços de dizer, de publicizar, (como *sites*, *blogs*, redes sociais) que corroboram no fortalecimento da democracia e ao mesmo tempo incitam o debate político com maior acesso a participação popular.

Nesse compasso, a noção de semiologia, como uma ciência dos sinais, dos indícios, conforme postulou o pesquisador francês em seu estudo a propósito da semiologia histórica, terá como foco de análise não o aspecto quantitativo, mas o aspecto da relevância dos pequenos traços, por vezes, abandonados pelo olhar do analista. (SARGENTINI, 2011, p. 115).

Assim, como vimos, a AD outrora propunha decifrar as simulações e dissimulações ideológicas intrínsecas às textualidades das mensagens políticas, entretanto, esse projeto detinha-se à linguagem verbal, não sendo, portanto, suficiente para interpretar a complexidade do discurso político eleitoral nas redes virtuais, por isso, deve inscrever-se atualmente num projeto teórico e político mais amplo, já que o discurso político de nossos dias apresenta novas formas semiológicas.

É interessante pensarmos em que consistem as contribuições que a AD poderia buscar na semiologia histórica e, também, quais as vantagens e efeitos desse diálogo disciplinar para as análises do discurso político contemporâneo produzido nas redes sociais. Nessa direção, Piovezani (2009, p. 195) nos convida à reflexão quando diz que “com base em subsídios a serem fornecidos pela Semiologia histórica, a AD poderia tanto restituir e refinar sua concepção de história quanto problematizar e aperfeiçoar a noção de texto, utilizada em muitos de seus trabalhos”.

Em tal contexto, pensando na inquietação sobre as contribuições da semiologia histórica, como uma abordagem para a Análise do Discurso, sua relevância se dá devido à possibilidade de articulação entre diferentes níveis de funcionamento do enunciado, pois focaliza a análise de distintos sistemas semióticos, observando a produção de sentidos construída na conjunção dos sistemas, além de colocar em foco as diferentes temporalidades

que envolvem a produção e circulação dos discursos, de modo a observar os quadros históricos e examinar como se constituem as mutações nos discursos. Nesse viés, para compreender a inscrição histórica dos discursos, é preciso manter o princípio fundamental que rege a AD, a articulação do discurso com a história.⁷⁵

Com propósito de tentar compreender a constituição do discurso político brasileiro contemporâneo, buscamos nos fundamentos da AD, indicações e intuições de Pêcheux sobre a “midiatização” do discurso político e, em postulados e sugestões da semiologia histórica estabelecidas por Courtine e Piovezani⁷⁶, sobre as mutações da fala pública contemporânea. Esses conjuntos de reflexões sobre os quais sustentam esta pesquisa, leva-nos depreender algumas facetas do atual discurso político inscrito nas redes sociais e propor algumas hipóteses acerca de seu funcionamento.

Consoante as asserções de Piovezani, embora a semiologia histórica proposta por Courtine tenha tido uma vida curta, ela é considerada por muitos pesquisadores e estudiosos, até os dias atuais, como via possível e pertinente para se articular aos estudos da análise do discurso, considerando sua densidade histórica que lhe é constitutiva, além de oferecer oportunidade para se pensar na materialidade sincrética, distanciando-se da tradição verbocêntrica da maioria dos trabalhos realizados no discurso político:

Inspirar-se na Semiologia histórica e seguir suas indicações não significa recusar-se a fazer Análise do Discurso; nem sequer significa afastar-se dela, descaracterizando-a e privando-a de suas virtudes. Quando Courtine concebeu essa semiologia, ele propunha, de acordo com um princípio fundamental da AD, uma forma de pensar a articulação entre as dimensões simbólica e histórica que considerasse efetivamente a

⁷⁵ Atualmente, no Brasil, alguns trabalhos desenvolvidos por grupos de pesquisas em AD têm colaborado no debate sobre o papel da história na produção e na interpretação dos discursos, com projeto *História das ideias linguísticas no Brasil*, sobretudo os da UNICAMP, da USP, da Unesp, UFMG, e da UFRGS. E, também, na UFSCar, no Labor (Laboratório dos Estudos do Discurso), dedicam-se as discussões sobre o discurso político como objeto de reflexão e análise à luz da semiologia histórica, concebida por Courtine. Assim, em alguns trabalhos clássicos franceses produzidos ao longo dos anos 1970-80, e em alguns trabalhos desenvolvidos no Brasil a partir da década de 1980 até os dias atuais, é possível delinear e avançar em busca de uma conceituação mais consistente de história em grande parte das pesquisas realizadas na França e no Brasil, como *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*, organizados por Gregolin, Courtine, Bonnafous et al (2003); *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública*, de Courtine (2006); *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção de verdade no discurso político*, de Piovezani (2009); *Discurso, Semiologia e História*, organizados por Sargentini, Curcino e Piovezani (2011); *História da fala pública*, organizado por Courtine e Piovezani (2015). Vale ressaltar que não é pretensão nossa debruçarmo-nos nestes trabalhos para pensar a noção de “história”, mas a leitura destes permitirá ao leitor entender o lugar de fala, o nascimento deste conceito.

⁷⁶ *História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso* (2015), livro organizado por Courtine & Piovezani, cuja obra reúne uma série de artigos e análise sobre a fala pública desde a Grécia antiga até o Antigo Regime, suas revoluções modernas (da Revolução Francesa até os movimentos populares do século XIX) e suas mutações contemporâneas (da Era das Massas, no começo do século XX, até o predomínio das mídias neste início do século XXI).

complexidade de cada uma dessas instâncias e contemplese, de fato, a relação constante e compósita que existe entre elas. Com efeito, a Semiologia histórica teve uma vida curta: seu nascimento se deu na virada da primeira para segunda metade da década de 1980 e sua morte ocorreu cerca de cinco anos mais tarde”. (PIOVEZANI, 2009, p.222).

Além do mais, os deslocamentos promovidos pelas reflexões de Courtine (2009) expressam significativas reorientações no projeto teórico da AD, na medida que renova sua capacidade teórico-metodológica frente à transmutação das discursividades contemporâneas.

2.3 Os novos regimes de discursividade: o discurso político na ordem das redes sociais

Uma verdadeira revolução audiovisual, com a exponencial da mídia que instalava o reinado das imagens, dos textos sincréticos que amalgamam diversas materialidades (linguísticas e visuais). Era chegado o momento de incorporar à análise a língua de vento da mídia, o discurso ordinário, as novas materialidades do mundo pós-moderno que se concretizavam no discurso (GREGOLIN, 2008, p. 27).

Tendo a *Ágora* como palco das discussões entre os cidadãos da *polis* grega, a rede social virtual, é hoje, uma extensão constitutiva da *Ágora* da sociedade pós-moderna: lugar de manifestação e de participação da opinião pública. A mídia modificou não só a retórica política, mas também o palco de suas manifestações, com a “espetacularização da política”, através de dispositivos e suportes digitais. Pois, “as mídias compreenderam bem que o mundo político tem necessidade de dramaturgia, e que essa dramaturgia consiste, para uma grande parte, em uma guerra de imagens para conquistar imaginários sociais” (CHARAUDEAU, 2008, p.85).

Notadamente, ocorreram mudanças no regime de produção dos enunciados e dos gestos de eloquência política com a evolução dos media; “vivemos a era da exploração do sincretismo das linguagens, na qual a imagem nunca está privada da palavra” (CURCINO, 2011, p. 1398); as imagens tornaram-se muito sofisticadas e complexas, além de estabelecer uma relação indissociável entre imagem e verbo.

De acordo com Gregolin (2015, p. 199)

a cultura da era digital propicia circulação mais fluida de gêneros de discurso (como as redes sociais e os *blogs*) que tem como propriedades essenciais a imersão (as novas mídias nos envolvem em múltiplas linguagens), a interatividade (possibilidade de novas relações entre produtores e público) e novas narratividades (novas formas de construir as arquiteturas narrativas).

A mídia, na condição de objeto cultural (DAVALLON, 1999), também condensa uma narrativa e traz a imagem como constituinte do espetáculo da memória. O verbal, ao que parece,

não dá mais conta de atrair a atenção do público, assim o recurso ao visual, possivelmente como estabeleceu Barthes (2003), ao afirmar que a imagem é mais imperativa que a escrita, é condição a forte circulação dos discursos da contemporaneidade.

As redes possibilitadas pela internet geraram novas formas de participação política, de entretenimento, de contato social, dentre outros. Essa realidade pressupõe uma urgente e necessária discussão, sobretudo pela extrema influência dessas ferramentas digitais nos atuais acontecimentos políticos e históricos da sociedade. A comunicação virtual é, pois, um elemento de um processo que abrange toda a vida social e constitui o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade. Trata-se, assim, de um novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização, acesso e transporte de informação e conhecimento (GREGOLIN, 2015).

A respeito de um certo poder planetário, Lévy (1996) reflete sobre a virtualização⁷⁷ e sua capacidade de atingir a sociedade como um todo. Em sua análise, ele entende que existe um movimento dos processos de virtualização dos sistemas simbólicos que tecem a comunicação e toca diretamente aquilo que nos constitui como sujeito em relação de forças e contato. Em suas palavras o autor deixa claro que:

Um movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência. A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição de “nós”: comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual...Embora a digitalização das mensagens e a extensão do ciberespaço desempenham um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização. (LÉVY, 1996, p. 11).

Para o filósofo e pesquisador da informação e da comunicação, o movimento de virtualização, provocado pelo advento da internet, é uma tendência que acompanha o crescimento do ciberespaço e vem promovendo um modo novo de comunicar e interagir nas práticas sociais cibermediadas. Trazendo essa reflexão para o campo a partir do qual empreendemos nossas análises, nosso interesse aqui é tecer um diálogo com aquilo que Courtine vem abordando no campo da política.

Isso é devido, pois, como vimos, historicamente, as formas de produção do discurso político respondem inevitavelmente aos seus modos de circulação, considerando todas as mutações sofridas pelo discurso político na transição dos ‘discursos sólidos’ para os ‘discursos

⁷⁷ Para Pierre Levy o conceito de “virtual” não se opõe ao real mas sim ao atual. É virtual toda entidade “desterritorializada”, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo particular.

líquidos⁷⁸ a partir da emergência das mídias digitais. Em *História da fala pública*, Courtine e Piovezani (2015) acreditam que as mutações da fala pública são tanto políticas quanto tecnológicas, sendo ambas fundamentalmente históricas e sociais. Por isso, faz-se necessário a relevância em ampliar a discussão entre análise do discurso político e os novos dispositivos tecnológicos. Mas, como as tecnologias da informação/comunicação interferiram na discursivização da política?

Durante os séculos XX e XXI, vivenciamos a instalação das formas líquidas de comunicação, pois, conforme o analista e historiador cultural, Courtine (2006, p. 112), “o vento da pós-modernidade soprou sobre as formas de representação política”, o espetáculo político se transformou profundamente com as novas mídias. Ele se tornou indissociável da imagem do homem político. A imagem tornou-se um dos elementos mais potentes do enunciado sincrético.

Nas palavras de Santos e Sargentini (2011),

hoje, a internet e os recursos midiáticos e tecnológicos cada vez mais desenvolvidos – para elaboração, tratamento, produção e circulação de textos em seus diversos modos de difusão (verbal, imagética e sincrética) – dinamizam as formas de apropriação dos discursos, bem como a constituição dos sentidos desses textos, exigindo uma nova ordem do olhar para essas discursividades. (SANTOS e SARGENTINI, 2011, p. 86).

Orlandi (2007) também postula algumas inquietações a propósito destas novas formas de circulação dos discursos na sociedade contemporânea, vistos em muitos trabalhos que ela orienta. Para a linguista, “a mídia é um grande evento discursivo do modo de circulação da linguagem. Enquanto tal, ela é um acontecimento de linguagem que impõe sua forma de gerenciamento dos gestos de interpretação”. (ORLANDI, 2007, p. 96).

Os discursos políticos inscritos na *web* convocam o múltiplo olhar do analista sobre a materialidade sincrética do discurso político midiaticizado, considerando todos os elementos que compõem o todo significativo e que formam o que pode ser denominado enunciado plurissemiótico.

Contudo, uma questão é posta ao analista do discurso frente às materialidades visuais: quais os dispositivos metodológicos, as noções e os conceitos que são tomados para esta análise? Este problema foi posto ao analista em um primeiro momento, uma vez que se pretendeu uma análise tal qual aquela utilizada com o próprio discurso verbal, acreditando que era suficiente mobilizar os mesmos dispositivos de análise. Além disso, em outro momento,

⁷⁸ Os termos ‘discursos sólidos’ e ‘discursos líquidos’ foram empregados por Courtine durante os anos de 1980 empenhado em compreender como esses discursos haviam sido substituídos de sólidos por líquidos, pelo fato de que as mudanças tecnológicas transformaram os regimes de discursividade.

procurou-se estruturar um intercâmbio de conhecimentos, buscando articular uma relação entre a memória do verbal e uma memória do icônico, do imagético, como destaque dessa etapa temos os relevantes estudos de Barthes. Mesmo que este último autor tenha o pé no estruturalismo semiológico, já apontava para questões de um saber cultural e de uma “mensagem conotada” para analisar o texto publicitário⁷⁹.

Assim, a busca por novos mecanismos de análise do visual torna-se imprescindível devido o bombardeio de imagens frequentes na sociedade. Como ponto de partida das novas discursividades, destaca-se o Maio de 1968 na França, pois conforme Courtine (2006), foi a primeira revolução (estudantil) midiaticizada, em que predominavam as imagens como instrumentos de impacto. No Brasil, o rompimento paulatino da fronteira entre o texto verbal e o não-verbal se deu a partir da reabertura política iniciada no final da década de 1970, principalmente nos meios de comunicação, e de forma mais eficiente, a partir do processo de redemocratização estabelecido após a ditadura militar.

A emergência das práticas discursivas políticas no ciberespaço impulsiona, desse modo, os analistas do discurso para o entendimento das manifestações sincréticas no discurso, nas quais se constituem diversas materialidades, especialmente o verbal e o não-verbal indissociados, já que hoje, sobretudo no campo da política eleitoral, o texto imagético e o verbal andam lado a lado em quase todos dispositivos e todas plataformas digitais, tornando-se assim evidente o apelo por uma análise semiológica para esses discursos, pois, conforme Gregolin (2000, p. 25), “nos textos da mídia – teia onde se cruzam textos e discursos – os sentidos só podem ser captados na heterogeneidade.”

Ao observarmos as campanhas eleitorais anteriores, difundidas em palanques, folhetos, rádios, televisões, passaram por acentuadas transformações ao migrar para a internet, uma vez que esse espaço discursivo se constitui pela fragmentação, fluidez, brevidade e diversidade de ferramentas e recursos multimídias. “Nota-se que houve uma reconfiguração do campo político em face às mídias digitais, uma vez que estas fornecem modos distintos de apresentação dos discursos” (CHIARI; SARGENTINI, 2017, p. 230).

A política *online* levantou uma questão no que tange às novas nuances do discurso político, da necessidade de analisá-lo em suas diferentes e difusas formas de emergência e aparecimento. Historicamente percebemos que o próprio fazer político não se desvincula do fazer midiático. Mesmo com a crise da democracia representativa e a perda de prestígio dos

⁷⁹ Como em suas obras *A retórica da imagem*, *A mensagem fotográfica* e outros textos do livro “O óbvio e o obtuso”.

agentes políticos, sobretudo na última década, isso não implica um desinteresse no domínio político ou menos relevância no campo da investigação científica.

Como sabemos, os regimes democráticos contribuíram e fortaleceram esse processo de espetacularização do discurso político, que por sua vez, nutriu-se da espetacularização das mídias; com vistas a compreender o funcionamento discursivo da política na mídia digital, partimos das reflexões propostas por J.-J. Courtine, nas quais as mudanças tecnológicas transformaram os regimes de discursividade, tendo como efeito “metamorfozes” para o discurso político contemporâneo.

Percebemos que o discurso político contemporâneo adquiriu novas formas, tornou-se mais curto, e ao invés de tentar explicar ou convencer, tenta seduzir ou conquistar pelas novas formas produzidas: entrevistas, videoclipes, postagens, *selfies*, fotografias, *gifs*; o enunciado político vai ganhando novos contornos, constituindo-se pela natureza sincrética, do verbal (tanto em sua forma oral como em sua forma escrita), do não-verbal (como é possível observar a imagem fixa ou em movimento).

Notamos que as postagens realizadas nas páginas das redes sociais, em geral, são realizadas com suportes de imagens fixas ou em movimentos e são acompanhadas de textos curtos e uso de *hashtag*. Por isso, apenas os métodos linguísticos tornam-se insuficiente para a análise do enunciado sincrético. Pois, conforme o Courtine (2006, p. 85), “[...] a mutação dos modos de comunicação política exige a renovação de uma semiologia política que permitirá sua apreensão global.”

Assim, conforme Sá e Sargentini (2012, p.281), vê-se a necessidade de se estudar a relação que articula entre o visual e o verbal. Para tanto, é importante observar em que medida se torna pertinente e viável adequar os conceitos que tenham alcance de análise das novas materialidades que se impõem.

Desse modo, Courtine nos faz refletir sobre as motivações de ordem histórica que se relacionam à emergência das primeiras tecnologias da comunicação à distância:

Quanto a mim, vejo na invenção do projeto semiológico do curso a sombra trazida pela multiplicação, pela desmaterialização e pela abstração rápidas e crescentes de sistemas de signos, códigos e sinais que reclamam a instauração das primeiras formas de comunicação líquidas nas sociedades humanas. Percebemos seu sentido: a comunicação à distância supõe o desprendimento dos signos das formas imediatas e sensíveis da percepção (COURTINE, 2009)⁸⁰.

⁸⁰ Registro de áudio, ausência de página.

Ao observar o funcionamento das discursividades produzidas e circuladas no ciberespaço⁸¹ pelos políticos na campanha eleitoral, é possível verificar que os objetos de análise são heterogêneos, e que as redes sociais virtuais são portadoras de uma teatralidade eminentemente sincrética.

O ciberespaço possui características moventes, deslizantes e líquidas, e as linguagens fluidas:

[...] linguagens tidas como espaciais – imagens, diagramas, fotos – fluidificam-se nas enxurradas e circunvoluções dos fluxos [...] Textos, imagem e som já não são o que costumavam ser. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam-se, unem-se, separam-se e entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes (SANTAELLA, 2007, p. 24).

Portanto, vivemos um processo de imagetização do discurso político nas sociedades democráticas contemporâneas. Contudo, conforme afirma Curcino (2011, p. 26), “o apelo a imagem de diferentes ordens, no entanto, não pode ser considerado como exclusivo de nossa época, porque, embora sejamos designados com frequência como ‘civilização da imagem’”, pois Barthes⁸² nos apontou que se há uma distinção de nossa sociedade em relação às anteriores, esta tem a ver menos a uma exploração nunca antes experimentada das imagens, e mais sobre o fato de que vivemos o tempo de uma comunicação mista, cujas imagens quase nunca estão privadas de linguagem verbal.

Para Navarro (2012) é possível empreender o exercício da descrição/interpretação do imagético. Com efeito, a imagem é compreendida pelo autor como “enunciado que entrecruza estrutura e acontecimento” e, nesse aspecto, traça uma ordem do olhar sobre o político. Nesse sentido, o autor acredita que Pêcheux inicia o caminho teórico para uma possibilidade de estudos dos usos políticos da imagem na mídia contemporânea a partir de uma perspectiva que abarque três domínios: “o acontecimento, a estrutura e a tensão entre descrição e interpretação no interior da Análise do Discurso” (NAVARRO, p. 122; 124).

⁸¹ A noção de ciberespaço é estabelecida como um espaço não físico ou não territorial e que constitui a cibercultura, definida como um conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento da internet como meio de comunicação, que surge com a interconexão mundial de computadores (LÉVY, 1999). O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

⁸² *La civilisation de l'image* [1963] 1993, p. 1410).

Evidentemente, as imagens que circulam nas redes sociais obedecem a uma ordem do discurso, a uma ordem do olhar, que se mostra cada vez mais presente na contemporaneidade. Faz parte da ordem do olhar mostrar determinadas imagens e não mostrar outras, isto porque está na ordem dos sentidos.

As mídias digitais estão intimamente articuladas às características da sociedade pós-moderna. Segundo Courtine (2006), o vento da “pós-modernidade” soprou sobre as formas de representação política: a teatralidade do espetáculo político se transformou profundamente com as novas mídias, que perturbaram o lugar da fala na comunicação política. O discurso perdeu sua autonomia e sua eficácia; ele é, desde então, indissociável da imagem do homem político e está frequentemente subordinado a essa imagem (COURTINE, 2006, p. 112).

Sobre esta espetacularização da política e a era da imagem, Chauí reflete:

Em detrimento da ética, aflora a estética capitalizada, a era é da imagem, do parecer e do aparecer. As imagens tornam-se muito sofisticadas e complexas porque precisam garantir, simultaneamente, estabilidade e permanência ao poder e sua adaptabilidade, flexibilidade e dinamismo para responder às conjunturas. A competição pública não se faz entre partidos, ideologias ou candidatos, mas entre imagens que disputam valores como “credibilidade”, “confiabilidade”, “respeitabilidade”, “inovação”, “prestígio” (CHAUÍ, 1992, p. 386).

Assim, “o discurso político passa por uma profunda transformação na enunciação, tornando-se um discurso curto, descontínuo e interrupto [...]”. O discurso político, então, produziu e recebeu novas formas:

De agora em diante, o discurso político não pode mais ser dissociado de produção e recepção de imagens [...] A mensagem política não é mais unicamente linguística, mas uma colagem de imagens e uma performatividade do discurso, que deixou de ser prioritariamente verbal [...]. A mutação dos modos de comunicação política exige renovação de uma semiologia da mensagem política que permitirá sua apreensão global. (COURTINE, [1987] 2006, p. 84-85).

Dito de outra forma, o que se percebe é que “o discurso político e as redes sociais promovem o encontro de uma atualidade com uma memória, promovendo uma nova caracterização da intrínseca relação entre o “espetáculo” (agora, midiático) e o poder” (PIOVEZANI, 2003). De acordo com Piovezani (2003, p. 51), a política “espetacularizou-se”, inseriu-se, com efeito, nos padrões midiáticos pós-modernos: “o espetáculo político”, nos termos de Jean-Jacques Courtine, ou a “política como espetáculo”, para retomar a expressão de Renato Janine Ribeiro (1994), corresponde a uma certa “passagem do espaço público à

condição de marketing, *merchandising*” (CHAUI, 1992, p. 385); destarte, a relação entre a pós-modernidade e a espetacularização da política parece irrefutável.

Para Achache (1990, p. 146), “as mídias e a publicidade não trouxeram o espetáculo e as imagens para a política. Tudo isso já estava lá. O exercício do poder, ou sua conquista, sempre compreendeu uma dimensão imaginária. A política é uma questão tanto de imagem e representações quanto de ética e de relações de força”.

Por outro lado, de acordo com Sargentini em seus estudos sobre discurso e mídia, o discurso político torna-se refém das novas formas de circulação. A política hoje se faz, nesta perspectiva, no interior e segundo as regras do espaço midiático, nas quais são possíveis verificar as ações governamentais *slogalizadas*, cujas materialidades apelam ao visual, para fotografias, imagens, *selfies*, memes. O discurso político vale-se de alguns recursos que são próprios das redes sociais, buscando visibilidade, fazem uso do apelo ao humor e a estratégia da invisibilidade do sujeito que enuncia, o que permite que a propaganda eleitoral seja vista como não impositiva ao eleitor. O enunciado linguístico e o enunciado imagético fundem de forma indissociável a materialidade linguística e a materialidade imagética (SANGENTINI, 2015, p. 224).

Em seu artigo *Discurso político e redes sociais*, Sargentini (2015, p. 225) afirma que, de modo geral, a *web* permite ao político o contato com muitos simultaneamente. “As redes sociais oferecem acesso direto ao povo, humanizando o candidato e individualizando o eleitor”. A natureza do discurso eleitoral é sempre a tentativa de adesão, de convencimento do eleitorado. No entanto, este discurso confronta-se hodiernamente com aparatos e dispositivos tecnológicos que permitem uma metamorfose em sua discursividade, de modo a seguir a ordem das aparelhagens e dos mecanismos midiáticos.

Sob a égide da língua de vento, as novas formas de circulação do discurso político eleitoral, engendradas pela influência e avanços das mídias digitais, apresentam uma configuração discursiva bastante peculiar, pois o próprio dispositivo das redes sociais oferece muitas possibilidades de enunciação: textos verbais, vídeos, fotografias *etc.*. Desse modo, o discurso político nas redes sociais necessita sobremaneira de uma configuração discursiva que instaure estratégias e valores correspondentes ao espaço de sua encenação. Por isso, os candidatos buscam modos de organização e estratégias discursivas partindo de dispositivos que atendam as demandas da contemporaneidade. Busca-se, ao mesmo tempo, a apresentação de si, através de uma linguagem sedutora, carismática e afetiva.

Assim, nota-se que as redes sociais têm sido um grande dispositivo de produção e circulação do discurso político, que se apresenta por sua dimensão espetacularizante e emotiva,

“valoriza as performances exuberantes e tonitruantes”, polarizados, misturando derrisão e agressão através de sua totalidade sincrética. (BONNAFOUS, 2003, p. 46).

Sargentini (2015) analisa a política eleitoral realizada na *web* e discute o funcionamento e a relação das redes sócias e da política. Em suas palavras:

Os microblogs, como o *Twitter*, e os perfis de *Facebook* de candidatos têm como seguidores aqueles que já são partidários daquele grupo, ou que estão no polo oposto, mas que dificilmente atingem os indecisos ou aqueles que não querem se envolver com o processo. Assim neste modelo imposto pela *web* e que permite quantificar os seguidores ou as “curtidas” no *Facebook*, os partidários de cada candidato seguem-no, e têm nisso a possibilidade de dar visibilidade à militância. As redes sociais, como ferramenta de *marketing* político, ainda que seja tão recente, já expõem a dificuldade de atingir os eleitores que faltam nesta contagem antecipada de votos. Os textos que circulam nas redes sociais (*sites, Facebook, twitter*) têm, então, a função de reafirmar a identificação com o seu eleitor e nutrir embates que são produzidos durante a campanha (SARGENTINI, 2015, p. 221-222).

Para a supracitada autora, as redes sociais são consideradas ferramentas de *marketing* político, no qual é possível verificar postagens relativas ao programa político, à agenda da campanha eleitoral, aos comícios, às propagandas eleitorais, através de dispositivos e canais diversos.

No Brasil, o ano de 2010 tornou-se o marco de uma nova era da comunicação política com a utilização da internet, o dispositivo de fala pública contemporânea. A ciberpolítica instaura novos modos de produção e recepção discursiva, através de sites e redes sociais, inaugurando um amplo campo investigativo interdisciplinar. Nessa conjuntura, buscaremos analisar o discurso político sob a ordem discursiva das redes sociais. Nossa proposta, inserida no quadro teórico da Análise do Discurso e na interface com a abordagem semiológica, busca, portanto, olhar para os múltiplos aspectos sincréticos que compõem o enunciado e que atuam na construção do sentido do discurso político eleitoral na plataforma *Facebook*. Vejamos nas sequências enunciativas:

Seq. Enunciativa 4: A campanha eleitoral virtual: propaganda, visibilidade e interação



Observamos que todos os candidatos selecionados utilizaram suas páginas do *Facebook* para propagar suas **agendas políticas (diária/semanal), planos de governo, debates televisivos, entrevistas**, compartilhando, dessa maneira, os eventos que estiveram envolvidos, para manter um diálogo direto com seus eleitores, mantendo sua página como espaço de interação. A formulação discursiva dá-se por meio de diversas materialidades, em forma de cartaz, fotografia, vídeo montagem, *lives* etc.

O *Facebook* define-se, assim, como produto/serviço que tem por missão “oferecer às pessoas o poder de partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado” (*Facebook*, 2013). Conforme os estudos de Correia & Moreira (2014, p. 168), o *Facebook* pode ser definido como um *website*, que interliga páginas de perfil dos seus utilizadores. “Tipicamente, é nas páginas que os utilizadores publicam as mais diversas informações sobre eles próprios, e são também os utilizadores que ligam seus perfis aos perfis de outros utilizadores”. Dito outramente, o *Facebook* permite que os usuários desenvolvam algumas atividades como publicar informações

peçoais na página individual com o seu perfil, ligar-se a outros usuários e criar listas de amigos, e interagir com outros usuários.

Interessante notar que com apenas cerca de uma década de existência, o *Facebook* é cada vez mais impactante e de crescente expansão na sociedade contemporânea. Diariamente milhares de pessoas no mundo compartilham informações diversas utilizando recursos diversos. Tal plataforma inclui o sistema de mensagem em diálogos privados e postagem no mural que é de caráter mais público. É possível também comprar e vender produtos através *marketplace*.

Sem dúvida, a principal funcionalidade das redes sociais é a interação que promovem entre os usuários. Embora seja uma interação virtual, o espectro de abrangência, bem como o impacto no cotidiano na vida das pessoas é indubitável, a exemplo disso temos a “primavera árabe”, nome dados aos protestos e revoltas populares contra governos do mundo árabe, que eclodiu com 2011 com a derrota do presidente Hosni Mubarak, no Egito, organizado pelos manifestantes via redes sociais.

Diante desse quadro, é inegável a importância das redes sociais para a sociedade em geral, e especificamente para o campo político, já que a midiatização aparece como fator determinante do campo político atual, a visibilidade das manifestações na mídia arrasta multidões para um lado ou para o outro na discussão e participação política, pois, conforme assevera Cogo (2005):

as modalidades de ação e intervenção de atores e movimentos sociais na sociedade passam, portanto, a constituir-se cada vez mais tensionadas pela exigência de um tipo de visibilidade pública atribuída pela lógica dos meios de comunicação ao mesmo tempo em que também esses atores e movimentos se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em um espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações e que se encontra, portanto, submetido permanentemente às tensões contraditórias dos interesses que circulam na sociedade. (COGO, 2005, p.43)

Nessa tangente, as redes sociais podem ser consideradas espaços de aparente democracia, pois possibilitam uma livre propagação do discurso. O *Facebook*, particularmente apresenta-se como “uma rede de complexa circulação do discurso, comportando uma variada cadeia enunciativa”, que admite, conforme Emediato (2015, p. 171) “desde a exposição de orientações partidárias e ideológicas à exibição do próprio corpo”. Assim, pensar as condições em que são produzidas e circuladas a política eleitoral nas redes sociais torna-se um objeto de estudo de grande relevância, pois estamos imersos no mundo virtual, e a política insere-se também neste universo.

Pode-se verificar que o discurso político nas redes sociais é o resultado de uma “alquimia complexa” feita de textos constituídos de verbo-visualidade, imagens, fotografias,

vídeos, etc. Partindo dessa percepção, a mensagem política não é unicamente linguística, mas uma performatividade do discurso constituída em sua totalidade sincrética. O sujeito político faz uso do espaço digital para compor sua cena eleitoral, tomando todos os recursos e dispositivos disponíveis no *website* para constituir uma cenografia favorável, conectar e atrair seus eleitores.

As imagens, por sua vez, garantem espaço privilegiado na cena enunciativa, e em todos os perfis dos candidatos baianos. É possível notar a construção e colagem de imagens do sujeito político aliado a acontecimentos que sustentam sua formação discursiva e colaboram na constituição do seu *ethos*. Nesse sentido, a questão da imagem encontra a AD por um outro viés, como dito, não mais na imagem legível e transparente, porque um discurso a atravessa e a constitui, mas a imagem opaca e muda (PÊCHEUX, 2007, p. 55). Logo, a imagem possui uma vantagem fundamental: ela representa e ao mesmo tempo produz sentido. (DURAND, 2007, p. 42).

A imagem deixa, portanto, de ser apenas um suporte, sem muita relevância, para emergir sentidos que lhe são, muitas vezes, próprios. Nesse viés, para finalizar, a leitura do enunciado discursivo se constitui na conjunção de diferentes sistemas, o verbal, o visual, o verbo-visual, não se reduz ao enunciado linguístico, e assim, indissociáveis – língua e imagem, produzem sentidos (SARGENTINI, 2011).

Nos últimos anos, vê-se frequentemente as interferências das mídias digitais no cenário político eleitoral. Pode-se notar que os candidatos à eleição fazem publicações diárias de vídeos, fotografias, *selfies*, entrevistas *etc*, em suas páginas nas redes sociais a fim de construir a imagem de que projetam de si. O aparato tecnológico das redes sociais virtuais corrobora, desse modo, na projeção de diferentes semiologias, contribuindo na construção da imagem de si.

As redes sociais ganham protagonismo neste contexto, uma vez que se apresentam com força total no cenário das campanhas *online*, principalmente nas duas últimas décadas, na qual houve surgimento das redes - o *MySpace*, criado em 2003, o *Orkut* e o *Facebook*, 2004, e o *YouTube* e o *Twitter*, criados em 2006.

Facebook, *Twitter* e *YouTube* tornaram-se, gradativamente, plataformas em potencial nas campanhas eleitorais. Esses *new media* passaram a ocupar um lugar central nos processos políticos eleitorais, visto que, as ferramentas de comunicação digital têm a capacidade de proporcionar aos candidatos e eleitores aquilo que os meios tradicionais se mostraram limitados em oferecer, de acordo com MARQUES et al. (2013, p 15). Nesse sentido, as redes sociais oferecem alternativas ao cenário convencional das campanhas, abrindo a possibilidade de se superar a falta de espaço e de tempo típica da comunicação tradicional, como no caso dos limites

mais restritos de espaço dos impressos, e de tempo, no caso de rádio e TV. Assim, através de recursos ofertados no ambiente das redes sociais, os candidatos podem, por exemplo, apresentar, com maior profundidade e constância, planos de governo, informações sobre sua biografia; publicar atividades diárias e semanais de sua campanha, através de vídeos e fotografias; utilizar recursos mais interativos com a possibilidade de aproximação com seus eleitores, como responder a comentários e sugestões, promovendo uma comunicação horizontal entre líderes políticos e cidadãos etc.

O *Facebook* é, sem dúvida, uma das plataformas mais interessantes para atuação do domínio político-eleitoral, porque dispõe de muitos recursos para o(a) candidato(a) atuar na campanha, para propagação de mensagens e links, compartilhamento etc. Podendo postar vídeos, incluir fotografias, divulgar agenda de campanha com recursos atrativos e sem encargos financeiros. Vejamos nas sequências enunciativas a seguir, como são operadas as diversas materialidades:

Seq. Enunciativa 5: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no *Facebook* (candidata Alice Portugal)



A candidata do PCdoB solicita engajamento e apoio aos seus eleitores, a partir de um recurso do *Facebook*, que altera a foto do seu perfil, usando o link indicado na legenda, para que desse modo, tenha o *slogan* de sua campanha “65” “Alice SIM”. A candidata faz o convite aos eleitores tanto verbalmente, seguido de uma ilustração (cartaz): “Espalhe essa mensagem, bote o 65 no seu perfil, e mostre que você tá fechado com Alice!”. Esse recurso do *Facebook* é bastante interessante e é utilizado em temáticas gerais. É possível utilizá-lo e atualizá-lo em defesa dos movimentos sociais, seja em prol da Amazônia, seja em prol das Universidades Públicas, etc.

No segundo *post*, a candidata utiliza uma montagem de imagem para apresentar seu Programa de Governo: “cidade mãe”, “cidade educadora”, “circula Salvador”, “nosso bairro”. Junto às imagens, a inscrição verbal que vem como forma de pergunta ao eleitor: “Já conferiu nosso Programa de Governo para uma nova Salvador? Os compromissos de Alice estão no nosso site. É só clicar: www.alicesim.com.br/Propostas.pdf”. As cores, a apresentação espacial, o verbal e o não-verbal formam um enunciado sincrético bastante convidativo, pois sua arquitetura visual chama a atenção dos leitores.

Já no *post* em que publica o vídeo, “Alice fala sobre o seu programa de governo para Salvador em entrevista ao Jornal Correio”, a candidata aproveita o espaço de sua página para publicar entrevista dada ao Jornal e informa aos seus eleitores o seu programa de governo.

Seq. Enunciativa 6: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no *Facebook* (candidato ACM Neto)



No primeiro *post* ACM Neto convida seus eleitores para personalizar sua página da rede social através de um cartaz ilustrativo com sua foto, que orienta como fazer para mudar a foto do perfil, e do enunciado verbal “Mostre para todo mundo que você também tá colado com o #PrefeitoDaGente”.

No segundo *post* o mesmo candidato convida seus eleitores através de uma linguagem informal a contar porque votar nele: “Conta aí, vai!”, além de inserir o cartaz que ilustra a imagem do seu rosto de perfil e fundo, promovendo uma interação com seus eleitores na construção de argumentos para votar nele: “Eu voto no prefeito da gente porque...”.

O candidato do DEM conversa diretamente com seus eleitores através de uma *live* (vídeo ao vivo), agradecendo aos 400 mil amigos do Facebook. Essa ferramenta gera um efeito de proximidade com seus eleitores, chamando-os de amigos, agradecendo o apoio e as críticas também.

Seq. Enunciativa 7: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no Facebook (candidato PSI)



Observamos que a página do candidato Pastor Sargento Isidório (PSI) é constituída por diferentes semiologias. O primeiro *post* da sequência, o candidato sugere ao eleitor que ele declare em sua página, a partir do recurso que altera a imagem do perfil: “Declare que você também é doido por Salvador. Vote 12!”. No cartaz com fundo verde, a inscrição verbal em destaque “eu tô com o Doido”, faz referência ao próprio candidato, que é conhecido popularmente como “Doido” por seus adversários e por parte da população. Esse apelido foi possivelmente atribuído ao candidato PSI por algumas de suas declarações controversas e por alguns comportamentos polêmicos.

No segundo *post*, o candidato aparece na fotografia com a bíblia e ao lado de um eleitor. “A energia que vem da rua. Eles reforçam o desejo de mudança. Eles querem uma Salvador melhor, mais igual; #IsidórioPrefeito#Isidório12#VemcomO12. No último *post* da sequência, podemos notar a utilização do recurso imagético e sonoro: o vídeo com o *jingle* da campanha “Agora é a vez do doido”, que é construído a partir de alguns elementos semióticos, como a bíblia e o botijão de gás. A composição da cenografia do vídeo revela indícios de sua relação com a periferia de Salvador, pois coloca como pano de fundo uma comunidade de Salvador. Essas representações simbólicas produzem sentidos e acionam uma memória.

A construção visual mobilizada para compor o vídeo pode ser condensada em um espetáculo midiático. O candidato canta, dança com a bíblia em uma mão e o botijão de gás em outra, mobilizando símbolos para validar seu *ethos* semiotizado de político-pastor, representante dos mais pobres. O *jingle* de sua campanha é cantado pelo próprio candidato na construção do personalismo político. As imagens do videoclipe instauram efeitos de sentidos

que buscam construir a imagem de um político popular, religioso. O estilo musical do *jingle* se assemelha às marchinhas de carnaval, com letra fácil e refrão repetitivo.

(Rapaz, vou dizer uma coisa pra você:
 O doido é que tá certo!)
 Agora é a vez do doido, doido, doido
 O maluco quer acabar com a máfia,
 E pra acabar com a máfia só mesmo doido
 O doido quer baixar o gás
 Quer baixar o pão
 Quer muito mais
 O doido é amigo-irmão
 E é melhor ser doido do que ladrão
 Tem que ser doido e não se conformar
 Com o busu lotado pro trabalhador
 Bicho largado na periferia
 Ainda dão porrada no camelô
 A prefeitura só metendo multa
 É golpe aqui
 É golpe lá
 Faltando peixe, posto de saúde
 E tome maquiagem pra te calar
 (Não é que o doido tá certo?)
 Agora é a vez do doido doido doido
 O doido que sempre lutou
 Que só faz o bem (ô GLÓRIA)
 Doido por Salvador (doido por Jesus)
 É o 12, é o 12, é o doido
 É o doido é o doido, Isidório é o doido
 É 12, é doido, é 12, é doido
 Isidório é o doido, é o 12, é o doido
 É 12 ou o doido?
 É 12 é 12 é 12 é 12
 É o doido é o doido é o doido
 É 12 é 12 é 12 é 12
 É o doidooooo
 É 12 é 12 é 12 é 12
 É o doidooooo
 (É Isidório pra prefeito Salvador! O doido é que tá certo!)
 Doido por Jesus! Ô glória!
 Salvador sairá vitoriosa!

A construção semântica a partir da palavra “doido” não remete à sua literalidade, da loucura como doença psiquiátrica, uma anomalia, uma enfermidade, mas faz alusão a gostar exageradamente, “doido” como intensificador: “doido de amor”, “sou doido por Salvador”, “doido por Jesus”.

Seq. Enunciativa 8: As materialidades sincréticas da campanha eleitoral no *Facebook* (candidato Fábio Nogueira)



Na sequência enunciativa, o candidato Fábio Nogueira faz uso das diversas materialidades: fotografia, vídeo, cartaz. O primeiro post o candidato solicita aos eleitores financiamento para campanha através do cartaz #EuFinancioFábio50, na qual ele alega não contar com financiamento de empresários nem apoio da grande mídia. “Nossa campanha é de olho no olho com o povo, na sola do sapato e no debate franco com a população”. Por ser de um partido sem muito recursos, o PSOL, o candidato convida àqueles que acreditam na luta “contra a injustiça social, a segregação e a violência contra o povo negro da periferia de Salvador”, para fazer sua contribuição através de depósito.

No segundo *post*, Fábio Nogueira reproduz em sua página a entrevista no programa de televisão, a partir das materialidades verbal e não verbal, destacando que o principal problema da capital baiana seria a desigualdade social, além de confrontar a política do adversário ACM Neto, atribuindo ao seu governo o rótulo de “política da maquiagem”. Já o último *post* da sequência enunciativa, apresenta-se em forma de vídeo, no qual o candidato intitula a vídeo montagem como “PSOL nas ruas”, que versa sobre “a cidade real” em contraponto à cidade maquiada de ACM Neto. Ainda há uma observação importante, a predominância da cor amarela nas postagens, que simboliza a cor do partido.

Tendo em vista que grande parte da comunicação atual manifestas nas redes sociais é plurissemiótica, nota-se que os *posts* dos candidatos no *Facebook* são constituídos de materialidade verbal, imagética e/ou híbridas, em que são mobilizadas simultaneamente diversos canais: a fotografia, o texto verbal, o uso de #, vídeos etc. Dessa forma, as próprias ferramentas disponibilizadas na plataforma *Facebook* possibilitam a emergência do enunciado sincrético.

Nas postagens, verbo, corpo e voz são acionados estabelecendo um diálogo direto com seus eleitores, que embora não seja de fato face a face, torna-se próxima e íntima. O *Facebook*, sem dúvida, inaugura diferentes canais para promover a interatividade na campanha política.

Tendo em vista a crescente importância dada às redes sociais como instrumento de *marketing* político eleitoral, para Aggio (2017, p. 29), “a interação humana, mediada por redes digitais, existe de um modo que os outros tipos de comunicação mediada não são capazes de oferecer”. Um exemplo desse potencial, é a capacidade de capilarização dos discursos. Uma vez lançado nas redes, são replicados de forma vertiginosa nas mais diversas plataformas. Elas, as redes sociais digitais, que destaca-se por sua capacidade de recursos interativos que predispõe ao usuário a possibilidade de manipular diversas materialidades para compor sua página: publicação de *post*, o qual poderá ser inserida fotografias, vídeos, *emoticons*, *gifs*, *hashtag* etc., bate-papo virtual, compartilhamento de publicações, dentre outras possibilidades, caracteriza-se, então, por ser esse ambiente de replicabilidade, volatilidade, efemeridade, multimodalidade, heterogeneidade, etc.

No âmbito da política digital, faz-se mister compreender a campanha política eleitoral sob o prisma das redes sociais digitais, visto que, no âmbito eleitoral, as ferramentas de comunicação digital têm se configurado não apenas como espaços de grande visibilidade e repositório de conteúdo, mas, sobretudo, como “espaços para o estabelecimento de diálogos que tragam maior legitimidade às pretensões eleitorais de agendas do campo político” (MARQUES; SAMPAIO; AGGIO, 2013, p 15).

É notório o empreendimento que partidos políticos e candidatos estão fazendo em suas campanhas *online*, com uso de uma variedade de ferramentas de comunicação eletrônica que contribuem na construção do *marketing* político. Braga et al (2013), aponta que nas três últimas eleições presidenciais brasileiras de 2010, 2014 e 2018, há indícios substanciais de que as novas mídias influenciaram significativamente os rumos do processo eleitoral, em destaques, o *Twitter*, o *Facebook*, postagens de vídeos no *YouTube* e mais recentemente, o *Instagram* e o *Whatsapp*⁸³.

De acordo com os estudos já realizados sobre as redes sociais e a política eleitoral no Brasil, o ano de 2012 assinalou a consolidação do uso das redes sociais e das diversas

⁸³ A definição do *Whatsapp* como sendo ou não rede social tem gerado polêmica, pois alguns estudiosos da comunicação digital conferem a esta plataforma, o *status* de aplicativo de troca de mensagens. No entanto, considerando que a rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos em comum”, o *Whatsapp* poderia ser considerado uma rede social, pois através do aplicativo compartilhamos várias informações e valores, construímos relações e até podemos dizer que o aplicativo que integra grupos com fins comuns.

plataformas colaborativas da *internet* nas eleições, dessa vez nos pleitos municipais. Todavia, só no pleito de 2016, nas eleições municipais de Salvador, o *Facebook* foi decididamente a ferramenta mais utilizada pelos candidatos, seja como meio oficial de campanha, ou como meio de atuação da militância.

Os candidatos à prefeitura de Salvador se apropriaram da referida plataforma, sendo que dentre os sete candidatos – a saber, ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sargento Isidório (PDT), Fábio Nogueira (PSOL), Claudio Silva (PP), Célia Sacramento (PPL) e Da Luz (PRTB), apenas os quatro primeiros listados, foram selecionados para compor o *corpus* da pesquisa, pois a atuação e o desempenho destes foram bastante significativas no período eleitoral.

Embora tenhamos subestimado muitas vezes a força das redes sociais no domínio da política brasileira, conforme Achache, “o casamento da política com as mídias está, hoje, consumado”. Tornou-se, portanto, um caminho sem volta pensar em prática política sem associá-la às redes sociais, posto que estamos inseridos em uma era midiática espetacularizada, com suas tecnologias de comunicação e suas formas de poder.

2.4 Apontamentos para unir as margens

Como vimos, em nosso trabalho, consideramos o discurso político eleitoral contemporâneo inscrito no interior dos novos regimes de discursividade, impostas pelas transformações do objeto que carregam marcas de sua historicidade, que refletem na apropriação dos suportes e dispositivos e nas formulações a partir de um conjunto complexo de sistemas semiológicos. Para isso, necessitamos de um projeto teórico e político mais amplo, acionamos, assim, a Análise do Discurso de vertente francesa, junto a perspectiva semiológica courtiniana, para pensar as mutações do discurso político e, também, a repetição, a memória das imagens inscritas na história, através da noção da intericonicidade.

Com efeito, as condições de produção do discurso político integram uma série de razões, fatores e causas históricas e conjunturais e mobilizam um conjunto de ‘transformações históricas de diferentes durações’, associadas, sobretudo às inovações tecnológicas, contribuindo nas práticas, formulações e circulações.

Propomos refletir sobre as contribuições que a Semiologia histórica traz para as questões teórico-metodológicas dos estudos discursivos, uma vez que a Análise do Discurso se vê frente às novas materialidades do objeto de análise na sociedade contemporânea, considerando o

paradigma midiático, com a formulação e a circulação de enunciados sincréticos presentes na *web*, especialmente em redes sociais.

Conforme veremos a seguir, na política eleitoral, sempre é tempo da propaganda de si e, com a emergência das redes sociais, os agentes políticos constroem *as imagens de si* por meio de discursividades pluri-semiológicas. Com efeito, considerando o objetivo da campanha política, as campanhas realizadas na internet “são estruturadas para construir e administrar uma imagem e uma mensagem que sejam palatáveis a um grande público para vencer as eleições” (STROMER-GALLEY, 2013, p. 57, trad. Aggio). Urge também pensar como o sujeito político constrói a *imagem de si* a partir dos diversos dispositivos inerentes às redes sociais, em que é possível empregar múltiplas materialidades para sua composição enunciativa.

Portanto, a partir dessa problematização, propomos no próximo capítulo, analisar a constituição do *ethos*, delineando um panorama histórico das mutações desta noção, desde os estudos retóricos aristotélicos, passando pela reformulação discursiva, proposta por D. Maingueneau para, enfim, chegarmos às reflexões empreendidas por R. Baronas, na tentativa de compreendermos a constituição do *ethos* semiotizado no discurso político eleitoral, considerando que a composição material do discurso atual nas redes sociais é eminentemente sincrética, conforme já discutimos neste capítulo.

CAPÍTULO III: A CONSTITUIÇÃO DA *IMAGEM DE SI* NA POLÍTICA DA IMAGEM: PROBLEMATIZAÇÕES E DESLOCAMENTOS

Neste capítulo faremos um estudo sobre o conceito de *ethos* e seus deslocamentos teóricos, passando pela retórica clássica, pela pragmática e, por fim, pela análise do discurso, nosso foco de interesse. O *ethos* é uma noção que tem suscitado bastante interesse, principalmente nos campos dos estudos da Retórica e da Análise do Discurso há muitos anos. Os antigos designavam o *ethos* como a construção da imagem que o orador dá de si ao seu auditório com vistas a garantir sucesso no empreendimento oratório.

Dominique Maingueneau mostrou a relevância dessa noção como categoria discursiva, reformulando-a e inserindo-a no quadro teórico da análise do discurso. Ele observa que não é possível, de forma alguma, estabilizar definitivamente uma noção desse tipo, visto que não vivemos no mesmo mundo da retórica antiga, e o discurso não é mais inscrito pelos mesmos dispositivos. Nesse sentido, ele propõe uma revisão e ampliação ao conceito.

Essa noção, conforme veremos nas seções a seguir, esteve ligada anteriormente aos estudos da Retórica, que privilegiava o discurso oral e sua ligação com a argumentação. Contudo, D. Maingueneau (2008d, p. 20) constata que, considerando as práticas verbais em toda a sua diversidade, o investimento do *ethos* assume feições bastante diferentes. Assim ele aponta duas razões que o motivaram a recorrer a essa noção: a primeira é sua relação com a reflexividade enunciativa e, a segunda, é a relação entre corpo e discurso que ela implica. Por isso seria insuficiente compreender a instância subjetiva do discurso apenas por meio do estatuto ou do papel, porque, conforme o estudioso, ela se manifesta também como uma “voz” e, além disso, como um “corpo enunciante”.

Objetivamos assim, neste capítulo teórico-metodológico, fazer uma incursão sobre os estudos dedicados à noção de *ethos*, desde os antigos gregos, passando pelos romanos, até o deslocamento do *ethos* retórico para alcançar o âmbito discursivo e integrar-se aos pressupostos da Análise do Discurso, a partir de teóricos da França e do Brasil, como Maingueneau, Ruth Amossy, Charaudeau e Baronas. Buscaremos problematizar esta noção, ainda que não façamos um estudo exaustivo da história deste conceito, mas sentimos que é preciso recuperar sua historicidade, para então compreender como se constituem os *ethé* inscritos em campanha eleitoral na rede social *Facebook*, a partir das reflexões mobilizadas por Maingueneau (2008a, 2008b, 2010, 2013) sobre o *ethos* discursivo, tomando-o como ponto de partida para expansão desta categoria. Julgamos necessário a ampliação desse conceito diante das profundas

transformações na comunicação política, na qual as redes sociais tornaram-se os principais suportes, os quais engendram ordens discursivas de diferentes naturezas.

Assim, mesmo consciente de toda contribuição manifestadas pelos estudiosos supracitados acerca desse conceito, ainda é possível refletir sobre uma problemática em torno da emergência do discurso político atual sob a ordem discursiva das redes sociais, de modo que o conceito de *ethos* deverá se atualizar face às novas configurações do discurso sofridas pelas mídias contemporâneas, cujas análises não poderão limitar-se à materialidades apenas em sua especificidade linguística, mas que considere os dispositivos e as ferramentas tecnológicas, por meio dos quais os discursos são produzidos e circulam, considerando toda sua composição semiológica para projeção da “imagem de si”. Destarte, partimos da seguinte questão empreendida por Piovezani (2009, p. 15): “como poderíamos, com efeito, limitarmo-nos somente às palavras, quando as imagens do corpo do homem público, a *mise em scène* de seus gestos e os signos de seu rosto produzem, com o verbo e com a voz, os efeitos de verdade?”

Considerando a configuração semiológica da qual o discurso político atual se constitui, propomos uma atualização do conceito de *ethos* tendo em vista as mudanças sofridas pelo discurso, face às novas mídias, permeada pela intersemiose em materialidades diversas acionadas para a construção da *imagem de si*. Desse modo verifica-se que, as campanhas engendradas via rede sociais, o sujeito político articula conjuntamente variadas materialidades sígnicas para projetar seu *ethos*.

Para tanto, este capítulo se organiza através das seguintes seções: **3.1** Considerações iniciais sobre o *ethos* no discurso político; **3.2** Incursões do *ethos*: da retórica à pragmática **3.3** O *ethos* discursivo proposto por Dominique Maingueneau; **3.4** O *ethos* semiotizado proposto por R. Baronas; e, por fim, **3.5** A emergência da campanha eleitoral das redes sociais: a semiotização das *imagens de si*, acompanhado do subitem **3.5.1** Análise da constituição do *ethos* semiotizado em *posts* de candidatos às eleições de Salvador.

Vale ressaltar, portanto, que as teorizações propostas em nosso trabalho buscam, dentro de um *continuum* de estudos acerca do *ethos*, ampliar uma categoria de análise que permita fornecer ao pesquisador subsídios, dentro da Análise do discurso, para dar conta de outras materialidades que não apenas linguístico.

3.1 Considerações iniciais sobre a constituição do *ethos* no discurso político

Como bem sabemos, o sujeito que fala não escapa à questão do *ethos*, *a fortiori* o sujeito político, conforme aponta Charaudeau (2008). Isso porque todo ato de tomar a palavra implica

na construção de uma imagem de si. Quando se trata do sujeito político, a construção da imagem de si, sobretudo do bom gestor, é fundamental, visto que precisa ser digno de credibilidade. Isso se deve ao fato de que os candidatos políticos procuram afastar-se do estigma de que políticos são mentirosos e dissimulados:

Diante desse descrédito sofrido pelo discurso político, quando confrontado à eficiência de uma ação efetiva, que poderia ser sintetizado numa sequência bastante corriqueira como "Esses políticos só falam, mas não fazem nada!", uma das estratégias mais frequentes de seu enunciador é a de antecipar-se ao preconceito que lhe ronda, tentando construir para si um *ethos* de competência e realização. (PIOVEZANI, 2007, p. 113).

Evidentemente, as condições de produção do discurso e, por consequência, do discurso político contemporâneo, já não são as mesmas, pois as campanhas eleitorais são mediadas pela tecnologia virtual e o sujeito político atual não faz a construção da imagem de si apenas pelas palavras – em sua realização oral ou escrita – como esteve tradicionalmente pautado o estudo do *ethos*, mas sobretudo a partir do corpo, dos gestos, das roupas, dos acessórios, da imagem, que poderá ser registrada através de fotografias, de *selfies*, de *lives*, de vídeos (que ainda contam com aplicativos de filtros) que podem corroborar para legitimação de seu discurso. Assim, nem sempre o sujeito falará de si diretamente (verbalmente), por vezes, poderá apenas mostrar, por exemplo, através de uma imagem, de um vídeo. Dessa forma, todas as dimensões linguísticas, discursivas e midiáticas contribuirão para a compreensão da constituição do *ethos*.

A imagem que projetamos diz muito sobre quem somos, mas também sobre quem desejamos ser. No campo político, a maioria dos candidatos busca construir a sua imagem atrelada à ideia de um homem honesto, trabalhador, justo, carismático, popular, isto é, em geral percebe-se um esforço em projetar uma imagem positiva de si, o que nem sempre será completamente eficiente, pois ele duela com a imagem prévia que o outro constrói dele, e também da imagem que seu opositor atribui a ele. Além disso, vale destacar que, quando se trata de discurso e de *ethos*, a falha, o equívoco, é um elemento constitutivo, por isso não podemos garantir que a produção de um *ethos* visado será aceito e/ou compartilhado pelos co-enunciadores.

Essa ideia de projeção da imagem de si é muito antiga, tem sua origem na filosofia grega a partir dos pressupostos da Retórica de Aristóteles, quando considerou o *ethos* como uma das provas mais importantes da persuasão. Essa noção foi fonte de estudo de muitas áreas, como a Filosofia clássica, a Retórica, a Teoria da Argumentação, a Pragmática e a Análise do Discurso. Isso significa que o conceito foi ganhando reformulações e se ampliando para que pudesse

acompanhar as metamorfoses da fala pública, ou seja, com as transformações ocorridas no discurso político, que saiu das praças, das tribunas e dos palanques, cujo foco principal era o discurso falado; depois pela tevê, em que se operavam o corpo, os gestos e a voz; e atualmente, com o advento da internet, vê-se o mundo virtual, por meio das telas de computador, de *laptops*, de *tablet* e de celulares, nos quais se configuram diversos aplicativos e dispositivos, como as redes sociais, *blogs* e sites, capazes de operar diversas semioses para a constituição da imagem de si.

Conforme já dissemos, considerando que a fala pública não é mais governada pelos mesmos dispositivos de outrora, D. Maingueneau, em entrevista publicada na *ReVEL - Revista Virtual de Estudos da Linguagem*, em 2006, quando questionado sobre qual seria o caminho possível para os estudos da linguagem, na perspectiva da Análise do Discurso, ele aponta para a compreensão sobre os textos como realidades plurissemióticas, dando lugar às formas de expressão e às imagens:

Na medida em que ela (a AD) trabalha sobre textos que são realidades sempre plurissemióticas. Seja no texto oral, em que é preciso, em particular, prender por completo a dimensão gestual, ou no escrito, cuja materialidade tem sempre algo a ver com uma imagem. De toda maneira, o analista do discurso não pode jamais tratar da língua “pura”. O analista do discurso que estuda a publicidade, por exemplo, é obrigado a apelar aos conhecimentos da semiótica da imagem, mas no interior de um quadro que foi definido pela AD. Existe, na verdade, uma grande diferença entre a semiótica como uma disciplina que visa a abranger as condições de manifestação do sentido em toda sua diversidade e as semióticas regionais: semiótica do corpo, da imagem, do cinema, da narrativa, do gesto etc. Os analistas do discurso recorrem de bom grado às semióticas regionais, mas se mostram desconfiados no que concerne “à” semiótica como uma disciplina globalizante cujo estudo do discurso somente seria um ramo [...] (MAINGUENEAU, 2006, p. 4)

Com isso, o linguista francês vai estabelecer uma diferença necessária ao trabalho do analista para proceder com os estudos de seu objeto fundamental – o discurso – buscando entender a natureza desse objeto evitando uma análise puramente linguística. É nesse sentido que ele entende que os estudos semióticos são convocados para o diálogo, porém tendo no horizonte uma semiótica como domínio de disciplina e campo teórico, e as semióticas específicas determinadas pela natureza do objeto, conforme o autor lista acima. É essa linha de abordagem que oferece contribuições aos analistas quando se procede com análise de materialidades discursivas constituídas signos que não se reduzem ao linguístico.

Nosso interesse em dar continuidade a esse campo de estudo é sobretudo refletir que diante das mutações historicamente sofridas pelo discurso político, também é possível pensar que a noção de *ethos* precisa se adequar às transformações da fala pública, diante das

formulações discursivas contemporâneas marcada pelo sincretismo semiótico. Assim, podemos afirmar que, com os avanços das tecnologias da comunicação, não se faz mais política sem imagens e muito menos sem os dispositivos da mídia digital, e nós, analistas do discurso, precisamos estar atentos às mudanças imprescindíveis que decorrem desses dispositivos. Por isso, reafirmamos a importância de se ampliar esse conceito frente às novas emergências discursivas formuladas nas redes sociais virtuais.

As redes sociais apresentam-se como dispositivo capaz de operacionalizar diversas manifestações discursivas. O *Facebook*, no entanto, tem se destacado por ser considerado como um dos espaços de maior interação e visibilidade e, também, pelo número expressivo de usuários conectados a essa rede nesta última década. A partir dessa informação, podemos então compreender a adesão e o engajamento dos políticos nesta plataforma, com vistas à divulgação de sua campanha, bem como a construção das imagens de si.

A noção de *ethos* apresenta muitas evoluções e dificuldades devido ao crescente interesse de trabalhos desenvolvidos em torno desta temática, fato que revela a necessidade de contínuas reflexões teórico-metodológicas. Em um de seus recentes trabalhos⁸⁴, Maingueneau (2016) afirma que a concepção usual de *ethos* discursivo é insuficiente e que, por isso, ele revela que essa noção carece de algumas modificações. Para isso, ele utiliza em suas análises diferentes tipos de *corpora* para demonstrar a complexidade do conceito de *ethos* discursivo.

3.2 Incursões do *ethos*: da retórica à pragmática

Embora nosso estudo sobre o *ethos* seja atrelado aos estudos discursivos, essa noção foi anteriormente gestada pelos estudos da Retórica, que privilegiava o discurso oral e sua ligação com a persuasão. Entretanto, com os estudos do discurso, esse conceito foi ampliado e revisado, especialmente, a partir dos estudos desenvolvidos por D. Maingueneau, aplicando-o em todo e qualquer discurso, seja oral ou escrito. Para o início deste capítulo, retomamos a noção de *ethos* nesse batimento de seus primórdios e reformulações.

O *ethos* é uma expressão grega traduzida frequentemente para o português por “caráter”. Para Aristóteles a imagem que o orador faz de si corresponderia ao caráter que ele apresentava

⁸⁴ MAINGUENEAU, D. Retorno crítico sobre o *ethos*. In: Baronas, R.L.; MESTI, P.C.; CARREON, R. O. (Orgs.) **Análise do Discurso:** entorno da problemática do *ethos*, do político e de discursos constituintes. Campinas, SP: Ponte Editores, 2016, p. 13-33. (Artigo publicado originalmente em 2014, com o título “*Retour critique sur l’ETHOS*”, na Revista Francesa *Langage & Societé*, n. 149).

no momento do seu discurso para persuadir seu auditório. Então, podemos dizer que o *ethos* é uma categoria ligada à própria enunciação.

Segundo Aristóteles ([384-322.a.c.]1998, p. 49):

Persuade-se pelo caráter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé. Pois acreditamos mais e bem mais depressa em pessoas honestas, em todas as coisas em geral, mas sobretudo nas de que não há conhecimento exacto e que deixam margem para dúvida.

Esse conceito aristotélico, é considerado fundamental na arte da persuasão, como dissemos. Para isto, voltaremos à Retórica de Aristóteles, na qual o Estagirita afirma:

É o *ethos* (caráter) que leva à persuasão, quando o discurso é organizado de tal maneira que o orador inspira confiança. Confiamos sem dificuldade e mais prontamente nos homens de bem, em todas as questões, mas confiamos neles, de maneira absoluta, nas questões confusas ou que se prestam a equívocos. No entanto, é preciso que essa confiança seja resultado da força do discurso e não de uma prevenção favorável a respeito do orador. (I, 1356a)

Sobre essa passagem, R. Barthes (1975) explica: “[...] os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão são os ares que assume ao se apresentar [...]. O orador enuncia uma informação e, ao mesmo tempo, ele diz: eu sou isto aqui e não sou aquilo lá”. (BARTHES, 1975, p. 203). Assim, na antiguidade, o *ethos* referia-se aos traços de caráter do enunciador, à maneira de se mostrar ao público, tendo como intuito causar boa impressão, sem se importar se o que foi mostrado é verdade. Esta apresentação de si é construída através do estilo, da competência linguística e enciclopédica, crenças implícitas que o locutor mostra pelo modo que se expressa.

Desse modo, a noção de *ethos* na Retórica mobilizava um conjunto de elementos da oratória, desde o gesto até mesmo as vestimentas e, como a essência da produção discursiva era a oralidade, e não o texto escrito, os oradores utilizavam características imitação de voz, mímicas e feições, entre outras artimanhas, a fim de construir uma autoimagem positiva. Desse modo, a prova pelo *ethos* mobiliza “tudo o que, na enunciação discursiva, contribui para emitir uma imagem do orador destinada ao auditório. Tom de voz, modulações da fala, gestos, postura, adornos, pelos quais o orador dá de si mesmo” (DECLERQ, 1992, p. 48 *apud* MAINGUENEAU, 2008, p. 57).

Nesse viés, o *ethos* aristotélico corresponderia ao caráter que o orador apresenta no momento do seu discurso, isto é, o *ethos* não era visto como uma categoria preestabelecida, porque era construída no discurso, caracterizar-se-ia, portanto, por sua flexibilidade e sua

ligação com a própria enunciação. Nessa perspectiva, o filósofo grego acreditava que, para que o orador fosse digno de crédito aos olhares do seu auditório, este deveria mostrar em seu discurso um caráter honesto. Essa imagem que o orador constrói no discurso poderia corresponder ou não à identidade dele, seria apenas uma imagem criada na enunciação para persuadir o auditório.

De acordo com Amossy (2010, p. 61, tradução nossa), “a importância atribuída à pessoa do orador na argumentação é um ponto essencial dos retóricos antigos, que chamam de *ethos* a imagem de si que o orador constrói no seu discurso para contribuir com a eficácia do seu dizer”⁸⁵. Nesse sentido, o termo é empregado para designar a “[...] construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório”. (AMOSSY, 2008, p. 10).

Aristóteles ([384-322.a.c.]1998) acreditava que a construção do *ethos* deveria mobilizar três qualidades distintas do orador: a prudência (*phronesis*), a virtude (*aretê*) e a benevolência (*eunóia*). Logo, o orador inspira confiança ao seu auditório, se seus argumentos parecerem ponderados (*phronesis*), se parecerem sinceros (*aretê*) ou se mostrarem uma imagem de simpatia para com ele (*eunóia*). Assim, a partir da mobilização de tais qualidades, o orador seria capaz de construir uma imagem positiva diante de seu auditório, isto é, um *ethos* positivo.

Com vistas a se compreender a noção de *ethos* dentro do quadro retórico, não se pode deixar de perceber que essa se refere a uma das provas atribuídas por Aristóteles ([384-322.a.c.]1998) como uma das mais importantes. Segundo o referido filósofo grego, há três espécies de provas empregadas pelo orador, para persuadir seu auditório, quais sejam: a conduta do orador, ou seja, o caráter do orador representado através do discurso (o que ele chamou de *ethos*); as paixões despertadas nos ouvintes (*pathos*); e o próprio discurso, que estaria relacionado aos argumentos, à razão (*logos*). No entanto, ele considera que o *ethos* é a mais importante das três provas, visto que se torna mais difícil persuadir um auditório se esse não considerar o orador como um dos que compartilha com ele das mesmas ideias, da mesma conduta, de um mesmo *ethos*.

Distante dos demais retóricos, os quais concebiam que o *ethos* não contribui para persuasão, Aristóteles emprega o termo *epieikeia*, como honestidade. Dessa forma, o orador que apresentasse em seu discurso um caráter honesto teria maior credibilidade de seu auditório. (AMOSSY, 2008, p. 29).

⁸⁵ L'importance attribuée à la personne de l'orateur dans l'argumentation est un point essentiel des rhétoriques antiques, qui appellent “ethos” l'image de soi que l'orateur construit dans son discours pour contribuer à l'efficacité de son dire. (AMOSSY, 2010, p. 61).

Em outras passagens no âmbito da Retórica, Aristóteles diz que “um homem rude não poderia dizer as mesmas coisas nem dizê-las da mesma maneira que um homem culto” (EGGS, 2008, p.29). Por isso, em algumas das passagens da obra, verifica-se que o termo *ethos* já não tem o mesmo sentido moral, mas antes um sentido neutro. Nessa perspectiva, para Aristóteles os temas e os estilos devem ser apropriados ao *ethos* do orador.

Segundo Eggs (2005, p. 30), há dois polos semânticos opostos associados ao termo *ethos*, na Retórica aristotélica. O primeiro, cujo sentido é moral (*epieíkeia*), envolve atitudes e virtudes tais como a honestidade, a benevolência ou a equidade. O segundo, cujo sentido é neutro (*héxis*), abrange termos como hábitos, modos e costumes ou caráter. Para Eggs (2005, p. 30), “essas duas concepções não se excluem, mas, ao contrário, constituem, as duas faces necessárias a qualquer atividade argumentativa”.

Assim, Eggs (2005) chega à conclusão *contraditória*, mas simples: não se pode realizar o *ethos* moral sem realizar ao mesmo tempo o *ethos* neutro, objetivo e estratégico. É preciso agir e argumentar estrategicamente para poder atingir a sobriedade moral do debate. Essas duas faces do *ethos* constituem, pois, dois elementos essenciais do mesmo procedimento: persuadir pelo discurso.

De acordo com Maingueneau (1997, p. 46), “[...] a Retórica antiga organizava-se em torno da palavra viva e integrava, conseqüentemente, à sua reflexão, o aspecto físico do orador, seus gestos, bem como sua entonação”. Desse modo, essa tradição esteve ligada à oralidade e ao exercício da argumentação, pois o *ethos* retórico na acepção aristotélica compreende:

O que o orador pretende ser, ele o dá a entender e mostra: não diz que é simples ou honesto, mostra-o por sua maneira de se exprimir. O *ethos* está, dessa maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde a seu discurso, e não ao indivíduo “real”, (apreendido) independentemente de seu desempenho oratório: é, portanto, o sujeito da enunciação uma vez que enuncia que está em jogo aqui. (MAINGUENEAU, 1993, p. 138 *apud* AMOSSY, 2008, p.31).

O *ethos* se constitui através do *logos*, ou seja, através do discurso do orador. Para Amossy (2008), esse lugar se mostra apenas mediante escolhas feitas por ele. Assim, toda forma de expressão resulta por uma escolha entre tantas possibilidades linguísticas e estilísticas.

No início do seu tratado, Aristóteles introduz as três *peças de convicção* a partir de um triângulo pragmático em que distingue o orador, o ouvinte e o discurso:

As provas fornecidas pelo discurso são de três espécies: a primeira encontra-se no *ethos* do orador, a segunda, no fato de colocar o ouvinte em certa disposição, a

terceira, no próprio discurso (logos), uma vez que ele demonstra ou parece demonstrar (ARISTÓTELES, I, 1).

Nesse sentido, o *pathos* está relacionado ao ouvinte. O *logos*, por sua vez, convence em si e por si mesmo, independentemente da situação concreta, enquanto que para o *ethos* e o *pathos* estão sempre ligados à problemática específica de uma situação e, sobretudo, aos indivíduos concretos nela implicados. Assim, ele define o *logos* como inferencial, raciocínio, argumentação, o *ethos* diz respeito ao *habitus*, à virtude, ao caráter, já o *pathos* refere-se à paixão, ao afeto. O *ethos* teria ligação com o orador, ao seu caráter, à sua virtude, na confiança de que ele pode gerar no auditório. Na concepção aristotélica, o *ethos* seria, portanto, o caráter do orador representado através do discurso, fundamental para o desempenho da persuasão.

Na tradição da Grécia antiga, uma concepção divergente do *ethos* avançou e foi sustentado por um antecessor e contemporâneo de Aristóteles, Isócrates (436-338 av. J.- C.), que dizia que é a reputação prévia, o nome do orador que conta, isto é, aquilo que já conhecem dele

Enquanto que na Retórica de Aristóteles, a questão essencial é a forma como o orador se apresenta em sua palavra, em Isócrates é a reputação prévia, o nome do orador que conta. Não se trata da forma como ele se põe a ver no seu discurso, mas daquilo que já se conhece dele. (ISOCRATE DANS BODIN 1967, p.121 apud AMOSSY, 2010, p. 63, tradução nossa).⁸⁶

Como se nota, o *ethos* é empreendido por algumas perspectivas diferentes. Enquanto para os gregos é compreendido como uma categoria discursiva, para os romanos, tal noção é entendida como uma categoria pré-discursiva, um dado pré-existente, pois baseava-se na autoridade, no estatuto social, na reputação do orador. Desse modo, “o *ethos*, para os romanos, pertencia à esfera do caráter, estava ligado à moral do orador” (AMOSSY, 2008, p. 18). Conforme Amossy (2005a, p. 17), “[...] os romanos consideravam o *ethos* como um dado pré-existente que se apoia na autoridade individual e institucional do orador (a reputação de sua família, seu estatuto social, o que se sabe de seu modo de vida etc.)”.

Os retóricos da Roma Antiga consideravam o *ethos* como um dado preexistente ao discurso, porque para eles, o sujeito que é virtuoso, ético, sincero, parece mais quando ele de fato o é, diferentemente de Aristóteles, que defendia que pouco importa sua sinceridade, o orador deve mostrar ao seu auditório seus traços de personalidade para causar boa impressão.

⁸⁶ Alors que dans la Rhétorique d’Aristote, il est essentiellement question de la façon dont l’orateur se présente dans sa parole, chez Isocrate c’est la réputation préalable, le “nom” de l’orateur que compte. Il ne s’agit pas de la façon dont il se donne à voir dans son discours, mais de ce qu’on sait déjà de lui. (ISOCRATE DANS BODIN 1967, p.121 apud AMOSSY, 2010, p. 63).

O pensamento romano alicerçava-se nas ideias de Quintiliano e Cícero, ilustres oradores da época, para os quais a reputação de um homem tem mais valor do que suas palavras. Nesse sentido, a reputação e o caráter do homem influenciam mais do que suas palavras. Por isso, o *ethos* estaria ligado à questão da moral, aos atributos reais do orador, e não na imagem que este constrói discursivamente. A preocupação com essa categoria também aparece em teorias linguísticas, mas é válido ressaltar que foi o pensamento grego e não o romano que gerou as bases para a construção teórica da noção de *ethos* nos estudos linguísticos, tal como conhecemos hoje.

Esse conceito foi também explorado em termos pragmáticos e discursivos. Dentro dessa corrente, observam-se os estudos como os de Kebrat-Orechionni (1980), os quais focalizam a influência que a imagem criada de si, discursivamente, tem sobre o processo de interação verbal. Todavia, a noção de *ethos* será abordada de maneira mais precisa, em Ducrot (1987), que propôs a integração do *ethos* à enunciação⁸⁷. Importa dizer que nem Émile Benveniste, nem seus sucessores imediatos trabalharam o *ethos*, o primeiro a empregar o termo foi Oswald Ducrot. Assim, a noção de *ethos*, para este, está ligada ao locutor, dessa maneira, através de sua teoria polifônica da enunciação, é possível compreender mais claramente essa abordagem.

Para a Pragmática, tal imagem também é discursiva, comungando com o pensamento grego. Ducrot (1987) diferencia o sujeito empírico do sujeito discursivo, este último gerado na instância da enunciação, no qual é aplicada a noção de *ethos*. Dessa maneira, ele divide a posição locutor em locutor L (locutor enquanto tal) e locutor λ (ser no mundo). Nesse sentido, ele atribui a noção de *ethos* apenas ao locutor L, ser do discurso. O *ethos*, pois, seria uma imagem essencialmente discursiva.

Assim, Ducrot (1997) assevera que:

O *ethos* está ligado a L, o locutor enquanto tal: é enquanto fonte da enunciação que ele se vê dotado de certos caracteres que, por contraponto, torna esta enunciação aceitável ou desagradável. O que o orador poderia dizer de si, enquanto objeto da enunciação, diz, em contrapartida, respeito a λ , o ser no mundo, e não é este em questão na parte da retórica de que falo (DUCROT, 1997, p. 189).

Mesmo Ducrot (1997) tendo afirmado que a noção de *ethos* liga-se ao locutor, ele não a desenvolve enquanto uma teoria pragmática. E, embora os teóricos da Pragmática tenham esboçado uma noção discursiva sobre o referido conceito, foi a partir da Análise do Discurso,

⁸⁷ O *ethos* está ligado à noção de enunciação que Émile Benveniste define como ato pelo qual um locutor mobiliza a língua, a faz funcionar por um ato de utilização. A enunciação é por definição alocação: ela postula em modo explícito ou implícito um locutor e estabelece uma relação discursiva no parceiro. (Amossy, 2010, p. 65).

que essa noção é modificada e ampliada, substantivamente, compreendendo que tudo se dá no nível discursivo, e que o *ethos* é, essencialmente, uma noção discursiva. Conforme as palavras de Silva (2006):

[...] apesar de a noção de *ethos* também ser evocada por autores ligados às Teorias da Argumentação, como O. Ducrot e C. Perelman, em AD ela é consideravelmente modificada. Não se trata da apreensão dos traços de um sujeito psicológico que decide assumir um certo modo de dizer para mais facilmente convencer seu interlocutor a aderir às suas teses. Tudo se dá no nível do discurso, É o posicionamento discursivo no qual o enunciador está inscrito que confere a ele um determinado *ethos*. O discurso “cria” o corpo de um fiador que, por meio de sua enunciação, produz certos efeitos na comunidade discursiva pressuposta e, ao mesmo tempo, validada por aquele discurso (SILVA, 2006, p. 187).

Buscamos até aqui situar a concepção de *ethos* em um breve “estado da arte”, desde sua origem na retórica até os estudos pragmáticos, posto que caberia um trabalho muito mais profundo para mostrar a filosofia dessa noção. Nossa pretensão neste capítulo é abordar a noção de *ethos* inscrita nos estudos desenvolvidos por D. Maingueneau, com base na Análise do Discurso de orientação francesa, que reconfigura essa noção, não mais como uma escolha consciente do Locutor tal qual determinou Ducrot, mas em termos de um processo enunciativo em que determinados sujeitos são levados a se inscrever em uma determinada posição discursiva, denominando-o *ethos* discursivo. Segundo Maingueneau (2008a, p. 17), “[...] a noção de *ethos* possui um laço crucial com a reflexividade enunciativa e, também permite articular corpo e discurso”. Além disso, Maingueneau deixa claro que uma Análise do Discurso como ele a pratica não pode apreender o *ethos* da mesma forma que uma teoria da argumentação, embora ele admita que mesmo sendo sua concepção pessoal de *ethos* bastante diferente, parece que sua problemática não é fundamentalmente infiel às linhas de força da concepção aristotélica do *ethos*.

3.3 O *ethos* discursivo proposto por Dominique Maingueneau

Dominique Maingueneau contribuiu enormemente através de suas teorizações para pensarmos e desenvolvermos trabalhos no campo da Análise do Discurso, sobretudo, no que tange ao *ethos*, noção da qual ele propõe atualizações e releituras.

Inicialmente faremos uma retomada, a partir de um relato em que o próprio D. Maingueneau (2008) comenta sobre o seu interesse em teorizar o *ethos*, retomando historicamente esse conceito e contextualizando a partir de sua emergência:

Quando comecei a refletir sobre *ethos*, no início dos anos 1980, não imaginava que essa noção chegaria a ter tanta repercussão. Curiosamente, o reaparecimento dessa noção não se deu, de saída, dentro do quadro da retórica, mas sobretudo por meio das problemáticas relativas aos discursos. Enquanto o interesse renovado por parte da retórica já vai longe (foi em 1958 que surgiram as obras fundadoras de Ch. Perelman e de S. Toulmin), foi só nos anos 1980 que o *ethos* assumiu primeiro plano. No que diz respeito à França, só em 1984 se começou a explorar o *ethos* em termos pragmáticos e discursivos: em O. Ducrot, que integrou o *ethos* a uma conceituação enunciativa (1984: 201), e mesmo no meu trabalho, em que propus uma teoria dentro do quadro da análise do discurso (1984, 1987). (MAINGUENEAU, 2008, p. 11).

Maingueneau problematiza e teoriza a questão do *ethos* em diversos trabalhos (1996; 1997; 2004; 2008a; 2008c; 2010; 2011; 2015a; 2016; entre outros) inscritos na análise do discurso, como o próprio autor afirma na citação. Interessa-nos retomar seu constructo teórico para que possamos, a partir dele, compreender a apropriação desse conceito e avaliar a possibilidade de sua expansão. Desse modo, cabe aqui elencar a ordem de publicação de suas obras⁸⁸, uma vez que a tomaremos para delinear um percurso de *ethos*.

- *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours* (Paris, Hachette, 1976)
- *Les livres d'école de la République, 1870-1914, Discours et idéologie* (Paris, Le Sycomore, 1979)
- *Sémantique de la polémique* (Lausanne, l'Age d'Homme, 1983)
- *Genèses du discours* (Bruxelles-Liège, Mardaga, 1984)
- *Nouvelles tendances en analyse du discours* (Paris, Hachette, 1987)
- *L'Analyse du discours, Introduction aux lectures de l'archive* (Paris, Hachette, 1991)
- *Les termes clés de l'analyse du discours* (Paris, Seuil, 1996)
- *Analyser les textes de la communication* (Paris, Dunod, 1998)
- *Le Rapport de soutenance de thèse. Un genre universitaire* (avec C. Dardy et D. Ducard) (Lille, Presses du Septentrion, 2002)
- *Cenas de enunciação* (Curitiba, Criar, 2006); (São Paulo, Parábola, 2008)
- *La littérature pornographique* (Paris, Armand Colin, 2007)
- *Doze conceitos da Análise do Discurso* (São Paulo, Parábola, 2010)
- *Les phrases sans texte* (Paris, Armand Colin, 2012)
- *Discours et analyse du discours. Introduction* (Paris, Armand Colin, 2014)
- *The Discourse Studies Reader. Main trends in Theory and Analysis* (avec J. Angermuller et R. Wodak) (John Benjamins, 2014)
- *La philosophie comme institution discursive* (Limoges, Lambert-Lucas, 2015)

Gênese dos discursos (1984) é a obra fundadora da teoria de Maingueneau, a qual opera a partir de conceitos fundadores desse campo de saber. Essa obra revela também sua imensa contribuição para os estudos teóricos e metodológicos da Análise do Discurso, dado seu objetivo em fundar um aparato metodológico e não somente estabelecer postulados teóricos. Embora tenhamos adotado como método de trabalho a utilização de seus trabalhos em um

⁸⁸ Lista de obras extraída do site do autor. Disponível em <<http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/livres.html>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

crescente, já que ao longo dos anos o autor concebeu, reformulou e abandonou muitas teorizações, acreditamos que sua obra fundadora, esteja atrelada a um projeto maior, que delinea todo seu trabalho a uma questão: às restrições a que se submetem os discursos. (CARREON, 2018, p. 67).

Ao postular sobre a semântica global que rege os discursos em *Gênese dos discursos* (1984), Maingueneau afirma que há certas restrições a que eles estão submetidos, sendo uma delas o modo de enunciação do sujeito. Embora não tenha tratado explicitamente a questão do *ethos*, podemos observar que se refere como “uma maneira de ser através de uma maneira de dizer” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 94). O autor, assim, introduz reflexões sobre caráter e corporalidade nos quais se apoia o “tom” do enunciador: “esse ‘caráter’ é inseparável de uma ‘corporalidade’, isto é, de esquemas que definem uma maneira de ‘habitar’ seu corpo de enunciador e, indiretamente, de enunciatário (idem, 2008b, p. 92).

O conceito de semântica global nos interessa na medida em que o *ethos* é concebido pelo autor como derivado, em primeiro lugar, da semântica global de uma formação discursiva. Segundo Maingueneau, a semântica global de um discurso define também um *ethos* característico e, em decorrência, um léxico e uma maneira de dizer que lhe dão concretude:

Em vez de considerar o *ethos* da mesma forma que a retórica, como um meio de persuasão, nos inclinamos a pensá-lo em termos de dispositivo enunciativo. O *ethos* é parte integral deste dispositivo como o vocabulário ou as formas de circulação próprias do modo de existência do enunciado. Não é então dissociável da situação de enunciação do discurso, o que designamos como cenografia (MAINGUENEAU, 1996, p. 82).

Em *Novas tendências em análise do discurso* (1987), o termo “*ethos*” aparece ligado ainda ao tom, mas o autor pontua que, para se ter o conceito dentro dos domínios da Análise do Discurso, afastando-se, portanto, do *ethos* retórico, de modo que se faça um duplo deslocamento: afastar qualquer caráter “psicologizante” de *ethos* e admitir que o texto escrito também possui uma voz, ou tom. Maingueneau introduz a noção de incorporação para designar esta “mescla essencial entre uma formação discursiva e seu *ethos* que ocorre através do procedimento enunciativo”. (MAINGUENEAU, 1997, p. 48).

Em *Análise de textos de comunicação* (1998), Maingueneau define o conceito de cenas da enunciação para ligá-lo ao *ethos*. Ele apresenta os enunciados como sendo o produto de uma enunciação que implica uma cena. A cena de enunciação por sua vez desdobra-se em três planos: em cena englobante, referente ao tipo de discurso; em cena genérica, corresponde ao

gênero de discurso; e em cenografia que é “fonte de enunciação do discurso e aquilo que ele engendra” (MAINGUENEAU, [1998] 2013, p. 98).

Assim, para Maingueneau (1998), através do *ethos*, o destinatário é convocado a um lugar inscrito na cena de enunciação, a qual se configura essas três cenas, conforme ele explica de forma mais detalhada nesta passagem:

A cena englobante atribui ao discurso um estatuto pragmático, ela o integra em um tipo: publicitário, administrativo, filosófico...A cena genérica é a do contrato associado a um gênero ou a um subgênero de discurso: o editorial, o sermão, o guia turístico, a consulta médica... Quanto à cenografia, ela não é imposta pelo gênero, mas construída pelo próprio texto: um sermão pode ser enunciado por meio de uma cenografia professoral, profética, amigável etc. A cenografia é a cena de fala que o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que, por sua vez, deve validar através de sua própria enunciação. (MAINGUENEAU, 2008, p. 79).

Para melhor compreendermos o funcionamento dessas três cenas de enunciação, Maingueneau (1998) exemplifica através do enunciado político do candidato à presidência, François Mitterrand, por ocasião da campanha de 1988, o qual não se limita apenas ao conteúdo, mas sendo inseparável de sua encenação epistolar:

Meus caros compatriotas,
 Vocês compreenderão. Desejo, nesta carta, falar-lhes da França. Graças à confiança que depositaram em mim, exerço há sete anos o mais alto encargo da República. No final desse mandato, não teria concebido o projeto de apresentar-me novamente ao sufrágio de vocês se não tivesse tido a convicção de que nos restava ainda muito a fazer juntos para assegurar a nosso país o papel que dele se espera no mundo e para zelar pela unidade da Nação.
 Mas quero também falar de vocês, de suas preocupações, de suas esperanças e de seus justos interesses.
 Optei por escrever-lhes uma carta para me expressar sobre todos os grandes temas que merecem ser tratados e discutidos entre Franceses, uma espécie de reflexão em comum, como acontece quando a família se reúne à noite, em volta da mesa.

A partir dessa cena de enunciação, podemos dizer definir que a cena genérica é a do discurso político, cujos parceiros se encontram reunidos no espaço-tempo de uma eleição; A cena genérica, por sua vez, corresponde às publicações por intermédio das quais um candidato apresenta seu programa aos eleitores; e, por último, a cenografia, que se instaura uma correspondência particular, que põe em contato dois indivíduos que mantêm uma relação pessoal, isto é, uma cenografia pode apoiar-se em cenas de falas já validadas na memória coletiva, como uma conversa em família durante à refeição. (MAINGUENEAU, [1998] 2013, p. 101).

Em *Ethos, cenografia, incorporação* (1999), artigo do pesquisador publicado na coletânea – *Images de soi dans le discours: La construction de l'ethos*, organizada por Ruth

Amossy, revela sua contínua busca em desenvolver e atualizar o conceito de *ethos*, distanciando-se daquela análise do discurso que utiliza os mesmos corpora e do quadro da argumentação. Maingueneau afirma que “além da persuasão por argumentos, a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva” (MAINGUENEAU, 2008, p. 69). O pesquisador francês propõe a divisão do *ethos* em discursivo e pré-discursivo, sendo este a primeira imagem que se faz do enunciador, antes mesmo que ele tome a palavra e enuncie. Sendo assim, Maingueneau concebe sua noção de *ethos* discursivo:

O *ethos* discursivo é coextensivo a toda enunciação: o destinatário é necessariamente levado a construir uma representação do locutor, que este último tenta controlar, mais ou menos, conscientemente e de maneira bastante variável, segundo os gêneros de discurso. A problemática que desenvolvi a partir dos anos 1980 (MAINGUENEAU 1984, 1999, 2002) visa articular corpo e discurso, para além de uma posição empírica entre oral e escrito. Sendo assim, algo da ordem da experiência sensível se opera no processo de comunicação verbal. A instância subjetiva que emerge da enunciação implica uma “voz”, associada a um “corpo enunciante” especificado sócio-historicamente: uma maneira de circular uma disciplina tácita do corpo que o destinatário constrói apoiando-se num conjunto difuso de estereótipos, avaliados positiva ou negativamente. O discurso, através da leitura ou da audição, faz com que o destinatário partilhe de certo movimento do corpo, em um processo de “incorporação” que implica certo “mundo ético”, associado a comportamento estereotípicos. Assim, o “conteúdo” do enunciado suscita adesão por meio de uma maneira de dizer que é também uma maneira de ser. (MAINGUENEAU, 2010, p. 80).

Ainda sobre essa representação, o autor sublinha que todo texto oral ou escrito possui uma vocalidade específica e os leitores ou co-enunciadores constroem mentalmente uma imagem do enunciador, imagem essa que é a representação da figura do fiador. Desse modo, diz-se que a leitura faz emergir uma figura subjetiva, dotada de caracteres psicológicos e físicos, que é a figura do fiador. Pois de acordo com o autor (2005a, p. 72), “[...] o fiador, cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter e de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos”.

Ainda no texto *Ethos, cenografia, incorporação* (1999), Maingueneau apresenta o esquema representativo de *ethos*, no qual categoriza o conceito postulando que o *ethos* efetivo resulta da interação entre diversas instâncias, cujo peso varia de acordo com os discursos. “A distinção entre *ethos* dito e *ethos* mostrado inscreve-se nos extremos de uma linha contínua, já que é possível definir uma fronteira clara entre o ‘dito’ sugerido e o ‘mostrado’ não explícito” (MAINGUENEAU, 2011, p. 82). Assim, para a construção de um *ethos* efetivo, há a relação direta entre *ethos* pré-discursivo – ligado a estereótipos - e *ethos* discursivo, sendo este constituído pelo *ethos* dito e mostrado.

Já em *Cenas da Enunciação* (2008), coletânea brasileira de artigos publicados pelo autor, Maingueneau traz a reflexão sobre problemas de *ethos* (2002), considerando como uma categoria com vocação interdisciplinar. Sublinha que sua concepção desse termo é mais encarnada, pois recobre as determinações psíquicas e físicas associadas ao fiador pelas representações coletivas, o que faz com que o leitor não se identifique apenas com o fiador em si, mas também com um mundo ético. Outro fator que o autor aponta como o problema mais delicado refere-se à compreensão do *ethos*, “por natureza, articula o verbal e o não-verbal para provocar no destinatário efeitos que não decorrem apenas das palavras” (MAINGUENEAU, 2008, p. 61).

Tal processo de incorporação se articula em função dos gêneros e tipos do discurso e, por isso, Maingueneau afirma que não se pode contar com o *ethos* como um meio de persuasão, ele é parte integrante da cena de enunciação. “A partir desse dado incontornável, muitas explorações do *ethos* são possíveis, em função do tipo e do gênero de discurso em questão” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 73)

Em *La philosophie comme institution discursive* (2015), largo empreendimento teórico e metodológico, o autor apresenta uma rede de conceitos relevantes para a análise do discurso filosófico. Segundo ele, para apreender a filosofia como discurso, a "cena da enunciação", não a devemos reduzir nem ao texto nem a uma situação de comunicação que poderia ser descrita de fora, pois estes possuem um papel crucial a desempenhar. Podemos, portanto, falar de uma instituição discursiva da filosofia, pela qual a instituição é estabelecida como um processo de construção de legitimidade, e a instituição como dispositivo que organiza uma prática: a estrutura do campo, o status do filósofo, os gêneros.

Por fim, em *Retorno crítico sobre o ethos* (2016), Maingueneau tenta propor uma noção mais precisa de *ethos*, já que para ele o *ethos* permanece até o momento, uma categoria insuficientemente especificada se compreendermos os enunciados em toda sua diversidade, pois conforme o referido autor, “uma reflexão sobre o *ethos* não pode mais ser ignorada, a existência de iconotextos que associam intimamente texto e imagem. (MAINGUENEAU, 2016, p. 30).

Assim, retomando alguns postulados anteriores, Maingueneau (1997) toma de empréstimo a noção de *ethos* da Retórica, a reformula e a enquadra nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso Francesa (ADF): “O *ethos* (do locutor) está associado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde ao seu discurso, e não ao indivíduo real, independentemente

de seu desempenho oratório: é, portanto, o sujeito da enunciação enquanto ele está enunciando que aqui está em jogo. (MAINGUENEAU, 1993, p. 138, tradução nossa)⁸⁹.

Nesse tocante, o linguista francês (2008a) postula que não existe um *ethos* preestabelecido, mas sim um *ethos* construído no âmbito da atividade discursiva. Dito de forma diferente, o autor reforça a ideia de que o *ethos* é uma categoria discursiva, gestado no e pelo discurso, isto é, construído na enunciação.

Em consonância com Aristóteles, a noção de *ethos* aqui analisada é concebida por sua discursividade, pois esse conceito se constitui por meio do discurso de maneira interativa, já que é um processo de influência sobre o outro, e ainda é um comportamento socialmente avaliado. Por isso, não pode ser concebido fora de uma situação de comunicação sócio-histórica precisa.

Como já dito anteriormente, Maingueneau vem se debruçando nos estudos do *ethos* há algumas décadas. Diferentemente dos estudos da Retórica, ele procura inscrever seu estudo dentro do quadro da Análise do Discurso ampliando-a e aplicando-a a todo e qualquer texto oral ou escrito. A partir desse movimento, o conceito de *ethos* foi expandido, e passa a ser abordado como pode ser entendido como a imagem do enunciador criada no momento da enunciação. Ademais, Maingueneau (2008a, p. 63) ressalta que “não vivemos no mundo da retórica antiga, e a fala não é mais governada pelos mesmos dispositivos”.

O autor francês (2008a), ao reconfigurar o conceito de *ethos*, no quadro teórico da Análise do Discurso, postula que qualquer discurso, seja oral e escrito, pressupõe um *ethos* que, por conseguinte, implica em certa representação do corpo do seu responsável, do enunciador que assume o discurso. Assim, ao sistematizar esse conceito, ele liga-o diretamente ao tom⁹⁰ que engendra o discurso. O tom estaria ligado a uma corporalidade e ao caráter do enunciador. A corporalidade remeteria, assim, a uma representação subjetiva do corpo do enunciador na formação discursiva; já o caráter seria “o conjunto de traços psicológicos que o leitor-ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer” (MAINGUENEAU, 1997, p. 47).

O *ethos*, então, relaciona-se com a construção de uma corporalidade do enunciador por intermédio de um tom lançado por ele no âmbito discursivo. Dessa maneira, a imagem corporal do enunciador faz emergir a figura do fiador, entendida aqui como aquela que deriva da

⁸⁹ *L'ethos* [du locuteur] est [...] attaché à l'exercice de la parole, au rôle qui correspond à son discours, et non à l'individu "reel", indépendamment de sa prestation oratoire: c'est donc le sujet d'énonciation en tant qu'il est en train d'énoncer qui est ici en jeu". (MAINGUENEAU, 1993, p. 138).

⁹⁰ De acordo com Maingueneau, o tom corresponde a “voz”, regidos nos textos escritos, que permite ao co-enunciador construir a representação do enunciador no discurso.

representação do corpo do enunciador efetivo, construindo-se no âmbito discursivo. O fiador é, portanto, aquele que se revela no discurso e não corresponde necessariamente ao enunciador efetivo (HEINE, 2006, p. 44). O *ethos* do enunciador, então, não diz respeito necessariamente à imagem real do sujeito empírico, já que, conforme Fiorin (2008, p. 139), “o *ethos* é uma imagem do autor e não do autor real, é um *ethos* discursivo, implícito”.

Assim, no âmbito discursivo pode-se criar a imagem de um fiador popular e simples, mesmo que o enunciador não tenha essas características. Por conseguinte, a imagem do fiador terá relação com as escolhas lexicais⁹¹ feitas pelo enunciador, que conferirão ao enunciado um tom de popularidade e simplicidade, fazendo emergir a imagem de um fiador popular e simples.

Ao reformular esse conceito, Maingueneau (2008c, p. 69) acredita que “além da persuasão por meio de argumentos, é possível, através da noção de *ethos*, refletir sobre o processo mais geral de adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva”. Para ele, por meio do *ethos*, o co-enunciador está convidado a participar da construção da imagem do enunciador, a ter um lugar inscrito na cena enunciativa que o texto requer. Assim, o co-enunciador é levado a participar da construção das cenas enunciativas.

Desse modo, podemos observar que o discurso é um acontecimento inscrito sócio-historicamente do qual seus conteúdos são indissociados do modo de legitimação de sua cena enunciativa. Assim “todo discurso pressupõe uma cena enunciativa para poder ser enunciado, todo *ethos* é parte constitutiva de uma cena da enunciação”. (MESTI, 2016, p. 56).

Maingueneau (2008a) acredita, ainda, que para o enunciador conferir credibilidade ao seu discurso e ao seu auditório, deve criar um *status* para a legitimação do seu dizer. Assim, ele desenvolve a noção de *ethos* ligada à cena de enunciação, a qual é composta por três cenas, às quais ele se propôs chamar de cena englobante, cena genérica e cenografia, conforme já antecipamos. Para o autor, há uma relação de completude entre as cenas englobante e genérica, que funcionam como instâncias reguladoras da discursividade, definindo as estabilidades de tipo e gênero de discurso.

Dentre as três cenas, a cenografia aparece como a cena de enunciação mais propícia aos investimentos de criação do discurso. Trata-se de uma dimensão criativa do discurso, na qual engendra-se a imagem de um momento, de um espaço e dos papéis sociais conhecidos e compartilhados culturalmente. A cenografia pode ser entendida como instrumento legitimador de um enunciado. Como já se sabe, ela não é imposta pelo gênero, ela se constitui no próprio

⁹¹ Em relação as escolhas lexicais feitas pelo enunciador, para a Análise do Discurso o sujeito está vinculado a posições ideológicas e que seu discurso se vincula à toda formação discursiva, a qual prende-se e relaciona-se diretamente.

texto. Portanto, um sermão pode ser enunciado por meio de uma cenografia professoral, profética etc., assim como o discurso político é igualmente propício à diversidade das cenografias. Nesse sentido, um candidato poderá falar a seus eleitores como tecnocrata, como operário, como homem experiente etc., e conferir os “lugares” correspondentes a seu público (MAINGUENEAU, 2008a). Ele ainda destaca que “o discurso político mobiliza cenografias variadas, uma vez que, para persuadir seu co-enunciador, devem captar seu imaginário, atribuir-lhe uma identidade invocando uma cena de fala valorizada” (MAINGUENEAU, 2008, p.70). Dessa forma, cada discurso pode comportar uma distribuição preestabelecida de papéis, de modo que o locutor pode escolher, mais ou menos, livremente sua cenografia, como assegura Amossy (2008, p. 16).

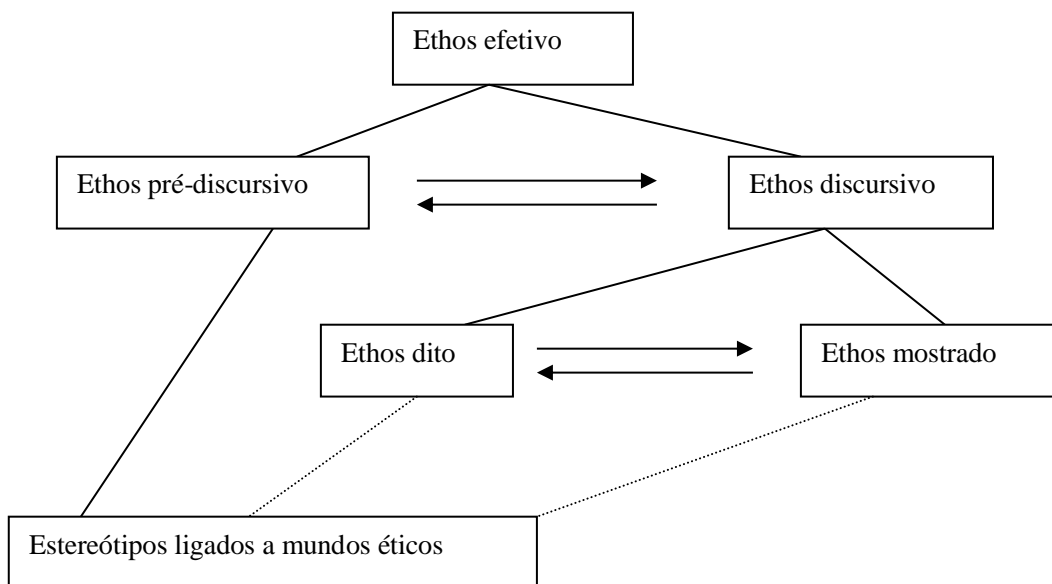
Maingueneau aponta duas razões que o motivaram a recorrer a noção de *ethos*, a primeira é sua relação com a reflexividade enunciativa, e a segunda é a relação entre corpo e discurso que ela implica. Nessa perspectiva, seria insuficiente compreender a instância subjetiva do discurso apenas por meio do estatuto ou do papel, porque ela se manifesta também “como uma “voz” e, além disso, como um “corpo enunciante”, historicamente especificado e inscrito em uma dada situação, que sua enunciação ao mesmo tempo pressupõe e valida progressivamente” (MAINGUENEAU, 2008, p. 20).

Pode-se então concluir que o *ethos* está ligado a uma corporalidade que emerge da enunciação e que age sobre o co-enunciador, fazendo-o construir a imagem de um fiador, corporificando-o. O co-enunciador, por sua vez, incorpora e assimila um conjunto de características do fiador que está sendo apresentado no discurso, compartilhando com ele de uma comunidade imaginária que lhes permite comungar na adesão de um mesmo discurso – a incorporação. Assim, a adesão do destinatário “opera-se por um apoio recíproco da cena de enunciação (do qual o *ethos* participa) e do conteúdo apresentado. O destinatário incorpora a um mundo associado e determinado imaginário do corpo, e este mundo é configurado por uma enunciação assumida a partir desse corpo” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 69).

Pressupõe-se, portanto, que os enunciadores criam uma imagem de si, mobilizando uma relação de interação com seus co-enunciadores, uma vez que esses últimos, baseados em estereótipos estabelecidos socialmente, atribuem aos enunciadores determinadas características e não outras. Tal afirmação permite compreender que o *ethos* é a imagem do enunciador no discurso, o qual carrega as marcas sociais e históricas que o constituem e aparecem na sua enunciação, identificadas, principalmente, através dos estereótipos.

Para melhor compreender a manifestação do *ethos* no discurso, Maingueneau (2008a, p 71), desenvolve um esquema (figura 1), no qual é possível compreender a constituição do *ethos*

resultante de uma interação de diversos fatores, evidenciando o seu aspecto interativo e sua relação com os estereótipos gestados socialmente, conforme o esquema em forma de fluxograma abaixo:



Esquema 1: O *ethos* discursivo em D. Maingueneau (2008a)

No esquema proposto, Maingueneau (2008a) apresenta o *ethos* composto de duas partes: o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo. Ambas se relacionam mutuamente a partir do momento que o *ethos* pré-discursivo pode ou não ser confirmado pelo *ethos* discursivo.

O *ethos* discursivo envolve as noções de *ethos* dito e *ethos* mostrado. O *ethos* dito corresponde àquilo que é criado a partir de referências diretas do enunciador, ou seja, definido por ser aquele que o enunciador falará diretamente sobre suas características, dizendo ser essa ou aquela pessoa; já o *ethos* mostrado é construído através de marcas seguidas pelo co-enunciador. Maingueneau ainda acrescenta que se o *ethos* estiver ligado ao ato de enunciação, o público pode construir representações de sua imagem antes mesmo que ele (o enunciador) se pronuncie. Sendo assim, o autor faz uma distinção entre o *ethos* pré-discursivo e *ethos* discursivo. O *ethos* pré-discursivo seria, pois, a imagem que o co-enunciador constrói do enunciador, antes que este último tome a palavra para si. Esse pode ser confirmado pelo *ethos* discursivo, por aquilo que é mostrado ou dito no âmbito do discurso. Nesse sentido, o *ethos*

pré-discursivo liga-se a estereótipos⁹² estabelecidos pela sociedade. Assim, o operário, o homem do povo, carrega um estereótipo de trabalhador, de popularidade, estereótipo este que é ativado mentalmente e que exerce influência nas concepções de *ethos* dito e *ethos* mostrado.

Conforme visto no esquema acima, percebe-se na base estão os estereótipos, através dos quais o co-enunciador faz uso de representações culturais fixas, de modelos pré-construídos, para atribuir algumas características e não outras ao enunciador. Como se vê no esquema proposto, o estereótipo, gestado socialmente, influencia tanto na construção do *ethos* pré-discursivo quanto do *ethos* discursivo. Nessa direção, a estereotipagem é um mecanismo que leva o co-enunciador a olhar a realidade tomando como base uma dada representação cultural preexistente, uma representação social cristalizada. Assim, ao pensar em um político, por exemplo, os enunciadores podem avaliar e atrelar características pré-estabelecidas socialmente e culturalmente através de crenças pré-concebidas a essa figura: ser um político pressupõe uma boa oratória, ser democrático, honesto, homem do povo, ou também pode ser corrupto, autoritário, demagogo, dentre outras. Quanto a isso, Amossy afirma que:

A estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado. Assim, a comunidade, avalia e percebe o indivíduo segundo um modelo pré-construído da categoria por ela difundida e no interior da qual ela o classifica (AMOSSY, 2008, p. 125).

Ademais, Maingueneau (2008a) acrescenta que os estereótipos podem ser confirmados a partir da cena validada, atrelada a uma memória coletiva. Logo, o orador adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados por seu público-alvo.

Desse modo, ao ter contato com os discursos ou ao ler, os co-enunciadores constroem mentalmente uma imagem do enunciador, imagem essa respeitante à representação da figura do fiador:

[...] o fiador, cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter e de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos [...] o caráter e corporalidade do fiador, apoiam-se, então, sobre um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apóia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar. (MAINGUENEAU, 2008c, p. 72).

⁹² Os estereótipos remetem a noções cristalizadas e fixas de algo. Eles podem ser confirmados pelo que Maingueneau chamou de cena validada, a que está instalada na “memória discursiva” e é aceita como padrão.

Para melhor visualizarmos essa questão, observemos a seguir uma breve análise, a partir de duas postagens dos candidatos Alice Portugal e Fábio Nogueira relativas aos estereótipos sobre os quais a enunciação se apoia; ressalta-se, no entanto, que na seção seguinte, daremos seguimento às análises da constituição do *ethos* dos quatro candidatos de forma aprofundada.

Seq. Enunciativa 9: Posts dos candidatos Alice Portugal e Fábio Nogueira e a representação dos estereótipos



Nos *posts* dos candidatos Fábio Nogueira e Alice Portugal, é possível verificar a construção de seus *ethé* ligados a esquemas coletivos, como a representação de grupos minoritários: mulheres, povo negro, povo de santo⁹³, das periferias, grupos LGBTs, dentre outros, como a própria candidata Alice Portugal, assume seu lugar de mulher política e se coloca como representante das vozes das mulheres, das minorias e dos mais pobres:

Estar sempre à frente do microfone representando vozes de quem não poderia fazê-lo [...]. “E é por isso que aceito de cabeça erguida esse desafio de concorrer à prefeitura de Salvador, para dizer sim a uma gestão mais inclusiva, para ser a voz da mulheres, das minorias e dos que mais precisam.

Como também revela o candidato Fábio Nogueira seu desejo enquanto prefeiturável, representante do povo negro: “Salvador precisa de um prefeito que tenha a cara de sua gente, que dialogue com os diversos movimentos sociais, com o povo de santo e a periferia”.

⁹³ O emprego da expressão “povo de santo” é usada mais comumente para referir-se às pessoas que estão ligadas às religiões de matriz africana – pais e filhos de santo – aos adeptos do candomblé.

Nesse viés, o sujeito político, dispondo dos dispositivos midiático, deverá construir seu *ethos* de modo a se mostrar crível e persuadir o maior número de indivíduos com os quais partilha certos valores. Como podemos notar, os candidatos elegem algumas bandeiras como mote para sua campanha. Essa “bandeira” é representativa de determinados grupos sociais aos quais o candidato se coloca como porta voz.

Segundo Maingueneau (2008a), o *ethos* não diz respeito somente à dimensão verbal, mas também pressupõe a mobilização de um conjunto de características físicas e psicológicas do enunciador. Essas características ligam-se ao enunciador e relacionam-se diretamente com uma gama de estereótipos socialmente construídos. Atribui-se, desse modo, ao enunciador uma corporalidade que corresponde aos traços físicos e um caráter correspondente aos traços psicológicos.

O enunciador adapta a representação de si aos esquemas coletivos que ele concebe como interiorizados pelos co-enunciadores a quem dirige o discurso, como diz o candidato Fábio Nogueira em seu *post*, “Salvador precisa de um prefeito que tenha a cara de sua gente”. Por isso, o *ethos* não se refere apenas às características que o enunciador atribui a si próprio, mas pressupõe também a interação entre enunciadores e co-enunciadores, a interação entre os estereótipos e a adaptação que o enunciador faz à imagem preestabelecida que parece circular, socialmente, sobre determinado grupo ou determinada categoria da qual ele mesmo faz parte.

Assim, Maingueneau (2008) descreve o *ethos* como um dos elementos do sistema semântico global⁹⁴ de uma dada formação discursiva; desse modo ele considera o contexto sócio-histórico como caráter que constitui e configura a existência de determinados *ethé* em detrimento de outros. Vale ressaltar, portanto, que o *ethos* não faz referência apenas à construção de características que o enunciador confere a si próprio no discurso, mas, principalmente, à interação entre enunciador e co-enunciador, e da interação das diversas instâncias: o *ethos* dito, o mostrado, os estereótipos, a cenografia, a própria enunciação.

A partir das bases teóricas da AD, pode-se estabelecer a seguinte conclusão geral para a noção de *ethos*:

⁹⁴ O princípio da semântica global proposto por D. Maingueneau traz para a AD a possibilidade de realizar uma análise mais ampla e integrada, visto que neste princípio não há privilégio de um plano do discurso sobre o outro, mas todo o conjunto dos planos discursivos está integrado e deriva dos mesmos fundamentos. Desse modo, podemos compreender as dimensões da semântica global, à luz da AD, como um modelo teórico-metodológico capaz de integrar, na análise, as suas várias dimensões, entre elas o léxico, a intertextualidade, o tema, o estatuto do enunciador e do co-enunciador, a dêixis discursiva, o modo de enunciação, a coesão e o *ethos* discursivo. Essas dimensões operam tanto na ordem do enunciado e da materialidade linguística quanto da enunciação e das condições sócio-históricas de produção da prática discursiva. (RECLA, 2012, p. 25).

O *ethos* é interativo e pressupõe uma inter-relação entre o enunciador e o co-enunciador, uma vez que o enunciador cria uma auto-imagem de si, que se relaciona à ativação de estereótipos gestados socialmente. A interação entre os enunciadores e os co-enunciadores ocorre, quando esses últimos filiam seu discurso a determinadas categorias sociais e reivindicam para si uma dada imagem, adaptando-se, por conseguinte, às expectativas dos co-enunciadores, para os quais dirigem seu discurso, e às características sociais pré-fixadas e preestabelecidas por estereótipos que circulam, socialmente, e que fazem parte do repertório cultural dos co-enunciadores. (HEINE, 2009, p. 69).

Em síntese, pode-se compreender a noção de *ethos* sob três aspectos, a saber: i) por se constituir por meio do discurso, o *ethos* não é uma “imagem” do locutor exterior à fala, mas uma noção discursiva, construída no e pelo discurso; ii) é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro; iii) não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa.

Buscamos, assim, compreender a referida noção com vistas a ampliá-la para uma concepção de *ethos* capaz de mobilizar diferentes semioses inscritas no enunciado sincrético para construção da imagem de si, no âmbito das redes sociais virtuais. Para tanto, daremos seguimento à problematização dessa abordagem com vistas a avançar nesse conceito.

Pensando nessa questão, Roberto Baronas inicia um estudo sobre uma nova acepção de *ethos*, a que ele vai chamar de *ethos semiotizado*. Assim, ele propõe uma certa ampliação do esquema tradicional de *ethos* discursivo proposto por D. Maingueneau, acrescentando, por assim dizer, uma noção construída a partir do não-verbal. Sabe-se, no entanto, que o pesquisador não leva à frente as discussões por ele propostas, apresenta inicialmente um artigo que se dedica ao estudo do *blog*.

Como vimos, nas questões levantadas nos capítulos anteriores, a política atual é formulada a partir de ferramentas dispostas em plataformas virtuais as quais tornaram-se essenciais como espaço enunciativo da política eleitoral. Dessa forma, a página destinada as postagens correspondem a uma espécie de cena enunciativa, na qual o candidato político constrói a *imagem de si*, tomando as diferentes materialidades, verbais e não-verbais. Nesse sentido, notamos a emergência de pensar uma noção de *ethos* que corresponda às metamorfoses discursivas da política contemporânea, capaz de constituir-se no conjunto de seu sincretismo.

3.4 O *ethos* semiotizado proposto por Roberto Baronas

A noção “*ethos* semiotizado”⁹⁵ foi utilizado pela primeira vez por Baronas em 2011, em um artigo intitulado *Blogs de comentários políticos: algumas notas sobre ethos semiotizado*, na qual ele analisa fotografias, entendendo por isso “*ethos* construído a partir da ou das fotos do anunciante. Convergentes ou não com o *ethos* discursivo, as fotos inevitavelmente levam o destinatário a construir um *ethos*” (BARONAS, 2011, p. 53).

Entretanto, antes mesmo da elaboração do *ethos* semiotizado por Baronas (2011), Maingueneau (2008) havia introduzido uma discussão sobre a complexidade do conceito de *ethos* discursivo, que se vê no entorno de uma problemática de *corpus* que não são constituídos de materiais estritamente verbais:

Se diz que o *ethos* é um efeito do discurso, supõe-se que podemos delimitar o que decorre do discurso; mas isso é muito mais evidente para um texto escrito do que para uma situação de interação oral. Há sempre elementos contingentes em um ato de comunicação, em relação aos quais é difícil dizer se fazem ou não parte do discurso, mas que influenciam a construção do *ethos* pelo destinatário. É, em última instância, mais uma decisão teórica do que de saber se se deve relacionar o *ethos* ao material propriamente verbal, atribuir o poder às palavras, ou se se devem integrar elementos como vestimenta do locutor, seus gestos, e, eventualmente, o conjunto do quadro de comunicação. O problema é mais delicado se considerarmos que o *ethos*, por natureza, é um comportamento que, enquanto tal, articula verbal e não-verbal para provocar no destinatário efeitos que não decorrem apenas das palavras. (MAINGUENEAU, 2008a, p. 61).

Posteriormente, em *Retorno crítico sobre o ethos*⁹⁶, Maingueneau (2016) afirma que, embora ele tenha sido um dos principais teóricos que introduziu na Análise do Discurso a problemática do *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 1984, 2002; AMOSSY [Org.] 1999), ele considera essa noção muito pouco especificado, reconhecendo que sua operacionalização levanta muitas dificuldades, principalmente quando o analista se confronta com um *corpus* constituído de materiais que não são apenas verbais.

⁹⁵ Categoria analítica desenvolvida por Baronas (2011) para ampliar a noção de *ethos* discursivo associado a discursividades não verbais em *Ensaio em Análise do discurso: questões analítico-teóricas*. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2011. Além disso, essa noção foi eixo norteador da dissertação de mestrado de Renata de Oliveira Carreon intitulada *O político em São Carlos: um estudo das imagens de si no discurso dos candidatos a prefeito das eleições 2008*, defendida em 2013, pelo PPGL/UFSCar. Disponível em: <http://www.bdt.ufscar.br/htdocs/tedeSimplificado//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6578> Acesso em mar/2016], e de doutorado, intitulada *Comunicação política e(m) imagens de si: percursos a caminho do ethos semiotizado*, (2018). Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/9956/TESE%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: dez. 2018.

⁹⁶ Artigo publicado com o título “*Retour critique sur l’ETHOS*”, na Revista “Langage & Société – ETHOS discursif”, nº 149. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l’Homme, 2014, p. 31-48.

Sobre essa questão, Maingueneau considera que a noção de *ethos* ainda é insuficiente perante os diversos modos de produção semiótica, visto que a AD ainda não havia investido numa reflexão mais aprofundada a respeito desse conceito e das possibilidades de reformulação e atualização:

Apropriando-se deste conceito a partir dos anos 1980, alargando seu campo de validade ao conjunto de produções discursivas, a Análise do Discurso é levada a se interrogar sobre o seu conteúdo, suas competências e seus limites. Mas isso me parece que a reflexão ainda não tenha ido tão longe neste sentido. O *ethos* permanece uma categoria insuficientemente especificada para ser a medida da diversidade das situações de comunicação. (MAINGUENEAU, 2016, P. 33).

Na maior parte dos trabalhos desenvolvidos sobre *ethos*, a questão clássica do gênero serve de base implícita para a maioria. Mas quando se trata da *Web*, não é a cena genérica que desempenha papel fundamental, mas sim a cenografia e o hipergênero, pois, de acordo com Maingueneau (2016), ao falar a respeito da cenografia,

o principal problema é colocar em cena a comunicação, mobilizando maciçamente os recursos propriamente verbais e multimodais (imagem fixa, em movimento, som) e as operações hipertextuais. O hipergênero porque os sites se dividem em grandes categorias como “sites comerciais”, “blogs”, sites de informação” etc., desde de formatações pouco rigorosas que possibilitam as cenografias muito variadas. (MAINGUENEAU, 2016, p. 28).

A cenografia – encenação da enunciação – ganha força com a *Web* em detrimento da cena englobante e cena genérica porque ela mobiliza os materiais multimodais e, conforme Maingueneau, ainda pode se categorizar a noção de dois tipos: a cenografia verbal e a cenografia digital.

A cenografia digital “[...] reveste a cenografia propriamente verbal: ela será no mesmo tempo uma imagem da tela, um suporte de operações (por exemplo, pode-se clicar sobre tal ou tal palavra ou grupo de palavras), um constituinte da arquitetura do site no qual ela figura”. (MAINGUENEAU, 2014, p. 179). Desse modo, a cenografia via *Web* é dupla: verbal e digital. A cenografia verbal diz respeito à enunciação propriamente linguística; quanto à cenografia digital se constitui em três dimensões: “a) Iconotextual: o site mostra imagens e se constitui ele mesmo em um conjunto de imagens na tela; b) Arquitetural: o site é uma rede de páginas agenciadas de uma determinada maneira; c) Processual: cada site é uma rede de instruções”. (MAINGUENEAU, 2016, p. 28). Assim posto, essas três dimensões podem convergir ou divergir, isto é, “uma cenografia processual muito didática pode entrar em contradição com

uma cenografia iconotextual muito poética (cores pastel, tipografia elegante).” (MAINGUENEAU, 2016, p. 28).

Nnota-se que diante do mosaico de módulos heterogêneos presentes na composição dos sites, torna-se inviável colocar em correspondência simples um texto e uma cena de enunciação, já que a tela que se oferece ao olhar, apresenta uma vista parcial de uma totalidade que nunca é dada integralmente. Maingueneau chega à conclusão, ao analisar sites, que o *ethos* é altamente variável, isto é, a relação entre o *ethos* de cada módulo e o *ethos* do site pode variar. Além disso, a questão do *ethos* propriamente verbal perde sua importância, em favor de um *ethos* global.

Para Maingueneau, independentemente da *Web*, uma reflexão sobre o *ethos* não pode mais ser ignorada a existência de iconotextos que associam intimamente texto e imagem. Dessarte, ele propõe a interação de diversos *ethé* mostrados: o *ethos* mostrado ligado àquilo que faz parte do verbal; o *ethos* mostrado ligado à imagem; e o *ethos* mostrado da totalidade, que associa os elementos verbais e icônicos convergindo para uma instância enunciativa protuberante.

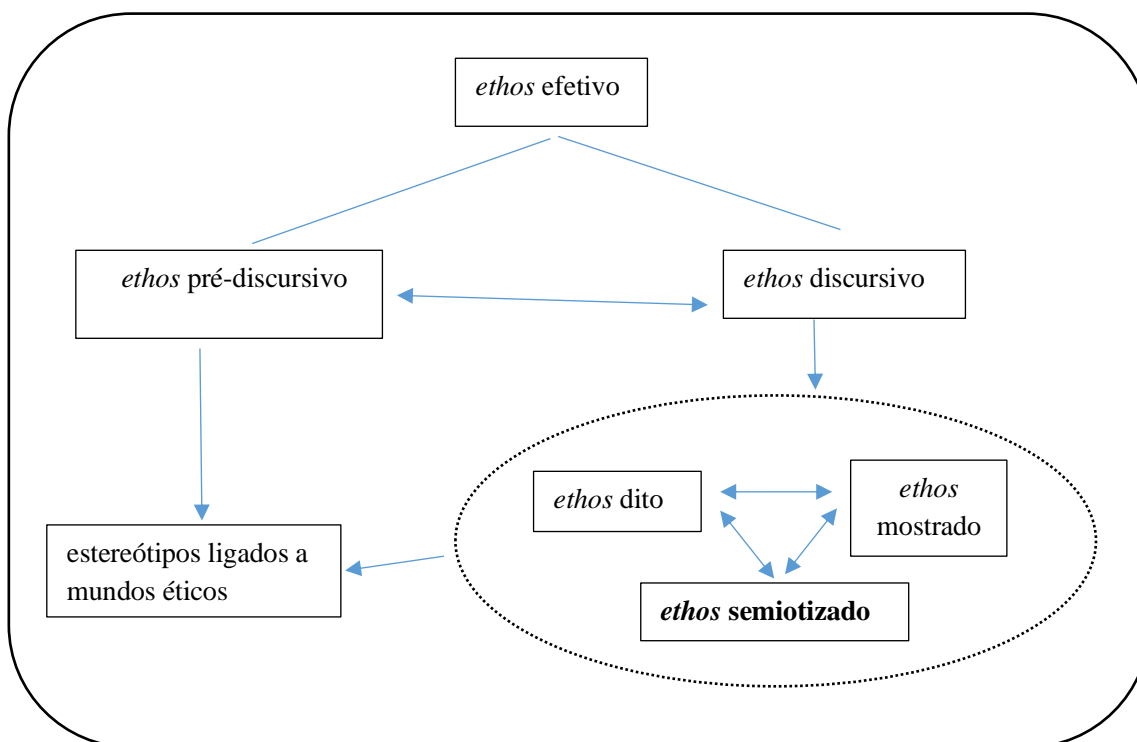
Desse modo, diante da emergência discursiva surgida com os avanços das novas tecnologias da comunicação, além de que fizeram surgir novas práticas, também modificou profundamente modalidades tradicionais do exercício do discurso. Com isso, Maingueneau propõe reavaliar seu aparato teórico-metodológico de forma a fazer com que suas categorias de análise deem conta das inovações que afetam a distribuição dos textos na pós-modernidade. Levando em consideração que a comunicação atual é multimodal, ou seja, “[...] mobiliza simultaneamente diversos canais, o estudo da/na *Web* se faz relevante, uma vez que a multimodalidade é característica inerente da *Web*”. (MAINGUENEAU, 2014, p. 176).

Em virtude dessas inquietações, R. Baronas (2011) amplia o esquema tradicional de *ethos* proposto por D. Maingueneau, acrescentando, por assim dizer, o conceito de *ethos* semiotizado. Apensar de Maingueneau repensar e reconfigurar o conceito de *ethos* em diversos trabalhos⁹⁷, sua abordagem discursiva, não contemplou o tratamento de *ethos* perante à configuração enunciativa sincrética que mobiliza simultaneamente diversos canais, diferentes materialidades e *corpora*.

Entende-se, grosso modo, por *ethos* semiotizado, a compreensão dos elementos não-verbais associados à cena de enunciação do discurso. Por conseguinte, o *ethos* efetivo surge da interação entre o *ethos* pré-discursivo e o discursivo, sendo este constituído também pela relação que se dá, de forma não linear, entre o dito, o mostrado e o semiotizado, e todas essas

⁹⁷ 1989; 1996; 2001; 2008a; 2008c; 2010; 2011; 2014; 2015; entre outros.

categorias têm como base os estereótipos sociais a que os sujeitos estão imersos, conforme esquema:



Esquema 2: *Ethos semiotizado*: esquema proposto por Baronas (2011)

Nesse esquema, verifica-se, portanto, que o *ethos semiotizado* está no mesmo nível do *ethos dito* (o que o enunciador diz de si) e do *ethos mostrado* (construído por meio das construções verbais); o *ethos semiotizado* é, assim, constituído por meio de construções não-verbais, interagindo com essas duas instâncias (*ethos dito* e *ethos mostrado*), colaborando na construção de um *ethos efetivo*.

Com efeito, conforme esquema (esquema 2), Baronas (2011) acrescenta o *ethos semiotizado* ao esquema desenvolvido por Maingueneau (2008a); em síntese, o *ethos efetivo* deriva, portanto, da interação entre *ethos pré-discursivo* e *ethos discursivo*, sendo este constituídos também pela interrelação entre o dito, o mostrado e o semiotizado, ambas categorias são guiadas por estereótipos sociais a que os sujeitos estão imersos.

Pensando nas questões atuais sobre o discurso, configurado pela intersemiose das materialidades diversas, Carreon (2016) propõe, em sua tese⁹⁸, a noção de *ethos* semiotizado, como ramificação necessária para se pensar a questão do verbal e não verbal, visando amplificar o olhar para a multimodalidade discursiva da campanha de segundo turno das eleições presidenciais de 2014, de Dilma Rousseff e Aécio Neves, nos posts em seus perfis oficiais do *Facebook* e na campanha na televisão no HGPE (CARREON, 2018). Carreon (2016, p. 68) reflete sobre essa categoria analítica, afirmando que o *ethos* semiotizado, materializado nas suas produções não-linguísticas, apresentam significações próprias e não servem apenas de apoio para constituição do *ethos* discursivo.

Apensar dos esforços empreendidos por Baronas (2011) e Carreon (2013, 2015, 2016, 2018), constatamos com a nossa pesquisa, que a noção de *ethos* semiotizado, ainda é pouco explorada nos canteiros da Análise do Discurso. Desse modo, partindo da assertiva de que as novas tecnologias da comunicação promoveram mudanças nas práticas discursivas, “modificando profundamente as modalidades tradicionais do exercício do discurso” (MAINGUENEAU, 2014, p 175), revelando, por conseguinte, novas materialidades e novos espaços de produção e circulação discursiva, cabe aos analistas do discurso reavaliar seu aparato teórico-metodológico de forma a fazer com que as suas categorias de análise deem conta das mutações e inovações.

Conforme discutimos anteriormente, com o advento da internet e das redes sociais, a política adequou-se à retórica do ambiente virtual. Por isso, as campanhas eleitorais raramente estão inscritas sem o suporte visual. Diante disso, observamos que a imagem é, assim, um aspecto constitutivo do dispositivo de uma rede social eletrônica e, por conseguinte, do discurso político atual.

Partindo desse entendimento, podemos notar a emergência de uma noção de *ethos* como categoria intrínseca ao discurso político, que contemple alguns aspectos: a) a questão da intersemiose (verbal e não-verbal), visando um olhar para a materialidade sincrética do discurso nas redes sociais; b) a noção de *ethos* relacionada à própria noção de enunciado, afinal, todo enunciado tem uma espessura histórica e semiológica.

⁹⁸ Tese intitulada “Comunicação política e(m) imagens de si: percursos a caminho do *ethos* semiotizado”, pelo Programa de Pós-graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, 2018.

3.5 A emergência da campanha eleitoral das redes sociais: a semiotização das *imagens de si*

Como vimos no primeiro capítulo desta tese, as mutações ocorridas na mensagem política, sobretudo com o surgimento de tecnologias da comunicação, a partir da comunicação virtual, mediadas pela internet, fizeram surgir novos modos de produção e circulação discursivas, modificando profundamente os aspectos tradicionais do exercício do discurso. Sabendo disso, o discurso político, também influenciado por essas mutações, vê-se inscrito nesse processo de midiatização virtual, sob uma nova ordem discursiva, em que se constitui pela intersemiose em materialidades diversas. Vale ressaltar que para Maingueneau (2015), as práticas intersemióticas são da ordem das práticas discursivas.

Para tanto, daremos continuidade aos estudos sobre o *ethos*, uma categoria intrinsecamente ligada ao discurso político, retomando a categoria de *ethos* semiotizado, por acreditar que tal designação compreenderá a totalidade do enunciado sincrético que compõe o *ethos* constituído na rede social *Facebook*. Entendemos, dessa forma, por *ethos* semiotizado, tudo que diz respeito a articulação de uma múltipla semiose para construção da imagem de si.

Verificamos nas últimas décadas o processo de semiotização do *ethos*, principalmente nas últimas campanhas eleitorais realizadas nas redes sociais, nas quais o candidato constrói a imagem de si a partir de diversas materialidades, seja ele visto em fotos, em vídeos, em montagens, em videoclipe, que operam simultaneamente para construção da imagem de si. Em síntese, o *ethos* semiotizado abriga o encadeamento de sentido construído pelas materialidades diversas.

A cibercultura propiciou novas práticas de comunicação política; produzidas em sites, *blogs* e redes sociais; a política se apropria desses espaços por compreender que a fala pública se renova e acompanha as metamorfoses do século XX e XXI, consideradas como “oratórias pops e midiáticas”. (COURTINE *et al*, 2014). Assim, os candidatos em campanha constroem seu *ethos* semiotizado a partir de ferramentas dispostas na rede social, na qual é possível criar cenografias digitais: colagem de imagens, fotografias, *selfies*, vídeos, *gifs*, texto atrelados a imagens etc., na tentativa de fazer a propaganda de si, com tudo que está associado a ele e que deve ser socialmente aceitável.

Quando se trata de um gênero discurso político eleitoral, o *modus operandi* das redes sociais impõe ao candidato a construção de uma cenografia visual, com aspectos mais interativos para compartilhar dados e informações, na qual a imagem torna-se imperativa, acompanhada, por vezes, de textos verbais curtos e fragmentados.

Segundo a especialista em discurso mediado por computador, redes sociais e comunidades virtuais na Internet, Recuero (2014, p. 108), “os sites de redes sociais permitem aos atores sociais estar mais conectados. Isso significa que há um aumento da visibilidade social para nós”. Essa visibilidade contribui sobremaneira para a produção do discurso político eleitoral, pois os efeitos da visibilidade podem gerar um maior número de seguidores e, conseqüentemente, popularizar seu perfil/página.

Como sabemos, no ciberespaço é preciso ser visto para existir. Esse “imperativo de visibilidade”⁹⁹ da nossa sociedade contemporânea também atinge o campo político. Sem dúvida, o *Facebook* ocupa um papel bastante representativo nas mudanças experimentadas na comunicação humana. Veremos, a seguir, a estrutura e o funcionamento dos dispositivos e recursos dispostos nessa plataforma. Para isso, tomaremos as postagens do candidato ACM Neto, a título de exemplificação.

O *Facebook* é uma rede social virtual que foi se modificando e se aprimorando desde sua origem nos anos 2004. O mural é um espaço na página de perfil do usuário que permite aos amigos postar mensagens para os outros verem. Nesse espaço é possível curtir páginas, compartilhar conteúdo, acionar hiperlinks que direcionam para outros recursos da página. Assim é possível ‘lincar’ no recurso “*status*”, que permite que os usuários informem a seus amigos e a membros de sua comunidade coisas que achem interessante, como vídeos, fotos e *links*. Caso você possua uma *Fanpage*, é possível utilizar estes recursos de acordo com sua estratégia de *marketing* e com a identidade visual de sua marca. Os “eventos” também são uma maneira para que os membros informem seus amigos sobre os próximos eventos em sua comunidade e, também, para organizar encontros sociais entre outros.

O *Facebook* dispõe de muitos recursos para publicação. Logo que abrimos a página e desejamos publicar algo, surge a questão: “No que você está pensando?”. Recursos outros são possíveis para além das postagens como: criar publicação, foto/vídeo, sentimento/ atividade, *GIF*, vídeo ao vivo, acontecimento, *check-in*, marcar amigos etc., além de adicionar tema e cores, caso deseje em suas publicações. A utilização dessas ferramentas contribui para a interatividade, para visibilidade, bem como para aprimorar a mensagem a ser publicada.

⁹⁹ Sibilía (2003) chama de “imperativo de visibilidade” a necessidade de exposição pessoal decorrente da intersecção entre o público e o privado, para ser uma consequência do fenômeno globalizante, que exacerba o individualismo.

Fig. 7: Estrutura e ferramentas do *Facebook*

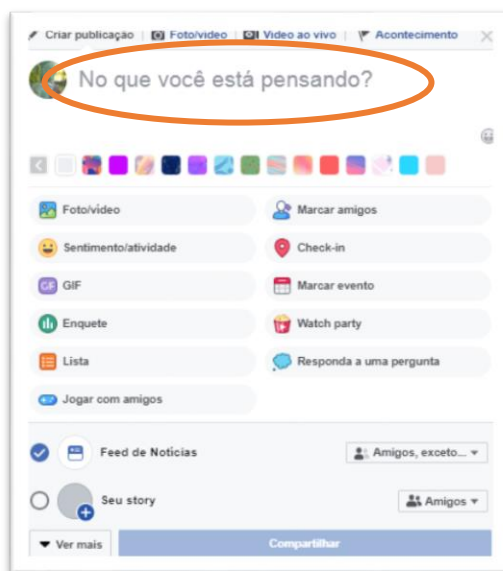
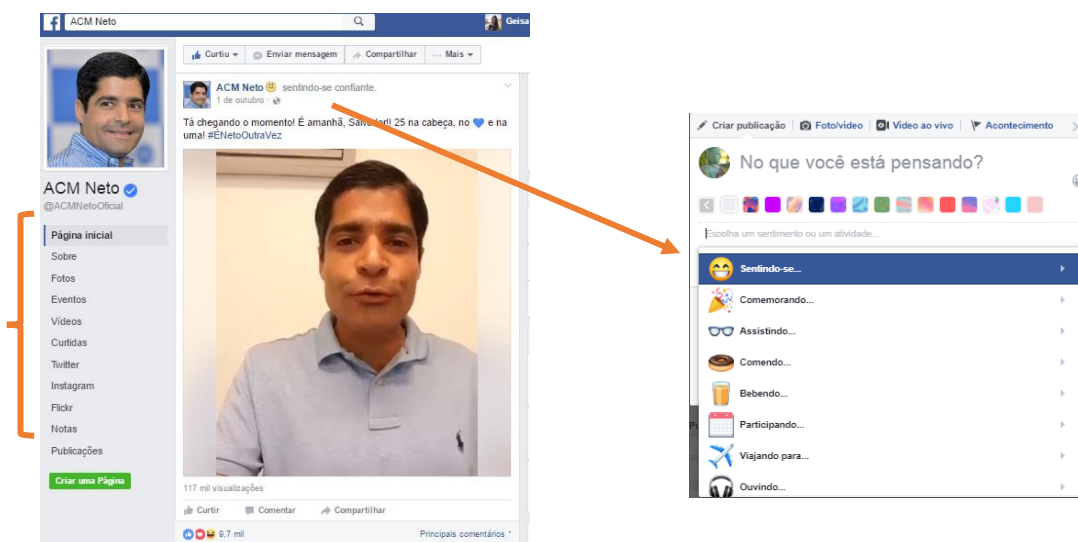
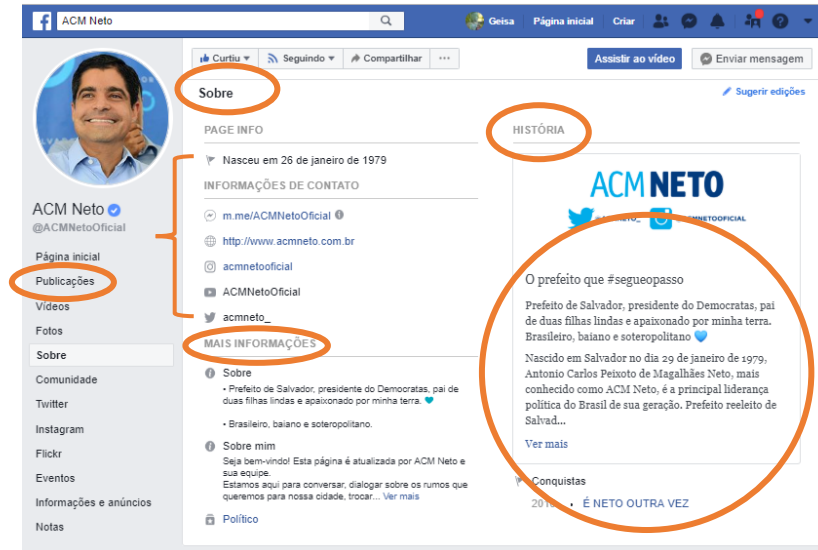


Fig. 8: Estrutura e ferramentas do *Facebook*



A partir da imagem acima, podemos também notar que o *Facebook* possui um link “Sobre” que se trata de um *page info*, na qual é possível adicionar dados pessoais como por exemplo, data de nascimento, informações de contatos como e-mail, site pessoal e profissional, história de vida, profissão etc. No exemplo abaixo, podemos notar que o candidato ACM Neto faz uso desse recurso como uma espécie de autobiografia “Prefeito de Salvador, presidente do Democratas, pai de duas filhas lindas e apaixonado pela minha terra. Brasileiro, baiano e soteropolitano. Nascido em Salvador no dia...”.

Fig. 9: Estrutura e ferramentas do *Facebook*



É possível, também, adicionar fotos e vídeos nas postagens que podem ser acompanhadas ou não de textos verbais. O aplicativo oferece a possibilidade de criação de álbuns de fotografias que podem ser nomeados e salvos.

Ao criar seu perfil poderá ser adicionado uma foto de perfil e outra de capa, ou caso queira, adicionar uma colagem de fotos. Uma outra possibilidade de exposição é a “apresentação”, espaço para adicionar uma breve biografia para falar de si às pessoas. Além disso, é possível a criação de álbuns, de arquivos de dispositivos móveis, de fotos da linha do tempo etc. Todas essas ferramentas servem de arquivo/memória das publicações.

Fig. 10: Estrutura e ferramentas do *Facebook*



Além disso, é possível fazer uma transmissão ao vivo, através das *lives*.

Fig. 11: Recursos do *Facebook*



Outro recurso bastante interessante é o “Notas”, no qual é possível adicionar publicações externas, como *hiperlinks* de jornais e revistas e adicionar fotografias à publicação.

Fig. 12: Recursos do *Facebook*



Notamos que a maioria dos *posts* dos candidatos às eleições de 2016 para a prefeitura de Salvador – Alice Portugal, ACM Neto, Pastor Sargento Isidório e Fábio Nogueira – foi caracterizada por uma enunciação composta por materialidades semiológicas: a fotografia, o símbolo representativo de alguns grupos, a materialidade linguística, o *emoticon*, o vídeo, a *selfie*. Nota-se nas redes sociais, especialmente na plataforma alvo desta pesquisa, que há uma presença marcante do enunciado misto, pois na totalidade das postagens, o que há são textos

marcados pela verbo-visualidade. Assim, podemos dizer que os *posts* são constituídos por uma materialidade sincrética.

Considerando a projeção de si, não é prudente mais estudar campanhas eleitorais sem considerar a ressignificação de práticas sociais e discursivas instauradas com o fim do palanque, e cada vez menos vistas na televisão, é preciso que se note a emergência das redes sociais e o redirecionamento do olhar do espectador em direção à interatividade ofertada pela era do ciberespaço. Gradualmente, com as redes sociais - e a primazia do enunciado sincrético – vemos a instauração de imagens de si, principalmente através de imagens. No que se refere ao discurso político, as redes sociais reestruturaram a forma de se fazer campanhas eleitorais, sobretudo desde a campanha de Barack Obama em 2008. Os *posts* devem, de uma só vez, produzir sentidos e convidar o usuário a aderir àquele discurso, buscando nesse usuário/eleitor/interlocutor a validação de um mundo ético. (CARREON, 2018, p. 80)

Esta pesquisa parte da apropriação da internet na esfera política, isto é, da midiaticização da política e sua modernização, principalmente a campanha eleitoral *online* a partir das publicações das páginas dos próprios candidatos na rede social *Facebook*. Estratégia que vem modificando a forma de se fazer campanha política no Ocidente, afinal, segundo Norris (2000; 2001), as campanhas ocidentais passaram por três grandes períodos que marcam seu desenvolvimento:

O primeiro momento é definido como pré-moderno e diz respeito às campanhas realizadas até 1950. Ele se distingue bastante das fases posteriores, pois aqui ainda há formas mais diretas de comunicação entre eleitores e candidatos e uma forte tendência de identificação e adesão aos partidos. Já em uma segunda fase que marca a segunda metade do século XX, o auge das campanhas é a televisão, que substitui a campanha face a face e se transforma no principal cenário de competição eleitoral. Para a autora, a fase moderna vai desde o final dos anos 1950 até 1980. Já a terceira fase das campanhas que data de meados dos anos 1990. Trata-se de uma total profissionalização de todas as atividades da campanha e esses profissionais são tão importantes quanto os próprios políticos. Além disso, há segmentação das mensagens e estudos mais aprofundados, baseando-se nas pesquisas de opinião pública para identificar as características do eleitorado e como atingi-lo por meio das estratégias usadas pelos profissionais. A partir dos anos 1990, os partidos e candidatos eleitos também passam a se preocupar com a comunicação governamental como uma antecipação das campanhas eleitorais. (NORRIS, 2000 *apud* MUSSUCHIN; TAVARES, 2016, p. 10).

As “novas” tecnologias, segundo boa parte da literatura sobre internet e política, começaram a ser utilizadas nas campanhas de 1994 e 1996, nos Estados Unidos (DADER, 2009; LEUSHNER, 2012). Mas na primeira década do século XXI, o que não falta são estudos, cada vez mais amplos e nos mais diversos contextos, que enfoquem os usos dos novos meios como

ferramenta de campanha em períodos eleitorais nos mais diversos países (GIBSON e WARD, 2000; NEWELL, 2001; VACCARI, 2008; DADER, 2009; BRAGA E NICOLÁS, 2011).

Com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação foi possível verificar a popularização da internet, bem como a emergência de novas práticas sociais e a propagação de diversos dispositivos virtuais/digitais. Desse modo, é cada vez mais nítido o uso de diversas mídias de interatividade social, o que representa nos dias atuais um aspecto constitutivo do cotidiano da sociedade contemporânea. Tal advento contemporâneo, produziu mudanças significativas e fundamentais para a sociedade como um todo, uma vez que, segundo Recuero (2009, p. 24), passou a haver a “[...] possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador”.

Tais ferramentas fizeram com que os atores pudessem se construir, interagir e comunicar com outros atores. No cenário da comunicação política, percebe-se cada vez mais adesão aos novos aparatos tecnológicos e as novas formas de comunicação virtual, em especial, das redes sociais.

Para o sociólogo espanhol, Castells¹⁰⁰, as redes sociais virtuais são:

[...] um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldados por ela. (CASTELLS, 1999, p. 40).

Para Emediato (2015), no âmbito do discurso, define as redes sociais como redes de discurso, espaço retórico por natureza, pois é nesse espaço que a palavra se faz ação. Ele acrescenta que nele se pode encontrar tudo de um universo discursivo: “[...] as múltiplas formações discursivas, relações interdiscursivas dinâmicas, diferentes gêneros do discurso, e o dialogismo em todos seus estados” (EMEDIATO, 2015¹⁰¹).

Segundo estudo desenvolvido pela *eMarketer*, o Brasil destaca-se como país que está mais conectado às redes sociais em toda a América Latina. O Brasil tinha 78,1 milhões de usuários mensais ativos (isto é, que acessam uma rede social ao menos uma vez por mês) em 2014, número que subiu para 86,5 milhões, em 2015 (crescimento de 10,7%), e alcança a metade de 2016 com 93,2 milhões (aumento de 7,8%).

¹⁰⁰ Autor de *Sociedade em rede* (1996) e *A galáxia da internet* (2001).

¹⁰¹ Sem numeração de páginas.

TAB 1: Usuários de redes sociais na América Latina

Social Network Users in Latin America, by Country, 2014-2020							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Social network users (millions)							
Brazil	78.1	86.5	93.2	97.8	100.6	103.1	105.2
Mexico	43.7	49.5	56.0	61.6	65.9	69.8	72.1
Argentina	19.2	20.8	21.7	22.5	23.3	23.9	24.3
Other	69.0	81.0	89.3	95.9	102.0	107.7	111.9
Latin America	210.0	237.8	260.1	277.8	291.8	304.4	313.6
Social network user growth (% change)							
Mexico	16.7%	13.2%	13.1%	10.0%	7.0%	6.0%	3.3%
Brazil	12.5%	10.7%	7.8%	5.0%	2.8%	2.4%	2.1%
Argentina	9.9%	8.5%	4.2%	3.8%	3.4%	2.6%	2.0%
Other	16.2%	17.5%	10.3%	7.3%	6.4%	5.6%	3.9%
Latin America	14.3%	13.2%	9.4%	6.8%	5.0%	4.3%	3.0%

Note: internet users who use a social network via any device at least once per month; numbers may not add up to total due to rounding
Source: eMarketer, June 2016

209337 www.eMarketer.com

Fonte: canaltech.com.br/redes-sociais/brasil

A pesquisa também aponta o *Facebook* como a rede social de maior influência na região, assim como o é em quase todo o restante do mundo. São 245 milhões de latino-americanos têm conta na plataforma, que significa exatos 94,2% de todos os internautas do continente.

Dentre as variadas redes sociais disponíveis aos atores/usuários, o *Facebook* tem se destacado como a mais crescente e de mais impacto, não apenas social, mas especialmente no campo político. Provavelmente porque esta rede disponibiliza para os usuários diversas ferramentas, como a construção de um perfil, a publicação de arquivos de fotografias e vídeos, o compartilhamento de *links* de outros sites ou do próprio *Facebook*, a possibilidade de comentários e interação em *posts*, entre outras.

O *Facebook*, por ser de natureza inerentemente expositiva, leva, invariavelmente, à construção de imagens de si; utilizado em campanhas políticas, o dispositivo consagra a venda de si por meio de uma imagem a ser curtida ou compartilhada, fazendo com que a emergência e circulação de discursos adquira novos estatutos. (CARREON, 2018, p. 14).

Segundo o *marketing* do *Facebook*, a rede social em 2016 obteve o registro de 1.590.000.00 de contas ativas no mundo. Cerca de 30 bilhões de postagens são feitas por mês na rede social, tendo 1,7 bilhão de usuários em 2016¹⁰². No Brasil, os dados indicam que oito em cada dez brasileiros que acessam a internet têm conta no *Facebook*. É o terceiro país no mundo em número de usuários com 99 milhões de contas ativas, sendo que em 2012, na

¹⁰² Dados do jornal Estadão. Disponível em <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,Facebook-supera-1-7-bilhao-de-usuarios,10000065340>>. Acesso em mar. 2017.

campanha eleitoral anterior, o país alcançou 65 milhões de usuários, de acordo com o Instituto SocialBakers, empresa global de *marketing* de mídia social com inteligência artificial que oferece uma plataforma de *software* como serviço de *marketing*.

Fig. 13: Número de contas ativas no *Facebook* em 2016



Fonte: allanperon.com.br/Facebook-marketing

Fig. 14: *Facebook*: número de usuários no Brasil em 2016

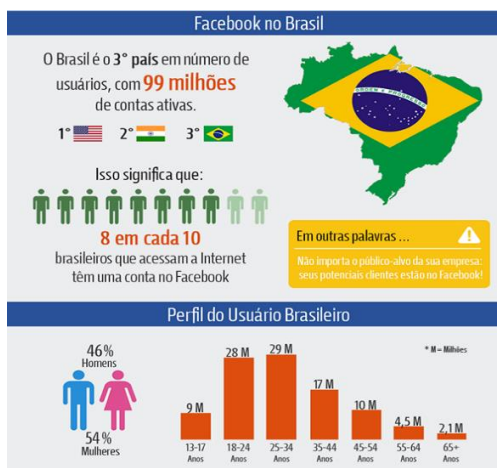


Fig. 15: Postagens e engajamento na rede social *Facebook*



Diante dos dados apontados nas imagens acima, podemos compreender a importância do discurso político eleitoral engendrado na rede social *Facebook*. Sem dúvida, as redes sociais ocupam um papel fundamental nas profundas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social, ainda mais, no campo do discurso político. Como vimos, o número de usuários no Brasil é bastante representativo e isso potencializa a adesão da política, considerando o potencial interativo e apelativo da rede social. Assim, podemos dizer que as redes sociais têm tido um papel bastante significativo no marketing político-eleitoral *online* nas duas últimas décadas.

Um exemplo dessa representatividade da política eleitoral nas redes sociais foi o ocorrido com a ex-senadora e candidata Marina Silva, do Partido Verde (PV) nas eleições presidenciais de 2010 no Brasil, que difundiu o uso das mídias sociais como forma de mobilização dos usuários e eleitores na formação do movimento “onda verde”. A candidata utilizou as redes sociais como ferramenta de campanha, construindo um canal de diálogo com seus eleitores, além de promover uma campanha menos onerosa.

Quando se trata da construção de *ethos* na rede social, podemos ressignificar o ditado popular “Diz-me o que tu postas que eu te direi quem tu és”. Desse modo, podemos notar as postagens diárias que os candidatos fazem, contribuem para a projeção da *imagem de si* para seu eleitor.

De acordo com Danblon (2013), o *Facebook* parece estar se construindo como um espaço aberto a todos os aspectos da retórica humana, e talvez por esse motivo, os políticos se interessem tanto pela ideia de fazer campanha eleitoral *on-line*, pois, passando pela exibição de

si (a construção dos *ethé*), pela busca e oferta de afetos (mobilizando os valores, o *pathos*), pela problematização social e o engajamento no debate político (o *logos*), chega-se à conclusão de que são múltiplas as faces do *Facebook*, como são também as muitas faces do homem (EMEDIATO, 2015, p. 191).

Como já dito anteriormente, por muitas décadas nos limitamos a análise linguística, quando as imagens do corpo do homem público, a *mise en scène*, os gestos e signos produzem também efeitos de sentidos, elementos que corroboram na constituição do *ethos* semiotizado do candidato ao pleito. Como vimos, essa reflexão foi amplamente discutida por Courtine (2009, p. 15) em relação a substituição do corpo do homem público por imagens, que, muito embora seja uma prática antiga, “na era das mídias modernas, adquiriu uma potência e uma disseminação sem precedentes”.

Portanto, diante das mudanças sofridas na enunciação, o discurso político, a partir das novas mídias, se metamorfoseou. O olhar sobre a ordem do discurso também se transforma, uma vez que se torna imprescindível constatar a diversidade de composição discursiva nas campanhas eleitorais contemporâneas em que se funde o verbal, o não-verbal, o verbo-visual.

A construção da imagem de si não se dá apenas por palavras ditas ou escritas, isto é, apenas pela materialidade verbal. Com o advento das redes sociais virtuais, torna-se uma característica inerente do discurso político, o primado do visual, o uso de imagens, vídeos etc. Sobre a preponderância da imagem na política eleitoral, Sargentini (2011, p. 1694) pontua que “as imagens, assim como o texto verbal, em seu caráter compósito, não dizem pela evidência, não podem ser lidas como provas documentais, mas como uma construção discursiva que admitem diferentes paradigmas de leitura”.

Assim, verifica-se que a plataforma *Facebook* é caracterizada pela interação entre códigos semiológicos, de maneira que todos os recursos empregados na rede (verbais, visuais, verbo-visuais) são, em geral, formulados para a construção da imagem de si, do seu *ethos*. Não à toa, os políticos operam nas redes sociais constituindo seus perfis a partir de imagens, de vídeos, do verbo-visual.

Maingueneau (2014) vai questionar as novas formas de fazer Análise do Discurso pensando na problemática recente ligada à emergência da internet, posto que o analista do discurso se encontra confrontado em diversificar e atualizar seu objeto de estudo. Por essa razão, para dar conta das especificidades do gênero discurso político eleitoral, propomos aqui, o estudo do *ethos* e suas reconfigurações, valendo-nos das teorizações de D. Maingueneau acerca desta noção discursiva; e da ampliação deste conceito, a partir da noção do *ethos*

semiotizado, para compreender o funcionamento e constituição da imagem de si a partir do verbal e não-verbal.

É comum notar, atualmente, que o discurso político nas redes sociais está submerso em materialidade sincrética, em que se fundem *ethos* mostrado, *ethos* dito, *ethos* semiotizado. Essa pluralidade discursiva revela-nos a compreensão de que as materialidades não-linguísticas são produtoras de significações próprias, isto é, não são apenas complemento ou apoio de sentido. Vale ressaltar que o que é dito pode não corresponder a imagem do *ethos* efetivo, isto é, pode não ser verídico o que se impõe à sua fala. Nessa condição, pouco importa ao sujeito enunciador ser verdadeiro ou não, pois o que se busca é que os receptores acreditem em seu discurso. Por isso, conforme Maingueneau (2001), “para exercer um poder de captação, o *ethos* deve estar afinado com a conjuntura ideológica” (MAINGUENEAU, 2001, p. 100).

A imagem de si no domínio político não é facilmente apreendida, pelo menos, não se a considerarmos do ponto de vista de sua eficácia. De fato, constata-se que a mesma estratégia de construção de imagem de si pode conhecer algum sucesso em certas circunstâncias, em certa época, com certo público, e não ter nenhum impacto em outras circunstâncias, com outro público. O mesmo se passa com o carisma de um indivíduo, que não atua em qualquer um nem em qualquer situação. A eficácia dessas imagens quase nunca é previsível. (CHARAUDEAU, 2008, p. 86).

Isso significa dizer que em se tratando de *ethos*, a eficácia nem sempre é garantida, isso porque a noção de *ethos* visado não é necessariamente o *ethos* produzido. Como bem salientou Maingueneau “em matéria de *ethos*, os fracassos são moeda corrente”. (MAINGUANEAU, 2008, p. 61).

Ademais, o *ethos* é revelado no discurso através do modo de dizer do locutor; “maneira de se exprimir”. O que existe é um processo de estereotipagem, pois criamos modelos sociais que contribuem para a construção de “representações partilhadas” que poderíamos chamar de *ethos* prévio. (AMOSSY, 2008). Assim:

No domínio político, a construção das imagens só tem razão de ser se for voltada para o público, pois elas devem funcionar como suporte de identificação, via valores comuns desejados. O *ethos* político deve, portanto, mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados, uma vez que deve atingir o maior número, em nome de uma espécie de contrato de reconhecimento implícito. O *ethos* é como um espelho no qual refletem os desejos uns dos outros. (CHARAUDEAU, 2008, p. 87)

Considerando sobremaneira a conjuntura eleitoral, o sujeito político tem uma dupla posição, já que " [...] por um lado, deve convencer todos da pertinência de seu projeto político e, por outro, deve fazer o maior número de cidadãos aderirem a esses valores"

(CHARAUDEAU, 2006, p. 79). O candidato tem, então, a função de despertar a simpatia e adesão do público, a partir de um discurso que contemple a imagem do chefe ideal, de homem honesto e trabalhador, presente no imaginário coletivo. Neste sentido, ele necessita inspirar confiança e admiração, evocando paixões e emoções nos seus interlocutores. Assim, o político fala para todos como portador de valores, “ele é a voz de todos na sua voz, ao mesmo tempo em que se dirige a todos como se fosse apenas o porta-voz de um Terceiro, enunciador de um ideal social”. (CHARAUDEAU, 2008, p. 80).

Nosso objeto na seção a seguir, será analisar as formas de apropriação das páginas do *Facebook* pelos candidatos, com vistas a verificar/descrever como eles articulam as ferramentas e os materiais disponíveis na página da rede social para composição de suas postagens em campanha eleitoral, e conseqüentemente, para a constituição do *ethos* semiotizado.

3.5.1 Análise da constituição do *ethos* semiotizado em *posts* de candidatos às eleições de Salvador

Essa subseção busca analisar como se constitui o *ethos* semiotizado nas postagens dos quatro candidatos selecionados – ACM Neto, Alice Portugal, Fábio Nogueira e Pastor Sargento Isidório. Assim, recortamos 10 *posts* das páginas oficiais dos candidatos, que se configuram como sequências enunciativas (SE).

Analisaremos, assim, a constituição do *ethos* semiotizado a partir dessas sequências cuja formulação se dá por variadas semiologias, como o verbal, o visual (fotografia, *live*, cartaz etc.).

Isto posto, retomamos o que nos alertou Courtine (2006, p. 84-85), “o discurso não pode mais ser dissociado da produção e recepção de imagens. A mensagem política não é mais unicamente linguística, mas uma colagem de imagens e uma performatividade do discurso que deixou de ser prioritariamente verbal”. Assim, analisaremos o discurso a partir desses enunciados, levando em conta a complexidade da constituição, verbal, não verbal, verbo-visual.

1. Sequência Enunciativa do candidato ACM Neto – DEM: “O prefeito da gente”

Antônio Carlos Peixoto de Magalhães Neto¹⁰³, mais popularmente conhecido como ACM Neto, é natural de Salvador, com formação acadêmica em Direito pela UFBA. É herdeiro

¹⁰³ A biografia completa do candidato ACM Neto está disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Ant%C3%B4nio_Carlos_Magalh%C3%A3es_Neto> acesso em jan. 2019.

político de uma das mais tradicionais famílias políticas do país, neto do falecido Antônio Carlos Magalhães (ACM), sobrinho de Luís Eduardo Magalhães e filho de Antônio Carlos Magalhães Júnior (diretor da Rede Bahia). Acompanhou desde muito jovem as campanhas do avô e do tio. Foi eleito deputado federal em 2002, sendo o candidato mais votado da Bahia pelo Partido da Frente Liberal (PFL), atual Democratas (DEM), sendo reeleito em 2006. Foi candidato à prefeitura de Salvador em 2008, mas não alcançou votação o suficiente para ir para segundo turno. Ocupou o cargo em 2009 de Corregedor da Câmara dos Deputados e integrante do Conselho de Ética. Reelegeu-se deputado federal, sendo o mais votado da Bahia e o oitavo mais votado no Brasil em 2010. Em 2011, foi apontado como o 6º parlamentar mais influente no Congresso. Candidatou-se à prefeitura de Salvador em 2012, ganhando no segundo turno, com 53% dos votos contra 46% do seu concorrente a eleição, Nelson Pelegrino (PT). Em 2016, busca a reeleição, onde sai vitorioso no primeiro turno, com 74% dos votos, contra 15% da sua concorrente, Alice Portugal (PCdoB). Atualmente é presidente nacional do DEM.

Seq. Enunciativa 10: A constituição do *ethos* semiotizado do candidato ACM Neto

The figure consists of six screenshots of Facebook posts from the profile of ACM Neto (@ACMNetoOficial). Each screenshot shows a different post with various messages and images:

- Top Left:** A post from August 25th with the title "Notas sobre ACM Neto". The text reads: "Acorda e dorme pensando em trabalho. As pessoas olham para ele e pensam: 'que horas ele acha para comer, curtir e aproveitar um pouco a vida?'. Ele é daqueles que desde criança a família e os amigos já diziam: 'esse menino vai longe!'. Alegre, dedicado, paizão, ama Salvador e quando escuta um arrocho já começa a se mexer. E além de tudo, é o melhor prefeito do Brasil." It has 596 shares and 4.4k likes.
- Top Right:** A post from August 29th with the text: "Sobre ser prefeito: Estar sempre nas ruas Ouvir as pessoas Trabalhar todos os dias por Salvador." It features a photo of ACM Neto with a crowd and has 157 shares and 2.3k likes.
- Middle Left:** A post from August 20th with the text: "A minha força é a sua força. E a nossa força é a força do povo de Salvador. #OPrefeitoDaGente #ACMNeto25". It features a large image with the text "A MINHA FORÇA É A SUA FORÇA E A NOSSA FORÇA É A FORÇA DO POVO DE SALVADOR" and "ACM NETO 25". It has 442 shares and 5k likes.
- Middle Right:** A post from August 17th with the text: "Mostre para todo mundo que você também tá colado com o #PrefeitoDaGente! Acesse http://bit.ly/EuColoComNeto e espalhe o 25 por toda a cidade!". It features a graphic with the text "PERSONALIZE SUAS REDES E COLE COM NETO!" and "EU COLO COM NETO! 25". It has 636 shares and 7.2k likes.
- Bottom Left:** A post from September 8th with the text: "Ó Vêi! Meu Voto é 25!". It features a large graphic with the text "MEU VOTO É 25 Vêi!" and "ACM NETO 25". It has 1,612 shares and 7.2k likes.
- Bottom Right:** A post from September 30th with the text: "Me sinto emocionado com o apoio que recebo da cidade. Nessa reta final da campanha não está sendo diferente. E gente de todo canto me enchendo de alegria e confiança. Vejam mais fotos em www.acmneto.com.br." It features a collage of photos of ACM Neto with people and has 153 shares and 3.3k likes.



O candidato Antônio Carlos Magalhães Neto, filiado ao partido do DEM (Democratas), é o candidato da situação que buscava reeleição neste pleito. Estabeleceu prioritariamente como espaço de realização de sua campanha a rede social *Facebook*, inclusive, o candidato do DEM ausentou-se de muitos debates televisivos, mas atuou fortemente na campanha *online*.

A construção da imagem do candidato ACM Neto parece ainda estar nebulosa, dividida, indefinida, visto que se instaurou um conflito intermediado entre a imagem que seus opositores constroem dele, como sendo “o prefeito da maquiagem”, “o prefeito da orla”, “o prefeito que governa para as elites”, e o *ethos* que o próprio produz de si, que busca se aproximar do homem do povo, de político carismático, comprometido com os menos favorecidos, quando o mesmo exhibe e posta fotos, vídeos e *lives* em sua campanha, caminhando em meio ao povo nas comunidades, dançando pagode e arrocha com os jovens e crianças das periferias, fazendo *selfies* com a população, abraçando e beijando os eleitores, além das escolhas lexicais populares, expressões informais, gírias, que atuam produzindo identificação e proximidade,

como por exemplo, em seu jingle cujo estilo musical é o pagode: “o povo cola com ele”, “fecha com ele”, “o gueto cola com ele”, “favela cola com ele”, “botou pra lá, brocou”, “mitou” etc.

Podemos observar a tentativa do candidato de reposicionamento de imagem, pois procura distanciar-se daquela imagem compartilhada socialmente, do partido ao qual é filiado, de ser de direita, conservador e neoliberal e, por vezes, esteve associado ao período da ditadura, e a partidos que não governam para os mais pobres.

O candidato promoveu em toda sua campanha, em busca da reeleição, adequando-se a uma nova roupagem proposta pelo DEM (Democratas), partido sucessor do PFL (Partido da Frente Liberal), embalada pela crise no governo que derrubou o ex-ministro Antônio Palocci (Casa Civil) e pela desarticulação do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), maior partido de oposição, o DEM, dessa forma, resolveu fazer um “reposicionamento de imagem”. “Não voltaremos sem linha competente de diálogo com os mais pobres. Não pode ser excludente”¹⁰⁴, avaliou ACM Neto, que é o presidente nacional dos democratas. Assim, é possível verificar a partir das postagens do candidato, uma aproximação do eleitorado de baixa renda, com campanhas majoritariamente nas periferias de Salvador, construindo paulatinamente um *ethos* de político carismático e popular, engajado nas causas dos mais pobres.

Após a refundação do partido em 2007, quando abandonou a sigla PFL numa jogada de marketing considerada malsucedida pela direção partidária, o DEM lançou nova linha de comunicação. Em entrevista ao Estadão (2011), ACM Neto, o líder do partido na Câmara, afirmava acerca dessa mudança - “A questão do conteúdo a gente já tem avançado. A consistência do que acreditamos já está acertada. Agora o que falta é a definição da embalagem”.¹⁰⁵

Na postagem “notas sobre ACM Neto” (enunciado 1), a imagem é construída de um fiador trabalhador, um homem político que vive para o trabalho, preocupado e dedicado com sua função de prefeito. O tom empregado de homem trabalhador revela-se pela escolha de determinadas expressões, tais como: “acorda pensando em trabalho”; “que horas ele acha para comer, curtir e aproveitar um pouco a vida?”. Além disso, ele usa a terceira pessoa do discurso para não falar de si diretamente, é como se o que está dito fosse uma análise de outrem, ou do

¹⁰⁴ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/dem-busca-no-passado-do-pfl-recuperar-o-prestigio-perdido-5hyr89r9ulb9tdnkazval6j4e/>> Acesso em: 22 jul. 2018

¹⁰⁵ Vale ressaltar que ACM Neto torna-se presidente do partido em 2007. Reportagem disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,dem-rediscute-imagem-de-ser-ou-nao-de-direita,737287>> Acesso em: 17 jul. 2018.

próprio aplicativo do *Facebook* que validaria seu perfil e confirmaria seu *ethos*. É uma narrativa que busca a legitimação através da construção da imagem de um modelo de homem político, um *ethos* atrelado à eficiência da gestão pública: “Sobre ser prefeito: estar sempre nas ruas; ouvir as pessoas; trabalhar todos os dias por Salvador”.

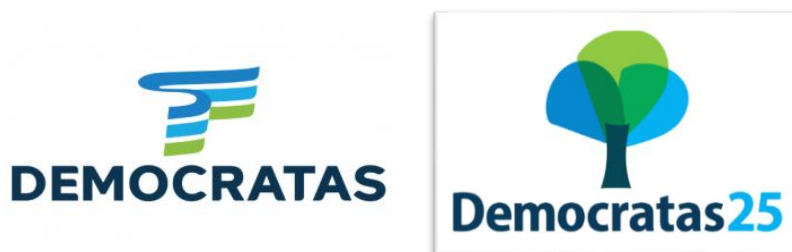
Por outro lado, a terceira pessoa também pode ser empregada aqui para criar um distanciamento do seu próprio discurso, inferindo que esta descrição seja feita indiretamente, e não um elogio direto a si mesmo, como estratégia discursiva para que não pareça uma atitude narcisista ou arrogante.

Podemos notar também que há uma teatralização da vida privada: uma cena da subjetividade postada em seu mural do *Facebook*, um processo que destaca seu papel como um homem comum, de acordo com os processos de personalização e personalismo da política contemporânea: evidencia seu papel de pai de família e homem trabalhador. Esses processos se combinam com operações de inter-relação midiática.

É possível também verificar a tentativa de construir a imagem de si em outras esferas, não apenas na política, “paizão, alegre, dedicado, e quando escuta arrocha começa a se mexer”, ativando outras formações discursivas, o que pôde contribuir na tentativa da construção do *ethos* de um líder carismático e ligado às suas raízes culturais e à família, etc. Podemos notar a combinação diversos traços, de *ethos* de homem trabalhador, de bom pai, de líder popular, entre outros, que nos revelam a constituição do *ethos* híbrido¹⁰⁶, em que se misturam vários *ethos* em uma mesma enunciação.

A escolha da cor azul em destaque em suas postagens faz referência a uma das cores da bandeira do seu partido. Observamos que o azul é a cor preponderante em suas postagens e são empregadas na composição da cenografia.

Fig. 16: Bandeira do partido DEM



Além disso, faz uso constante das *hashtag* #oprefeitodagente, #ÉNetoOutraVez, como marcas de sua campanha, que instaura efeitos de sentidos de proximidade entre o candidato e o

¹⁰⁶ Maingueneau, D. Análise de textos de comunicação, (2013, p. 113).

povo “prefeito da gente”, a partir de uma certa informalidade, e “outra vez” como marcador de continuidade de seu governo; além disso, adequa-se à linguagem usual da internet.

Na maioria de suas postagens, o candidato parte para ação estratégica do *marketing* político digital populista, associando sua imagem às massas, aos representantes das classes mais humildes. O *jingle* de sua campanha, através da publicação de um vídeo, compondendo simultaneamente texto verbal e imagens, de modo que ocupem o mesmo espaço, no plano do dito (verbalizado) e do mostrado (visual), com vistas a legitimar o discurso enunciado na cena enunciativa. Desse modo, as palavras, as ideias, as imagens tomam corpo e sentido através da sua enunciação.

Destaca-se especialmente a imagem de político carismático e populista. Assim, em uma tentativa de aproximação e identificação com seus eleitores mais pobres, nota-se a adequação ao discurso popular, a partir da escolha do estilo musical (pagode), da composição lexical, com uso de expressões populares e gírias, “botou pra lá”, “brocou”, “o povo cola com ele”, “meu voto é 25, véi” etc., dessa forma, como nas imagens postadas do candidato dançando pagode e arrocha com os jovens da periferia, com crianças no colo, abraçando idosos, constrói efeitos de identificação. Tal composição imagética constitui efeitos de sentido da ordem da adesão popular: esse corpo, esse sujeito, possuem adesão, pois ali estão compondendo o campo do visível. O *ethos* semiotizado, como se vê em grande parte de sua campanha, passa a ser constituído na ordem da legitimação pelo povo, que atesta e adere ao que é dito. Por outro lado, esse *ethos* diverge da imagem construída sócio historicamente do candidato, que está associada à imagem de político de direita, à imagem da família “Magalhães”, pertencente à elite soteropolitana e ligada à política coronelista de seu avô.

A roupagem populista se estabelece na relação direta entre as massas e o líder carismático para obter o apoio popular. Essa atitude de falar em nome do povo, como porta voz dos que mais precisam, se justifica por ser uma prática política historicamente naturalizada por líderes políticos no Brasil e na América Latina. Sendo assim, construir a imagem de um representante político que pensa nos mais necessitados mostrou-se como um forte recurso persuasivo para conquistar o povo em nome de valores simbólicos tocando razão e paixão. O principal aspecto dessa estratégia é o contato direto do suposto líder carismático com o povo, sem intermediação de partidos ou corporações. Isto implica num sistema de políticas, ou métodos utilizados para o aliciamento das classes sociais de menor poder aquisitivo, além da classe média urbana, entre outros, procurando a simpatia daqueles desarraigados para angariar votos e prestígio. Os eleitores, sensíveis aos valores e ao carisma dos políticos, aderem a esse jogo discursivo.

A instância midiática acha-se condicionada a emocionar seu público, a mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida. Assim, para cumprir com esse princípio de emoção, a instância midiática deve proceder a uma encenação sutil, baseando-se ao mesmo tempo nos apelos emocionais. (CHARAUDEAU, 2006, p. 92). O discurso populista, por assim dizer, é considerado como meio de sedução de massas, geralmente se inscreve num discurso a serviço do interesse geral, do bem do povo. Ademais, conforme Emediato (2016, p. 56) “a política populista consiste em captar o seu público em nome de valores simbólicos tocando razão e paixão”. Sendo assim, a política populista é marcada pela ascensão de líderes carismáticos que buscam sustentar sua atuação no interior do Estado através do amplo apoio das maiorias.

Para Charaudeau (2016, p. 55), para analisar o populismo de um discurso, “é necessário analisá-lo no contexto sócio-histórico, no qual ele aparece e na situação de comunicação que engendra certo processo enunciado”, uma vez que, deve-se levar as condições de encenação do discurso político, com vistas de evitar atribuir o que é próprio dele ao discurso populista em particular”.

Nesse tocante, conforme Emediato (2016, p. 64), “o verdadeiro populista deve aparecer sob a figura de chefe carismático”. O carisma é, pois, uma forte característica do líder populista, considerada “uma questão de troca, de interação entre imagens e olhares que entram em ressonância ou ecoam entre uns aos outros”. É preciso que o candidato carismático se apresente como um espelho-mediador desse além, de maneira que o público seja atraído por um movimento de identificação. (CHARAUDEAU, 2016, 78).

Assim, a política populista caracteriza-se especialmente pelo carisma, pelo *pathos* que mobiliza:

[...]A política populista caracteriza-se menos por um conteúdo determinado do que por um "modo" de exercício do poder. Sua característica básica é o contato direto entre as massas urbanas e o líder carismático, supostamente sem a intermediação de partidos ou corporações. Para ser eleito e governar, o líder populista procura estabelecer um vínculo emocional com o "povo". Isso implica num sistema de políticas ou métodos para o aliciamento das classes sociais de menor poder aquisitivo, além da classe média urbana, como forma de angariar votos e prestígio (legitimidade para si) através da simpatia daquelas. Esse pode ser considerado o mecanismo mais representativo desse modo de governar. [...]. (SOUZA, 1998, pp.212).

Pode-se atestar que há na campanha dos candidatos no *Facebook*, a propaganda de si, a tentativa de venda não só daquele gestor, mas de todo um *ethos* associado a ele e que deve ser socialmente desejável (CARREON, 2016, p. 83). Nesse caso, o candidato ACM Neto apela para o popular na construção do seu *ethos*, o qual enquanto *ethos* pré-discursivo esteve muito

ligado à elite baiana, atrelado ao seu histórico de família tradicional de Salvador e à imagem de seu avô, Antônio Carlos Magalhães, governador da Bahia por três vezes e também senador por duas vezes.

Na sequência enunciativa do candidato ACM Neto, vemos emergir o *ethos* não só de popular, mas, sobretudo, um *ethos* mostrado que desnuda traços semânticos de carisma, acolhimento, simpatia, aproximação entre o candidato e povo, haja vista que ambos os personagens das imagens compartilham e demonstram reciprocidade, o que produz sentidos de êxito, aceitação e pertinência em torno da possível relação que se estabeleceria entre a candidato e as pessoas, todas retratadas na fotografia. Verifica-se, dessa forma, uma “interlocução” horizontal entre governante e governado. Essa relação apaga as relações assimétricas existentes entre os atores sociais. Com isso, no campo do *ethos*, o corpo desse sujeito, que carrega os traços de sentido do *ethos* mostrado, é visto no discurso imagético: o candidato sorri, olha diretamente para os seus eleitores, abraça-os, carrega a criança no colo, apresenta expressão corporal de receptividade e afetividade com relação ao seu outro, de forma mobilizar as diversas materialidades discursivas na construção do seu *ethos* semiotizado.

2. Sequência enunciativa da candidata Alice Portugal – PCdoB: “Alice SIM porque ela é mulher!”

Alice Mazzuco Portugal¹⁰⁷, mais conhecida como Alice Portugal, é natural de Salvador, com formação acadêmica em Farmácia-bioquímica pela UFBA; filiada ao PCdoB (Partido Comunista do Brasil) desde 1979, possui um histórico de militância política que começou na luta contra a ditadura militar, no seio do movimento estudantil e, posteriormente, no movimento sindical. Foi eleita deputada estadual pelo PCdoB, no período de 1995 a 1998 e reeleita em 1999 a 2002, destacando-se como líder do bloco da oposição na Bahia. Em seguida, tornou-se deputada federal por quatro vezes consecutivas, onde ocupa a função desde 2003. Na Câmara dos Deputados, a deputada integrou as Comissões Permanentes de Educação, Cultura e Desporto e de Políticas Públicas para a Juventude, de Trabalho, Administração e Serviço Público; Turismo e Desporto e a CPI contra a exploração sexual de crianças e adolescentes. Integrou como titular a Comissão de Educação e Cultura e a suplência da Comissão de Seguridade Social e Família. Sua atuação como parlamentar priorizou os projetos relacionados à educação e saúde, aos direitos dos trabalhadores, ao fortalecimento do serviço público, além

¹⁰⁷ A biografia completa da candidata Alice Portugal encontra-se disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Alice_Portugal> e em: <<https://www.aliceportugal.org.br/>> Acesso em: jan. 2019.

dos direitos da mulher. Foi selecionada pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP) entre os 100 parlamentares mais influentes do Congresso Nacional em 2010. Em 2016, a então deputada federal, candidata-se à prefeitura de Salvador.

Veremos, a seguir, a sequência enunciativa da candidata supracitada:

Seq. Enunciativa 11: A constituição do *ethos* semiotizado da candidata Alice Portugal



The image displays four screenshots of Facebook posts from the profile of Alice Portugal (@aliceportuga05). Each screenshot shows the top part of a post, including the user's profile picture, name, and a mix of text and media content.

- Top-left screenshot:** A text post from 10 de agosto. The text discusses her political and syndicalist journey, mentioning the CUT and her role as the first woman on the national executive board. It includes a video thumbnail of her speaking at a podium with the word 'Alice' on it.
- Top-right screenshot:** A text post from 10 de setembro. The text is a campaign slogan: 'Mulher retada, guerreira, que não come reggae, Alice vai ser a prefeita que fará de Salvador uma cidade mãe, criando uma rede de apoio e assistência para os que mais precisam. Jáques Wagner já disse SIM, Lulá já disse SIM e o povo também está dizendo SIM! Vem que é 65, meu voto é de Alice!'. It features a video thumbnail of her smiling.
- Bottom-left screenshot:** A text post from 19 de setembro. The text announces the demolition of a creche in Castelo Branco and the launch of the 'Cidade Mãe' program with 50 new creche spots. It includes a video thumbnail of a young girl.
- Bottom-right screenshot:** A text post from 1 de outubro. The text mentions the need for public policies for domestic workers in Salvador and the presence of Creuza Santos, president of the National Syndicate of Domestic Workers. It features a video thumbnail of Creuza Santos speaking.

A candidata Alice Portugal, filiada ao partido PCdoB, apresenta como marca de sua campanha o “SIM”! Esse sintagma expressa uma certeza na escolha da candidata à prefeitura de Salvador. “#AliceSIM!”. O argumento ampara-se na representatividade e na força da mulher “porque ela é mulher”. A candidata vale-se do corpo e da voz feminina para validar esse discurso, isso porque, por muito tempo, a ordem das coisas significava que o uso da voz pelas mulheres estava restrito à intimidade do lar, ou pelo menos, em situações ordinárias da vida. Perrot (2005) afirma que a fala feminina é uma invenção do século XIX, o espaço público foi historicamente negado às mulheres, seus direitos e sua expressão foram interditados. Em combate a esse imaginário, o discurso de Alice busca construir efeitos de sentidos de uma mulher transgressora e resistente, de uma representante política que apesar de ser minoria no

congresso, apesar das repressões e interdições, coloca-se pela luta da emancipação feminina, na luta pelos direitos civis das mulheres.

“Digo SIM à Alice porque ela é mulher”; “mulher retada, guerreira, que não ‘come reggae¹⁰⁸’”. Sua campanha se pautou na representação na mulher na política, como se nota a presença das mulheres nos enunciados não-verbais. Verificamos durante toda campanha, a ênfase na construção de sua imagem de líder feminina e feminista na política, visto que a candidata apresenta em muitas de suas postagens a bandeira na inclusão da mulher na política, espaço que foi majoritariamente pertencente ao público masculino durante muitas décadas na política nacional.

Nessa postagem em que a candidata faz o jogo argumentativo para justificar o sim à Alice. “Digo sim à Alice porque ela é ficha limpa, porque ela é guerreira, porque ela foi contra o golpe” (enunciado 2), constrói variados *ethé* para configurar sua imagem de mulher honesta, forte, guerreira, combatente, de reputação ilibada. Vale ressaltar que o discurso posto se constituiu num período pós-*impeachment* da presidente Dilma Rousseff e, também, de operações relacionados à lavagem de dinheiro e à corrupção, a saber – Lava Jato – envolvendo empreiteiras e políticos, entre outras. Assim, ela traz à baila questões polêmicas em torno do cenário da crise política brasileira, envolvendo escândalos de corrupção e descrença na política, na tentativa de produzir um *ethos* de credibilidade, “tem ficha limpa”. Ela se utiliza de argumentos, através de um feixe de características positivas, sobretudo para defender sua carreira na política “sem mácula”, para validar seu *ethos* de líder política para que, entre todos os candidatos, os eleitores digam “sim” à Alice Portugal para prefeitura de Salvador.

Do mesmo modo, a estratégia de usar a terceira pessoa do discurso, “ela”, manifesta uma estratégia discursiva como se sua imagem fosse construída por outrem, para não parecer que está atribuindo adjetivos a si mesma. Além disso, percebe-se também que a candidata aciona o *ethos* de apoio ao atrelar seu *ethos* à imagem de Lula, à Dilma Rousseff, ex-presidentes da república.

Em um paradigma que pode ser apreendido a partir da história que introduz à vida política da candidata Alice Portugal como uma biografia; a imagem (enunciado 7) instaura um percurso de leitura através da narrativização da biografia construída pela imagem fotográfica preto e branco e pelo texto escrito, que recupera a história de vida de estudante universitária militante, representante do Diretório Central dos Estudantes, depois como representante sindical, presidindo a Assufba (Sindicato dos Trabalhadores Técnico-Administrativos em

¹⁰⁸ A expressão “comer reggae” é uma gíria baiana cujo significado trata-se de não aceitar desaforo, não aceitar algo imposto a você, não ser submisso.

Educação das Universidades Públicas Federais no Estado da Bahia) e, posteriormente, como primeira mulher eleita para executiva nacional da CUT (Central Única dos Trabalhadores).

Algumas postagens restauram historicamente suas relações políticas com os movimentos estudantil e sindical que por sua vez revelam e reforçam sua filiação ideológica ao partido Partido Comunista do Brasil¹⁰⁹. É importante lembrar que o PCdoB é um partido político brasileiro de esquerda, baseado ideologicamente nos princípios do marxismo e forte penetração nos meios sindicais e estudantis. De acordo com informações do site do próprio partido, seus princípios guiam-se pela teoria marxista-leninista, adota como princípio o centralismo-democrático e organiza sua militância para a luta social e para a política transformadora. Seus militantes concentram-se em Organismos de Base (OBs), distribuídos em categorias (trabalho, moradia, estudo), onde o partido tem militância, atuando em frentes sindical, mulheres, juventude, negros, comunitário, LGBT's, meio ambiente etc. Inclusive é possível notar, as cores que permeiam as postagens da candidata são multicores, que podem estar associadas à ideia da diversidade e também pode referenciar a bandeira LGBT, reconhecida mundialmente como o símbolo das minorias sexuais.

Fig. 17: Bandeira LGBT+



Fonte: *pt.wikipedia.org*

Em um outro paradigma de leitura, nomearemos de a “construção discursiva da mulher militante/atuante na política”, podemos recuperar a narrativização da inserção da mulher no meio político. As imagens (fotografias e vídeos que compõem a sequência enunciativa da candidata Alice Portugal) fortalecem a construção e o reconhecimento do lugar (muitas vezes de luta) que se deve à mulher na política. Além de apresentar argumentos sobre sua participação

¹⁰⁹ De acordo com o site do próprio partido, o Partido Comunista do Brasil foi fundado em 25 de março de 1922. É o partido mais antigo do país em atividade. Reorganizou-se em 1962, adotando a sigla PCdoB. Atualmente busca constituir uma Frente Ampla, pela retomada da democracia e contra os retrocessos nos direitos dos trabalhadores, das mulheres, da juventude, dos negros.

como coordenadora da bancada feminina na Câmara do Deputados em defesa da cota obrigatória de 30% das mulheres nos partidos como meio de estimular e assegurar a participação da mulher na política.

O seu *slogan* de campanha “**Digo sim à Alice**” é acrescentado, por vezes, a construção argumentativa introduzida por conjunção explicativa, “**porque ela é mulher!**” (enunciado 3). Ademais, em suas postagens a candidata aciona esse campo de *fórmulas linguísticas* “direito das mulheres” e “empoderamento feminino”, através de sintagmas nominais cujos determinantes têm palavras como “mulher” e “feminino” diretamente vinculado a núcleos nominais como “direito” e “poder/empoderamento”.

As formulações sintagmáticas operam na língua uma exterioridade vinculada à agenda das lutas feministas historicamente situadas em nossa sociedade política desde meados dos anos 1960. Desse modo, é possível verificar que os temas feministas como as narrativas que inscrevem a mulher no campo de trabalho na imagem p&b (enunciado 7), bem como na própria história do partido PCdoB – comunismo. É na língua que uma das expressões contemporâneas fortes como “empoderamento” se vincula ao discurso como algumas das bandeiras de sua campanha, e endossa esse posicionamento quando relata ter participado da elaboração da Lei Maria da Penha (enunciado 5), lei que combate à violência contra a mulher, assim como, quando traz em sua cena enunciativa mulheres representantes de sindicatos e de coletivos em entrevistas e vídeos para tratar de temas como violência contra mulher, políticas públicas para trabalhadores domésticas, direito das mulheres, inserção das mulheres negras, além da proposta de implementação do programa de governo “Cidade Mãe”, o qual teria como objetivo disponibilizar 50 mil vagas de creche, para que as mulheres possam trabalhar, dentre tantas outras propostas.

Vemos, portanto, em um jogo de imagens e de palavras, em que são instauradas a coragem e a determinação de uma mulher para formação do *ethos* da candidata Alice Portugal, a qual se coloca discursivamente como a representante da voz das mulheres soteropolitanas. É possível notar essa construção de forma expressiva na manifestação denominada “Ato das mulheres” postada em forma de vídeo em sua página (enunciado 4), em que mulheres representantes do cenário local e nacional integraram uma mesa de debates em prol da “candidatura da primeira mulher a ser prefeita da cidade de Salvador”. Em uma das falas, uma das mulheres do movimento negro afirma - “É o primeiro passo de uma candidatura que nasce do diálogo com as mulheres, e nós vamos governar essa cidade!”. A mesa foi composta por mulheres representantes do movimento negro, do movimento LGBTs, representantes da secretaria de políticas públicas para mulheres, de mulheres políticas etc.

Em uma entrevista concedida a uma mídia baiana em 2014¹¹⁰, a candidata (naquela altura ocupava o cargo de deputada federal), foi questionada a respeito da importância de ter mulher na política:

Porque é importante ter mulheres em todos os espaços da política. As mulheres no Brasil são historicamente sub-representadas. Quando pego o avião na terça-feira [para Brasília] vão trinta e oito homens e eu para a Câmara dos Deputados [Alice Portugal é a única mulher entre os 39 deputados federais baianos]. Efetivamente, isso não representa a importância da mulher no tecido social brasileiro. As mulheres estão em todas as carreiras, em todas as áreas de atuação e em toda a base da sociedade. Portanto, é necessário garantir essa pluralidade no processo de discussão da reforma política, que estávamos embalados. Propúnhamos uma pluralidade. O deputado Fontana [Deputado federal Henrique Fontana (PT-RS)] chegou a propor dois homens para uma mulher, o que já seria um grande avanço para o Brasil. Hoje, nós temos 45 mulheres e 46, em alternância ano após ano, em um total de 503 deputados. Por isso é importante ter mulheres nos espaços políticos.

Verifica-se historicamente que a bandeira da candidata Alice Portugal sempre esteve atrelada à luta dos direitos das mulheres. Repetidas vezes em suas campanhas ela reafirma: “Defender a mulher é luta permanente”. Alice Portugal possui uma expressiva autoria em importantes leis que garantem mais direitos para a mulher: Lei 13.536/2017, que prevê a prorrogação da bolsa para as estudantes que deram à luz, adotaram crianças ou obtiveram a guarda judicial de crianças para fins de adoção; Lei Nº 13.271/2013, que proíbe revista íntima de funcionárias nos locais de trabalho; ajudou a escrever a Lei Maria da Penha e é autora do Projeto de Lei 6653/09, que trata da isonomia salarial entre homens e mulheres, para iguais funções.

Com base nos enunciados, podemos verificar a construção do *ethos* semiotizado, uma vez que se constrói a partir do corpo significante do ator político, visto em fotografias, nos vídeos, nas entrevistas, as quais instauram uma memória discursiva, construindo, por assim dizer, algumas formações discursivas. O *ethos* é construído através do dito, do mostrado, do semiotizado de militante, feminista, engajada, combatente, de esquerda, que se revela através da materialidade intersemiológica uma historicidade, marcada pelos movimentos estudantis e sindicais desde o início de sua carreira política, quando se integrou à UNE e à CUT e ao longo de sua carreira como deputada estadual, nos anos 1994 e 1998, possui como peso também o fato de, como deputada federal, encontrar-se em seu quinto mandato, tendo como atuação parlamentar marcada pela defesa dos direitos das mulheres.

¹¹⁰ Disponível em: < <https://www.bahianoticias.com.br/entrevista/344-alice-portugal.html> > Acesso em: 27 mar. 2016

Como vimos nos *posts*, o *slogan* de campanha da candidata é “Alice sim”, e o *jingle* de sua campanha fortalece a construção da imagem por meio da cenografia de mulher forte e lutadora: “Alice sim, é quem pode fazer nossa vida mudar de verdade! Alice sim, tem história decente do lado do povo trabalhador! Alice sim, coração de mãe, mulher guerreira, luta pela igualdade! Alice sim sim sim! Par melhorar a vida de nossa gente! Pra Alice eu digo sim! Mais coragem, mais amor”. Podemos notar também nesse discurso, a desconstrução do estereótipo da mulher associada ao “sexo frágil” que dá lugar à figura da mulher guerreira e corajosa. Além de atribuir à candidata um “coração de mãe”, que expressa alguém de coração grande, bondosa e protetora, além de retomar, através do interdiscurso, o *slogan* da ex-presidente “Dilma, coração Valente”.

Tendo em vista que grande parte da comunicação atual é sincrética, nota-se que os *posts* da candidata Alice Portugal são constituídos mobilizando simultaneamente diversos canais: a fotografia, a *selfie*, o texto verbal, o uso de #, o vídeo, a entrevista, ambos funcionando e operando na produção de sentidos para a construção de um *ethos* semiotizado etc. Assim, podemos dizer que a campanha da candidata Alice Portugal se voltou, preponderantemente, para o eixo temático que envolve a representatividade das mulheres.

3. Sequência enunciativa do candidato Fábio Nogueira – PSOL: “Agora é com a gente!”

Fábio Nogueira de Oliveira¹¹¹, mais popularmente conhecido como Fábio Nogueira, é natural de Corumbá-MT, é Sociólogo, Professor Doutor da Universidade do Estado da Bahia, pesquisador, atuando em temas como intelectuais negros, mestiçagem; é autor do livro “*Clóvis Moura: Trajetória Intelectual, Práxis e Resistência Negra*”. É militante do Círculo Palmarino, instituição do movimento negro nacional, filiado ao Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Candidato à prefeitura de Salvador em 2016 e, posteriormente, candidato a senador da Bahia em 2018, em ambas candidaturas não foi eleito.

¹¹¹ O candidato Fábio Nogueira não possui biografia disponível como normalmente é disponibilizado no Wikipédia. Tivemos acesso a alguns dados do candidato, disponível em: < <https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/candidatos/ba/senador/fabio-nogueira/>> e em: < <https://www.escavador.com/sobre/591694/fabio-nogueira-de-oliveira>> Acesso em: dez. 2018.

Seq. Enunciativa 12: A constituição do *ethos* semiotizado do candidato Fábio Nogueira

Fábio Nogueira atualizou a foto da capa dele. 21 de agosto

PREFEITO FÁBIO 50
Vice: Babuca Grimaldi

22 curtidas, 3 compartilhamentos

Fábio Nogueira 30 de setembro - Salvador

TV FÁBIO 50

224 visualizações, 17 curtidas, 1 compartilhamento

Fábio Nogueira 31 de agosto

Chega de provincialismo. Chega de perseguição. Está na hora de Salvador se livrar da velha política e dar ao povo a vez e a voz para decidir os rumos da cidade. Propomos um modelo de governo democrático, com audiências e consultas públicas regulares para a população definir onde o dinheiro público precisa ser gasto. #Fábio50 #Psol50 #agoraécomagente

Um governo popular e democrático!

9 curtidas, 1 compartilhamento

Fábio Nogueira 25 de setembro

Fábio Nogueira participa do debate entre os Prefeituráveis da Rede Record neste domingo

O candidato à Prefeitura de Salvador do PSOL, o sociólogo Fábio Nogueira, irá participar às 22:45 hs, ao vivo, do debate da Rede Record entre os Prefeituráveis da capital baiana. Nogueira vai defender o Programa de Esquerda, Democrático, Popular e Sustentável! Confira! #fábio50

12 curtidas, 3 compartilhamentos

Fábio Nogueira 10 de setembro

#AgoraEcomAgente #Fábio50 #Psol50
ACM Neto faz um governo excludente e as pautas do povo negro de Salvador não estão na agenda da prefeitura. Salvador precisa de um prefeito que tenha a cara de sua gente e dialogue com os diversos movimentos sociais, com o povo de santo e a periferia. Precisamos do povo negro na Prefeitura de Salvador!

PODER ao povo negro!

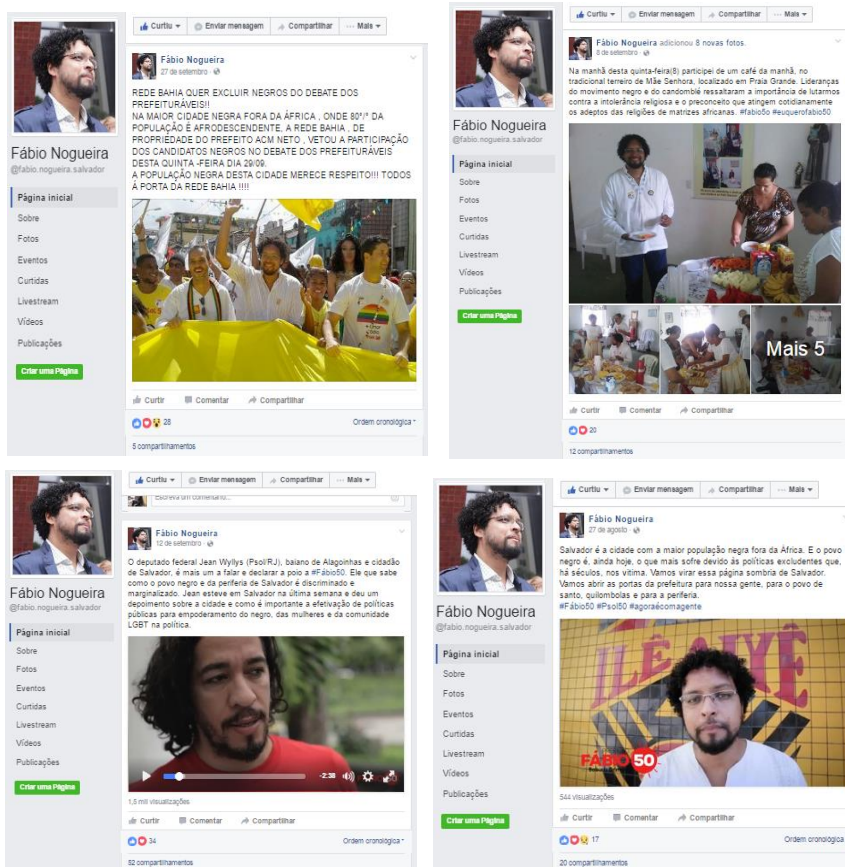
8 curtidas, 6 compartilhamentos

Fábio Nogueira adicionou 10 novas fotos. 13 de setembro

Nos reunimos na noite desta terça-feira (12), com João Jorge do Olodum, Alberto Pita do Consejo Afro, Gilberto Leal da CONEN, e diversas lideranças do movimento negro de Salvador, na Casa do Olodum, Pelourinho, onde discutimos a importância dos blocos afro à cidade de Salvador. Na ocasião, destaquei que a candidatura do PSOL não poderia deixar de dialogar com os blocos afro. Temos uma "cidade real" que não aparece na propaganda do atual prefeito ACM Neto. Uma cidade "Suíça", de uma elite branca que historicamente nos domina. Nossa candidatura possui um compromisso com a comunidade negra, com os terreiros de candomblé, com os blocos afro!

Mais 7

13 curtidas



O candidato do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)¹¹², Fábio Nogueira, tem como *slogan* de campanha “Agora é com a gente”, “um governo popular e democrático”. Suas postagens revelam uma identificação com ideologia do partido “socialismo com democracia, como princípio estratégico na superação da ordem capitalista”.

A cores predominantes em suas postagens e em sua capa são as mesmas do partido: amarelo e vermelho, cujo símbolo é o sol, que compõe o sintagma do partido PSOL. O sol simbolicamente pode funcionar como metáfora de liberdade e inclusão, quando retomamos expressões como “o sol é para todos”, ou conforme sua etimologia, *saewel* é uma palavra do Indo-Europeu, e pode ser traduzida como “brilhar, iluminar”.

¹¹² Disponível em: < <http://psol50.org.br/> > Acesso em: 15 mar. 2018.

Fig. 18: Bandeira do partido PSOL

Fonte: <http://psol50.org.br/partido/>

O PSOL é um partido considerado pequeno e jovem, pois tem apenas uma década de existência, dissidente do PT, foi fundado por Luciana Genro, Heloísa Helena e capitaneada por diversos grupos políticos, militantes socialistas e intelectuais de esquerda, cujo viés socialista e democrático, tem como programa de ação, de reivindicações dos trabalhadores e do povo pobre e medidas democráticas, anticapitalistas e anti-imperialistas. Apesar de poucos filiados, o partido tem demonstrado sua influência apresentando pautas radicais ao cenário político e vem ganhando espaço nas universidades e lançando candidatos à presidência. De acordo com o site oficial do partido, ao qual o candidato é filiado, apresenta-se como meta do partido o combate em defesa dos direitos trabalhistas, previdenciários, do serviço público e contra a agenda conservadora que ameaça mulheres, negros/as, a comunidade LGBT, os direitos indígenas, entre outros. Nesse viés, o candidato aposta no discurso da inclusão de negros e negras, mulheres, LGBTs, povos indígenas e outras minorias.

A imagem do candidato Fábio Nogueira é construída por meio do *ethos* dito, que se dá pelo destacamento “um governo popular e democrático”. Ele não dá referências diretas de si, mas liga-se ao seu ideal de governo “popular e democrático” (enunciado 3). Isso nos faz inferir que ele é contrário ao governo da situação ao enunciar que “está na hora de Salvador se livrar da velha política”, pois os governantes de então ligam-se historicamente a grupos que se mantiveram no poder por um longo tempo, por exemplo, a tradição da família Magalhães no estado da Bahia, propondo assim uma renovação com sua candidatura, para que seja uma política mais transparente e inclusiva.

Nessas ações de retomada de discurso, por via de destacamento e da citação, surgem enunciações em que o enunciador se encena de diversas formas, ora como agente do destacamento, ora como moralista, ora como jornalista etc. Essas encenações do sujeito, como propõe Maingueneau (2012) para essas enunciações, afirmam convicções, se apresentam como enunciados de verdade, como apreciações éticas e morais.

Ademais, de acordo com Emediato (2015, p. 185), “a força argumentativa desses destacamentos está nos efeitos de sentido, que criam, inclusive, seus efeitos perlocucionários (indignação, ódio, repulsa, riso)”. Desse modo, o conteúdo expresso no destacamento, aliado ao texto, expressa um pedido aos soteropolitanos para que não votem no candidato da situação, considerando que este não representa nem uma política democrática nem popular, mas sim ditatorial.

Podemos considerar o conjunto das imagens como acontecimento discursivo, tendo em vista que o aparecimento e circulação de algumas imagens estão associadas a outros acontecimentos, que fazem parte de uma dada formação discursiva, como no caso das sequências discursivas, em que o candidato Fábio Nogueira do PSOL revela um *ethos* ativista, engajado, pois discute em toda campanha questões relativas ao combate ao racismo e à discriminação contra o povo negro, levantando a bandeira em prol da participação igualitária e valorização deste na sociedade. Como em sua postagem “poder ao povo negro”, “Salvador precisa de um prefeito que tenha a cara de sua gente e dialogue com os diversos movimentos sociais, com o povo de santo e a periferia” (enunciado 5).

Podemos notar que o candidato convoca seus eleitores a partir de um desejo de identificação com um candidato negro, que possa representar “a cara de sua gente”, posto que Salvador é a capital mais negra do Brasil e a cidade mais negra fora da África. De acordo com dados, em 2017, oito em cada dez moradores de Salvador são negros, isto é, se autodeclararam de cor preta ou parda, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), do IBGE. Os negros (pretos e pardos) somaram 2,425 milhões, ou 82,1%, das 2,954 milhões de pessoas que vivem em Salvador. Apesar dos dados apresentados, na história da política baiana, ainda não foi eleito um prefeito negro. Historicamente na política baiana e soteropolitana não há indícios de nenhuma representatividade negra como líder político.

Observamos como uma das principais pautas de sua campanha foi em defesa do povo negro, no qual ele busca agenciamento junto às diversas lideranças do movimento negro de Salvador, como representando do Olodum, do Cortejo Afro, do Ylê Aiyê, lideranças religiosas de matrizes africanas, na qual ele assume seu compromisso com a comunidade negra, com os terreiros de candomblé e os blocos afros (enunciados 6, 8 e 10).

Desse maneira, no engendramento do *ethos* semiotizado estão elementos imagéticos de diversas ordens, como vistos nos vídeos, fotografias, *selfies*, cores, nas características que legitimam o próprio discurso, como o cabelo afro, as roupas brancas, o corpo, a expressão do rosto, os gestos, o tom que emprega nas entrevistas e *lives*, que se integram para o efeito de

sentido de líder político negro, popular e democrático, que se preocupa com uma gestão participativa e inclusiva, capaz de dar espaço aos excluídos da atual gestão: “vamos abrir as portas da prefeitura para nossa gente, para o povo santo, os quilombolas e para a periferia”. Esse *ethos* é validado pelo então deputado Jean Wyllys, que declara apoio ao candidato Fábio Nogueira (enunciado 9): “Ele que sabe como o povo negro e da periferia de Salvador é discriminado e marginalizado”. A ordem do visual e do verbal, assim, geram imagens de si e, nesse caso, constroem a ideia de líder político ativista e defensor do povo negro, do povo de santo, da periferia, instaurando ao mesmo tempo o discurso de mudança, de ruptura e polarização com o atual governo: “Está na hora de Salvador se livrar da velha política”, mobilizando, portanto, uma cena enunciativa do combate e resistência.

O mote do *jingle* de sua campanha é o mesmo do slogan “Agora é com a gente” e tem como estilo musical o *reggae* que pode melhor representar a cultura negra e a resistência da cidade de Salvador, “principalmente neste momento histórico de avanço do conservadorismo e das forças de direita”, afirma o candidato em entrevista. A ideia de reforço do *slogan* na letra do *jingle* cria efeito de sentido de reafirmar a necessidade de uma “nova política” na qual as pessoas participem das decisões políticas do país e reivindiquem os direitos sociais aos poderes públicos” “É Fábio 50, agora é com a gente, vamos fazer diferente, agora é a vez do novo, agora é com a gente, o povo tem que participar...Fábio PSOL é igualdade, Fábio PSOL é liberdade...”.

Durante o percurso eleitoral, o candidato do PSOL assume um posicionamento de enfrentamento das injustiças e da discriminação sofridas pelos negros, pelos grupos LGBTQs, pelas mulheres, pelos portadores de necessidades, pela periferia. No entanto, ao levantar essas questões, o candidato cria uma atmosfera de ressentimento, para que desse modo ele pudesse atingir o candidato da situação, ACM Neto.

Geralmente, esse *ethos* ressentido envolve a figura do opressor, que comumente é colocado como o representante das elites etc. Esse discurso reverbera a ideia de que “alguns grupos que foram oprimidos merecem triunfar” (ANGENOT, 2015). Assim, constrói-se uma imagem de vítima ressentida, cujo opressor é o seu opositor.

Nessa direção, o candidato enuncia (enunciado 3 e 5): “E o povo negro é, ainda hoje, o que mais sofre devido às políticas excludentes que há séculos nos vitima”; “ACM Neto faz um governo excludente” etc. Verifica-se que o candidato ao acionar o *pathos*, aciona valores e emoções, mostrando a “eúnoia”, isto é, a benevolência solidária para seu eleitorado.

De acordo com Fiorin (2007, p. 14), em seu estudo sobre a semiótica das paixões, o ressentimento “confunde-se com a amargura, com o rancor, com a decepção e assim por diante.

Para descrever, com precisão, o afeto de que nos ocupamos é preciso ver como se dispõem as modalizações que o definem”.

O ressentimento é a consciência aguda e reiterada dessa falta (“o fato de lembrar-se com animosidade dos males, das ofensas que se sofreu (como se os ‘sentisse’ ainda”). No entanto, é preciso notar que ele na verdade não é uma paixão resultante da insatisfação, isto é, da carência do objeto, mas da decepção, ou seja, da falta fiduciária. Ele decorre de um profundo sentimento de uma injustiça sofrida. (FIORIN, 2007, p. 15).

Ademais, conforme Angenot (2015, p.122), o ressentimento “tem sido e continua sendo um componente dentre várias ideologias do nosso século, insinuados em diversas expressões do socialismo, do feminismo, dos militantismos minoritários do terceiro-mundismo”. Assim, de acordo com o autor, “os valores reconhecidos e defendidos pelos dominantes são desvalorizados e toda situação de subordinação e inferioridade dá o direito ao estatuto da vítima”:

Parece-nos que nas sociedades desenvolvidas desse início do século XXI, os grupos sociais dividiram-se em *lobbies* suspeitos, obcecados por reivindicações identitárias (estamos falando do neotribalismo), desviando-se do pensamento do direito para trazê-los a um mercado gritante dos “direitos das diferenças” – formado por grupos que mantêm divergências baseadas em litígios e na reinvenção dos rancores do passado – a fim de vingar o ressentimento particularista que os invade. Isso em função mesmo do colapso e da superação dos socialismos e, mais amplamente, das utopias do progresso e da superação das disputas por um ideal de justiça e de reconciliação nacional. (ANGENOT, 2015, p. 123).

Assim, em grande parte das campanhas, o discurso político tem se tornado um espaço de confrontação, de polaridades, um lugar de vítimas e algozes, lugar de rancor e ressentimento.

Como vimos no fio do discurso, a temática predominante, na campanha do candidato ora analisado, foi o lugar do negro na sociedade soteropolitana, que historicamente sofre com o apagamento e o silenciamento sociocultural. Dessarte, o candidato assume seu lugar de fala¹¹³, já que este é negro e defende a criação de políticas públicas para o empoderamento das

¹¹³ Para melhor compreensão desse conceito, voltamos a Michael Foucault e sua obra *A ordem do discurso* (1970). De acordo com Foucault “ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo”. Desse modo, alguns discursos são legitimados e/ou interditados para que eles sejam ditos por algumas pessoas. Para tanto, Foucault (1972) põe as seguintes questões: “quem fala? Quem, no conjunto de todos os indivíduos que falam, está autorizado a ter essa espécie de linguagem? Qual é o estatuto dos indivíduos que têm – e apenas eles – o direito regulamentar e tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso?”. O lugar de fala proposto por Foucault revela, portanto, como esse conceito se ancora na concepção de sujeito discursivo da AD, isto é, a posição ocupada pelo sujeito enquanto enuncia.

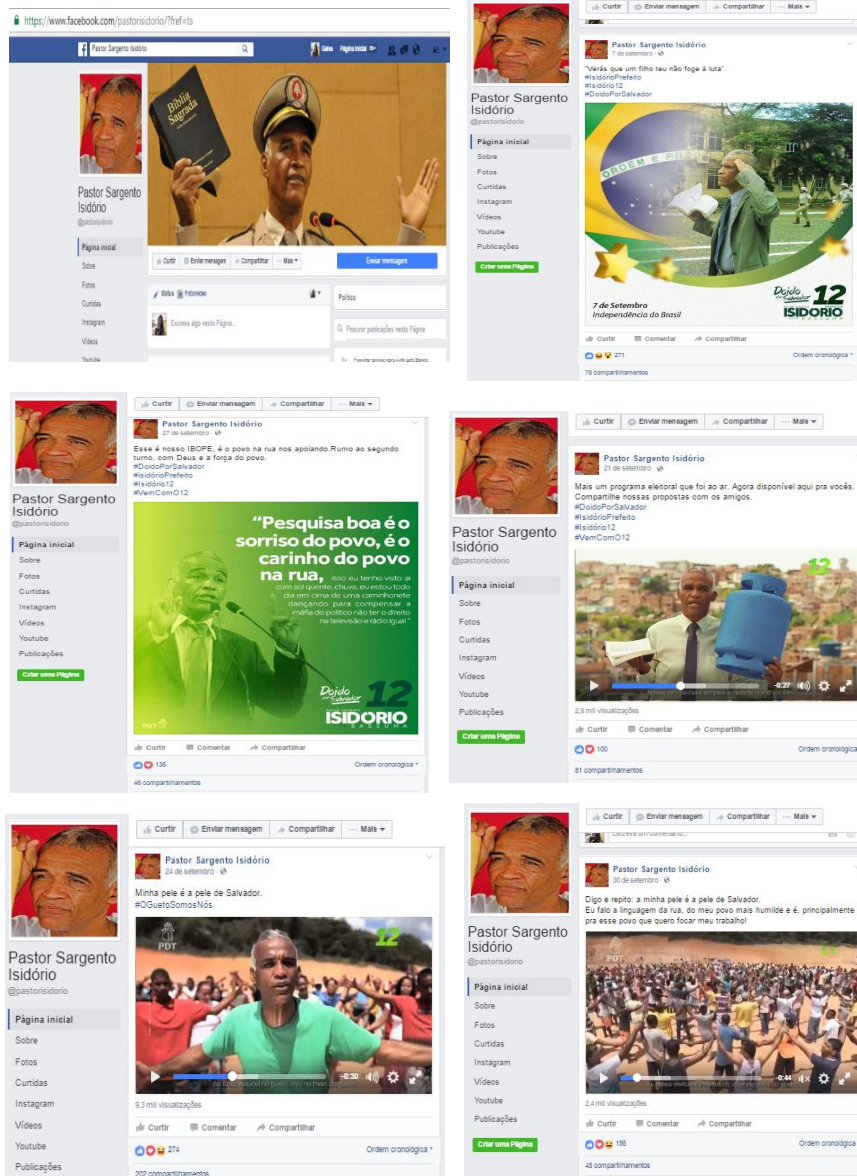
populações negras, que resulta num *ethos* de identificação, gerando espaço de adesão a um mundo ético.

4. Sequência enunciativa do Pastor Sargento Isidório (PSI) – PDT: “Doido por Salvador”

Manoel Isidório de Santana Júnior¹¹⁴, mais conhecido como Pastor Sargento Isidório (PSI), é natural de Salvador, é aposentado da polícia militar e pastor de sua instituição “Fundação Doutor Jesus”. Foi deputado estadual da Bahia por duas vezes consecutivas, nas legislaturas de 2011-2015, e 2015-2019. Foi candidato à prefeitura de Salvador em 2016, mas obteve apenas 8,61% dos votos. Em 2018, foi eleito a deputado federal mais votado da Bahia. PSI já foi filiado a diversos partidos: PT (2003-2007), PSB (2011-2015), PSC (2013-2016), PROS (2016), PDT (2016-2017) e, atualmente, AVANTE (2018-2019). Sua carreira política é marcada por inúmeras polêmicas: propôs apoio psicológico para “problemas relacionados à identidade de gênero e à orientação sexual”, propôs “dia do orgulho hétero”, além de propor que a bíblia seja transformada em matrimônio cultural do Brasil etc.

¹¹⁴ Disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Pastor_Sargento_Isid%C3%B3rio> Acesso em: jan. 2019.

Seq. Enunciativa 13: A constituição do *ethos* semiotizado do candidato Pastor Sargento Isidório (PSI)





Pastor Sargento Isidório (PSI), adotou este codinome e tornou-se mais conhecido em suas campanhas. A adoção desse nome corresponde as suas posições-sujeito, uma vez que o candidato é sargento aposentado da polícia militar do estado da Bahia e também pastor da Fundação Doutor Jesus. É possível verificar essa dupla formação discursiva na capa de sua página e em inúmeras postagens, nas quais o candidato articula suas filiações ideológicas do militarismo e do cristianismo, como se vê nas inscrições das imagens publicadas em sua página oficial, a exemplo do fardamento militar, a saudação militar (continência) diante da bandeira e da bíblia sempre em mãos.

O candidato dirige-se aos seus eleitores como um pastor que tenta orientar suas “ovelhas” ao caminho certo nas eleições, e revela também um tom de autoridade, como um general fala aos seus subordinados num quartel. Com o traje oficial de militar e a patente de sargento, imprime a imagem de um político comprometido com a segurança e a ordem pública e, por outro lado, com a bíblia em mão e o discurso de pastor sempre ensaiado, cria uma atmosfera de homem de fé (enunciados 1, 2, 4, 7, 8).

Desse modo, o candidato Sargento Isidório articula muitos elementos semióticos na construção da *imagem de si*, que traz as referências dos campos religioso e militar e que são

repetidas vezes resgatadas para a construção da imagem de si, como se nota nas imagens em destaque. As imagens produzem, portanto, modos de dizer a partir da identificação com grupos e células, uma vez que, o candidato personifica a tendência militarizante e evangélica na política no pleito 2016. Notamos, ainda, uma postura propositiva que deixa transparecer a interferência plena dos discursos religioso e militar no discurso político. Isso se estende ao corpo do candidato, que expõe através não só do apelo verbal, mas na vestimenta, dos gestos, nas escolhas de cores da bandeira brasileira e na cor do traje militar, no uso da bíblia em suas entrevistas e debates. Isso posto, o corpo, o tom e a voz cambiam entre o homem religioso (pastor) e o homem militar (sargento). Assim, é possível verificar em seu discurso de campanha a dupla formação discursiva, pondo em evidência a sacralização e a militarização da política: “verás que um filho teu não foge à luta”; “rumo ao segundo turno, com Deus e a força do povo” (enunciados 2 e 3).

O candidato é filiado ao PDT (Partido Democrático Trabalhista)¹¹⁵ nos anos de 2016 e 2017, partido político brasileiro de centro-esquerda, fundado em 1979, logo após o início do processo de abertura política do regime militar, e é alinhado às ideologias trabalhista, socialista democrática e social-democrata. Os princípios ideológicos do partido são: o compromisso é com as crianças e jovens, com igualdade de oportunidade para todos, é a prioridade máxima do Trabalhismo Democrático; outro princípio que o partido defende é com os interesses dos trabalhadores, muito especialmente das grandes majorias populares que, em todas as regiões brasileiras, vivem em diversos níveis de pobreza, de marginalidade, ocupando áreas improdutivas ou sendo cruelmente explorados em benefício de setores privilegiados; outra questão prioritária é com a mulher, contra a sua discriminação propugnando por sua efetiva participação em todas as áreas de decisão, pela definição de seus direitos sociais, no emprego ou no lar, pela igualdade de remuneração e de oportunidades, de educação e formação profissional; além de lutar pela causa das populações negras como parte fundamental da luta pela democracia, pela justiça social e a verdadeira unidade nacional, dentre outros.

Vale ressaltar, no entanto, que anteriormente o candidato esteve filiado ao PSC Partido Social Cristão, nos anos 2013 a 2016. Podemos observar que o *ethos* ora apresentado em sua campanha se aproxima mais desta filiação e não daquela ao qual é filiado atualmente, posto que suas inscrições ideológicas se fundem à missão e aos valores desse partido, cuja denominação "social-cristão" é baseada na democracia cristã, no conservadorismo social e no liberalismo econômico. Declara-se contrário ao aborto, à legalização de drogas e ao casamento entre

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.pdt.org.br/>> Acesso em: 12 mar. 2017.

pessoas do mesmo sexo. Além disso, o partido demonstra repúdio ao marxismo e ideologias similares, é historicamente anticomunista.

Assim, podemos dizer que o *ethos* semiotizado do candidato Pastor Sargento Isidório não se desfilou ideologicamente do PSC, pois ainda está preso aos valores do seu antigo partido. Alguns exemplos dessa filiação encontram-se justamente em seus discursos que retomam textos bíblicos, a bíblia que o segue em seus pronunciamentos, a impostação da voz de pastor que obedece uma ordem própria das pregações, os gestos com as mãos que louvam, além da cor que investe em suas postagens (o verde) etc.

Fig. 19: Bandeiras dos partidos PSC (anterior) e PTB (atual)



Fonte: psc.org.br/



Fonte: ptb.org.br/

Sobre esses processos de *sacralização da política*, para o professor e antropólogo Ranquetat ¹¹⁶, “se, para a perspectiva clássica, a política era concebida como uma das múltiplas dimensões da vida humana, na modernidade a política é sacralizada”. Segundo o teórico político inglês, Michael Oakeshott, trata-se da percepção moderna e progressista da “política de fé”, da crença nos poderes demiúrgicos e alquímicos da ação política. A fé na política, a transformação da política num modo de crença, como uma espécie de panaceia universal está intimamente relacionada com as ideologias políticas surgidas na modernidade.

Conforme o autor, a sacralização e absolutização da política acabam por instrumentalizar os variados campos da vida social:

A educação, a ciência, a cultura, a arte e a religião tornam-se servas do poder político, perdendo sua autonomia e independência. Além disso, o “messianismo” político moderno – conforme definição do historiador Jacob Talmon – parte de esquemas doutrinários abstratos e apriorísticos, de uma visão dogmática, racionalista e uniformizante que violenta a complexidade multifacetada da realidade social. (RANQUETAT, s/a).

Esse movimento visa engendrar padrões de comportamento e conduta, mobilizando as massas, as confortando e criando nelas um sentido de identidade grupal através dos encantos

¹¹⁶ Disponível em: <<http://ife.org.br/a-sacralizacao-da-politica/>> Acesso em: 25 set. 2016. Publicado originalmente na **Revista Vila Nova**: <http://revistavilanova.com/a-sacralizacao-da-politica/>

ilusórios de um mito político. As ideologias políticas modernas configuram-se, até certo ponto, como sucedâneos das religiões tradicionais.

Notadamente, observamos que a religião se insere como plataforma política do candidato, pois ele faz uso de sua crença buscando a adesão/identificação de um eleitorado. Nesse viés, dizemos que ocorre a apropriação simbólica de elementos religiosos no discurso político, pois os dois campos, político e religioso são estreitados. O discurso político se apropria do campo religioso, de valores, símbolos e características, visando atingir determinado público, um exemplo é o da ex-presidente Dilma Rousseff, quando discursa em um Congresso Nacional de Mulheres das Assembleias de Deus¹¹⁷, afirmando que “embora o Brasil seja um Estado laico”, mas cita um salmo de Davi, “eu queria dizer que feliz é a nação cujo Deus é o Senhor”. No caso citado, parte-se de valores fundamentais ao seu auditório para garantir o pleito eleitoral de 2014, uma vez que compreendemos o discurso político como uma arena de negociação e de alianças, nada surpreendente um acordo entre esses campos discursivos. Diante disso, podemos notar que tem se tornado expressiva a intervenção da religião no sistema político contemporâneo.

Nesse sentido, Silva (2017), discute os limites entre política e religião no Brasil:

As relações entre religião e política foram precariamente construídas, sem nunca haver sido plenamente demarcados ao longo da história. Por exemplo, atualmente ainda é possível encontrar símbolos cristãos (como bíblias e crucifixos) em posição de destaque nos locais onde as principais decisões políticas e jurídicas do país são tomadas (como STF, Senado, Câmara), além da evocação a Deus na Constituição e nas células de dinheiro. Essas representações são concessões simbólicas que conferem legitimidade política a determinados símbolos religiosos em espaços predominantemente seculares. (SILVA, 2017, p. 254).

Para o referido autor (idem, p. 255), historicamente no Brasil “parece haver certa admissibilidade ou ausência de impedimentos para que ideias religiosas fossem mobilizadas como forma de intervir no funcionamento do Estado e no mundo secular”.

Um exemplo expressivo da influência da religião na política, no último pleito de 2018 no Brasil, foi a vitória presidencial do candidato Jair Bolsonaro do PSL que teve como slogan de sua campanha “Brasil acima de tudo. Deus acima de todos!”, contou com o apoio da bancada evangélica, oficializado neste mesmo ano pelo deputado Hidekazu Takayama: “Mais que uma questão natural, é uma questão espiritual. Está acima de qualquer doutrina partidária. É a defesa

¹¹⁷ A presidente Dilma Rousseff, candidata à reeleição pelo PT, esteve no Congresso Nacional de Mulheres das Assembleias de Deus Ministério de Madureira, em São Paulo, onde discursou afirmando que precisa “do voto do povo e da graça de Deus”. Disponível em: < <https://noticias.gospelmais.com.br/dilma-encontro-mulheres-assembleia-deus-70202.html>> acesso em: dez. 2016.

dos valores da família cristã”. Vale ressaltar que neste mesmo pleito, o candidato em estudo, Pastor Sargento Isidório, agora já filiado ao Avante, foi eleito deputado federal mais votado da Bahia e integrará às bancadas evangélica e de segurança pública.

É possível notar na construção do *ethos* do candidato Pastor Sargento Isidório a mescla de signos linguísticos verbais e signos icônicos na elaboração de seu *ethos* semiotizado. Há, portanto, como já destacamos, a presença de elementos como a bíblia, o traje ora de pastor ora de militar, e o botijão de gás, que se tornaram elementos simbólicos de sua campanha. Nas cenas enunciativas, o discurso mobiliza ícones para a construção de um *ethos* de homem religioso, trazendo à tona sua crença; além do botijão de gás que representa o *marketing* de sua campanha, ligada à necessidade das populações carentes. Assim, é notável também a constituição do *ethos* de homem humilde, do povo. É possível notar que a imagem de fundo de suas postagens instaura a imagem de um sujeito ligado às suas origens, mostra-se humilde e defende a causa das comunidades periféricas de Salvador, legitima-se como representação da cidade de Salvador também em seus discursos verbais: “minha pele é a pele de Salvador”, “eu falo a linguagem da rua, do meu povo mais humilde...”, #oGuetoSomosNós. Dessa forma, tanto o enunciado verbal quanto o imagético contribuem para a constituição do *ethos* desejado pelo candidato.

Amparado pelo enunciado sincrético, o candidato faz postagem de vídeos convidando seus seguidores a visualizar seu programa eleitoral, acoplado ao seu *slogan*, #doidoporsalvador. Essa expressão “doido por Salvador” manifesta a caricatura de um homem que expressa seu sentimento hiperbólico de amor por sua cidade, além de tornar seu enunciado visível, popular e espetacularizante: “declare que você também é doido por Salvador”. Ao adotar essa marca “#doidoporSalvador o candidato procura afastar-se da ideia de doido enquanto doença mental, buscando construir semanticamente outra ideia, a de gostar exageradamente de algo ou alguém, “sou doido por séries”, “sou doido por ela”, por exemplo.

Em uma de suas entrevistas o candidato declara: “Não tenho tempo para ficar de fingimento. O evangelho é escândalo aos olhos dos que creem. Ficam todos com cara de santo por aí. Eu não. Canto, danço, xingo. Por isso me chamam de maluco”¹¹⁸. Assim, Isidório não refuta o adjetivo que lhe atribuíram historicamente, ao contrário, usou-o a seu favor, transformando-o em *jingle*¹¹⁹ de sua campanha, no qual o próprio candidato canta e dança “Agora é a vez do doido, doido, dooooido! O doido que baixar o gás, quer baixar o pão, quer muito mais, o doido é amigo-irmão, e é melhor ser doido do que ladrão...o doido é que tá certo!”

¹¹⁸ Disponível em: < <https://piaui.folha.uol.com.br/hora-e-vez-do-pastor-sargento/> > Acesso em: 10 de mar. 2018.

¹¹⁹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=5NWizMoppXI> > Acesso em: 22 de abr. 2017.

Desse modo, para Maingueneau (2002), o discurso do enunciador é incorporado e a maneira de dizer atesta, de alguma forma, a legitimidade do que é dito, conferindo autoridade ao enunciador. O *ethos* é, além da circunstância dimensional da voz, as determinações físicas e psíquicas que são essenciais para a construção ética da imagem do enunciador.

Em síntese, é possível notar na construção do *ethos* semiotizado do candidato PSI a utilização de vários recursos semióticos na elaboração de um quadro. Há, portanto, a presença de elementos como a bíblia, a farda militar, o botijão de gás, através dos quais se instaura o *ethos* de homem religioso (pastor), o *ethos* de militar (sargento), o *ethos* de homem do povo, simples. A imagem de militar, de pastor e de homem do povo instaura efeitos de sentidos bastante persuasivos aos seus eleitores, além de trazer à baila características distintas e diversas, capazes de atingir públicos variados. Além do elemento botijão de gás que surge sobremaneira em sua campanha e que simboliza as massas, por meio do qual o candidato procura também representar os mais pobres. Ele denuncia o preço abusivo do gás de cozinha, em Salvador e na Bahia em geral, o qual há farta extração de gás no Recôncavo e, mesmo não sendo atribuição de prefeito, sua promessa recorrente é diminuir o preço deste.

O *ethos* discursivo, que, segundo Maingueneau (2008a), se divide em dito (representando características diretas do enunciador) e mostrado (quando, através de pistas discursivas, fornece aos co-enunciadores uma imagem do enunciador), termina ratificando a imagem inicial gerada no *ethos* pré-discursivo. Notamos, no entanto, que amparado pelos recursos imagéticos, não verbais, o candidato faz a construção do seu *ethos* semiotizado (em que se misturam, o político, o militar e o religioso) a partir de símbolos inscritos nas suas postagens, a exemplo da bíblia, uniforme militar, como está na capa do seu perfil e nos discursos proferidos pelo candidato, além de revelar um *ethos* híbrido, que se misturam numa mesma enunciação vários *ethos*.

O candidato Pastor Sargento Isidório é filiado à igreja evangélica Assembleia de Deus. Sua imagem está atrelada à religiosidade, ao pentecostalismo, grupo religioso que se desponta no cenário político nacional:

As mudanças sociais e políticas ocorridas no Brasil no final do século XX e, em particular nos anos 1980 e 90, ensejaram o surgimento de um conjunto de trabalhos que, embora também investigue a relação entre pentecostalismo e política, possui certas especificidades. O crescimento evangélico notável ocorrido no Brasil, associado à Assembleia constituinte de 1987-88, ao processo de redemocratização, as transformações internas no próprio campo evangélico, e, por fim, às características do sistema eleitoral brasileiro, contribuíram para um novo panorama se desenhasse na relação entre protestantismo e política no Brasil. (LACERDA, 2017, p. 36)

De acordo com os estudos de Machado e Burity (2014), o pentecostalismo teria se tornado uma religião pública, e um dos fatores mais relevantes nesse processo talvez tenha sido a adoção de um modelo corporativo de representação política. Esse tipo de iniciativa ampliou a força política do grupo e, conseqüentemente, acirrou as disputas no interior do campo evangélico fazendo com que outras igrejas criassem espaços de debates, socialização e organização das iniciativas no campo da política eleitoral.

Pedro Oro (2003, p. 64), reflete sobre a crescente manifestação das igrejas evangélicas na política e conclui:

Pode-se perguntar se o ofuscamento ou o deslocamento ou, ainda, a flutuação das fronteiras entre religião e política, para os quais, em nosso país, tem muito contribuído o ingresso recente das igrejas evangélicas na política, não revelam, como sugere Renato Janine Ribeiro, desgaste, esvaziamento, descrença ou mesmo desencantamento em relação à política, observados em parcelas importantes de nossa sociedade e, eu diria, também em outros países da América Latina e da África. (ORO, 2003, p. 64).

Embora o crescimento pentecostal tenha se dado em vários países da América Latina¹²⁰, no Brasil ele foi acompanhado por um crescimento igualmente notável do número de candidaturas pentecostais nas eleições. No Brasil, o discurso popular esteve ligado com o sucesso das seitas pentecostais e evangélicas.

Esse discurso é uma característica do discurso do candidato Pastor Sargento Isidório, o qual se conecta a um pensamento religioso, de modo que ele se apresenta como uma espécie de salvador bíblico: “com Deus e a força do povo”; pedindo a Deus a proteção e a orientação”.

No campo político-religioso, o carisma funciona com potência de dom sagrado e constitui um messianismo, com seus porta-vozes que são os profetas¹²¹.

O carisma messiânico se une ao carisma religioso, na sua singularidade da pessoa que seria portadora de uma potência divina, dotada de uma espécie de dom da graça. O ator político dá a impressão de que é habilitado por uma voz que se acha em seu foro interior, mas que viria de um lugar desconhecido impondo-o com evidência. O ator político se acha investido de alguma coisa que é da ordem da inspiração. (CHARAUDEAU, 2016, p. 81).

Assim, verifica-se com as postagens, enunciados plurissemiológicos que constroem o *ethos* de um político religioso, um corpo investido de simbologia que mobiliza a fé,

¹²⁰ Vale ressaltar que muitos pastores neopentecostais foram ligados a regimes militares nos anos 70 na América Latina.

¹²¹ Sobre este tópico ainda irei aprofundar as discussões, pois a relação entre o discurso de apelo popular e religioso nem sempre quer dizer que seja populista, embora, por vezes, há uma relação de coexistência.

acompanhado de elementos cristãos como a bíblia, trajes ligados à imagem pentecostal, para validar sua formação discursiva e seu *ethos*.

Dessarte, “no domínio político, a construção das imagens só tem razão de ser se for voltada para o público, pois elas devem funcionar como suporte de identificação, via valores comuns desejados”. O *ethos* político deve, portanto, “mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados”, uma vez que deve atingir o maior número de eleitores. (CHARAUDEAU, 2008, p. 87). No entanto, em se tratando de *ethos*, a eficácia dessas imagens nem sempre é correspondida, quase nunca é previsível, por isso considera-se que no campo político a imagem de si não é facilmente apreendida, pois em uma certa circunstância ela poderá ter sucesso, mas em outra época ou com outro público poderá não gerar impacto algum. Além disso, a constituição do *ethos* poderá conflitar entre aquilo que o candidato diz/mostra/posta de si, aquilo que está no imaginário popular sobre ele e aquilo que é dito pelos seus opositores.

Em síntese, a constituição do *ethos* no discurso político-eleitoral nas redes sociais adquire o caráter de espetáculo, pois sabemos que a campanha eleitoral não é apenas uma projeção de si, mas sobretudo de venda de si. “Nesse jogo de imagens, altos valores morais são colocados em cena e tudo passa a um jogo de espelhos, em que os cidadãos buscam identificação e legitimidade naquilo que acreditam que seja o bom político de acordo com seu imaginário” (CARREON, 2018, p. 166).

Desse modo, pensar as condições de emergência do discurso político eleitoral com a onipresença das mídias, faz-se imprescindível, uma vez que a constituição do *ethos* semiotizado se dá pela integração de diversos dispositivos e elementos sógnicos postos nas redes sociais. Além do mais, é válido considerar que a atual política tem investido e atuado cada vez mais suas campanhas e *feedback* com seus eleitores via redes sociais.

Como foi possível notar, a campanha eleitoral municipal de Salvador de 2016 estava eminentemente midiaticizada e espetacularizada. Os quatro candidatos selecionados fizeram uso das diversas ferramentas disponíveis na plataforma *Facebook* para realização de sua campanha eleitoral e para constituição da imagem de si. Considerando, assim, o caráter inerentemente plurissemiológico do discurso político atual e admitindo que o *ethos* é parte constitutiva desse processo, não podemos mais ignorar a necessidade de atualização dessa categoria frente às metamorfoses do discurso e diante das manifestações sincréticas que povoam as redes sociais virtuais.

Conforme verificamos neste capítulo, em todo o percurso sobre a problematização dos conceitos de *ethos* a partir de seus deslocamentos teóricos, desde sua origem, essa noção não teve um valor unívoco. Interessa-nos saber, nessa direção, a que título essa categoria interessa

ao quadro do estudo do discurso, sobretudo para compreender que a fala pública, as discursividades contemporâneas constituem-se nas diversas semiologias, impostas pelas novas sensibilidades aliadas a recentes tecnologias. Dito diferentemente, a constituição das *imagens de si* já não é empreendida somente pela palavra (falada ou escrita), ou só pelo corpo, mas operacionalizada a partir de sua complexidade discursiva, impostas pelas transformações sócias históricas.

As palavras de J.J Courtine, citadas como epígrafe deste texto, servem de elo entre os capítulos anteriores e o posterior desta tese, justamente por se tratar de uma reflexão sobre o discurso político contemporâneo (nosso objeto de estudo), atravessado e constituído de/por imagens, que se tornaram materialidade determinante na produção, circulação e recepção dos discursos, e que servem na construção da *imagem de si*.

A partir disso, no capítulo seguinte, pretendemos ampliar nossas análises pensando nas regularidades do *corpus*, na ordem das temáticas, das materialidades, da memória, da intericonicidade, da historicidade dos quais os discursos são constituídos.

CAPÍTULO IV: DAS REDES ÀS URNAS: DECIFRANDO E CORPORIFICANDO A CAMPANHA ELEITORAL MUNICIPAL DE SALVADOR 2016 NO *FACEBOOK*

Não penso, portanto, que a Análise do discurso, tal como a praticávamos ontem e tal como ela é ainda hoje frequentemente concebida, essa que continua a ser uma análise do texto verbal, esteja apta a interpretar e a compreender essas transformações. É necessário pensar em outros objetos, inventar outras ferramentas, conceber outra Análise do Discurso (podemos, aliás, ainda chamá-la assim?...) que continue tão atenta ao peso da história quanto às metamorfoses dos materiais discursivos significantes. (Jean Jacques Courtine, 2009)¹²².

A epígrafe problematiza o que, de fato, buscamos neste capítulo analítico, a necessidade de pensar em outros objetos, inventar outras ferramentas, conceber outra Análise do Discurso, que esteja atenta à questão histórica e que o esteja igualmente à transformação dos materiais discursivos significativos, com vistas a uma renovação teórico-metodológica perante a emergência das mutações do objeto – discurso político. As novas materialidades do discurso, postas pela ordem da liquidez, entrecruzam práticas verbais e não-verbais complexas, por isso, observamos a necessidade de compreender os novos regimes de discursividade das redes sociais – já que possuem um *savoir-faire* próprio – e a natureza intersemiológica constitutiva ao discurso político virtual, pois, segundo Sargentini (2017, p. 160):

são mais diversificadas as produções do discurso político, bem como são mais facilitadas as formas de acesso e captação desse discurso; o surgimento de diversas ferramentas tecnológicas criou a possibilidade de apreensão de todos esses materiais que são suporte do discurso.

Diante das notáveis transformações das discursividade políticas contemporâneas e reconhecendo a devida importância à instância de produção e circulação discursiva (das redes sociais), visamos no presente capítulo analisar o funcionamento do discurso político eleitoral municipal soteropolitano no *Facebook* sob o viés discursivo-semiológico. Para isso, buscamos analisar os *posts* coletados dos perfis oficiais dos quatro candidatos selecionados no *Facebook* relativos ao pleito 2016, no primeiro turno, a partir das regularidades que foram sendo delineadas no percurso de leitura do *corpus*. Os dados analisados têm como suporte teórico-metodológica a Análise do Discurso de orientação francesa e a semiologia histórica, no batimento descrição-interpretação.

¹²² Prefácio escrito por Courtine no livro *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção de verdade no discurso político* de autoria de Piovezani (2009, p. 14).

Assim, consideramos aqui que a espessura material dos discursos não se restringe ao verbal (oral ou escrito), já que os discursos ora analisados ganham uma infinidade de formulações visuais, demonstrando, portanto, uma enunciabilidade sincrética. Mas vale ressaltar que tanto o que é dito no verbal quanto o que é enunciado imagetivamente se apoiam na construção de sentidos e na memória discursiva, responsável por associá-los a outros enunciados verbais e imagéticos.

De acordo com Pêcheux (2008), para compreender o funcionamento discursivo é fundamental analisar os efeitos de sentido produzidos pelo discurso, levando em conta seu caráter político e histórico, aspectos que são cruciais em sua teoria. Nesse viés, atendemos ao que Pêcheux (2008) nos apresenta para compreender os discursos, isto é, não apenas interpretar o discurso como um processo que se faz descrevendo a estrutura, as regras de funcionamento do sistema semiológico, mas também interpretando o acontecimento que é da ordem das discursividades, das práticas de constituição de saberes, das regras que devemos respeitar no jogo da história e em relação aos sistemas internos da linguagem, os signos linguísticos e não linguísticos (SANTOS, 2012, p. 47).

Apesar de Pêcheux não desenvolver questões em torno do não-verbal, no percurso trilhado por ele, flagramos como ele próprio concebia o objeto discurso como constitutivamente heterogêneo, apontando para outras materialidades, outros *corpora* que poderiam servir de objeto de análise. O trabalho analítico, nesta perspectiva, expôs o enunciado à opacidade de leituras lógicas de “regiões heterogêneas do real” (PÊCHEUX, 2008, p. 32), a qual

(...) imerge o enunciado em uma rede de relações associativas implícitas – paráfrases, implicações, comentários, alusões etc. – isto é, em uma série heterogênea de enunciados, **funcionando sob diferentes registros discursivos**, e com uma estabilidade lógica variável (PÊCHEUX, 2008, p. 23, grifo nosso).

Dessa maneira, os novos direcionamentos indicados por Courtine (1981) e as reflexões pautadas por Pêcheux (1983) inscrevem a história no interior dos discursos e não mais na exterioridade linguística.

Como sabemos, a Análise do Discurso é um campo em constante construção, marcada por revisões teóricas e metodológicas, é uma área de pesquisas que não tem uma metodologia definida, dito diferentemente, o analista do discurso, na sua prática de analista, de alguma forma, está simultaneamente contribuindo para a construção de seus procedimentos metodológicos. Tomamos como princípio, as bases teóricas da AD e as contribuições da perspectiva semiológica courtiniana, as quais nos oferecem um quadro conceitual (noções de

enunciado, de intericonicidade, de memória discursiva, de formação discursiva, de condições de produção, de *ethos* discursivo/semiotizado) capaz de sustentar as análises e de responder às questões de pesquisa.

Embora tenhamos verificado a existência de muitos trabalhos inscritos neste campo do saber acerca do discurso político na França, no Brasil, na Argentina – conforme abordamos no primeiro capítulo – nem todos consideram suficientemente suas novas formas de produção e circulação e, por vezes, até minimizam a relevância dos *media* que participam amplamente da manifestação do discurso político. No Brasil, alguns pesquisadores¹²³ no terreno dos estudos do discurso destacam-se por contribuírem com importantes reflexões teórico-metodológicas para se pensar a emergência de novos regimes de discursividade¹²⁴, bem como atentam-se à dimensão histórica.

Assim, este capítulo analítico tem como instrumento metodológico de análise do *corpus*, as regularidades, obedecendo, portanto, duas ordens: a primeira – **a ordem das materialidades**, analisamos várias questões do uso das imagens pelos políticos em suas postagens, seja para construção da imagem de si, seja para a construção da visibilidade e da espetacularização, a qual designamos, “novos regimes de discursividades: a emergência do *selfie*, da *live*, do *ethos*, da *#hashtag*, da peopolização”; a segunda - **a ordem das temáticas**, analisamos os temas mais recorrentes durante a campanha, que correspondem às condições sócio-históricas de produção e à espetacularização da política, como o discurso do confronto, da rotulagem, da sacralização da política, das minorias (mulheres, negros/negras, LGBTQ+, pessoas com deficiência, mais necessitados).

Desse modo, o presente capítulo obedece a seguinte ordem: **4.1** Condições sócio-históricas das eleições municipais em Salvador: mudança ou continuidade?; **4.2** Seleção e descrição do *corpus* da pesquisa; **4.3** Decifrando as regularidades: da ordem das materialidades, o qual se subdivide em **4.3.1** Novos regimes de discursividade: a emergência do *selfie* e da *live* no discurso político; **4.3.1.1** O *selfie*: a construção da imagem de si na imagem do povo; **4.3.1.2** A *live*: efeitos de verdade, de aproximação e de identificação; **4.3.2** O *slogan* transforma-se em *#hashtags*; **4.3.4** A peopolização do político: a exposição pública da vida cotidiana; **4.3.5** *Ethos*

¹²³ Piovezani (2009, 2011, 2015, 2017), Sargentini (2003, 2009, 2011, 2015, 2017), Gregolin (2007, 2011), Milanez (2010, 2011, 2012, 2013, 2015), Navarro (2011), Kogawa (2012, 2013, 2017, 2019), Courcino (2011), Chiari (2017), Grigoletto (2009, 2010), Baronas (2016) avançam nessa perspectiva, apontando para novas materialidades e novos deslocamentos teóricos e metodológicos para a Análise do Discurso.

¹²⁴ Entendemos por discursividade como a inscrição de um objeto, seja ele novo ou não, na história, pois é só a partir do momento que este objeto se inscreve na história é que ele significa e pode ser considerado, portanto, um discurso. Então, as diferentes materialidades que vão surgindo a partir das mudanças sócio-históricas produzem novas discursividades e, por sua vez, outros corpora que merecem um olhar do analista de discurso. (GRIGOLETTO, 2010).

de Apoio: a busca pela associação de imagem; Em sequência, temos a seção **4.4** Decifrando as regularidades: da ordem das temáticas, subdividindo-se em: **4.4.1** O discurso do confronto e do ataque: as táticas de desqualificação do outro através da rotulagem; **4.4.1.1** As formas de “rotulagem” do candidato ACM Neto pelos adversários; **4.4.1.2** As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários; **4.4.1.3** A polêmica e a polarização na política eleitoral; **4.4.2** Sacralização da política: interferência da religiosidade na política?; **4.4.3** As minorias sociais na pauta da política eleitoral midiaticizada: negros, mulheres (negras), LGBT+, pessoas com deficiência, os mais pobres; **4.4.3.1** Minorias: negros; **4.4.3.2** Minorias: mulheres; **4.4.3.3**; Minorias: LGBT+; **4.4.3.4** Minorias: os mais pobres; **4.4.3.5** Pessoas com deficiência.

Antes de iniciarmos com a descrição do *corpus* e dos procedimentos de análise dos enunciados (conjunto de *posts* dos candidatos) selecionados a partir das regularidades, faremos um percurso sobre as condições sócio-históricas de produção da política eleitoral soteropolitana.

4.1 Condições sócio-históricas das eleições municipais em Salvador: mudança ou continuidade?

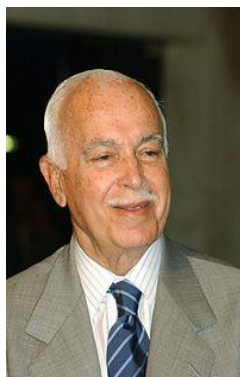
Para melhor compreendermos as eleições soteropolitanas que nos propomos analisar, a nosso ver, torna imprescindível o estudo das condições sócio-históricas do discurso. Isso exige uma análise pressupondo a articulação do discurso e suas condições de produção, pois, como afirma Pêcheux: “o sentido é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico” (1997, p. 160). Portanto, buscamos refletir sobre a imbricação da materialidade discursiva com o histórico, o social, o político e, sobretudo, com as lutas ideológicas em uma determinada conjuntura.

Sabemos que historicamente a política baiana e soteropolitana foi dominada pelo carlismo¹²⁵, de meados dos anos 70 até meados dos anos 2000, período que o grupo, liderado por Antônio Carlos Magalhães (ACM), exerceu hegemonia quase ininterrupta no governo do estado e, também, influência na política municipal de Salvador. ACM era conhecido por suas

¹²⁵ Carlismo é o termo utilizado para designar o grupo formado na Bahia sob liderança de Antônio Carlos Magalhães, que durante quatro décadas foi o representante político mais importante do Estado e um dos mais influentes do Brasil. Mas também podemos pensar o carlismo não apenas como um grupo político, mas como uma “política”, ou um modo de fazer política que tenho procurado definir como a versão baiana da modernização conservadora brasileira, isto é, a versão baiana de um mix de modernização econômica e conservadorismo político que, embora com variações de estilo e nas suas bases sociais, foi uma fórmula hegemônica na maior parte da história republicana brasileira, sob diferentes regimes políticos. (DANTAS NETO, 2009, p. 4).

práticas clientelistas e autoritárias adotadas pela oligarquia comandada por ele. Além disso, era famoso pela generosidade com aliados e a intolerância com os adversários.

Fig. 20: Antônio Carlos Magalhães (ACM)



Fonte: *pt.wikipedia.org*

ACM foi governador da Bahia por três vezes, eleito nos anos 1971 (ARENA), 1979 (PDS) e 1991 (PFL), além de ter sido eleito senador por duas vezes, uma em 1994 e outra em 2002. Também assumiu a presidência do Senado de 1997 até 2001. Uma característica marcante do carlismo, ao seu modo, era de apelar ao carisma de uma liderança pessoal. ACM era um político personalista¹²⁶, sua personalidade e seu carisma ofuscavam o próprio partido a que ele pertencia, o Partido da Frente Liberal – PFL, atual Democratas - DEM.

Vale lembrar que os governos posteriores ao último pleito de ACM foram todos seus aliados, Antonio Imbassahy, Paulo Souto, César Borges, ambos filiados ao PFL. A Bahia foi, então, administrada pelo PFL durante muitos anos, revelando, portanto, uma história de conservadorismo na Bahia.

Essa supremacia só veio a ser quebrada a partir da disputa pelo governo do estado em 2006, considerando o panorama político sob liderança de forças do Partido dos Trabalhadores - PT, com o apoio da imagem do presidente Lula, alguns candidatos do partido foram eleitos, como no caso do candidato Jacques Wagner, reeleito em 2010 e, depois, com a linha sucessória de Rui Costa, em 2014, também reeleito no pleito consecutivo. Ambos representantes do

¹²⁶ Entende-se por personalismo na política um modelo cuja marca é a valorização do candidato ou do governante em detrimento ao partido político ou ao governo (LEAL, 2009, 2012). Em outras palavras, o autor norte-americano Martin Wattenberg (1991) designa esse fenômeno como a “ascensão da política centrada nos candidatos”. Nesse sentido, o político personalista seria aquele que possui a capacidade de ofuscar seus partidos por ter uma forte representatividade. São muitos exemplos de políticos personalistas na história política do Brasil, como os presidentes Getúlio Vargas, Jânio Quadros etc.; um exemplo emblemático na história do presente é o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva que, em suas duas vitórias, mostrou ser eleitoralmente muito mais significativo que o Partido dos Trabalhadores e, ainda hoje, sua imagem é sobreposta aos próprios candidatos sucessores do PT, como nos casos da ex-presidente Dilma Rousseff e do candidato Fernando Haddad.

Partido dos Trabalhadores. As quatro últimas eleições, sob comando do PT no governo da Bahia, representariam, então, uma mudança de paradigma ideológico e o declínio do carlismo.

Segundo o cientista político Dantas Neto (2009), cujo estudo focaliza mudança política na Bahia, vislumbra uma relevante modificação após o pleito de 2006:

Após as eleições de 2006, a política baiana sofreu expressivas modificações. Os grupos políticos adversários do carlismo passaram a ser situação na política estadual, como já eram no plano nacional e na metade dos dez maiores colégios eleitorais do Estado. Em contrapartida, o grupo carlista, após 16 anos de exercício ininterrupto do poder estadual, agora vive a experiência – inédita em suas quatro décadas de existência – de perdê-lo num momento em que se encontra na oposição também no plano federal e nos importantes municípios já referidos. (DANTAS NETO, 2009, p. 1)

Com a morte de ACM em 2007, o carlismo entrou em declínio, mas apesar da sua quase extinção, retorna, seis anos depois, em nível municipal, quando o deputado federal Antônio Carlos Magalhães Neto, ACM Neto¹²⁷, principal herdeiro do legado simbólico e político do avô, demonstrou ser uma provável recuperação do grupo ao ser o mais votado no segundo turno das eleições de 2012, disputado com seu adversário, Nelson Pelegrino, do PT, para a prefeitura da capital baiana, Salvador.

No entanto, ao ser questionado sobre o retorno do carlismo ao poder, ACM Neto tenta negar associação ao termo. Em entrevista à Folha de São Paulo em outubro de 2012, ele afirma: "Esses rótulos que a imprensa dá são todos inadequados. Todo mundo sabe do orgulho enorme que tenho do senador Antônio Carlos. Agora, não há que se falar em reedição do que quer que seja"¹²⁸. Desse modo, percebemos que o candidato ACM Neto tenta dissociar-se da imagem do avô, para adequar-se à nova política e construir sua própria imagem.

Atualmente, podemos dizer que a política baiana está limitada pela bipolaridade básica entre petismo e carlismo - nos níveis estadual (PT) e municipal (DEM), respectivamente. As eleições municipais de 2012 foram marcadas pelo acirramento entre PT e DEM no segundo turno, mas o candidato demista, ACM Neto, foi eleito com 53,51% dos votos válidos. Já nas eleições de 2016 não houve representante do PT, ACM Neto concorreu à reeleição junto a mais seis candidatos e garantiu sua reeleição.

No contexto municipal, a política soteropolitana foi historicamente dirigida por representantes de partidos de representação militar, durante a ditadura militar, e por partidos de

¹²⁷ Vale esclarecer que ACM Neto já era um político influente no cenário nacional, sendo três vezes consecutivas reeleito deputado federal pela Bahia entre os anos de 2003 a 2013.

¹²⁸ Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/multimedia/tvfolha/2012/10/1172594-acm-neto-tenta-retomar-o-carlismo-em-disputa-eleitoral-em-salvador.shtml>

centro-direita e centro, em outros momentos. Nas décadas de 60 e 70, Salvador foi governada majoritariamente por representantes do Aliança Renovadora Nacional (ARENA), partido político de sustentação da política militarista. Nos anos 80, Mario Kertész e Fernando José (PMDB); anos 90, Lídice da Mata (PSDB), Antônio Imabassahy (PFL); anos 2000, Antônio Imabassahy (PFL), João Henrique Carneiro (PDT, PMDB); e, atualmente, ACM Neto (DEM).

As eleições de 2016, recorte de nossa pesquisa, estreiam a campanha eleitoral mais curta e mais barata, fatores como a Lei 13.165, aprovada pelo Congresso Nacional em setembro de 2015, contribuíram para modificar esse cenário eleitoral. Essa Reforma Eleitoral altera as leis das eleições (número 9.504/1997), dos Partidos Políticos (9.096/1995) e o Código Eleitoral (4.737/1965), tendo como pontos principais a redução dos custos das campanhas eleitorais, a simplificação da administração das agremiações partidárias e o incentivo à participação feminina na política.

Destarte, o tempo de campanha eleitoral foi reduzido de noventa dias para quarenta e cinco. Para o presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministro Gilmar Mendes¹²⁹, “As eleições municipais são, para nós, as mais desafiadoras, mais complexas. Nós estamos estimando que vamos ter nestas eleições municipais algo em torno de 530 a 580 mil candidatos”. Falando de forma diferente, as campanhas eleitorais tiveram novas regras a serem adaptadas ao planejamento dos candidatos às eleições municipais de 2016, o que resultou em um encurtamento do tempo de duração e gastos restritos.

Acreditamos que essas mudanças/restrições nas campanhas políticas desencadearam algumas transformações na produção e circulação da campanha eleitoral, uma vez que, com a redução do tempo e dos financiamentos de campanha, os candidatos e partidos tiveram que recorrer a outras formas e mecanismos de *marketing* político. Tal contexto pode ter impulsionado a adesão de muitos candidatos às plataformas de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

A adesão de candidatos à campanha *online* é devida, também, ao papel fundamental e bem-sucedido que as redes sociais exercem nas campanhas atuais, visto que é inegável que a internet vem se tornando, a cada pleito eleitoral, um meio importante de comunicação e mobilização política, tornando-se a “Ágora virtual”. Atentas a essa tendência, “as campanhas

¹²⁹ Entrevista coletiva concedida aos jornalistas após a sessão de encerramento do primeiro semestre de 2016, disponível em <https://tse.jusbrasil.com.br/noticias/357539497/em-coletiva-presidente-do-tse-aborda-financiamento-eleitoral-tempo-de-propaganda>

eleitorais investem recursos e contratam especialistas para planejar e executar as estratégias de comunicação e mobilização eleitoral pela internet”. (RESENDE, et al., 2013, p. 138).

Isso posto, os partidos políticos e os candidatos tiveram de se reinventar, buscar meios alternativos para fazerem campanha. Nesse sentido, as redes sociais representaram essa possibilidade, de realizar campanha sem muitos gastos, de forma engajada, atuante e interativa.

Fig. 21: “Eleições 2016: a guerra agora é na internet”



Fonte: Jornal Metr6pole: *post* do candidato PSI

Um dos aspectos mais relevantes nas eleições de 2016 foi a adesão de muitos candidatos à cibercampanha, especialmente, à plataforma *Facebook*, produzindo diversas materialidades como mensagens escritas acompanhadas de fotografias, *selfies*, vídeos, *lives*, *memes*, *gifs*. Inclusive, o candidato da situação, ACM Neto, esteve ausente em muitos debates presenciais na televisão (conforme quadro demonstrativo mais abaixo), mas foi o candidato que mais recorreu às redes sociais para fazer campanha. Vale ressaltar que o *Facebook* foi o principal canal de divulgação de campanha utilizado pelos candidatos à prefeitura de Salvador.

A eleição municipal de Salvador de 2016 ocorreu no conjunto das eleições municipais no Brasil do mesmo ano. O panorama político nacional brasileiro em 2016 foi marcado por um clima conturbado, de instabilidade e insegurança, motivado por alguns acontecimentos, como o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff; o desgaste e a desconstrução da imagem do Partido dos Trabalhadores; o agravamento da crise econômica no país; a operação Lava Jato que gerou as prisões de alguns nomes representativos da política brasileira como a de Eduardo Cunha, ex-presidente da Câmara dos Deputados. Todos esses acontecimentos interferiram de algum modo na política local, uma vez que os candidatos se colocavam a favor ou contra o *impeachment* da presidente. Muitos candidatos partiram dessa situação e apelaram para uma campanha municipal polarizada, pondo em questão de que lado estavam, e a quem seu adversário estaria a defender ou a condenar.

No contexto local, a prefeitura de Salvador tinha como titular ACM Neto, do Democratas (DEM), que concorreu à reeleição junto a outros seis postulantes ao cargo já citados anteriormente. O então candidato apresentou sua coligação chamada “Orgulho de Salvador” como forma de resgate ao orgulho e a autoestima que o soteropolitano teria perdido na liderança do ex-prefeito João Henrique, seu antecessor. Esse discurso de “amor por Salvador”, “orgulho de Salvador” inscreve-se na continuidade da política carlista – “amor à Bahia” –, herança de seu avô, figura política que foi historicamente e ideologicamente atravessada pela narrativa da baianidade e do populismo.

A campanha majoritária foi concluída no primeiro turno, uma vez que o mais votado, ACM Neto, recebeu 73,99% dos votos válidos, dispensando o segundo turno previsto pela lei eleitoral em vigor para municípios com mais de 200 mil eleitores e sem candidato que tenha atingido os 50%+1 dos votos válidos.

ACM Neto iniciou a campanha como favorito devido a resultados positivos obtidos em pesquisas eleitorais e de avaliação de sua gestão, que apontariam uma possível vitória já em primeiro turno, apesar dos desgastes comuns à candidatos à reeleição e da citação de seu nome em listas de destinatários de recursos das empreiteiras Odebrecht e Camargo Correa, investigadas em operações da Polícia Federal.

Desse modo, o candidato demista se ausentou da maioria dos debates televisivos, esquivou-se das polêmicas que envolviam seu nome em operações de corrupção, com a justificativa de ter uma "demanda muito grande" proporcionada pela campanha eleitoral e pelos compromissos como prefeito, tendo somente comparecido ao debate da TV Bahia, emissora de sua família, conforme quadro abaixo:

Quadro 1: Participação dos prefeituráveis em debates

Debates								
Data	Veículo de comunicação	ACM Neto (DEM)	Alice Portugal (PCdoB)	Célia Sacramento (PPL)	Cláudio Silva (PP)	Da Luz (PRTB)	Fábio Nogueira (PSOL)	Pastor Sargento Isidório (PDT)
22 de agosto de 2016 ^[73]	FACED-UFBA	Ausente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente	Ausente
22 de setembro de 2016 ^[79]	TVE Bahia, Rádio Educadora, Portal IRDEB	Ausente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
25 de setembro de 2016 ^[87]	TV Record Bahia, R7, Rádio Sociedade da Bahia	Ausente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
28 de setembro de 2016 ^[81]	Excelsior AM, Vida FM, Tudo FM, TV Baiana	Ausente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
29 de setembro de 2016 ^[83]	TV Aratu	Ausente	Presente	Não convidada	Presente	Não convidado	Presente	Presente
29 de setembro de 2016 ^[87]	TV Bahia, G1	Presente	Presente	Não convidada	Presente	Não convidado	Não convidado	Presente

Fonte: *pt.wikipedia.org*

As críticas à gestão com término em 2016, referiam-se principalmente à administração voltada aos interesses da elite e classe média soteropolitanas, em vista dos gastos direcionados a áreas nobres e turísticas da capital. Assim, durante a campanha eleitoral, o candidato ACM Neto recebeu, de seus adversários, a alcunha de “prefeito da orla”, “prefeito da maquiagem”, “corrupto”, “apoiador do golpe”.

Seq. Enunciativa 14: Adversários acusam o candidato ACM Neto e o DEM de corrupção



Para seus opositores, a popularidade e o reconhecimento ao prefeito ACM Neto devem-se sobretudo à péssima avaliação do antecessor, João Henrique (PMDB), conforme afirmava repetidamente o pastor sargento Isidório em suas entrevistas nas TVs e rádios, “qualquer senhor que chegasse aqui para ser prefeito seria bem avaliado”. Ainda de acordo com o deputado brizolista, ACM Neto implantou uma indústria das multas e agiu como um “tirano”, com truculência contra camelôs. “Ele trata a cidade como se fosse a mansão dele. Ele valoriza muito maquiagem, governa para os mais abastados e esquece dos pobres”¹³⁰.

¹³⁰ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/em-salvador-todos-contra-acm-neto/>> acesso em: agosto de 2017.

Para o candidato do PSOL, o sociólogo Fabio Nogueira, ACM Neto fez pouco para diminuir o desemprego e a desigualdade social. “Ele organizou a máquina do município e investiu em obras para resgatar a autoestima da população. Mas privilegiou bairros nobres e ao gosto do capital imobiliário. Ele prioriza uma cidade de cimento, cinza, e está pouco preocupado com o impacto que vai ter na vida da população. Faltou diálogo”¹³¹.

Já a candidata do PCdoB, Alice Portugal, critica duramente ACM Neto por ter apoiado o golpe, referindo-se ao *impeachment* da presidente Dilma, e acusa-o de ser aliado de Temer. “Nós apoiamos a Democracia. Eles apoiam o golpe, que nesse momento se institui em nosso país. Se há perdas na democracia, há perda para a vida das pessoas e da cidade. Nós defendemos os programas sociais e a melhoria da vida daqueles que mais precisam. Eles concentram-se em maquiagens para beneficiar determinados setores da economia. Nós defendemos que a economia se desenvolva como um todo, da grande economia até a solidária. São diferenças grandes e que serão tratadas neste período”¹³².

Na postagem da candidata Alice Portugal, percebemos também que a imagem empregada é uma fotografia de seu opositor, a qual opera o jogo de sombra que tensiona o rosto e focaliza a preocupação no olhar. Sobre a imagem, inscreve-se: “ACM Neto esconde, o *google* mostra”. A candidata destaca *hiperlinks* para que o eleitor pesquise dados e notícias envolvendo o adversário investigado em corrupção.

Como vimos, os adversários operaram discursivamente em torno da ideia de mudança, a partir do artifício do discurso do confronto, desconstruindo a imagem do atual prefeito e apontando falhas da gestão atual, propondo, por conseguinte, mudança e renovação para a política soteropolitana. Enquanto isso, o candidato à reeleição tenta em sua campanha desvincular-se da imagem posta por seus adversários, constrói um discurso de continuidade de governo e adapta sua imagem e sua linguagem a de um líder populista, com o objetivo de adesão das massas. Essa relação com o povo é estabelecida por influência do carisma.

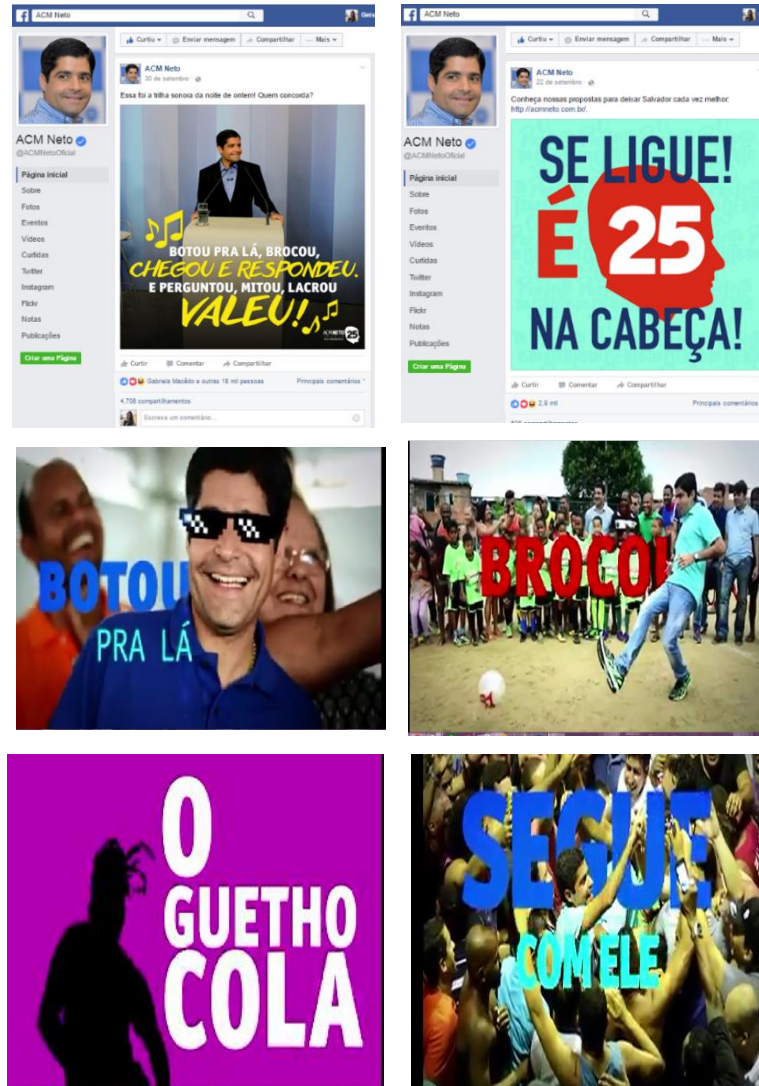
É possível notar essa mudança de comportamento em comparação às eleições de 2012, quando o candidato possuía um *ethos* mais ligado aos padrões ideológicos do partido ao qual ele é filiado. Entretanto, o pleito de 2016 constitui-se numa tentativa de associar-se à imagem de homem do povo, como se vê na letra do *jingle* em forma de pagode: “o gueto cola com ele, favela cola com ele”; “botou pra lá, brocou”; “mitou, lacrou, valeu”. Nesse sentido, o uso desses

¹³¹ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/em-salvador-todos-contra-acm-neto/>> acesso em: agos. 2017.

¹³² Fonte: <https://www.bahianoticias.com.br/noticia/194601-alice-e-del-carmen-registram-candidaturas-vamos-dizer-sim-para-salvador.html>

vocábulos populares busca uma associação direta com as massas, com os jovens, os grupos LGBT+ *etc.*, conforme as postagens e as sequências verbo-imagéticas do videoclipe do *jingle*:

Fig. 22: Sequência de imagens de posts e do videoclipe/jingle de ACM Neto



A sequência verbo-imagética evoca sentidos de um político engajado, popular, preocupado com a diversidade de sua gente. As imagens apresentam o corpo e os gestos do candidato de forma bastante espontânea e descontraída, em que ele aparece rindo, jogando e no meio do povo, numa relação de proximidade. O uso de léxicos como “lacrou”, “mitou”, ligados ao vocabulário LGBT+, cria processos de identificação com esses grupos e simpatizantes. Do mesmo modo, as expressões “brocou”, “botou pra lá”, “o guetho cola com ele”, estão associados a gírias de jovens, ao vocabulário de comunidades periféricas de Salvador. O sentido mobilizado no uso desses termos reforça e legitima as imagens de si, construindo uma aproximação pela língua e outros signos não verbais em relação com o eleitorado.

Podemos assim dizer, apropriando-nos das palavras de Foucault, quando afirma que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar” (FOUCAULT, 2012, p. 10).

Como já dissemos outrora, um enunciado é sempre um acontecimento que é único, mas está aberto à repetição, à mudança, à reativação. A expressão “lacrar” pode ser tomada como acontecimento discursivo diante da polêmica da interdição do governo brasileiro a uma propaganda do Banco do Brasil em 2019. Essa expressão e outras da mesma natureza foram vetadas em publicidades estatais pelo atual presidente da república, uma vez que “lacre” se inscreve no vocabulário LGBTQ+ e, de acordo com o presidente Jair Bolsonaro, é de “viés ideológico”, “não é a minha linha”, declarou, ressaltando que o seu governo é voltado para a “família” - “A linha mudou, a massa quer respeito à família e ninguém quer perseguir minoria nenhuma. E nós não queremos que dinheiro público seja usado dessa maneira”¹³³.

Os efeitos de sentido expressos na campanha de ACM Neto a partir da expressão “lacrrou” funcionou diferentemente daquela expressão empregada na propaganda do Banco do Brasil. A temporalidade dos acontecimentos é distinta. Isso acontece porque “aquilo que é dito aqui (em tal lugar), e dito assim e não de outro jeito, com o que é dito em outro lugar e de outro modo” (PÊCHEUX, 1997, p. 44) constroem sentidos distintos, justamente porque o discurso produz sentidos inscrito sócio-historicamente, de modo que é “necessário sair da materialidade linguística para compreendê-la em sua exterioridade, no social, espaço em que o linguístico, o histórico e o ideológico coexistem em uma relação de implicância”. (ORLANDI, 2008, p. 83).

O enunciado do presidente inscreve-se, desse modo, em formações discursivas do conservadorismo e do moralismo, pois se coloca discursivamente em defesa da família tradicional e dos “bons costumes”. Por outro lado, essa interdição foi interpretada, por parte da população, como um ato de censura, de intolerância e de lgbtfobia.

¹³³ Fonte: <https://veja.abril.com.br/politica/nao-e-minha-linha-diz-bolsonaro-sobre-comercial-censurado/>

Fig. 23: A interdição da expressão “lacrou”



Fonte: *opovo.com.br*

Nas leituras sobre interdição em *A ordem do discurso*, de Foucault, Gregolin (2006, p. 97) nos releva que “a política e a sexualidade são áreas onde é possível enxergar, com mais clareza, os efeitos de interdição. A interdição, que revela a ligação do discurso com o desejo e o poder, determina que algumas palavras sejam proibidas”, dessa forma,

em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de exclusão. O mais evidente, o mais familiar também, é a interdição. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa. [...] Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso [...] não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta. (FOUCAULT, 2012, p. 9-10).

Nessa perspectiva, a política contemporânea transforma-se em uma arena discursiva, na qual as imagens e as palavras disputam espaço e negociam lugar. Em síntese, “o enunciado circula, serve, esquivava-se, permite ou impede a realização de um desejo, é dócil ou rebelde a interesses, entra na ordem das contestações e das lutas, torna-se tema de apropriação ou de rivalidade” (FOUCAULT, 1997, p. 121).

O candidato ACM Neto constrói os modos de dizer a partir das múltiplas linguagens visuais e verbais que contribuam ideologicamente na validação de seu discurso. O enunciado sincrético faz emergir a imagem de um líder popular, num processo de humanização do candidato, numa tentativa de distanciamento e desvinculação daquela imagem socialmente construída na relação com seu histórico partidário e familiar. Sem dúvida, as redes sociais, através de seus recursos, promovem modos de dizer diferente das formas tradicionais de fazer política.

Mesmo apesar das ameaças e insultos de seus adversários que poderiam interferir em sua imagem, ACM Neto seguiu bem avaliado durante a campanha e recebeu o título, pelo terceiro ano consecutivo, de melhor prefeito do país entre treze capitais, com 85% de aprovação popular em levantamento divulgado em janeiro daquele ano pelo Instituto Paraná Pesquisas.

Desse modo, podemos dizer que o discurso político eleitoral contemporâneo é marcado por práticas regulares de explicitação, de nomeação, de exibição, de enfrentamento e de competição com vistas a alcançar visibilidade e legitimidade a partir de uma ordem discursiva midiática das redes, em que as linguagens verbal e imagética funcionam conjuntamente na produção dos sentidos.

4. 2 Seleção e descrição do *corpus* da pesquisa

(...) a constituição do *corpus* e a análise estão intimamente ligadas: decidir o que faz parte do *corpus* já é decidir acerca de propriedades discursivas. Atualmente, considera-se que a melhor maneira de atender à questão da constituição do *corpus* é construir montagens discursivas que obedeçam a critérios que decorrem de princípios teóricos da análise do discurso, face aos objetivos da análise, e que permitam chegar à sua compreensão. Esses objetivos, em consonância com o método e os procedimentos, não visa a demonstração, mas a mostrar como um discurso funciona produzindo (efeitos de) sentidos. (ORLANDI, 2007b, p. 63).

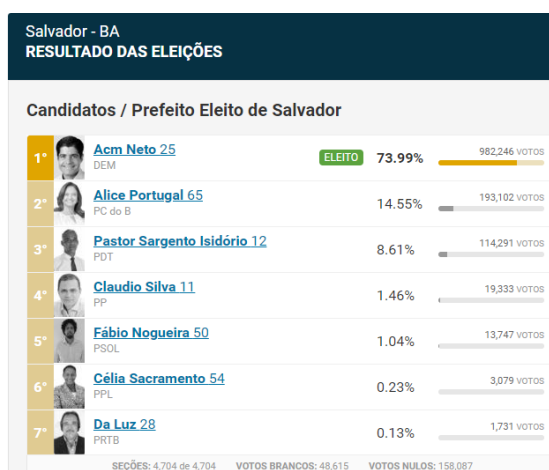
Conforme descrevemos nos capítulos anteriores, o *corpus* de pesquisa constitui-se de um conjunto de materialidades verbais, não verbais e verbo-visuais referentes às postagens dos quatro candidatos selecionados na rede social *Facebook*, a propósito do discurso político-eleitoral municipal de Salvador-Bahia do primeiro turno de 2016.

Quanto ao recorte do *corpus*, dos sete candidatos às eleições para prefeitura de Salvador-Bahia, foram selecionados quatro candidatos, a saber – ACM Neto (DEM), Alice Portugal (PCdoB), Pastor Sargento Isidório (PDT) e Fábio Nogueira (PSOL) – justamente por terem feito uso recorrente da rede social *Facebook* durante a campanha.

Fig. 24: Perfis dos candidatos no *Facebook*

Os quatro candidatos analisados, em sua maioria, postaram em suas *timelines*, isto é, em suas páginas oficiais do *Facebook*, semanalmente e, por vezes, diariamente, durante todo o período de campanha. Todas as postagens realizadas neste período encontram-se salvas em formato *pdf* e organizadas em pastas (arquivos) de agosto a outubro de 2016.

As eleições de 2016 só ocorreram em primeiro turno, já que o candidato ACM Neto (DEM) foi reeleito com 73,99% dos votos válidos, 982.246 votos, segundo a Justiça Eleitoral. Ele havia disputado o cargo de prefeito com Alice Portugal (PC do B), 14,55% dos votos, Pastor Sargento Isidório (PDT), com 8,61% dos votos, Claudio Silva (PP), 1,46%, Fábio Nogueira (PSOL), 1,04%, Célia Sacramento (PPL), com 0,23%, e Da Luz (PRTB), que teve 0,13%.

Fig. 25: Resultados das eleições para prefeito de Salvador/2016

Fonte: *eleições2016.com*

A escolha da plataforma *Facebook* deu-se por sua supremacia e popularidade dentre as demais redes sociais digitais, alcançando, em 2016, um bilhão e 590 milhões de contas ativas,

e, em 2017, atingiu a marca de dois bilhões de usuários¹³⁴. Dada a sua crescente relevância, a capacidade de suas próprias ferramentas de criação e compartilhamento têm sido utilizadas como estratégias de *marketing* nas campanhas eleitorais pelos candidatos.

A comunicação política das redes sociais apresenta a variedade na performatividade do sujeito político através de mecanismo que possibilitam uma interatividade mais avançada e a criação de cenas e *marketing* que aparentam maior intimidade, transparência, visibilidade, popularidade e afetividade, através de recursos imagéticos, vídeos, *gifs*.

Nas campanhas políticas os *new media* abrem a possibilidade de se superar a falta de espaço e de tempo típica da comunicação tradicional. Através de recursos atrelados às redes digitais, candidatos e partidos podem, por exemplo, apresentar, com maior dinamismo e ludicidade, promessas, planos e metas de governo, bem como fazer postagens simultâneas de comícios e visitas às comunidades. Assim, os *websites* podem ser usados como armazenamento de informação sobre o candidato, bem como apresentação de seus feitos, de sua vida política, etc. (MARQUES et al, 2013, p. 14-15).

Vale destacar que as eleições municipais de 2016 seguiram a ordem das últimas eleições federais de 2014, pois foi notório a apropriação desta rede social para realização de campanha eleitoral *online*. Embora estejamos debruçados sobre as eleições municipais de Salvador em 2016, tentamos pensar em que medida algumas regularidades no discurso político é “replicável” a um contexto nacional.

Diante da complexidade da discursividade intersemiológica em funcionamento na rede social, fomos levados a pensar que efetivamente a natureza sincrética das discursividades é constitutiva deste ambiente virtual, da qual Santaella (2014)¹³⁵ designa gêneros híbridos (discurso verbal, visual, formas das imagens fixas e em movimento e com linguagens sonoras, do ruído, da oralidade e à música, na multimídia) e dos quais os candidatos fazem uso na construção da *mise-en-scène* da campanha eleitoral. Por isso, nossa análise abrange toda essa materialidade discursiva que se manifesta através de fotografias, vídeos, *selfies*, imagens em movimento *etc.*

Nosso arquivo constitui-se de:

¹³⁴ Informações e dados fornecidos pelo site oficial do *Facebook*: <https://pt-br.Facebook.com>

¹³⁵ Santaella conceitua a hibridização de linguagens nas redes sociais como uma mistura entre a linguagem sonora, visual e verbal. Mistura de sons, imagens estáticas ou em movimento, vídeos e textos. (SANTAELLA, 2001, p. 289-412; FELDMAN, 1995, p. 6).

TAB 2: Recorrências de materialidades discursivas

MATERIALIDADES DISCURSIVAS	CANDIDATOS				
		ACM	ALICE PORT	PSI	FABIO NOG
VERBAL		8 posts	10 posts	11 posts	8 posts
NÃO VERBAL	fotografia	Ø	1	1	Ø
	fotografia + texto	28	26	29	76
	cartaz (texto +imagem)	25	66	9	19
	imagem em movimento	1	Ø	Ø	Ø
	vídeo + live	60	70	24	37

Fonte: Freitas (2019)

Conforme notamos na tabela 2, a materialização do discurso a que estamos nos referindo é constituída pelo verbal e não-verbal (fotografia, cartazes, gifs, *lives*, *selfies* etc.) em suas diversas formas materiais. Vale ressaltar que não é nosso intuito dicotomizar, pois tratamos dessas materialidades como discurso, visto que as diferentes materialidades são constitutivas, complementam-se e, muitas vezes, tencionam o dizer e a eficácia (ou não) de seus efeitos. Nesse viés, compreende-se que a materialidade do discurso não é exclusivamente linguística, pois o discurso, em seu processo, toma outras formas e substâncias para poder significar nas práticas sociais.

É importante destacar, ainda, que todo o material foi coletado das páginas oficiais *Facebook* dos candidatos em análise, entretanto, quando retornamos ao *Facebook* dos candidatos, apenas para certificação da coleta, constatamos que, na página de alguns candidatos, como Alice Portugal e Fábio Nogueira, parte das postagens foi retirada. Sendo assim, nosso conjunto de *posts* do candidato se constitui como prova histórica da campanha municipal.

No fio do discurso, existem certas regularidades, algo já dito antes, algumas bastante comuns no campo do discurso político eleitoral, inscritas nos moldes da “velha política”, especialmente, quando se trata de fórmulas “**governar para todos**”, “**governar para o povo**”, “**esse é o governo da gente**”, uma prática discursiva muito habitual a líderes populistas. Dessa forma, se “formular é dar corpo aos sentidos” (ORLANDI, 2001, p. 9), toda materialidade discursiva é uma materialidade histórica, tendo em vista que a história resulta das práticas sociais dos sujeitos. Ademais, para Krieg-Planque (2010), toda fórmula¹³⁶ discursiva traz consigo uma densidade histórica que é materializada em sua circulação.

¹³⁶ A noção de fórmula em análise do discurso, (2010), de Krieg-Planque é essencialmente uma noção discursiva no campo da Escola Francesa de Análise do Discurso. “O acesso de uma palavra à condição de fórmula é parte

Uma outra regularidade que marca esse modo de fazer política é o uso de pronomes pessoais, “nós”, “a gente”, “nós queremos uma cidade melhor”; “a gente quer ver Salvador feliz de novo”; revela que “o discurso político é um domínio de um “nós”, face ao necessário apagamento de um “eu” privado e à imperativa elisão de um “tu” exclusivo” (PIOVEZANI, 2017, p. 32). O emprego do “nós”, do “a gente” caracteriza a natureza da fala política, que se dá a partir da posição de um porta-voz, cujo discurso é a manifestação de crenças e desejos coletivos. Grigoletto (1998) compreende essa característica do discurso político de acordo com a teoria de Wilson (1990) que marca claramente a distribuição do "nós" inclusivo e exclusivo:

O "nós" inclusivo, pelas suas possibilidades integrativas e positivas, é usado como forma de angariar a adesão do ouvinte e fazê-lo acreditar na sapiência das ações tomadas; em contrapartida, o uso do "nós exclusivo serve para que o locutor se precavenha de possíveis críticas e acusações, deixando entrever que algumas ações não são, ou não foram, de sua responsabilidade. (GRIGOLETTO, 1998, p.149).

Além dessa regularidade, foi possível também identificar em toda campanha eleitoral realizada no *Facebook* a propaganda de si, isto é, a construção da imagem de si no discurso; o *ethos* é, portanto, matéria regular na campanha política. Os candidatos em análise apresentaram, regularmente em sua campanha, discursos que buscam não apenas a tentativa de venda daquele gestor, mas sobretudo, de um *ethos* associado a ele e que deve ser socialmente desejável. Vemos, nesse sentido, emergir um *ethos* de homem/mulher bom/boa, de líder honesto, comprometido com seu povo, acolhedor, afetivo, que deseja mudanças e melhorias para a população soteropolitana.

Percebemos também como regularidade, o enquadramento da imagem (seja na fotografia, seja no vídeo) em que governador e governado estão no mesmo nível, isto é, numa relação/interlocução horizontal. Essa situação é muito comum nas campanhas eleitorais, e promove o apagamento das assimetrias existentes entre os atores sociais envolvidos na cena e faz emergir o *ethos* mostrado do acolhimento e da aproximação.

Além disso, também é possível verificar a questão das paixões, que tem sido uma das dimensões de abordagem do discurso político contemporâneo. Sabemos que no campo da política eleitoral as emoções são decisivas na construção de legitimidade política. Nas redes sociais, as imagens postadas também operam como dispositivos de emoção.

integrante da história dos usos dessa palavra” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 19). O fato de a palavra estar ligada a uma historicidade, implica em admitir que isso se dá por meio de práticas discursivas que ganham corpo nas instituições e são difundidas aí mesmo (cf. FOUCAULT, 1997).

Fig. 26: A memória da imagem-afeto no discurso político



A mão estendida, o olhar voltado diretamente para as pessoas, o sorriso recíproco, a criança no colo, o abraço ao idoso, a expressão corporal de afetividade e receptividade com relação ao seu outro, a espontaneidade na expressão facial, acionam uma memória social muito retomada na cena política. As imagens em destaque operam a memória do materno/paterno, como aquele que cuida, que dá afeto, que acolhe, na relação de pai/mãe e filho(a). Mas, a imagem que é mais comumente repetível, vista regularmente nas postagens dos políticos é aquela que faz alusão à ideia de santidade (Maria, mãe de Cristo, abraçada ao menino Jesus, ou aquela que estende a mão aos seus filhos, ou de Jesus Cristo abençoando seus irmãos), como vistos anteriormente no capítulo 2, quando abordamos a questão da intericonicidade, como dispositivo de rede, em que a imagem é operadora de memória.

Sobre essa questão, vale lembrar, conforme assegura Courtine (2006, p. 88), “o discurso político é um *lugar de memória*”. Para o autor,

as formas discursivas da memória política se inscrevem nas modalidades de existência do enunciado. Alguns discursos devem poder ser lembrados, repetidos, e isso constringe consideravelmente sua forma. Nesse sentido, o discurso político pode ser aproximado, à sua maneira, de alguns textos religiosos, jurídicos, literários ou científicos. (COURTINE, 2006, p. 89).

Fig. 27: A memória da imagem-mater



Fig. 28: Nossa Senhora com o Menino Jesus



Fonte: zazzle.com.br

Estas imagens do candidato ACM Neto, da ex-presidente Dilma Rousseff, e de tantos outros políticos, geralmente formuladas em campanha eleitoral, produzem efeitos semelhantes de preocupação e cuidado maternal/paternal de um representante com seu povo, aquele que cuida, que afaga, protege como a Virgem Maria ao seu Filho, além de funcionar como recurso do apelo à santidade, como já dissemos. Percebemos, desse modo, que as imagens são, portanto, atravessadas por sentidos que invocam uma memória. Assim, as imagens materializam sentidos e fazem sentido num jogo de relação com outras, que circulam antes, e que são rememoradas mesmo com a existência de outra.

Observamos que os traços, a disposição da imagem, são praticamente os mesmos; o sentido produzido por essas imagens nos aponta que há um *sempre-já visto* da imagem, que nos permite “pensar numa rede de produção de sentidos para essas duas imagens associadas por intericonicidade, de nosso arquivo memorial de um discurso religioso ou, até mesmo anterior a ele, como nos faz supor lendas míticas de um ‘passado imemorial’, em todas as sociedades” (BITTENCOURT, 2018, p. 128). Ademais, segundo Courtine (2011, p. 148), “este é o próprio fundamento da intericonicidade, isto é, da rede de reminiscências pessoais e de memórias coletivas que ligam as imagens umas às outras. [...] toda imagem se estende nas ramificações genealógicas na memória das imagens”.

E tantas outras imagens, como aquelas de mãos estendidas à população, recuperam outras socialmente cristalizadas na memória coletiva, mobilizando sentidos, pressupondo ideias de paternalismo, carisma, aproximação, igualdade, diálogo direto entre governantes e governado.

Além disso, percebemos também nas postagens de fotografias e vídeos, nas quais os candidatos efetivamente interagem com as pessoas e até são beijados, abraçados, carregado nos braços do povo, revelando não só a adesão e legitimidade, mas também a relação patêmica entre candidato e eleitor, afinal, o toque de corpos representa identificação, proximidade, intimidade forjada que sugere horizontalização das relações entre esses sujeitos.

A repetição é uma condição do enunciado, o que não significa que seu sentido seja idêntico, expresse a mesma coisa. Como destacou Pêcheux (2008, p. 53), “todo enunciado é intrinsecamente suscetível a tornar-se outro, diferente de si, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro”, ele está sempre passível à interpretação. De acordo com Santos e Sargentini (2011, p. 90), “nesse processo de interpretação do analista de discurso, os enunciados voltam a se repetir, a significar diferentemente daquele que lhe deu origem, mas sempre em relação aos já-ditos, isto é, repetem-se, mas nunca são os mesmos”.

Quando analisamos o discurso a partir desses enunciados, levamos em conta o verbal, o não-verbal, não como produtos fixos, estabilizados e imanescentes, ao contrário, mas como postos em funcionamentos por conta do lugar de circulação, o pertencimento a dada formação discursiva e aos sujeitos envolvidos como constitutivos de atividades sócio-históricas e ideológicas (FERNANDES, 2008).

Diante das análises empreendidas no *corpus* em questão, é possível observar algumas regularidades no *Facebook* – algumas mais ligadas à “velha política” e outras mais atualizadas/renovadas, visto que o discurso político adquiriu características que correspondem ao suporte digital em que está inserido, bem como acompanhou as mutações sócio-históricas. São muitas regularidades percebidas, mas pela riqueza do próprio objeto, optamos por fazer um recorte das regularidades:

Quadro 2: Das regularidades do corpus

REGULARIDADES	
a) Da ordem das materialidades	
1.	Novos regimes de discursividade: a emergência do <i>selfie</i> e da <i>live</i> no discurso político;
2.	O <i>slogan</i> da campanha transforma-se em <i>#hashtags</i> ;
3.	A peopolização do político: a exposição pública da vida cotidiana;

4.	<i>Ethos</i> de apoio: a busca pela associação de imagem;
b) Da ordem das temáticas	
5.	O discurso do confronto e do ataque: as táticas de desqualificação do outro através da rotulagem;
6.	Sacralização da política: interferência da religiosidade na política?
7.	As minorias sociais na pauta da política eleitoral midiaticizada: negros, mulheres (negras), LGBT+, os mais pobres, pessoas com deficiência.

Fonte: Freitas (2009)

Como se nota no Quadro 2, para melhor compreendermos a organização das análises das regularidades, separamos em duas partes: a **primeira parte** definimos como “**da ordem das materialidades**”, em que são analisadas várias questões do uso de materialidades imagéticas pelos políticos, sobretudo, da construção da imagem de si através de imagens: a *selfie*, a *live*, o *ethos* semiotizado, o *ethos* de apoio, os quais refletem a apropriação dos suportes digitais pelo discurso político; já a **segunda parte**, definimos como “**da ordem das temáticas**”, partindo dos temas mais recorrentes durante a campanha, que correspondem às condições sócio-históricas de produção e à espetacularização da política.

4.3 Decifrando as análises: as regularidades da ordem das materialidades

4.3.1 Novos regimes de discursividade: a emergência da *selfie* e da *live* no discurso político

De acordo com Augé (1997)¹³⁷, “todo governo atual [...] é em parte um governo da palavra e da imagem”. Partindo dessa assertiva, podemos dizer que todo o discurso político contemporâneo é um discurso do verbo-imagético.

Na análise das regularidades, é possível notar que há um movimento na composição discursiva da política contemporânea em que o verbal e o não-verbal constituem um quadro indissociável. Isso ocorre com uma certa regularidade no *corpus*, configurando uma relação de homologia semântica entre o verbal e o imagético. Essa transformação na produção do discurso político deve-se às mudanças ocorridas na comunicação a partir de vetores tecnológicos e dos suportes materiais por meio do qual os discursos circulam e significam e conduzem novos modos de pensar, sentir e, por conseguinte, novos modos de formulação semiótica e de circulação histórico-social dos discursos. (PIOVEZANI, 2009)

A transmissão da informação política, atualmente dominada pelas mídias, apresenta-se como um fenômeno total de comunicação, representação extremamente complexa

¹³⁷ Marc Augé, *Por uma antropologia dos mundos contemporâneos*, Bertrand Brasil, 1997.

na qual os discursos estão imbricados em práticas não verbais, em que o verbo não pode mais ser dissociado do corpo e do gesto, em que a expressão pela linguagem se conjuga com a expressão do rosto, em que o texto torna-se indecifrável fora de seu contexto, em que não se pode mais separar linguagem e imagem. (COURTINE, 2006, p.57).

As redes sociais tornaram-se o espaço propício às postagens de discursividades híbridas, principalmente àquelas plataformas¹³⁸ que possibilitam articular a composição verbal a outras linguagens semiológicas e formam um todo indissolúvel, como o *Facebook*, o *Instagram* e o *Twitter*.

Tendo em vista que nosso *corpus* foi recortado da plataforma *Facebook*, foi possível notar que todos os candidatos em análise realizaram postagens em suas páginas oficiais, articulando conjuntamente as linguagens verbal e visual. Verificamos que, não mais como outrora, em que o discurso político era dominado pelas longas narrativas e pela eloquência, restritas à produção linguística, o discurso atual caracteriza-se, especialmente, pelo sincretismo semiótico, operando conjuntamente diversas materialidades para compor sua cena enunciativa.

Notamos também que a regularidade se constitui tanto no plano de expressão quanto no plano de conteúdo. O *Facebook* possui diversidade nas formas de postagens como foi descrito no capítulo anterior, o que proporciona o usuário utilizar variados dispositivos que podem articular o verbal e o visual (fotografia, vídeo, *live*, montagens, cartazes etc.). As postagens poderão ser transmitidas “ao vivo”, assim como há também a possibilidade de marcar um “acontecimento”, de marcar um evento e, também, seus amigos, de selecionar *gifs*, de adicionar foto e/ou vídeo, escolher cor de plano de fundo etc. O *feed* de notícias é um espaço extremamente visual, com constante fluxo de dados. Na página do “perfil do usuário”, no *feed* de notícias, as imagens estão em destaque e ocupam boa parte do espaço.

Todas essas possibilidades alargaram a interação da comunicação política, que tem se manifestado cada vez mais dinâmica, instável, fragmentada e heterogênea (considerando as condições de produção das redes sociais), como podemos ver nos posts dos candidatos a formulação do discurso em que os textos, em sua discursividade, são sincréticos.

Vale ressaltar que essa mudança na formulação da retórica política, investida de uma composição sincrética, promove a espetacularização do sujeito político que tem se tornado mais destacável e relevante aos projetos de governo:

¹³⁸ Segundo Martha Gabriel (2012, p. 35), entende-se por plataforma o “conjunto de tecnologias, distintas ou similares, que trabalham juntas para uma finalidade maior”. Assim, plataformas digitais são “estruturas tecnológicas com finalidade específica associadas a uma atividade particular”. Desse modo, essa definição cabe com justeza “as redes sociais de relacionamento de que o *Facebook* é um exemplo exemplar cujas finalidades principais já estão expressas em seus recursos fundamentais: curtir, compartilhar, enfim, fomentar uma cultura participativa e intensificar os processos socializadores. (SANTAELLA, 2014, p. 94).

O caráter sincrético da linguagem verbal e não-verbal, ou seja, em que o uso da língua, do corpo e da voz se confluem para produzir a imagem de um político apto para o governo, converteu-se no lugar privilegiado da formulação e circulação de discursos em uma era na qual a individualização e a personalização dos sujeitos políticos em campanha tornaram-se mais importantes e prementes do que os seus projetos e suas promessas de ações políticas. (BITTENCOURT, 2018, p. 18).

Vejam os modos e formas de composição e circulação plurissemiológicos das postagens de campanha dos candidatos em análise:

Fig. 29: Recursos plurissemiológicos na produção da campanha



Para Piovezani (2009), o corpo político, seja na tevê, seja nas redes sociais, é uma imagem procedente de parâmetros técnicos visuais, das escolhas de *mise en image* efetivadas pela instância de produção: escalas dos planos, ângulos, enquadramentos, movimentos da câmera etc. O contado face a face nas redes sociais é produzido sob a forma de uma “ilusão”, uma vez que “o dispositivo midiático impede, pelas propriedades de seu funcionamento, a assimilação do corpo “real”, sobretudo graças à sua capacidade de associar a imagem ao movimento e ao som”. (PIOVEZANI, 2009, p. 266).

Sobre esta questão, podemos notar que ocorreram mudanças que afetaram as formas de produção do discurso político e propiciaram as formas de interatividade e de proximidade dos candidatos e os eleitores. Diante disso, dois aspectos podem ser notados com a política atual e que não se via com tanta intensidade em campanhas anteriores, segundo Sargentini (2014):

O primeiro ponto diz respeito aos usos de avatares, imagens e símbolos da cultura brasileira ou da cultura pop como uma espécie de “adesivo virtual”. Como estratégias de marketing, exploram-se imagens de times, do arco-íris, do movimento hastafári, do tatuado, do negro, da mulher, do nordestino etc., criando o efeito de espaço da pluralidade e do reconhecimento das minorias tão em voga hoje. O segundo ponto está relacionado ao uso dos selfies, através do qual eleitores se autoincluem na cena com o candidato, onde vale mesmo o que ele tem a dizer e mais o retrato dos rostos colados e fotografados naquele instante. (SARGENTINI *et al.*, 2014, s/p).¹³⁹

Como vimos, a política manifestada nas redes vem se atualizando, modificando as formas de comunicação política, ampliando e mesclando as discursividades.

¹³⁹ Entrevista concedida ao Jornal Primeira Página no ano de 2014 sobre o discurso político (SARGENTINI, V.; SÁ, I de; RIBEIRO, J.).

4.3.1.1 A *selfie*: a construção da *imagem de si* na imagem do povo

Seq. Enunciativa 15: Candidatos em *selfies* com os eleitores



A *selfie* é um léxico da língua inglesa, um neologismo com origem no termo *self-portrait*, que significa autorretrato. Fazer uma *selfie* significa fazer uma foto de si mesmo. Essa prática popularizou-se devido ao uso de *smartphones*, cuja câmera frontal foi incorporada e, também, pela força de viralização dessas imagens através das redes sociais. A título de informação, a *selfie*, por sua relevância na cultura midiática e pelas inúmeras menções ao termo, ganhou destaque como verbete do ano, no Dicionário Oxford.

A emergência da dicionarização do vocábulo bastante representativo da nova prática de relacionamento foi registrada na versão digital da revista *Veja*, de 23 de novembro de 2013:

Na última quarta-feira, o respeitabilíssimo Dicionário Oxford, o mais extenso da língua inglesa, anunciou que um novo verbete passaria a figurar em suas páginas: *selfie*, que reúne o substantivo *self* (eu, a própria pessoa) e o sufixo *ie*. Eis sua definição: "Fotografia que alguém tira de si mesmo, em geral com smartphone ou webcam, e carrega em uma rede social." Os responsáveis pelo Oxford informaram que o dicionário surgido no século XIX aceitou o novo verbete porque as citações a *selfie* cresceram 17.000% neste ano – mensalmente, um programa coleta mais de 150 milhões de palavras em publicações variadas e analisa a recorrência delas. O ingresso do termo no Oxford, no entanto, não é apenas fruto de uma estatística. É o

reconhecimento de um fenômeno global. Tornou-se um gesto comum esticar o braço segurando o celular apontado para o rosto, e depois compartilhar a foto no Instagram, Facebook ou similares. O selfie pode revelar um estado de espírito ou ser um meio de autopromoção [...]!¹⁴⁰

A *selfie* é uma prática recente que se insere na história. Esse fenômeno contemporâneo de hipervisibilidade nas mídias virtuais tem sido objeto de muitos estudos. A cultura da selfie ajuda na promoção da sociedade do espetáculo. O pensador francês Guy Debord, em *Sociedade do espetáculo* (1967), apresenta seu conceito de espetáculo como uma “relação de pessoas mediada por imagens”. Para ele, o espetáculo é ao mesmo tempo uma relação social e a relação interpessoal mediada por imagens. É o modelo atual da vida que domina na sociedade.

Dada a grande exposição imagética, essa prática tornou-se uma poderosa ferramenta na campanha eleitoral, justamente porque ela é feita pelos eleitores, os quais querem garantir uma foto ao lado de seu candidato, dando-lhe legitimidade e, mais que isso, tornou-se material de campanha, de *marketing* eleitoral, tendo em vista que a imagem é usada pelo candidato a seu favor, mostrando como é simpático e acessível e bem querido pelo povo. Nessas condições, a *selfie* é uma grande aliada na construção da imagem de si, pois reforça a construção da sua imagem. Postar *selfie* é um hábito do nosso tempo, materializar através da fotografia um acontecimento.

Um dos exemplos mais plausíveis do uso da *selfie* na política foi o ocorrido na campanha presidencial de 2014, quando a presidente-candidata Dilma Rousseff declarou que depois de ter posado para inúmeras fotografias foi chamada de “Rousselfie”. Sua equipe de campanha adotou o trocadilho e divulgou um vídeo nas redes sociais com uma expressiva quantidade de *selfies* feitas com a candidata e seus eleitores.

Fig. 30: Efeito “Rousselfie”



Durante toda a campanha eleitoral municipal foi possível verificar postagens dos candidatos em *selfie* com seus eleitores. Os efeitos de sentido produzidos pela *selfie* podem

¹⁴⁰ Disponível em <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/selfie-e-nova-maneira-de-expressao-e-autopromocao/>> Acesso em: 25 jan. 2019.

garantir ou não sua eficácia. Nas postagens, podemos ver o semblante sorridente do candidato, notar a reciprocidade e a simpatia com aquele que faz a *selfie*, seu eleitor. De algum modo, o político torna-se, nessa instância, uma celebridade, uma vez que os eleitores disputam entre si uma fotografia ao lado do candidato. Em geral, fazer uma *selfie* tem mais valor para o eleitor do que o contato tradicional do aperto de mão. De algum modo, ela perpetua através da imagem a relação do eleitor e do candidato no espaço digital.

Na esteira do pensamento de Aubert e Haroche (2011), está em causa a injunção à visibilidade, muito mais do que a injunção ao consumismo num efeito de planificação/homogeneização de faces e corpos, com efeito de apagamento dos abismos econômicos e sociais. Na *selfie* podemos observar que o plano de fundo perde importância ou, em outras palavras, “o espaço passa por um processo de desistoricização”, segundo Rasia (2016, 114). Sobre essa questão a autora reflete:

[...] o desvario de imagens desistoricizadas, ou de uma memória volatilizada em uma massa homogeneizada pela profusão da repetibilidade, pela banalização. Instante efêmero que demanda captura para satisfazer a suposta necessidade do olhar-outro coletivo. Anônimo. Indefinido. Gesto de captura de imagens no qual contraditoriamente o sujeito se funde com o objeto, e assim se coisifica. Paradoxalmente, porém, lhe é interdito ficar invisível, e os espaços os quais lhe são dados para “mostrar-se” não são mais que o anonimato contínuo. (RASIA, 2016, p. 114).

Como vimos, a prática da *selfie* representa e reflete uma época em que a visibilidade constrói efeitos de poder político. Por isso, a importância do mostrar e aparecer. No campo da política, tal prática é, sem dúvida, uma ferramenta de potencial, isto porque

o rosto é ao mesmo tempo o lugar mais íntimo e mais exterior do sujeito, aquele que traduz mais diretamente e de maneira mais complexa a interioridade psicológica e também aquele sobre o qual recaem as mais pesadas restrições públicas. São os rostos que se perscruta antes de tudo, são os olhares que se procura captar para decifrar o indivíduo. Isso explica o paradoxo que é constitutivo da formação do indivíduo moderno. [...] Por um lado, o rosto manifesta que o indivíduo está fora de si; e, por outro, o da impassibilidade de um rosto impenetrável. Trata-se apenas, evidentemente, de duas possibilidades extremas que podem encarnar em figuras opostas: as da paixão, do excesso, do descontrole de si, da “falta de contenção” de que falava Courtine; e ao contrário, as da temperança, da moderação, do comedimento, do autocontrole. (COURTINE; HAROCHE, 2016, p. 244-245).

Para Courtine em *História do rosto* (2016), uma história do rosto é, com efeito, ao mesmo tempo, a história do controle da expressão, das exigências religiosas, das normas sociais, políticas e éticas que contribuíram desde o Renascimento para o aparecimento de um tipo de comportamento social, emocional, sentimental, psicológico fundado no afastamento dos

excessos, no silenciar do corpo. Mas, no mais profundo desse homem sem paixão, abriga o homem sensível e expressivo.

A prática do *selfie*, de modo peculiar, focaliza os rostos. Os autorretratos digitais são uma nova forma de expressão sociocultural, além de registrar um momento ou um acontecimento, tem o poder de autopromoção pessoal. Esse fenômeno do *selfie* revela a necessidade do sujeito se sentir notado, apreciado e, finalmente, reconhecido na sociedade do espetáculo de que fazemos parte.

Como se nota, a arte de fazer *selfie* revela-se uma ferramenta muito mais poderosa que se pode imaginar e, atualmente, ganhou bastante espaço no âmbito da política brasileira. A chamada “bancada da *selfie*”, por exemplo, é formada por um grupo de parlamentares eleitos devido à capilaridade do partido nas redes sociais. A denominação “bancada da *selfie*” se justifica em virtude do comportamento de um grupo de políticos, a maioria composta pelo partido PSL, que anda com o celular na mão “prestando contas” ao eleitor do está ocorrendo *in loco*. Essa condição tem gerado polêmica na Casa uma vez que essa prática tem sido prejudicial ao andamento das discussões e votações no plenário.

Fig. 31: “Bancada da *selfie*”: deputados fazem *selfie* e *live* durante votação em Câmara dos Deputados



Fonte: gazetaonline.com.br

Para o estudioso em *marketing* político Darlan Campos (2019), essa relação virtualmente direta entre político e eleitor, tem aspectos positivos tendo em vista que “as ferramentas digitais trazem a possibilidade tremendamente positiva de dar aos eleitores um *feedback* daquilo que está sendo feito por ele na Câmara”. Mas, por outro lado, esses “mandatos *reality show*” afastam os parlamentares da discussão e participação política com seus pares e afetam o *modus operandi* do Congresso.

Com isso, podemos refletir mais profundamente sobre quais os efeitos de sentido produzidos pelo uso da *selfie* e da *live* pelos candidatos políticos? O que esses novos modos de enunciar tem gerado nas eleições, por exemplo?

4.3.1.2 A *live*: efeitos de verdade, de aproximação e de identificação

O *Facebook Live* é um recurso de *streaming* dentro da plataforma, que permite ao usuário transmitir um vídeo ao vivo para o seu público através de seu perfil pessoal ou da página da empresa, a *fanpage*.

Para o pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD), Carreiro (2017)¹⁴¹, os vídeos são o produto de maior destaque nas redes sociais. Uma vez que o *Facebook* é a rede mais acessada pelos brasileiros, as campanhas nos últimos pleitos se concentraram nessa plataforma, nesse caso, no tocante à política, somos remetidos àquela máxima que diz que “o político vai aonde o povo está. Ainda segundo Carreiro (2017), transmissões ao vivo podem ser utilizadas para apresentar os bastidores da campanha e aproximar o candidato do eleitor, “o principal ponto é mostrar ações que são interessantes para o público, além de humanizar o político”.

Um exemplo clássico de sucesso do uso dessa ferramenta em campanha política, deu-se no último pleito presidencial de 2018, quando o candidato Jair Bolsonaro do PSL apostou nas redes sociais para se contrapor à programação da TV, fazendo uso de *lives* nas redes sociais, no horário eleitoral. O candidato supracitado realizou uma sabatina com transmissão em sua página oficial no *Facebook*, com entrevistadores escolhidos pela própria campanha, utilizou também, o canal do *Youtube* e o *Twitter* mais para falar de si, criar e discutir polêmicas e menos para debater projetos de governo. Em sua totalidade, o candidato do PSL à presidência constrói as narrativas para falar de si, devido à emergência do fenômeno da personalização da política, observadas em grande parte das democracias contemporâneas: “Em 15 segundos, vou conseguir falar um pouquinho de mim. Tá bom demais. Há uma ideia de que, segunda, quarta e sexta, quando há propaganda para presidente, quando começar, sempre nesse horário da noite, a gente fazer um *live* e chamar o eleitor”¹⁴². Dessarte, o candidato articula à produção da *live* para concorrer com o horário eleitoral televisivo, de modo a atrair eleitores e desarticular o tempo da propaganda da tevê.

O *Facebook* tem apresentado atualizações e evoluções diante dos avanços tecnológicos da informação e da comunicação, pois tem proporcionado diversos recursos para os usuários interagirem. Essa diversidade revela a variedade de práticas instrumentais que o utilizam como

¹⁴¹ CARREIRO, Rodrigo. A Discussão Política Em Rede: Um Estudo Sobre a Divergência Política no *Facebook*; 2017; Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://inctdd.org/wp-content/uploads/2017/12/tese-rodrigo-carreiro-da-silva-versao-final-de-deposito.pdf>

¹⁴² Entrevista ao Estadão em 21/08/2018. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/08/21/interna_politica,982395/bolsonaro-planeja-lives-no-horario-eleitoral-para-driblar-pouco-temp.shtml> Acesso em: nov. 2018.

um meio. A *live*, por conseguinte, é um recurso lançado, nessa plataforma, em 2016 e tem como objetivo fazer vídeo instantâneo que visa promover uma certa interatividade, efeitos de proximidade, além da facilidade em produzir conteúdo *online*.

O uso de ferramentas de transmissão ao vivo nas campanhas eleitorais tem sido um recurso que estendem as propagandas políticas nas redes sociais. Alguns candidatos utilizam os recursos *online* de algumas redes como, *Youtube, Twitter, Facebook, Instagram*. O uso da *live* é um recurso novo na rede social que permite a transmissão de vídeos em tempo real disponível aos usuários em algumas dessas plataformas. Nessa tangente, verificamos que a *live* do *Facebook* e de outros recursos de vídeo devem levar as campanhas às *timelines* dos eleitores. Tal facilidade da produção e circulação tende a atrair os usuários das redes que poderão ter acesso com apenas um clique.

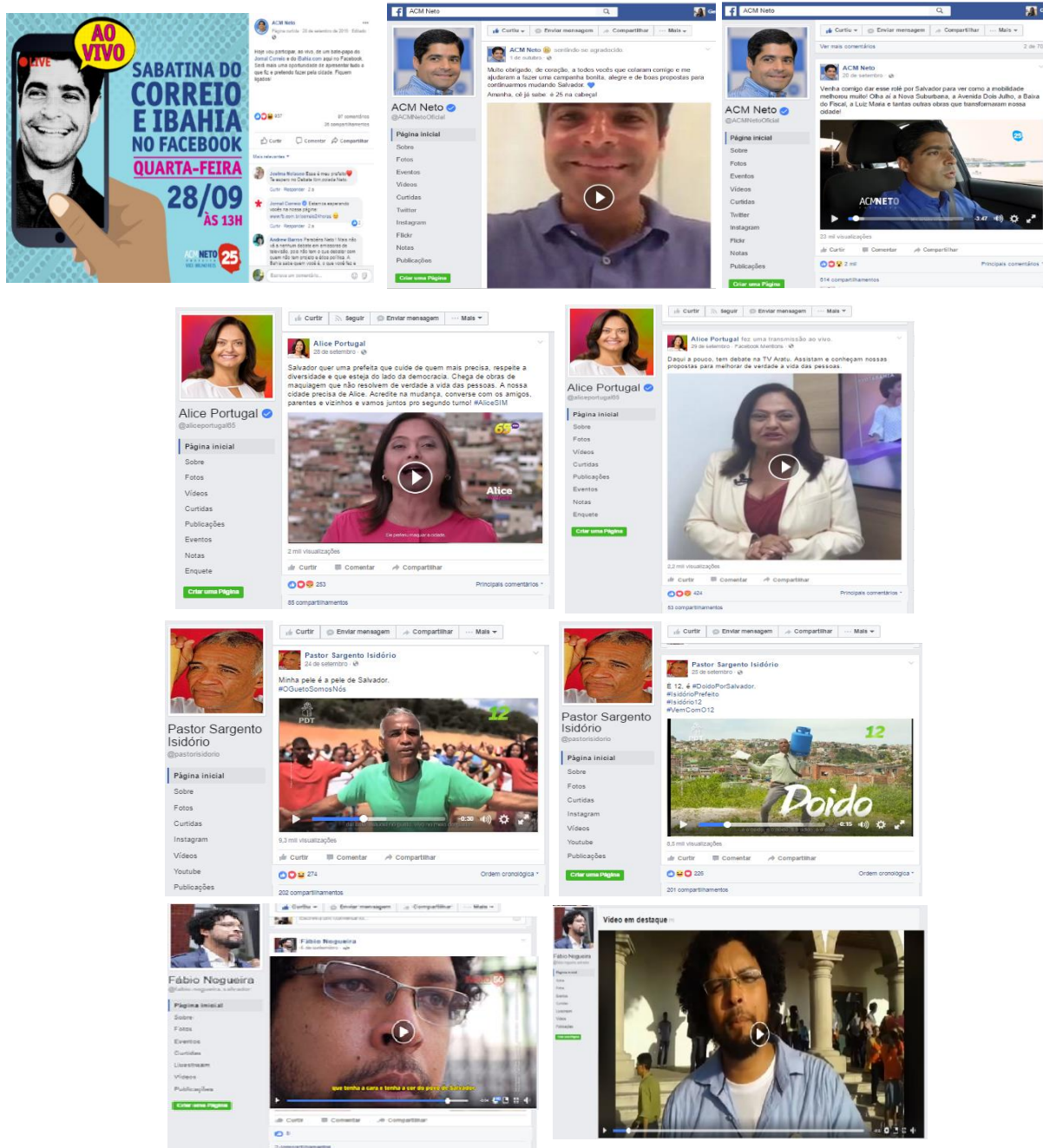
Diante disso, percebemos que o uso de *lives* pelos políticos tem sido uma prática cada vez mais corriqueira na política brasileira. Um fato recente sobre essa questão foi o ocorrido na sessão de votação da emenda sobre a permanência ou não do Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf) sob os cuidados do Ministério da Justiça e da Segurança Pública, realizada em maio de 2019, na Câmara de deputados, onde foi notório o uso maciço de *lives* pelos deputados do PSL durante toda sessão. Durante a votação, o que mais ganhou destaque nas mídias e gerou crítica foi a imagem de deputados federais que fizeram vídeos e imagens solo ou em grupo para falar com seus seguidores da insatisfação e indignação sobre a possível saída do Coaf das mãos de Sérgio Moro, deixando em segundo plano a articulação entre eles, com o objetivo de manutenção do Conselho, além de atrapalhar no diálogo e decisões entre os pares.

A jornalista colunista e comentarista de política brasileira, Vera Magalhães, em tuíte, questiona a falta de diálogo desses políticos com seus pares e diz que “é preciso falar mais com os pares da Câmara que com as telas dos celulares” e acrescenta à crítica - “as *lives* podem até render *like*, mas não votos necessários para vencer em plenário”.

Fig. 32: Deputados do PSL fazem *lives* durante votação do Coaf



Vale ressaltar que esse instrumento funciona diferentemente nas campanhas eleitorais, como temos visto nos resultados das últimas eleições.

Seq. Enunciativa 16: A produção da *live* pelos candidatos

A postagem de *lives* e de vídeos foi muito recorrente na campanha eleitoral de Salvador. O fato é que essa ferramenta é bastante eficaz para aumentar o engajamento da audiência do *Facebook*. Alguns candidatos postavam diariamente, outros semanalmente, mas a presença de *lives* foi preponderante nesse pleito.

O candidato ACM Neto realizou muitas dessa forma de transmissão para comunicar a pauta de campanha, os compromissos diários e semanais, para entrevistas ao vivo e para agradecer o apoio da população, criando um efeito de intimidade expressa pelo sujeito político.

Para promover a aproximação com os candidatos, o candidato do DEM fez *lives* no carro, em ambiente domiciliar, enquanto se dirigia ao trabalho *etc.* A perspectiva da filmagem focaliza a face, o olhar e sorriso espontâneos, demonstra certa intimidade com a câmera e seus eleitores. O enunciado verbal revela essa tentativa de aproximação: “venha dar um rolé comigo por Salvador” (enunciado 3). A expressão “rolé” é uma gíria mais usual entre os jovens, e significa dar um pequeno passeio, uma volta. Dito diferentemente, o político em questão convida seus eleitores a dar uma volta com ele, através de sua *live*, para mostrar as obras de mobilidade urbana realizadas em Salvador em seu primeiro mandato. Além disso, ACM Neto convida seus seguidores para uma sabatina ao vivo via *live* (enunciado 1).

A candidata Alice Portugal também garantiu aos seus eleitores uma interação cotidiana durante a campanha a partir de suas *lives*. A candidata do PCdoB aparecia nos vídeos para divulgar sua campanha, sua agenda semanal e discutir pautas importantes. O enquadramento da imagem, sempre de frente, focava o olhar e o sorriso, adequava o tom de voz, para criar efeitos de legitimidade no discurso e firmeza em suas convicções (enunciados 4 e 5).

O candidato Pastor Sargento Isidório, que também seguiu a ordem das redes sociais, com a publicação de *lives* e vídeos elaborados, mostra o próprio corpo do candidato a instaurar efeitos de identificação com a comunidade, sempre acompanhado do botijão de gás, dançando e cantando o jingle de campanha no meio da população mais pobre, tudo isso é acentuado e legitimado através de seu discurso: “minha pele é a pele de Salvador”, “do gueto sou eu, estudei no gueto, moro no gueto e vivo no meio do gueto” (enunciado 6). No tocante ao ângulo da imagem, “podemos notar um efeito de igualdade entre os eleitores e o candidato, em razão de que a imagem na tela dispõe o “corpo” do político de forma que este se apresente no “mesmo nível” de seu interlocutor, falando “frente a frente” e “olho no olho””. (BITTENCOURT, 2018, p, 170)

Por último, o candidato Fábio Nogueira também fez uso de *lives* em sua página, na qual reivindica através da fala, do corpo, da expressão ser representante do povo: “a resistência, a luta e a liberdade são nossas características como povo”; “representamos uma alternativa que tenha a cara e a cor do povo de Salvador”(enunciados 8 e 9). No entanto, foram produzidos mais vídeos tratados, com narrativas, com legenda, com o jingle da campanha, que as *lives*. Os vídeos quase sempre eram acompanhados de títulos, como por exemplo, “PSOL nas ruas – andando pela cidade real”, dessa maneira, ao mostrar a cidade a partir das periferias, o sujeito político reivindica para si o poder de representação dos que mais sofrem e precisam, colocando-se como líder representativo das periferias de Salvador através da ordem verbo-visual que legitima a cenografia em questão.

Nas postagens de *lives* e vídeos é interessante notar como “o verbo, o corpo e a voz concorrem para a afirmação da franqueza na enunciação e para a produção da verdade dos enunciados, apagando tanto as diferenças e distâncias entre a fala, que materializa o discurso, e o pensamento quanto as condições de produção que o constituíram”. (PIOVEZANI, 2009, p. 291). Em consonância com o verbal, os gestos expressivos do corpo, com o meneio da cabeça, o olhar, o sorriso, a expressão facial, o movimento das mãos, juntamente com os elementos prosódicos que simulam a autenticidade da performance, podem contribuir para a produção dos efeitos de verdade, de aproximação, de identificação.

Os enquadramentos mais utilizados nas *lives* dos candidatos foram o primeiro plano e o meio primeiro plano, pois a filmagem é geralmente da cintura para cima, com vistas a criar um efeito de proximidade entre o candidato e seu eleitorado. A maioria dessas práticas foram feitas tendo como pano de fundo comunidades soteropolitanas mais carentes, que busca legitimar a ordem do discurso propostas pelos candidatos, numa tentativa de validar o discurso “cuidar de quem mais precisa”, “ajudar os mais necessitados” etc. Desse modo, as cenografias geralmente se apoiam em cenas de fala já validadas na cultura, isto é, já instalado na memória coletiva, no universo de saber e de valores do público (MAINGUENEAU, 2006). Por isso, Baronas (2015), baseado nos pressupostos de D. Maingueneau acerca das cenas da cenografia, conclui:

Todo discurso, por sua própria constituição, reivindica a adesão ao seu universo instituindo a cenografia que o legitima. Evidentemente, tal cenografia é imposta desde o início, mas é por meio da enunciação que essa cenografia imposta pode ser legitimada. A cenografia é desse modo, ao mesmo tempo, o que engendra o discurso, e o que é engendrado por ele; ela legitima um enunciado verbal ou imagético que, por sua vez, deve legitimá-la. Essa cenografia que possibilita o discurso é precisamente a cenografia necessária para enunciar como convém neste ou naquele gênero de discurso. (BARONAS, 2015, p. 409).

A adesão dos co-enunciadores opera-se, dessa forma, por um apoio recíproco da cena de enunciação (da qual o *ethos* participa) e do conteúdo apresentado (MAINGUENEAU, 2008, p. 69).

4.3.2 O *slogan* transforma-se em *#hashtags*

É possível notar também como regularidade a forma como os *slogans* de campanha transformaram-se em *hashtags*. Essa metamorfose do discurso político eleitoral pode ser compreendida a partir da ordem discursiva das redes sociais uma vez que mídias como o *Facebook* são espaços singulares de funcionamento do discurso político contemporâneo. O discurso político eleitoral acompanha, portanto, as transformações dos vetores tecnológicos e

se adequa a essa midiatização. A *hashtag* tornou-se assim o assunto do momento (o conhecido *trending topics*) e ela se dá segundo diferentes regimes de funcionamento, - políticos, sociais, históricos, midiáticos e tecnológicos. De acordo com Silveira (2015):

O hashtags mundiais geralmente estão relacionados com temas muito midiatizados ou de interesse geral: megaeventos esportivos como copa do mundo; catástrofes naturais como terremotos e tsunamis; conflitos internacionais como guerra e atentados; e, também, em períodos eleitorais de países considerados importantes ou que façam uso massivo do Twitter. (SILVEIRA, 2015, p. 337).

Embora a supracitada autora restrinja seu estudo ao uso da *hashtag* no *Twitter*, podemos verificar que o uso dessa ferramenta se expandiu, alcançando todas as redes sociais, inclusive o *Facebook*, como se pode notar nos *slogans* de campanha: #oprefeitodagente; #doidoporsalvador; #AliceSim; #agoraécomagente.

De acordo com Maingueneau (2010, p. 178), “o objetivo de todo slogan é passar do estatuto de “eu-verdade” (a verdade de uma firma, de um partido etc.) ao de “ON-verdade” (uma verdade estável, universalmente conhecida, garantida por um enunciador de autoridade incontestável, que coincide com a própria comunidade linguística)”.

Geralmente os *slogans* são formas de construção de uma marca, de uma identidade que singularize o candidato. Outrora circulavam em carros de som, cartazes, panfletos e “santinhos” impressos, hodiernamente, são produzidos nas plataformas digitais na forma de *hashtag*, de *posts* que mesclam imagem, som e texto escrito.

De acordo com Queiroz e Manhanelli (2009), um *slogan* é uma frase curta, um enunciado de fácil memorização usada em contexto político, religioso ou comercial como uma expressão repetitiva de uma ideia ou de um propósito. Um *slogan* que marcou a história do Brasil foi “Brasil, ame-o ou deixe-o”, campanha do Governo Militar nos anos 1970. Um bom slogan político geralmente parte de um conceito, expressa um objetivo ou alvo, um exemplo mais atual é o *slogan* do atual presidente Jair Bolsonaro, “Brasil acima de tudo. Deus acima de todos”, com vistas a atingir o público cristão e conservador.

O *slogan* também pode explorar o enunciado breve e popular, “Lula lá”, do candidato Luís Inácio Lula da Silva na sua campanha presidencial, e “Dilma, coração valente”, em sua campanha para reeleição presidencial. Geralmente os *slogans* possuem uma fórmula sintática simples, para cumprir o objetivo de comunicar de imediato e ser de fácil assimilação e propagação; quando empregados em campanha eleitorais devem se tornar o grito de guerra dos militantes partidários. O *slogan* eleitoral ideal é aquele que passa para a população como um

jargão popular, usado para expressar alguma ideologia, sentimento, objetivo, e que poderá trazer elementos do humor, da musicalidade, do trocadilho etc.

Em termos de mensagem, “a propaganda política assenta, fortemente, no valor dos *slogans* e dos símbolos políticos, como elementos catalisadores da ação política e eleitoral. Como tal, o slogan deve conter características que desencadeiem a sua rápida memorização, do ponto de vista auditivo ou visual”. (QUEIROZ *et al.*, 2009, p. 245).

Na política brasileira, um dos casos mais emblemáticos foi o empregado pelo candidato Enéas Carneiro. Com pouco tempo de propaganda eleitoral no rádio e na TV, ele recorreu a um slogan óbvio e memorável: “Meu nome é Enéas”. No cenário da política baiana, temos um *jingle* marcante da campanha para governador da Bahia no ano de 1990, que se tornou uma marca, um *slogan* inesquecível do ex-governador da Bahia, ACM, “ACM, meu amor”. Esse *slogan* jogou com o *pathos*, despertando nos eleitores a paixão. Já no âmbito da política internacional, a campanha do ex-presidente norte-americano Barack Obama, em 2008, teve como lema, *Yes, we can* (Sim, nós podemos), neste caso, já realizada nas redes sociais e com grande repercussão mundial.

No ambiente virtual, os *slogans* ganham a capacidade de se “viralizar”, isto é, propagar-se entre muitos usuários em um pequeno intervalo de tempo. De acordo com André Miceli, pesquisador em *marketing* digital da Fundação Getúlio Vargas (FGV-RJ), “quem souber aglomerar pessoas em volta de uma ideia e criar um ambiente para que os próprios usuários façam com que as campanhas cresçam, vai ter um diferencial importante”.

Um exemplo dessa viralização, foram as eleições francesas de 2012, a partir de uma reeleitura, trinta anos depois, do enunciado *on a gagné*¹⁴³, sob forma de *hashtag* #onagagné, que figurou nos *Trending Topics* do *Twitter* com a vitória do presidente francês François Hollande. “O (re)aparecimento desse enunciado em forma de *hashtag* inaugura uma relação particular entre a língua e a tecnologia; entre a estrutura e o acontecimento.” (SILVEIRA, 2015, p. 336). Vale ressaltar, que embora esse enunciado tenha sido recuperado das eleições de 1981, ele ganha novas significações nas eleições de 2012, uma vez que esse discurso é afetado pela circulação eletrônica, pelos sujeitos e pela historicidade. Além disso, esse acontecimento pode ser entendido como “um ponto de encontro de uma atualidade e uma memória”.

¹⁴³ Pêcheux debruça-se sobre esse enunciado na conjuntura política eleitoral francesa que culminou com a vitória do presidente François Mitterand, no dia 10 de maio de 1981. “*On a gagné Ø*”: sujeito indefinido *on*, referindo-se indeterminadamente aos militantes do partido esquerdista francês ou ao povo geral da França; ausência de complemento, levando ao questionamento “ganhamos o quê?”. Em uma partida de futebol, a resposta é óbvia, mas e no terreno da política? Ademais, devemos lembrar que esse enunciado é deslocado do campo do esporte, motivo pelo qual se observa o estranhamento no momento de sua irrupção (Pêcheux, [1983] 2002).

Assim, ao utilizar o *slogan* político em forma de *hashtag*, o sujeito entra na ordem do discurso eletrônico e passa a enunciar, obedecendo não apenas os procedimentos da linguagem de programação, mas também o seu funcionamento discursivo. Nas eleições soteropolitanas foi possível notar essa regularidade em quase todas postagens dos candidatos: o *slogan* torna-se *hashtag*:

Seq. Enunciativa 17: Os slogans de campanha em #hashtag



#éNetoOutraVez #OPrefeitoDaGente

#AliceSim #SalvadorPodeMais



#DoidoPorSalvador #IsidórioPrefeito

#agoraécomagente #Fábio50

O candidato ACM Neto usa duas formulações como slogan “o prefeito da gente” e “é Neto outra vez”. O enunciado “o prefeito da gente” tem como tópico o sintagma “da gente”, que pode significar povo, população e que também nos dá ideia de posse. Desse modo, podemos dizer que ACM Neto se considera representante do povo. Já o enunciado “é Neto outra vez” instaura a ideia de continuidade política.

A candidata Alice Portugal faz uso de um slogan simples, a partir do próprio nome, Alice, mais um advérbio de afirmação, “sim”. O enunciado “Alice sim” instaura a certeza de que Alice seria a melhor candidata para gerir Salvador.

Já o candidato PSI, “doido por Salvador”, apropria-se do apelido de que lhe foi atribuído durante as campanhas, deslocando o sentido a partir do sintagma “doido” para declarar seu amor por Salvador e não à loucura, doença psíquica.

E, por fim, o candidato Fábio Nogueira, “agora é com a gente”. O agora é um dêitico que funciona como marcador temporal, que introduz a ideia de que agora, dessa vez, daqui pra frente, é a vez dele. Além disso, também faz uso do “a gente”, uma expressão mais popular, referindo-se ao seu pleito, ao seu governo, ao seu partido.

4.3.3 Peopolização: a exposição da vida privada na política

Não parece, no entanto, que as políticas da imagem que encenam o espetáculo político contemporâneo se resigna a essa duplicação. O político está sujeito a novas exigências: não se trataria somente de parecer, mas de transparecer. A separação do homem exterior e do homem interior seria abolida; de agora em diante é necessário ver o homem privado sob a figura pública.¹⁴⁴ (COURTINE *et al.*, 2008, p. 52, tradução nossa).

No texto *L’image de soi comme politique*, Courtine e Haroche (2008) problematizam a questão do espetáculo político contemporâneo, pois, a partir de então, a imagem do homem político não mais dissociará a imagem pública da privada.

O termo peopolização foi criado e desenvolvido pelo sociólogo francês Dominique Wolton para designar as práticas dos meios de comunicação que fortalecem a chamada sociedade do espetáculo, como o reality show, com o culto das celebridades. A necessidade e urgência de visibilidade, recorrendo à exibição, que tem várias formas de representação.

A etimologia da palavra conduz, na ocorrência, ao termo “*people*”. “A adequação à língua portuguesa do vocábulo da língua francesa “*peopolisation*” e da palavra inglesa *people*, sinónimo de “povo” ou de “gente”, realiza-se à custa da contração da sua significação”. (ALVES, 2012)¹⁴⁵.

¹⁴⁴ Il ne semble pas cependant que les politiques de l’image qui mettent en scène le spectacle politique contemporain se résignent à ce dédoublement. L’homme politique est soumis à de nouvelles exigences: il ne s’agirait plus seulement de paraître, mais de transparaitre. La séparation de l’homme extérieur et de l’homme intérieur serait abolie: il convient désormais de voir l’homme privé sous le personnage public.

¹⁴⁵ José Augusto dos Santos Alves, « Na periferia do fenómeno da *peopolização*: o telemóvel e a telenovela », *Forum Sociológico* [Online], 22 | 2012, posto online no dia 26 fevereiro 2013, consultado o 21 maio 2019. URL: <http://journals.openedition.org/sociologico/650>; DOI: 10.4000/sociologico.650

Aprofundando a noção, pode dizer-se que a *peopolização* é a extensão da mediatização do mundo do *show business* a outros meios (político, cultural, desportivo, etc.), à mediatização da vida privada das personalidades, à utilização das vedetas para fins de relações públicas, à fabricação e utilização económica das estrelas do desporto e do *show business*, inclusive à adoção pelos *media* generalistas de certos comportamentos da imprensa *people*, etc.

Sendo assim, a peopolização trata-se justamente da exposição da vida cotidiana e privada dos atores políticos, destinada a produzir efeitos de espetacularização, além de construir efeitos de credibilidade, de proximidade familiar e uma aparente intimidade.

Para Charaudeau,

no discurso da peopolização, o privado toma o lugar do público, a pequena história da grande história, o particular do universal, numa ilusão de transparência total. A peopolização joga com o desejo inconfessável de conhecer a vida privada dos notáveis que se protegem sob a carapaça de representantes da nação. (CHARAUDEAU, 2016, p. 124).

Nessa direção, de acordo com o pesquisador Jamil Dakhli¹⁴⁶, a peopolização além de contribuir para a construção das celebridades nas sociedades contemporâneas também contaminou a esfera política:

Com o processo generalizado de descrença na classe política, a peopolização parece ter sido um meio de aproximar os políticos de seus eleitores, já que a celebridade se apoia inteiramente sobre uma valorização da notoriedade: ela supõe que o fato de ser conhecido é em si positivo e mesmo o valor supremo em uma sociedade centrada na mídia. A fama é sinônimo de sucesso em qualquer sociedade. Ela é um reconhecimento oficial de si pelo outro. A celebridade é uma forma de glória contemporânea, caracterizada por uma mediatização superlativa, adaptada aos valores de nossa época.

Para “existir” na esfera pública e no plano político, alguns dirigentes perceberam que deveriam inspirar-se nas maneiras de exposição das personalidades do *show-biz* e da mídia. Nesse sentido, eles se “peopolarizaram,” passando a exhibir um comportamento comparável aos das celebridades, integrando-se às redes sociais.

Destarte, esse fenômeno, anteriormente dedicado a mostrar a vida privada de artistas e celebridades, atingiu progressivamente as personalidades políticas. Assistimos claramente a uma irrupção do privado na esfera pública. Ademais, de acordo com o filósofo espanhol Daniel

¹⁴⁶ Entrevista ao pesquisador Jamil Dakhli, professor da Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 e diretor do Instituto de Comunicação e Mídia da mesma universidade, no Seminário Natureza e Construção da Celebridade no Século XXI (2012). Fonte: <http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/11/entrevista-jamil-dakhli-analisa-construcao-das-celebridades.html>

Innerarity (2010), “o derramamento do privado para a esfera pública torna o espetáculo público questões do domínio privado”. E com grande adesão do público, percebe-se que este mais parece interessar-se pelas vidas íntimas das figuras públicas do que propriamente por assuntos públicos de interesse coletivo.

Sendo assim, esse fenômeno leva o sujeito político a estar permanentemente atento para construir sua imagem num ambiente multifacetado e efêmero. A linguagem das redes sociais estimula uma adequação em sua imagem pública sob o molde da visibilidade aplicado a personalidades do entretenimento e a celebridades. Sem dúvida, “as novas condições midiáticas abrem caminhos para o domínio político, porém, a vulnerabilidade das lideranças políticas também aumenta, podendo atingi-los amplamente, de preferência as gafes e os escândalos”. (SILVA *et al.*, 2009, p. 53).

Isso significa dizer que certas formas de “peopolização” – no sentido amplo de colocar em visibilidade os bastidores da cena política – escapam do controle dos políticos, vão ao contrário em direção ao fortalecimento da participação na política. Poderíamos elencar muitos exemplos da peopolização, uma vez que percebemos uma tendência a acentuar a peopolização do mundo político, isto é, os políticos exibem sua vida privada cada vez mais através das redes sociais.

Um dos exemplos marcantes desse fenômeno na política, é o caso protagonizado pelo ex-presidente francês Nicolas Sarkozy. Alguns críticos diziam que o político chamava atenção da mídia mais pela exposição da sua vida privada (amorosa) do que pela sua vida pública. Uma das situações em que sua vida esteve exposta nas mídias se deu com a divulgação de conversas privadas do candidato e sua namorada Carla Bruni, na reta final da campanha presidencial francesa em 2012.

O modo como o político emprega o discurso, através de uma superdramatização, com expressões que choquem, que causem impacto emocional, que produzam efeitos de espetáculo, tem uma tendência a acentuar a peopolização. Isso no fez notar que esse fenômeno tem se propagado nas redes sociais de algumas personalidades políticas:

Fig. 33: Post do ex-presidente norte-americano Barack Obama jantando com sua esposa



Fig. 34: Post do ex-presidente Lula no batizado da bisneta



Fig. 35: Post do ex-presidente francês Nicolas Sarkozy em atividade física



Notamos que os candidatos às eleições soteropolitanas também fizeram exposição da vida privada em campanha em suas redes sociais. Eles dividem com seus seguidores/eleitores o dia a dia, expõem a família, a casa, os hábitos; cria-se efeitos de proximidade e de credibilidade. As imagens do cotidiano particular são reveladas por meio de fotografias conforme as postagens selecionadas: Alice Portugal se divertindo no carnaval; ACM Neto com as filhas e o cachorro em seu “momento pai”; PSI ao lado da sogra em ambiente familiar; e Fábio Nogueira com sua filha no parque, também em seu “momento pai”.

Seq. Enunciativa 18: Peopolização: a exposição da vida privada na política



Post da candidata Alice Portugal em festa



Post do candidato ACM Neto em família



Post do candidato PSI com a sogra



Post do candidato F. Nogueira com sua filha

4.3.4 Ethos de Apoio: a busca pela associação de imagem

Observamos durante o trajeto da campanha eleitoral que todos os candidatos em análise se apoiaram em figuras políticas de visibilidade e representatividade regional e nacional. A busca por essa associação de imagem contribui para fortalecer a própria imagem e, conseqüentemente, a campanha, com vistas a angariar mais eleitores. Para esse fenômeno discursivo, designaremos de *ethos* de apoio. Entendemos por *ethos* de apoio a imagem de si associada a imagem de outrem como modo de apoio, de suporte para construção, fortalecimento e qualificação da sua imagem. Podemos assim dizer que os candidatos se apropriam da imagem de outrem que lhe agrega valor.

Um exemplo clássico na política brasileira ocorrido em campanha presidencial foi à associação da imagem da presidente Dilma Rousseff ao ex-presidente Lula. Alguns estudiosos da ciência política e das mídias acreditam que provavelmente Dilma não sustentaria a eleição sozinha, caso não houvesse associado sua imagem à de Lula durante toda campanha.

Fig. 36: Dilma Rousseff e a imagem associada ao ex-presidente Lula



Sabemos que em matéria de política as alianças e as coligações são fundamentais, porque não se faz política sozinho. Por isso, é uma prática comum vermos candidatos políticos colocando em cena fotografias e vídeos de campanha associando-se à imagem de aliados para validar sua credibilidade e ampliar sua popularidade.

Seq. Enunciativa 20: A construção do *ethos* de apoio na campanha eleitoral



ACM Neto ao lado do seu avô ACM (homenagem póstuma)



Alice Portugal ao lado da presidente Dilma Rousseff



Fábio Nogueira ao lado dos deputados Marcelo Freixo e Jean Wyllys



Pastor Sargento Isidório ao lado do governador da Bahia Rui Costa

Todos candidatos, ora analisados, recorreram à associação da imagem de outrem. No caso do candidato ACM Neto, associa-se à imagem de seu avô Antônio Carlos Magalhães, ele busca associação não só pela familiaridade, mas, sobretudo, pelo trabalho e pelo amor pela Bahia: “ele trabalhou para defender a nossa terra e a nossa gente”; “o político que mais amou a Bahia”; “e é nesse amor que eu me espelho todos os dias”; “a sua presença ainda é muito forte na minha vida e de todos os baianos, o seu legado se faz sentir em cada parte da nossa terra, o seu incomparável amor pela Bahia até hoje é intensamente sentido pelo nosso povo”. A verbo-visualidade revelam admiração e espelhamento. A figura do avô é descrita como um político-herói que defendeu e amou seu povo. A imagem apresenta meio busto dele e do avô, ambos sorrindo. E a imagem preto e branco, ele, criança, segurado no colo pelo avô.

Alice Portugal, por sua vez, recorre à imagem da presidente Dilma Rousseff, “quando duas mulheres guerreiras se unem o jogo pode virar”, “com sua força e seu apoio...”. Na outra imagem “Dilma disse SIM! A presidenta vem a Salvador apoiar Alice”. As imagens revelam uma certa cumplicidade entre ambas, Alice está abraçada à Dilma e, na outra imagem, Alice

aparece com a cabeça apoiada no ombro de Dilma, ambas sorrindo com ares de intimidade e companheirismo.

Já o candidato Fábio Nogueira associa-se aos deputados Marcelo Freixo e Jean Wyllys. Em vídeo, o candidato Fábio Nogueira dialoga com os deputados do Rio de Janeiro, discutindo questões de políticas públicas para o empoderamento do negro, das mulheres e da comunidade LGBT na política. Os vídeos trazem depoimentos dos mesmos. Jean Wyllys declara apoio ao colega de partido - “Ele que sabe como o povo negro e da periferia é discriminado e marginalizado”, Marcelo Freixo ressalta as aproximações entre as cidades do Rio de Janeiro e Salvador no combate à desigualdade.

O Pastor Sargento Isidório aparece nas duas imagens ao lado do Governador da Bahia, Rui Costa. Na imagem, os dois estão de mãos dadas, em cenografia de comemoração e de apoio à candidatura. Para o PSI, ter o apoio do governador poderia garantir muitos aliados e eleitores para si.

Os enquadramentos das imagens geralmente são de primeiro plano e o meio primeiro plano (da cintura para cima). Na fotografia, no ângulo da imagem, o candidato é enquadrado lado a lado daquele a quem se apoia, produzindo um efeito de intimidade e confiança entre ambos. O abraço, as mãos unidas, o olho no olho, revelam efeitos de verdade nessa relação que corroboram para a construção do *ethos* de apoio.

Em síntese, podemos notar durante o percurso de seleção, recorte e delineamento do *corpus* que há muitas questões em comum entre os candidatos nesse jogo plurissemiótico numa disputa das imagens; imagens de si nas diferentes linguagens que compõe o post (*ethos* semiotizado), imagens de si na imagem-fotografia (*selfie*) e imagens das mais diversas (montagens, fotografias, vídeos, *lives*, etc.).

4.4 Decifrando as regularidades: da ordem das temáticas

A segunda parte da análise tem por objetivo dar continuidade às análises das regularidades do *corpus*, a partir da ordem das temáticas. Para isso, levantamos na leitura e análise, algumas temáticas recorrentes entre os candidatos durante a campanha: **4.4.1** O discurso do confronto e do ataque: as táticas de desqualificação do outro através da rotulagem – como os candidatos se nomeiam e nomeiam o outro (adversário); **4.1.1.1** As formas de “rotulagem” do candidato ACM Neto pelos adversários; **4.1.1.2** As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários; **4.4.1.3** A polémica e a polarização na política eleitoral – como geram o confronto; **4.4.2** Sacralização da política: interferência da

religiosidade na política? - o discurso político e o discurso religioso em contradição, em disputa e em aliança; **4.4.3** As minorias sociais na pauta da política eleitoral midiaticizada: negros, mulheres (negras), LGBT+, portadores de necessidades especiais, os mais pobres; **4.4.3.1** Minorias: negros; **4.4.3.2** Minorias: mulheres; **4.4.3.3**; Minorias: LGBT+; **4.4.3.4** Minorias: os mais pobres; **4.4.3.5** Pessoas com deficiência.

4.4.1 O discurso do confronto e do ataque: as táticas de desqualificação do outro através da rotulagem

As campanhas eleitorais são percebidas como grandes cenários com “enredos permeados de conflitos ou oposições circunscritas ao tema da representação política”, conforme Barreira (1998, p. 18). As condições sócio-históricas do discurso de campanha eleitoral constituem-se geralmente pela competição dos candidatos uns com os outros, muitas vezes no confronto agressivo¹⁴⁷ e acalorado, na busca de convencimento e legitimação que os leva, concomitantemente, a também deslegitimar os demais adversários. Sabemos que a política sempre esteve ligada ao espírito do confronto, no entanto, a política do século XXI instaurou um processo de polarização política intenso, um exemplo, é como se comportam os grupos de esquerda e de direita no Brasil.

Nessa tangente, um exemplo lacunar é o ano de 2016, o qual foi marcado pelo processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. Tal contexto de divisão acirrada entre grupos políticos, dividiu a população em “um muro polarizado”, grupos favoráveis e contrários ao *impeachment*, tornando-se um dos maiores símbolos da polarização política extrapolada para as ruas de todo o país.

As campanhas eleitorais trazem sobretudo, de forma intrínseca, a dinâmica da competição e engendram discursos que enfatizam a disputa e rivalidade:

Trata-se de uma competição que carrega explicitamente o sentido do jogo e das estratégias necessárias para a obtenção de vitória. Os ritos de representação evocados nas campanhas possuem, então, a dupla tarefa de manter o princípio do jogo democrático, isto é, difundir a necessidade da representação, ao mesmo tempo que **denegar representantes concorrentes**. (BARREIRA, 1998, p. 40, grifo nosso).

¹⁴⁷ Nas pesquisas desenvolvidas sobre discurso político eleitoral na campanha presidencial, G. Chiari, V. Sargentini (2017, p. 111) empregam o termo “agressividade” para tratar dos insultos e violência verbal que permeiam a fala pública. As autoras defendem a ideia de que a agressividade é, de fato, uma construção histórica, cultural, logo, discursiva. “Tendo em vista as mutações do discurso político e as metamorfoses inevitáveis dos efeitos de agressividade que também o constituem, buscam analisar o discurso dito agressivo, assim como suas condições de emergência, em conformidade aos *médiuns*”.

A ideia de “política” apresenta-se amiúde estreitamente relacionada ao conceito de disputa, arena de confronto, de concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, visto que o discurso do confronto, da tensão, da polêmica é intrínseco ao discurso político, especialmente, ao discurso eleitoral. Podemos dizer que o campo político é um campo constituído de confrontos. É possível verificar diversos estudos nas mais variadas áreas do conhecimento que se debruçam sobre essa temática, em período eleitoral. Dizendo de outra maneira, há uma estratégia de *marketing* eleitoral utilizada nas campanhas que explora justamente essa ideia de polaridade.

No caso, da campanha municipal de Salvador de 2016, foco de nossa pesquisa, o candidato da situação, ACM Neto, é intermediado pela imagem que seus opositores atribuem a ele: uma imagem sempre negativa, através de qualificadores pejorativos e argumentos que visam difamar, em um movimento de desqualificação.

Segundo Rubim (2003), a construção da imagem pública na política sempre acontece em um campo de forças, no qual o protagonista, seus aliados e seus adversários disputam a cada instante a construção e a desconstrução da imagem pública dos entes envolvidos no jogo político. Para o autor, nas eleições, tal competição se potencializa e se acelera. Portanto, é uma prática ordinária nas eleições falar bem de si, falar mal do outro (opositor) e conferir a uma terceira pessoa a função de testemunhar suas qualidades e/ou defeitos dos seus adversários para o eleitorado. Essa é uma das estratégias principais nesse modo de “fazer política”, estabelecida pela autenticidade do dizer e a enunciação verdadeira.

Conforme Piovezani (2009, p. 251), essa tendência do ataque ao adversário nas eleições podem ser notadas nas campanhas presidenciais do final dos anos 1980, Lula *versus* Collor, “assistimos a uma multiplicação das chamadas “campanhas negativas” que se caracterizam mais pelos ataques aos adversários do que pela promoção da plataforma de um candidato: o triunfo nas eleições tende a ser, antes, a derrota do concorrente do que a vitória de uma projeto de governo.

Com o primado da internet, as redes sociais digitais tornaram-se verdadeiras arenas políticas e as campanhas eleitorais *online* apropriaram-se dessa ordem discursiva; observamos a crescente cultura da exposição dos candidatos e do processo de espetacularização da política. Em decorrência disso, vimos também uma intensificação dos confrontos e dos insultos nas redes sociais e nas circulações midiáticas em geral.

Os candidatos – Alice Portugal, Pastor Sargento Isidório e Fábio Nogueira, adversários de ACM Neto, durante toda campanha eleitoral, fortaleceram o discurso do confronto ao candidato da situação. As postagens revelam fórmulas que procuram etiquetar negativamente o

candidato-alvo a partir de supostos problemas de gestão em seu primeiro mandato e de outras questões relativas à conjuntura política brasileira, como o envolvimento com corrupção, sua suposta ligação com figuras investigadas por lavagem de dinheiro e organização criminosas como Cunha, Geddel e Temer e, também, seu apoio ao *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, considerado “golpe” pelos adversários.

Na análise do *corpus*, percebemos o predomínio do confronto e da polarização como regularidade nos discursos, de modo que os adversários buscam através de um tom de ataque desconstruir e desqualificar a imagem do outro em detrimento da elevação e destaque positivo do sua. Desse modo, podemos dizer que o jogo da polarização e do confronto se dá pela construção da imagem de si e da imagem do outro (adversário).

De acordo com Sargentini *et al* (2014)¹⁴⁸, em geral, nas campanhas eleitorais, “os candidatos se esforçam em projetar uma imagem positiva de si, mas isso nem sempre é completamente eficiente, porque ele duela com a imagem prévia que o outro tem dele, ou que um outro, em geral, seu opositor, atribui a ele” (s.p.). Dito diferentemente, os atores políticos ao mesmo tempo que produzem uma imagem de si, seja pelo verbo, pelo corpo, pela voz, pela imagem, tentam se afastar da imagem que lhe é atribuída pelo seu adversário.

Quando um candidato fala do seu adversário ele também fala de si mesmo, isto é, se ele nomeia, por exemplo, o adversário como corrupto, ele também está nomeando a si mesmo, dizendo que não o é, atribuindo a si a virtude de ser honesto. Assim, ele deslegitima seu opositor para legitimar a si próprio.

Em todo o processo de campanha, notamos nos candidatos de oposição a ACM Neto, a obsessão do discurso do confronto. O desenvolvimento dessa pesquisa nos fez constatar um dado que merece atenção, o fato de como os prefeituráveis referem-se uns aos outros.

Nas postagens, observamos a construção de uma cenografia de ataque entre os candidatos Alice Portugal, Pastor Sargento Isidório e Fábio Nogueira ao seu oponente, ACM Neto, a partir da produção de rotulagens: “o prefeito da maquiagem”, “prefeito da orla”, “empata obra”, “faraó” etc., por ser ele o candidato em busca do segundo mandato, conforme veremos a seguir.

Podemos dizer que o exercício da rotulagem¹⁴⁹ é uma recorrência cotidiana, seja de um indivíduo, de um acontecimento ou de uma entidade política. Esse processo que pode ser

¹⁴⁸ SARGENTINI, V.; SÁ, Israel de; RIBEIRO, Jocenilson, **Entrevista ao Jornal Primeira Página**, 2014.

¹⁴⁹ Conceito empregado por M. Angenot em *Retórica da qualificação e as controvérsias da rotulagem* (2019). Ao analisar os processos de rotulagem ligado à ideia de demonização, Angenot conclui que “o procedimento de rotulagem condenatória atribui *motu* próprio uma autoridade, a aparência de pelos menos uma delegação de

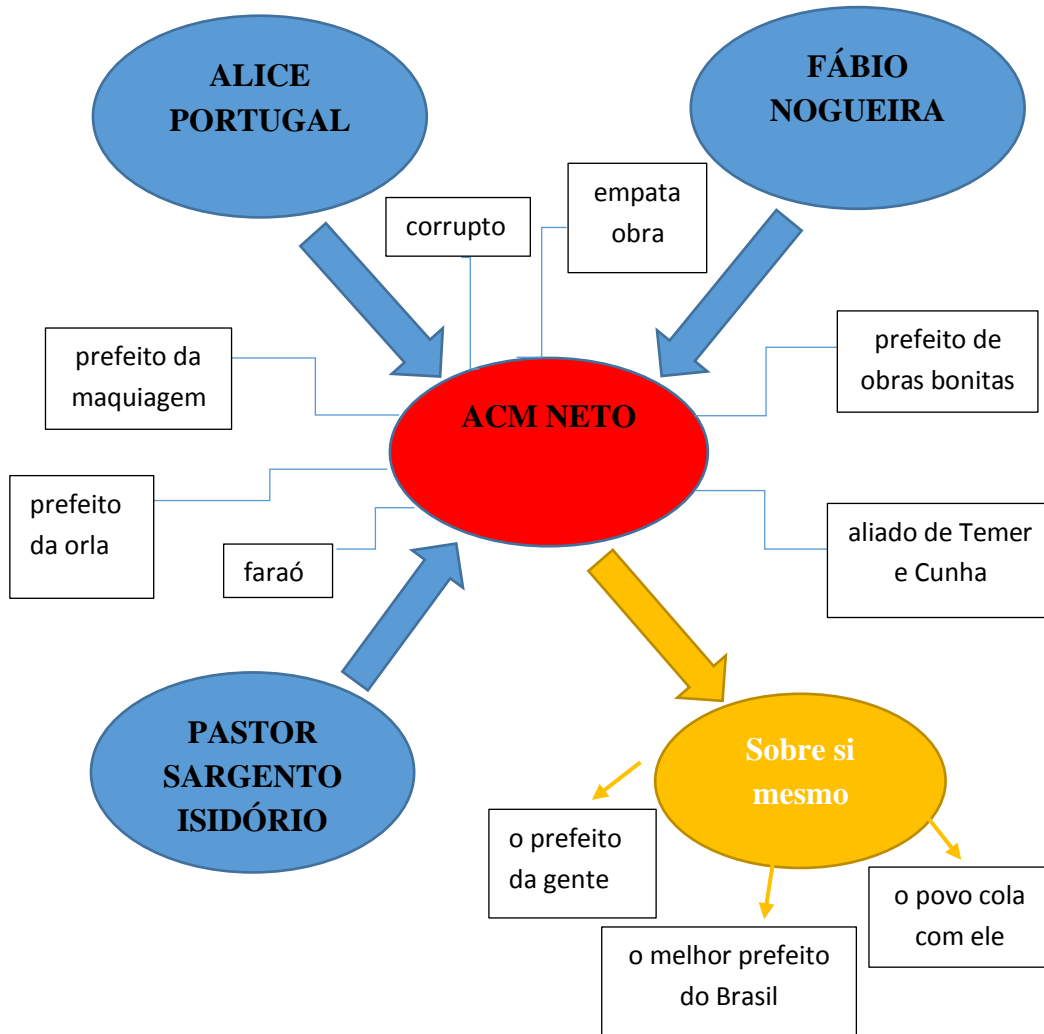
tomado como nomeação e/ou rotulagem é um movimento teórico, da passagem da linguística da língua para a linguística da enunciação¹⁵⁰, uma vez que os processos de nomeação podem ser analisados a partir da estrutura da língua, sob um viés da linguística estruturalista, em que se dedica ao estudo dos sintagmas, por exemplo; ou a partir da Linguística Textual, baseado nas categorias de nominalização, nomeação ou denominação; e, dos estudos do discurso, a partir da rotulagem, considerando os efeitos de sentido, as condições de produção do discurso, o interdiscurso.

Sob esse viés discursivo, nossa análise busca compreender esses processos de rotulagem entre os candidatos à prefeitura de Salvador, uma vez que na análise do discurso partimos da materialidade da língua para compreender o funcionamento do discurso, da ideologia e da história.

A partir do esquema abaixo, veremos como os adversários rotulam ACM Neto e como este nomeia a si mesmo:

autoridade, pelo simples fato de que ele qualifica, de maneira quase-jurídica, a pessoa executora do processo tal como um promotor, e transforma a opinião adversa em uma outra coisa que não uma “simples” opinião: um erro, um delito ou mesmo, em um vocabulário datado que guarda ainda sua importância, uma blasfêmia contra o sagrado cívico e político, alguma coisa, enfim, que se designa à indignação pública. Trata-se de categoremáticas que são, em si mesmos, uma argumentação completa, ou melhor, que permitem a economia no ato de intimidar”. (ANGENOT, 2019, p. 162).

¹⁵⁰ Entende-se por Linguística da Enunciação um domínio de conhecimento teórico que tem como principais percursores Émile Benveniste e Claudine Normand. Esse campo tem sido bastante difundido por Valdir Flores & Marlene Teixeira em *Introdução à Linguística da Enunciação* (2013).

Esquema 3: As formas verbais de rotulagem na campanha eleitoral de Salvador

Fonte: Freitas (2019)

Para Orlandi (2001, p. 9), conforme já dissemos, “formular é dar corpo aos sentidos”. O gesto de nomear, nesse sentido, para nós, é um dos modos de formular, de se interpor na relação indireta, opaca, da representação linguagem/pensamento/mundo. É interpretar. É, por isso, também, dar corpo aos sentidos. É, ainda, levando em conta o que explica Orlandi mais acima, ver que o gesto de nomear situa-se na fronteira entre o dito, o silenciado e o dizível (COSTA, 2012, p. 134).

A política da palavra (ORLANDI, 1989), a partir do funcionamento discursivo da denominação, considerando que toda “denominação circunscreve o sentido do nomeado” (ORLANDI, 1990, p. 57) e que “toda denominação, acarreta um silêncio que o fato mesmo de nomear produz. Toda fala instala espaços de silêncio e o ato de nomear recorta esses espaços, definindo-os” (ORLANDI, 1989: p. 42). Nesse viés, denominar não é um gesto aleatório, trata-se de uma interpretação no nível do simbólico (PÊCHEUX, 1969; ORLANDI, 1996).

Conforme Orlandi (2012), a materialidade da forma discursiva implica o funcionamento ideológico da palavra. Para ela: “As palavras não significam em si. Elas significam porque têm textualidade, ou seja, porque sua interpretação deriva de um discurso que as sustenta, que as provê de realidade significativa” (idem, 2012, p. 86).

Além disso, podemos compreender a “rotulagem” no quadro da retórica argumentativa da qualificação, por exemplo, a partir dos estudos do discurso social empreendidos por Marc Angenot (2019), conforme já dissemos. Em francês, esse processo chama-se *étiquetage*.

Na esfera política é uma *praxe* nomear/qualificar a si mesmo e seus adversários, porque numa campanha eleitoral as rotulações funcionam discursivamente em si mesmas, como uma argumentação completa, permitindo a economia no ato de qualificar e julgar. Além disso, a rotulagem funciona para compor um quadro de embate ideológico, como vemos atualmente rotulagens pejorativas como “fascista”, “homofóbico”, “machista” etc. Ao qualificar alguém de “fascista”, qualifica-se a si mesmo de anti-fascista. A essa retórica da qualificação¹⁵¹, conforme definido por Angenot (2019), põe fim aos debates e discussões, amplia os conflitos e a espetacularização política:

A rotulagem acusadora e “demonizadora” está em progresso em nossos dias à medida que o reino das mídias “quentes” e dos *soundbites* (aforizações) favorece o ultrajante e desencoraja a rara e espetacular discussão serena e ponderada. A lista de base dos “rótulos” se desenha facilmente: “fascista”, “racista”, as mais antigas, às quais se juntaram sucessivamente “sexista”, “homofóbico”, “islamofóbico”. (ANGENOT, 2019, p. 162).

Esses tipos de rotulagem acusadora e “demonizadora” foram bastante recorrentes no pleito nacional de 2018 e instigaram a polarização entres os candidatos à presidência, Jair Bolsonaro *versus* Fernando Haddad e entre os eleitores ditos *petistas* e *bolsonaristas*. Os eleitores aderiram ao discurso polarizado nas redes sociais e usavam das rotulagens como instrumento para atacar o candidato opositor. De um lado, os eleitores de Bolsonaro etiquetavam Haddad de “comunista”, “esquerdopata”, “petralha”, de outro, os eleitores de Haddad etiquetavam Bolsonaro de “fascista”, “homofóbico”, “machista”, conforme veremos nos enunciados a seguir:

¹⁵¹ ANGENOT, Marc. La rhétorique de la qualification et les controverses d’*étiquetage*. In: *Argumentation et Analyse du Discours*, n. 13, 2014.

Fig. 37: Formas de rotulagem dos candidatos Haddad e Bolsonaro nas eleições 2018



Cada expressão verbal tem uma memória do dizível, uma historicidade. Cada qualificador funciona no percurso dos sentidos como um vetor ideológico.

Observamos que todos os candidatos qualificam o candidato ACM Neto de “prefeito da maquiagem”, “faraó”, “prefeito da orla”. Essas nomeações possuem um campo semântico que coadunam com a ideia de prefeito que apenas faz obras para mostrar trabalho, além de servir aos interesses das elites. Esse discurso instaura uma memória ligada à formação familiar do candidato ACM Neto, já que este pertence a uma das famílias mais tradicionais e abonadas de Salvador.

Assim, a metáfora da “maquiagem” é operada discursivamente por todos os opositores de ACM Neto. Contrariamente ao que dizem dele, ACM Neto, inscreve-se no discurso de líder que serve os menos favorecidos economicamente, além de nomear-se “o melhor prefeito do Brasil”.

4.4.1.1 As formas de “rotulagem” do candidato ACM Neto pelos adversários

Seq. Enunciativa 21: Posts da candidata Alice Portugal sobre o adversário ACM Neto



Nas postagens da candidata Alice Portugal, são apresentados dois quadros ilustrativos-comparativos (enunciados 1 e 2), através do encadeamento lógico-argumentativo, pondo em cena as qualidades dela própria e as do seu adversário. De um lado, o sujeito atribui certas características a si mesmo, em um processo de constituição do *ethos* dito: mulher, coração de mãe, guerreira, luta pela igualdade, é da gente, vai lutar por toda Salvador, história ao lado do povo trabalhador, ficha limpa, “tá” com Dilma, contra o golpe, “tá” com Rui, ajudou a escrever a lei Maria da Penha, criou o piso salarial dos professores. Ela conclui dizendo “temos

convicções e provas de que Alice é a prefeita que vai cuidar de nossa gente”. De outro, ela desqualifica o adversário político ACM Neto: prefeito da maquiagem, prefeito da orla, empata obra, bota placa na obra do governo, aliado de Temer, aliado de Geddel, aliado do PMDB de Cunha, apoiou o *impeachment* sem prova, citado na planilha da Odebrecht, maior aumento de salário, dobrou o patrimônio, capital do desemprego, mais de 100 mil crianças fora das creches, capital que menos investe em saúde. Desse modo, *ethos* dito e mostrado, interagem e geram então o *eu sou isso, não sou aquilo e o outro é aquilo e não é isso*.

Todavia, de acordo com Piovezani (2009), em suas inquirições acerca dos efeitos de verdade nas novas formas do discurso político:

As autopromoções de sinceridade e certeza inscritas nos enunciados talvez persuadam menos do que a construção de um texto que apresente propriedades que o façam parecer autêntico e verídico, sem que ele próprio se anuncie como tal. Além das autoatribuições de franqueza, é preciso, portanto, fazer com que o texto pareça ser verdadeiro e que o ato de enunciação se manifeste como autêntico. (PIOVEZANI, 2009, p. 281).

A candidata Alice Portugal, por sua vez, introduz essa postagem informando aos eleitores: “Trago verdades, com prova e muita convicção”, indicando *links* em sua postagem para que todos tenham acesso às informações. Com isso, a candidata traz para a cena o efeito de verdade (a partir dos *ethé* de credibilidade, legitimidade e honestidade), enquanto tenta afastar tudo aquilo que não é dessa ordem de sentidos, pois “um dos traços que caracteriza o discurso político é a busca incessante pela credibilidade e pela legitimidade” (PIOVEZANI, 2009, p. 279).

Nos enunciados 3 e 4, em tom de acusação e denúncia, Alice expõe imagens de uma Salvador sem maquiagem, de obras mal-acabadas e enuncia verbo-visualmente: “Salvador sem maquiagem”; “Ladeira do Cacau, mais uma obra da maquiagem”. Ademais, instaura a polêmica¹⁵² a partir de perguntas retóricas: “A cidade da felicidade não chegou pra você? Por que onde eu moro a vida é tão diferente?”. Evidenciamos a produção de um discurso combativo e polêmico que emergem tanto da formulação verbal quanto da imagética.

Nos enunciados 5 e 6, através da verbo-visualidade, o enunciado é posto em oposição, de um lado, em que está ao lado da presidente Dilma e, de outro, ACM Neto ao lado de Cunha e de Temer. O enquadramento da imagem põe em cena a dicotomização: “E você, de que lado está?”; “Se tivesse que escolher um desses lados, qual você escolheria?”. O enunciador propõe

¹⁵² Alguns importantes trabalhos têm surgido para tratar da *polêmica* e de suas possibilidades de análise, a exemplo de Marc Angenot, em seu *La parole pamphlétaire* (1982) e *Dialogues de sourds* (2008); Dominique Maingueneau em *Sémantique de la polémique* (1983) e *Apologie de la polémique* de Ruth Amossy (2014).

aos seus eleitores que decidam de que lado eles estão, instaurando assim, o jogo de polarização: *cabe a você decidir!*

É possível notar que a tonalidade das imagens se diferencia. Quando se trata da imagem do candidato ACM Neto, há o predomínio do preto e branco, da sombra; já nas imagens da candidata Alice Portugal, as cores são reavivadas. Esse jogo de cor e sombra constrói efeitos de verdade e, também, pode ser compreendido como espécie de apagamento da imagem de seu oponente.

A imagem do candidato ACM Neto nas postagens da candidata Alice Portugal é apresentada com a face cabisbaixa, o olhar e expressão descontente e com semblante preocupado. Pode-se assim dizer que a diagramação que se projeta representa dispositivos de produção da verdade que impõem um modo ou modos de ler o enunciado. Assim, o enquadramento da imagem (fotografia), o ângulo em que é captada, o jogo de cores e sombras, a proximidade ou o distanciamento, criam efeitos diferenciados, cujas consequências recaem na recepção dessas imagens que, por sua vez, produzem efeitos de sentidos, sobretudo, em domínios nos quais as implicações ideológicas de determinadas cores e de determinadas formas acionam uma memória.

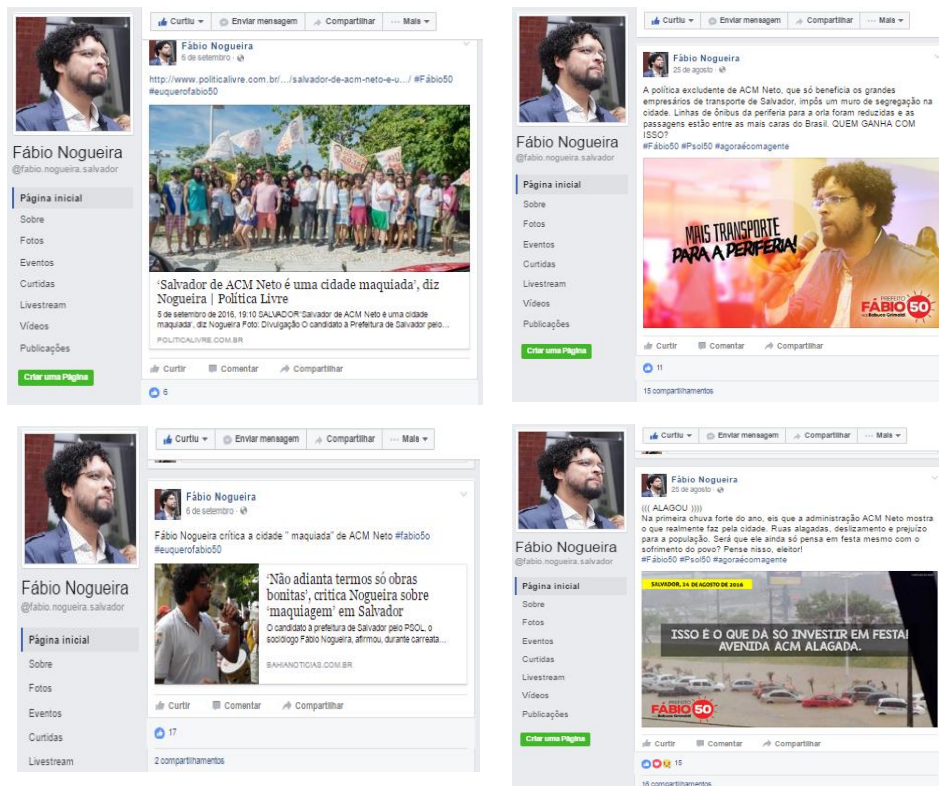
Quadro 3: As rotulagens: Alice sobre si mesma e sobre ACM Neto

Sobre ACM Neto	Sobre si mesma	Sobre os demais adversários
Prefeito da maquiagem; Prefeito da orla; Empata obra; Dobrou o patrimônio; Maior aumento de salário; Citado na planilha Odebrecht; Bota placa na obra do governo; Aliado de Temer; Aliado de Geddel; Aliado do PMDB de Cunha; Apoiou o impeachment sem prova; Capital que menos investe em saúde; Capital do desemprego; Mais de cem mil crianças fora das creches; Fecha os olhos para o desemprego e coloca a culpa na crise;	Mulher; Coração de mãe; Guerreira; Ficha limpa; É da gente; Vai lutar por toda Salvador; Luta pela igualdade; contra o Golpe; “Tá” com Dilma; “Tá” com Lula; “Tá” com Rui; Ajudou a escrever a lei Maria da Penha; História ao lado do povo trabalhador; Criou o piso salarial dos professores; Defende a democracia; Vai cuidar da nossa gente; tem orgulho de estar ao lado de Dilma; Lutou conta o golpe e apoia Dilma.	Ø

Esconde que é aliado de Temer e que apoiou o impeachment.

Fonte: Freitas (2019)

Seq. Enunciativa 22: Posts do candidato Fábio Nogueira sobre o adversário ACM Neto



O candidato Fábio Nogueira, por sua vez, parte de uma afirmativa: “a Salvador de ACM Neto é uma cidade maquiada”; “durante debate da TV Aratu questioneei o aumento exorbitante do patrimônio de ACM Neto e a ‘política de maquiagem’ adotada por ele na cidade de Salvador”. Verificamos na formulação linguística do candidato uma postura combativa. O emprego das expressões “política da maquiagem”, “cidade maquiada”, ressoa repetidas vezes em seu discurso. O emprego do léxico “maquiagem”, a forma coloquial de “maquilagem”, deve-se ao fato de que esse termo consiste no efeito de disfarçar algo, encobrir alguma coisa para causar boa aparência, enfeitar, pois de acordo com o candidato do PSOL, ACM Neto faz obras apenas para maquiar as mazelas da cidade de Salvador, sem se importar com as reais necessidades de seu povo.

Quadro 4: As rotulagens: Fábio Nogueira sobre si mesmo e sobre ACM Neto

Sobre ACM Neto	Sobre si mesmo	Sobre os demais adversários
<p>Política excludente; impôs um muro de segregação na cidade; Cidade maquiada; Só beneficia os grandes empresários de transporte de Salvador; Prefeito de obra bonitas; Ele só pensa em festa mesmo; Aumentou o patrimônio; Satisfaz as elites.</p>	<p>Defende a diversidade religiosa; Tem a cara de sua gente; Dialoga com os diversos movimentos sociais, com o povo de santo e a periferia.</p>	<p>∅</p>

Fonte: Freitas (2019)

Seq. Enunciativa 23: Posts do candidato PSI sobre o adversário ACM Neto

No enunciado “o povo não quer a perseguição do Faraó, o povo quer alegria e paz”, o pastor sargento Isidório aciona o interdiscurso através de uma personagem bíblica, extraída do Êxodo, livro do Antigo Testamento. Sabe-se que o Faraó foi um governante que reinou no Egito antigo. Porém não há provas documentais ou arqueológicas de que ele perseguiu escravos hebreus que fugiram do Egito como conta a narrativa bíblica. A história conta que o Faraó cobrava taxas aos camponeses e escravos. A associação da imagem de ACM Neto a de Faraó

se dá, nesse interdiscurso, pelos altos impostos cobrados pelo prefeito de Salvador, ACM Neto, à população; a exemplo disso, a elevação de taxas cobradas aos ambulantes, o aumento do IPTU, a cobrança exagerada de multas aos motoristas etc. Assim, para seu adversário, ACM Neto é visto como aquele que “persegue” os mais pobres com a cobrança exagerada de tributos.

Além disso, ele usa em outro *post* o hashtag *#chegademaquiagem*, para denunciar uma obra malsucedida do prefeito ACM Neto na Lapa, bairro de Salvador. Podemos inferir que as obras realizadas pela prefeitura servem mais de enfeite, uma vez que não funcionam como deveria. Uma outra leitura que podemos fazer é resgatar historicamente a representação simbólica do Faraó, um monarca que explorava seu povo para construir grandes monumentos para embelezar a cidade. Assim, surge a expressão “obras faraônicas” que diz respeito a obras construídas com dinheiro público por políticos que fazem isso para se auto promover.

Quadro 5: As rotulagens: PSI sobre si mesmo e sobre ACM Neto

Sobre ACM Neto	Sobre si mesmo	Sobre os demais adversários
Prefeito da maquiagem; Faraó; Persegue o povo;	Doido por Salvador; Minha pele é a pele de Salvador; Eu falo a linguagem da rua, do meu povo mais humilde.	∅

Fonte: Freitas (2019)

4.4.1.2 As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários

Fig. 38: As formas de rotulagem de ACM Neto sobre si mesmo



ACM Neto constrói sua própria qualificação através das linguagens verbal e imagética (na qual destaca seu rosto de perfil como logomarca) como um prefeito querido e desejado pela população #OPrefeitoMaisQuerido; #OmelhorPrefeitodoBrasil. Não é interesse para o candidato da situação, nesse caso, entrar em determinados embates e responder a ataques dos adversários, uma vez que ele é o candidato da situação e tem sido bem avaliado nas pesquisas de intenção de votos, em que surge como favorito, conforme a pesquisa ibope¹⁵³ abaixo:

Fig. 39: Pesquisa de intenção de voto - 1º turno



Fonte: Pesquisa IBOPE/g1.globo.com/bahia/eleicoes/2016

Em matéria de política, responder a insultos e provocações é dar visibilidade a seu opositor. Por isso, vimos que o candidato ACM Neto se absteve de entrar em discussão com seus opositores. Ele faz uso do espaço virtual de campanha para construção do *ethos* de prefeito trabalhador, que ama sua cidade e é querido pelo seu povo. Sua campanha eleitoral se inscreve via discurso da continuidade e da baianidade.

Há uma formulação recorrente nas postagens do candidato, o emprego de expressões que destacam a continuidade: “Você se lembra como Salvador estava há quatro anos? Melhor do que ver que nossa cidade mudou é ter a certeza de que ela **vai continuar mudando!**”. O vídeo traz à memória, imagens de uma Salvador suja, destruída, antes do seu governo. Ele utiliza a imagem preto e branca que instaura discursivamente uma memória antiga para dizer que a cidade melhorou sob sua administração e por isso merece dar continuidade ao seu trabalho.

¹⁵³ Pesquisa IBOPE ouviu 805 eleitores soteropolitanos entre os dias 15 e 18 de setembro. A margem de erro é de três pontos percentuais, para mais ou para menos. O nível de confiança é de 95%, o que quer dizer que, se levarmos em conta a margem de erro de três pontos, a probabilidade de o resultado retratar a realidade é de 95%. A pesquisa foi registrada no Tribunal Regional Eleitoral da Bahia (TRE-BA) sob o número 02809/2016. Fonte: <http://g1.globo.com/bahia/eleicoes/2016/noticia/2016/09/acm-neto-tem-69-e-alice-12-em-salvador-diz-ibope.html>

Na postagem seguinte, a partir de uma narrativa em primeira pessoa, ACM Neto destaca seu desejo de continuidade na prefeitura de Salvador: “Há quatro anos, Salvador era outra. Como é bom chegar até aqui e ver que a cidade está muito melhor para se viver. Que alegria ver o brilho nos olhos e o sorriso de orgulho estampado no rosto das pessoas. Para mim, essa é a maior prova de que todo o esforço valeu à pena e é o principal motivo que **me fez querer continuar...**Tenho certeza que juntos **vamos fazer muito mais!**”. Na fotografia, a cena explora a intimidade do candidato com seu povo, soltando beijo para as pessoas como expressão de agradecimento. Em destaque, o *slogan* “o prefeito da gente”.

Fig. 40: ACM Neto e o discurso da continuidade



O repertório discursivo de baianidade se sustenta em toda campanha, em seus vídeos, imagens e cartazes em que candidato reforça seu amor por Salvador e pela Bahia. Como nos vídeos 1 e 2, o candidato fala a seus eleitores com tom seguro, linguagem fluente, com sorriso no rosto, expressando esperança e emoção. Como plano de fundo do vídeo, surge uma comunidade de Salvador e o candidato em destaque na cena enunciativa. No momento em que o candidato enuncia, as palavras “Amor por Salvador” saltam do vídeo. E ACM Neto encerra sua fala acionando o *pathos*: “O amor por Salvador nos trouxe até aqui e esse amor por Salvador que vai nos levar ainda mais longe”. No vídeo 2, ACM Neto deixa uma mensagem para seus eleitores no último programa antes das eleições: “Quero deixar uma mensagem especial para você que acreditou na mudança e que hoje bate no peito com orgulho para dizer: ‘eu sou de Salvador!’”.

Fig. 41: ACM Neto e o discurso do "Amor por Salvador"



Fig. 42: ACM Neto e o orgulho de ser soteropolitano “Eu sou de Salvador”



Essa continuidade do discurso da baianidade é herança da política de seu avô, Antônio Carlos Magalhães, cujo lema enfatizava um *orgulho de ser baiano*, bastante representativo da política carlista. A baianidade inscreve-se discursivamente como um recurso de projeção de imagem que tem finalidades, sobretudo em termos políticos. Segundo Sampaio (2010, p. 59):

A baianidade se associa, assim, diretamente com o campo político e os critérios que determinam os elementos que a compõem não são de motivação apenas estética, mas decorrentes também da mobilização de forças políticas e da articulação de jogos de poder inseridos em estratégias viabilizadas por instâncias de natureza ideológica e por práticas discursivas. (SAMPAIO, 2010, p. 59).

A campanha eleitoral de ACM Neto explorou intensamente a imagem do político populista e carismático, ligado ao povo mais carente. Preferiu as ruas, fugiu a alguns debates, esquivou-se de temas polêmicos, resistiu ao enfrentamento, não respondeu diretamente as acusações envolvendo seu nome pelos candidatos, apenas defendeu-se a partir de argumentos

que mostram os feitos realizados pela prefeitura de Salvador no seu primeiro mandato, como no cartaz que apresenta programas realizados e no vídeo em que é narrado as promessas cumpridas pelo seu governo no pleito de 2012: “Fiz novas escolas, nova orla, multicentros, bilhete único, novas creches, nova iluminação...e fui ainda mais longe, fiz até o que não prometi”. Já em outro cartaz, ele enuncia “25 motivos para votar no 25”, no qual ele elenca vinte e cinco programas, projetos e obras realizadas.

Fig. 43: Listas de promessas e motivos para votar em ACM Neto



Quadro 6: As rotulagens: ACM Neto sobre si mesmo e sobre seus adversários

Sobre si mesmo	Sobre seus adversários
<p>O melhor prefeito do Brasil; O prefeito da gente; Amo Salvador; Eu sou de Salvador;</p>	<p>Nossos adversários tentaram reescrever a história de Salvador e passar uma borracha no que fizemos. Esqueceram como Salvador estava em 2012; O que a gente construiu junto não há nada e nem ninguém que possa desfazer; Falar é fácil, quero ver é fazer; Eu quero ver fazer o que ele fez.</p>

Fonte: Freitas (2019)

Seq. Enunciativa 24: Posts de ACM Neto: resposta aos ataques dos adversários



ACM Neto tenta responder aos ataques de seus adversários sem contra-atacá-los, ele se silencia sobre os outros mas fala de si, o que é coerente para quem está na situação e é favorito. Em suas postagens ele apenas desmente as ofensas e se defende das críticas: “Nossos adversários tentaram reescrever a história de Salvador e passar uma borracha no que fizemos. Esqueceram como Salvador estava em 2012”; “a mudança está aí para quem quer ver, só não vê quem não quer”; “o que a gente construiu juntos não há nada nem ninguém que possa desfazer”; “falar é fácil, quero ver fazer”; “eu quero ver fazer o que ele fez”. Os enunciados verbais constroem uma narrativa de um governo produtivo e eficiente que não poderá ser apagado e/ou esquecido pelos adversários. Podemos perceber também o enunciado se constituir a partir de uma memória “esqueceram como Salvador estava em 2012”, que pretende recuperar a ideia de uma Salvador abandonada na gestão anterior. Além disso, ao empregar o termo “nossos adversários” ele apaga a heterogeneidade, colocando todos os candidatos num bloco homogêneo, não os cita separadamente.

No enunciado em cartaz “25 NELES!” pode ser analisado a partir da anáfora indireta, pois trata-se de uma configuração discursiva em que se tem um anafórico sem antecedente literal explícito, que pode ser processado a partir das condições sócio-históricas, ideológicas e, sobretudo, do conhecimento compartilhado, um pré-construído, um já-dito, como diria M. Pêcheux, reatualizado no avivamento da memória. Desse modo, a questão posta é: “Neles” quem? O sentido é construído discursivamente: o “neles” refere-se aos candidatos opositores?

A fotografia com o busto do candidato revela um rosto com feições de alegria e contentamento diante no púlpito em debate da TV Bahia, com vistas a produzir efeitos de político carismático e simpático. As postagens articulam diversas linguagens, como o meme, o vídeo, a fotografia, o cartaz, com vistas a alcançar o êxito em seu discurso de campanha, reforçando efeitos de um bom gestor e líder eficiente como resposta às críticas dos candidatos opositores. Para Charaudeau (2008, p. 126) “em relação antagônica ao campo semântico do homem honesto, aquele que é alvo de mentiras deve defender-se, trazendo para a cena o discurso de justificação pela negação”: “o que a gente construiu juntos não há nada nem ninguém que possa desfazer”; “a mudança está aí para quem quer ver, só não vê quem não quer”.

4.4.1.3 A polarização e a polêmica na política eleitoral

É muito comum verificar que alguns candidatos ao construir seu *ethos* nas redes, usam do artifício da polêmica e da polarização para desconstruir, difamar, caluniar a imagem do adversário. De acordo com Charaudeau (2008, p. 93), “o sujeito político que combate um adversário deve rejeitar os valores opostos aos preconizados por este”. Já Amossy (2008) coloca a polêmica enquanto modalidade argumentativa e elemento de vitalidade das sociedades, no qual o conflito é inevitável, recorrente e constitutivo dos processos sociopolíticos. Assim, através da teoria da argumentação do discurso, Amossy propõe as modalidades argumentativas, e destaca dentre elas a modalidade polêmica como aquela que se manifesta nas situações discursivas como nos panfletos, nos debates midiáticos, sob a forma de uma troca fundada na confrontação violenta.

A polêmica é marcada, portanto, por “uma oposição de discursos. O antagonismo das opiniões dadas a ver no seio de uma confrontação é a condição *sine qua non*” (AMOSSY, 2014, p. 51). Nesse sentido, o discurso polêmico, ancorando-se no conflitual, faz emergir três movimentos específicos: o da dicotomização, o da polarização e o da desqualificação do outro. Como assevera a autora: “a polêmica, que trata de questões de interesse público, é uma gestão

verbal do conflitual caracterizada por uma tendência para a dicotomização que torna problemática a procura do acordo” (idem, p. 58). Além do mais, quando se trata de espaço público no qual os discursos circulam, a polémica é encenada – e espetacularizada – pelos *media*. A polémica é, com efeito um “acontecimento mediático” (idem, p. 81).

A campanha foi permeada pelo tom beligerante e agressivo (o registro da violência verbal), temperado pela ironia e sarcasmo dos opositores. Assim, ao construir seu *ethos*, o candidato ao mesmo tempo diz eu sou isso e não sou aquilo, promovendo o discurso polêmico, através da polarização, por exemplo, as acusações da candidata Alice Portugal dirigidas ao seu adversário, ACM Neto, sobre o suposto apoio ao presidente Temer e às associações a Geddel e a Cunha (envolvidos em corrupção). Assim quando o enunciador diz sou isso e não aquilo, ela também instaura, através do não-dito, o que o candidato adversário é e não é.

Vê-se, então, que a fala polêmica preenche sua vocação que consiste em atacar e desacreditar o oponente. Nota-se, dessa forma, que nas campanhas políticas eleitorais as polarizações e polémicas são predominantes no processo. Conforme Maingueneau, “poderíamos dizer que a polémica é necessária porque, sem essa relação com o Outro, sem essa falta que torna possível sua própria completude, a identidade do discurso correria o risco de se desfazer” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 113).

Desde a Retórica aristotélica, há essa preocupação com a imagem que o orador produz de si em seu discurso. A construção dessa imagem de si se dá não só pelo o que o orador verbaliza, mas também pelo tom que emprega e a voz que dá corpo a esse dizer. Nas campanhas eleitorais, o candidato se esforça em projetar uma imagem positiva de si, mas isso nem sempre é completamente eficiente, porque ele duela com a imagem prévia que o outro tem dele, ou que um outro, em geral seu opositor, atribuiu a ele (SARGENTINI, 2014).

As redes sociais promoveram a expansão da polarização nas campanhas políticas, como vistas nas últimas campanhas presidenciais dos EUA e do Brasil. De fato, as redes sociais têm um enorme potencial para fomentar o debate público, permitindo a participação massiva e direta da população. Esse potencial de massificação, porém, tem sido acompanhado pela polarização do debate político, que é reforçada pela própria maneira como acessamos informações e notícias na plataforma.

Um exemplo significativo pode ser extraído das pesquisas nas manifestações políticas de 2015 e 2016. Uma pesquisa de opinião indicou que a maioria das pessoas que participou da manifestação pelo *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff dividia-se em dois polos discursivos: “tchau, querida”, “fica querida”; manifestações e expressões polarizadas que tomaram conta das redes sociais e das ruas do país. A polarização do debate político faz com

que os lados criem caricaturas uns dos outros por trás das denominações pejorativas, como vimos os protestos entre “coxinhas” e “mortadelas”, isso gera uma visão preconcebida e simplória sobre o lado ideologicamente oposto¹⁵⁴. Toda essa cena mobiliza uma cenografia do combate.

4.4.2 Sacralização da política: interferência da religiosidade na política?

O Brasil é oficialmente um Estado laico, posto que a Constituição Brasileira e outras legislações preveem a liberdade de crença religiosa aos cidadãos, além de proteção e respeito às manifestações religiosas. No artigo 5º da Constituição Brasileira de 1988 está escrito: “VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;”. Contudo, a laicidade do Estado pressupõe a não intervenção da Igreja no Estado, isto é, o poder do Estado é oficialmente imparcial em relação às questões religiosas, não apoiando nem se opondo a nenhuma religião.

De acordo com o historiador Freitas Neto (2017), estudioso da cultura e política na América Latina (séculos XIX e XX), “apenas uma visão ingênua ou excessivamente laicizada refutaria o modo entrelaçado com que religiosidade e política se misturam”. Dito isso,

desde o século XVI, para não retroagirmos tanto, são muitos os exemplos de uma relação imbricada entre crenças e posicionamentos políticos. A história das liberdades religiosas e políticas, aspectos necessários e fundantes de uma série de direitos, é marcada por conflitos e conciliações. [...] A separação entre Igreja e Estado, formalmente estabelecida, fez-se na esteira das liberdades religiosas e na defesa da liberdade de culto. Nas democracias representativas o princípio de reconhecimento de todas as crenças e religiões assegurou um campo de atuação nos quais as religiões podem ingerir em questões civis ou políticas. O Estado, exceto naqueles em que não há liberdade religiosa, é pouco laico e vive sob as frequentes ameaças de forças político-religiosas. (FREITAS NETO, 2017, n.p).¹⁵⁵

Conforme já mencionado, o Estado brasileiro é considerado um Estado laico, contudo, em sua formação ele é histórica e culturalmente um estado religioso, assim como a religião sempre foi determinante na política brasileira. Tendo em vista que as religiões católica e evangélica abrangem o somatório de 87%¹⁵⁶ da crença da população brasileira, podemos,

¹⁵⁴ O site da fundação FHC apresenta uma reflexão sobre esse fenômeno da polarização política nas redes sociais. Fonte: <https://medium.com/funda%C3%A7%C3%A3o-fhc/a-polariza%C3%A7%C3%A3o-pol%C3%ADtica-e-como-ela-ocorre-nas-redes-sociais-4ae04a90883f>

¹⁵⁵ Disponível em: < <https://www.unicamp.br/unicamp/index.php/ju/artigos/jose-alves-de-freitas-neto/coisas-que-se-misturam-religiao-e-politica> > Acesso em: mar. 2018.

¹⁵⁶ Segundo o CENSO do IBGE de 2010. Disponível em < <https://top10mais.org/top-10-maiores-religioes-dobrasil-censo-2010/> >. Acesso em nov/2018.

talvez, inferir que este seja um país de fé e, por isso, a relevância na representatividade de um homem de fé estaria no imaginário social coletivo.

A ascensão da religiosidade nas últimas décadas tem mobilizado ampla atenção de pesquisadores para a interface entre religião e política, sobretudo, no campo das Ciências Políticas. No Brasil, esse fenômeno tem contornos e variações singulares, haja vista a crescente inserção de grupos religiosos cristãos na política institucional. A associação da política à esfera religiosa, inicialmente deu-se com a predominância da religião católica e, nas últimas décadas, houve uma crescente influência das igrejas evangélicas pentecostais e neopentecostais. De acordo com SILVA (2017, p. 64-65), a igreja católica influenciou a elaboração da Constituição de 1933, através da Liga Eleitoral Católica, bem como sua estreita relação com o Governo Vargas e seu apoio ao golpe militar de 1964. Além disso, o Teologia da Libertação (TL) e as Comunidades Eclesiais de Base (CEBS) influenciaram no relacionamento da Igreja com a política e as elites nacionais. Por outro lado, a crescente mobilização política dos (neo) pentecostais, como reação a essa disputa religiosa, social e política com outros setores como os partidos de esquerda, a igreja católica e a mídia. A emergência de atores políticos das pentecostais e neopentecostais na Assembleia Constituinte – responsáveis pela elaboração da Constituição brasileira de 1988 –, e a consequente consolidação destes grupos no ambiente legislativo mediante formação de uma das principais bancadas parlamentares do Congresso brasileiro, vem sendo decisivas nos resultados dos últimos pleitos eleitorais.

No Brasil, especialmente desde o final da década de 1980, tem-se desenvolvido um conjunto consistente de estudos a respeito das relações entre os cristãos evangélicos e a política. Algumas referências a serem lembradas são os estudos de Freston (1993), Pierucci (1996), Mariano (1999), Fonseca (2002), Oro (2003), Baptista (2009) que se debruçaram sobre o domínio e influência evangélica na política nacional, especialmente protagonizada por vertentes pentecostais e neopentecostais.

Configurou-se, assim, uma nova força não só política, mas sociocultural, a partir do crescimento intenso dos evangélicos, que buscaram ocupar espaços na esfera pública, com atenção aos grupos pentecostais, com aquisição de mídias e projetos políticos muito claros – caso da Igreja Universal do Reino de Deus e da Assembleia de Deus. De acordo com a cientista política, Maria Teresa Micelli Kerbauy (2012), “as igrejas evangélicas, além de grupo religioso, constituíram uma força política, vide a bancada no Congresso”.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Disponível em: <

https://www.bbc.com/portuguese/celular/noticias/2012/10/121004_religiao_eleicoes_jp.shtml> Acesso em: out 2017.

O crescimento dos pentecostais no Brasil é um fenômeno político-religioso sem precedentes. Conforme os Censos Demográficos do IBGE, os evangélicos perfaziam apenas 2,6% da população brasileira, na década de 1940, avançaram para 15,4%, em 2000, ano em que somavam 26.184.941 de pessoas. O poder político das religiões no Brasil sempre foi determinante e, nos últimos pleitos, é possível notar a consolidação e o fortalecimento da bancada evangélica acompanhada do crescimento da comunidade protestante no país, quando se percebe o número crescente de deputados e senadores. Desde os anos 1990 até os dias atuais, o número de deputados federais e senadores evangélicos mais que triplicou – saltou de 23 em 1990 para 73 em 2010.

No Brasil, podemos notar os não-limites da relação da religião com a política, como por exemplo a realização de atos religiosos em ambiente repartições públicas, ferindo a Constituição Federal, conforme o Art. 19. “É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes, relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público”. Conforme veremos nas figuras ilustrativas de políticos brasileiros evangélicos:

Fig. 44: Eduardo Cunha conduz culto evangélico na Câmara dos deputados (2015)



Fonte: *ver istaforum.com.br*

Fig. 45: PSI na Câmara dos Deputados: Deputado Estadual (2010, 2014) e Federal (2018) da Bahia



Fonte: *congressoemfoco.uol.com.br*

Em seu estudo sobre a sacralização da política, o linguista José Luiz Fiorin (2013) acredita que, quando as relações entre esses dois campos – político e religioso – são muito estreitadas, que o discurso político toma do campo religioso conceitos ou características. “Transporta-se, por exemplo, a divindade do campo religioso para o político, como fonte de legitimidade do poder político”. (FIORIN, 2013, p. 29).

Desse modo, a sacralização implica “o processo de inserção de marcas do discurso religioso no discurso político”:

[...] o discurso “revolucionário” é, sem dúvida alguma um discurso político, pois ele apresenta as características elencadas para classificar esse tipo de discurso. Entretanto, em alguns pontos, apresenta características do discurso religioso [...] O estado começa por adquirir características atribuídas a Deus: onipotente, onisciente, dotado de um querer anteriormente inscrito na realidade, eterno e perfeitíssimo. Como se identificam governo e Estado, o enunciador é o destinatário, como nos discursos religiosos, e não destinatário, como nos discursos políticos. (FIORIN, 2013, p.145, grifo do autor).

Em suas reflexões sobre a sacralização da política, Fiorin advoga que o discurso político se pretende verdadeiro, mas sua verdade não tem alcance universal, diferente do discurso religioso. “A verdade do discurso religioso deriva do fato de que ele é proferido por essa instância transcendente (por exemplo, no cristianismo, está codificado pela Bíblia; na religião muçulmana, no Corão)”. (FIORIN, 2013, p. 25).

Ademais, para Lenharo (1986), é preciso considerar também a fácil penetração e a eficiência política da instrumentalização do mito em um terreno cultural preparado pelo uso das imagens, dos símbolos, das comparações – ensinamentos por meio de parábolas evangélicas, da fala figurativa, que o cristianismo e o catolicismo, em particular, costumam propagar.

As relações entre religião e política são cada vez mais estreitadas na sociedade brasileira. A representatividade religiosa do sujeito político é, por vezes, fator decisivo nas eleições. Um caso emblemático sobre essa questão foi o pleito eleitoral para prefeitura de São Paulo de 1985, disputada entre Fernando Henrique Cardoso e Jânio Quadros. Durante o último debate televisivo, FCH foi questionado sobre sua crença em Deus e o mesmo assumiu-se ateu. Muitos estudiosos da ciência política atribuíram seu insucesso nas eleições devido a esse posicionamento.

Um outro acontecimento que sinalizou a forte presença do discurso religioso no debate político nacional está ligado à candidata do PT, Dilma Rousseff, na campanha eleitoral presidencial de 2010. Envolvida em polêmicas em torno da discussão da legalização do aborto, foi alvo de críticas, ataques e insultos por parte de seus adversários e por parte de uma parcela

dos eleitores brasileiros mais conservadores e por grupos evangélicos. Para minimizar os impactos das críticas, a candidata publica uma carta “Carta ao povo de Deus” em que se dizia contra o aborto, entendendo que o tema deveria ser discutido no Congresso.

Podemos inferir que o político se associa a entidade sacralizada para tornar-se mais crível como a ideia de “homem de fé”, de “homem de Deus”, pois deste modo, cria-se o efeito de modelo de representante do povo, de homem de bem.

Um outro fato interessante e curioso na história das eleições brasileiras foi a participação da presidente Dilma Rousseff num congresso nacional de mulheres da Assembleia de Deus em 2014, interessante visto que a imagem prévia construída da presidente se distancia de referências religiosas e aproxima-se do ateísmo. Na ocasião, a candidata à reeleição faz uso de um discurso marcado com referências bíblicas e pede votos e orações às fiéis:

Eu acredito naqueles que creem, acredito no poder de oração. Na Bíblia está escrito que a oração de um justo pode muito em seus efeitos. Quando voltarem aos seus estados não esqueçam de orar por mim, estarei contando muito com isso. Todos os dirigentes deste país dependem do voto do povo e da graça de Deus, eu também.

Essas intervenções mostram o quanto a religiosidade interfere na política, de modo que o político necessita parecer crível aos olhos do público eleitor e demonstrar vínculo com a fé religiosa. O uso do discurso sagrado suscita a construção de uma imagem do divino, da associação pela fé e conquista pela emoção, essa influência pode contribuir para a adesão dos eleitores.

Fig. 46: Dilma Rousseff, candidata à reeleição, discursa para mulheres evangélicas (2014)



Fonte: *oglobo.globo.com/brasil*

Em um estudo realizado por Oro (2001), sobre a relação dos políticos com a religião, feito com políticos do estado do Rio Grande do Sul (vereadores da capital e deputados estaduais), revela que 64% dos vereadores e 79% dos deputados, que responderam aos questionários da pesquisa, “consideram que a imagem de um político está socialmente

comprometida caso se afirme sem vínculo religioso” (ORO, 2001, p. 167). Assim, os políticos acreditam que podem ser prejudicados em suas votações, caso afirmassem não possuir crenças religiosas.

Como vimos, a história da política brasileira é permeada por inúmeros acontecimentos que envolvem a sacralização da política. Na votação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, na Câmara dos Deputados no ano de 2016, foi possível verificar as excessivas falas dos deputados sobre Deus. Os discursos foram inscritos, sobretudo, em nome de “Deus”, em nome da “família” e em nome da “nação”, não por acaso foram evocadas essas instituições. De algum modo, a ordem desses discursos se inscreve no processo de identificação do eleitorado, na mobilização de valores partilhados socialmente.

Uma pesquisa divulgada pelo instituto Ibope¹⁵⁸, realizada em dezembro de 2017, mostra que, para quatro de cada cinco eleitores, é importante que o candidato acredite em Deus. Não precisa ser necessariamente da mesma religião que o eleitor, mas é importante ter fé, ou seja, para a população brasileira a fé é um valor político determinante no momento da escolha eleitoral. Com isso, no campo da política, mais do que dizer que acredita em Deus ou que é um homem religioso, o que os políticos devem evitar, portanto, é se declarar ateu.

Apesar de ser mais presente hoje, o apelo à religião faz parte dos discursos políticos e costuma aparecer com regularidade na história, mas por que o apelo ao religioso na política? De acordo com o sociólogo da religião Décio Passos (2018, s/p), “a religião fornece o fundamento radical para as ideologias. Isso garante aos discursos a legitimidade de que necessitam perante o público de um modo geral, sobretudo o público que professa adesão religiosa”¹⁵⁹.

Veremos a seguir algumas sequências discursivas sobre as relações entre política e religião na campanha eleitoral soteropolitana:

¹⁵⁸ A conclusão é da pesquisa “Perspectivas para as eleições 2018”, feita pelo Ibope a pedido da CNI (Confederação Nacional da Indústria). O instituto ouviu 2.000 pessoas, em 127 municípios. Quando questionados sobre a importância de o candidato acreditar em Deus, 79% responderam afirmativamente - 67% concordaram totalmente e 12% concordaram parcialmente.

¹⁵⁹ Fonte: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/09/01/Religi%C3%A3o-e-pol%C3%ADtica-na-elei%C3%A7%C3%A3o-de-2018-e-em-outras-disputas>

Seq. Enunciativa 25: Posts dos candidatos: relações entre política e religião



Posts do candidato ACM Neto



Posts da candidata Alice Portugal



Posts do candidato Pastor Sargento Isidório



Posts do candidato Fábio Nogueira

Podemos notar a partir das discursividades verbo-visuais que a política soteropolitana deixa-se contaminar pelo campo religioso, a partir de usos de simbologias religiosas e de metáforas religiosas que contribuem para construção da imagem de homem de fé. Vemos que todos os quatro candidatos apelam para a fé. Salvador pode ser considerada a capital brasileira do sincretismo religioso, essa diversidade pode ser vista no plano visual - ACM Neto inscreve-se como católico, suas imagens relevam sua devoção a Santo Antonio e ao Senhor do Bonfim. Na imagem, ACM Neto veste-se de branco e toma banho de cheiro das baianas seguindo a tradição da lavagem do Senhor do Bonfim – considerada uma celebração inter-religiosa. Alice Portugal, por sua vez, também vestida de branco, participa do cortejo da tradicional festa da lavagem da igreja do Bonfim, acompanhada das baianas, que são a simbologia da festa e também representam as líderes dos terreiros de candomblé; Já o candidato PSI, apresenta-se em toda campanha a partir de sua identidade de pastor, acompanhado da Bíblia, suas imagens relevam o corpo de líder religioso em tom de pregação; e, por fim, o candidato Fábio Nogueira, que associa sua imagem ao candomblé, inscrito simbolicamente pela vestimenta branca, pelo fio de contas, ao lado da ialaoxá ou mãe de santo.

No plano verbal, os candidatos expressam seus valores e crenças religiosos: “Última sexta do mês. Dia de seguir a tradição: vestir branco, agradecer, lavar a alma e pedir proteção. Obrigado, Nosso Senhor do Bonfim”, explica ACM Neto; “Ontem renovei a minha fé no Senhor do Bonfim e fui abençoada na Festa de São Roque, em São Lázaro. A força para enfrentar essa caminhada eu recebo das boas energias enviadas por vocês e dos bons abraços que encontro no meio do caminho”, manifesta Alice Portugal. “Antes do corpo a corpo que deu início oficial a nossa campanha à Prefeitura de Salvador fizemos uma oração, pedindo a DEUS proteção e orientação para todos os candidatos e prefeitos e vereadores da nossa capital e nosso Estado, nesta caminhada eleitoral. Que ganhem os melhores para o bem do nosso povo! ”; “Faça

chuva ou faça sol, a tudo dai graça!”, diz o Pastor Sargento Isidório; “Defesa da diversidade religiosa marca início da campanha de Fábio Nogueira”; “Salvador é a síntese do sincretismo religioso no Brasil. Precisamos de uma gestão pública que valorize essa pluralidade e garanta o direito ao culto do povo de santo, que é a essência da nossa cultura”, afirma Fábio Nogueira.

A possibilidade de demonstrar e defender suas crenças, em especial, àquelas que sofrem preconceito e efeitos de demonização, como as religiões de matrizes africanas, são efeitos motivados pela ampliação e abertura em torno do debate sobre a intolerância religiosa e respeito às diversidades religiosas na sociedade contemporânea, como propõe discursivamente o candidato Fábio Nogueira.

Como vimos, o discurso imagético entremeado do discurso verbal produz imagens de candidatos dignos de credibilidade, pois associa-se à ideia de homens fiéis e religiosos. A constituição da imagem na cena midiática contribui para a construção de “verdades” através de mecanismos de controle do dizer que permitem a adesão dos co-enunciadores.

No caso específico do candidato Pastor Sargento Isidório, a sacralização do discurso político ocorre de forma contundente, uma vez que, as relações entre os dois campos – político e religioso – são estreitadas, como se nota em suas postagens; o discurso político toma do campo religioso conceitos, símbolos e características. A discursividade revela-se no verbal e no não-verbal, constrói-se uma espécie de transferência, do campo religioso para o campo político, como se Deus o tivesse escolhido como seu representante para governar seu povo. Seu discurso é marcado pelas metáforas religiosas, por gestos e expressões enfáticas de líder religioso, como as mãos levantadas para o céu, a retórica da pregação dos líderes religiosos etc.

De acordo com Piovezani (2009, p. 280-291), “é interessante notar como o verbo, o corpo e a voz concorrem para a afirmação da franqueza da enunciação e para a produção da verdade dos enunciados”. Para o autor, o desafio que a produção do discurso político enfrenta é duplo: não é preciso somente “dar autenticidade a uma enunciação “fingida””, mas também é preciso construir “efeitos de sinceridade nos seus enunciados “enganosos””.

Fiorin (2013) problematiza a questão da sacralização do discurso político, pois para ele, o domínio do campo religioso na esfera política gera a negação da política, podendo tornar-se uma ameaça à democracia:

Nela, aparecem elementos da gramática da religião: o povo escolhido, o livro, o líder carismático, a terra prometida, etc. Só pode dar-se em contextos, institucionalmente ou não, autoritários. A democracia é o único lugar, onde pode vicejar o discurso político, porque ele é o regime das instituições e não dos líderes. Porque, nela não há vozes autoritárias, chefes, igrejas, heresias, excomunhões, sumos sacerdotes...O discurso político pressupõe um princípio da participação, cujo operador é a mistura.

Assim, supõe a diversidade, a pluralidade, a dissensão, o acordo, o diálogo. [...] O discurso político sacralizado não pretende ser um entre outros, mas tem a pretensão de ocupar todo o campo do discurso político. (FIORIN, 2013, p, 36).

A preocupação destacada por Fiorin (2013) dessa influência é justamente pela construção dessa sacralização: o líder político é personificado como representação divina, um profeta, um político genial, um messias, um redentor; sua vontade é lei, não se admite justificar seus atos; além da absolutização pela qual a doutrina exposta adquire o caráter de verdade absoluta. Desse modo, a religião na política pode intervir nas formas de representação democrática, em que há preocupação com a garantia da pluralidade de ideias, com as liberdades individuais, com a revocabilidade dos governantes pelos governados graças a métodos constitucionais etc.

Esse fenômeno não se trata de um privilégio na política brasileira. Em diferentes formas de governo, temporalidades e condições de produção, pode-se notar que a sacralização da política é uma prática recorrente, tratando-se de uma regularidade da política; o interesse em manter essa relação entre a imagem de si refletida na imagem do poder divino, instaura o caráter sagrado e o direito divino que afastam o questionamento de seu poder. Alguns personagens político-religiosos tornaram-se emblemáticos na história: Eduardo Cunha, Marco Feliciano, Pastor Marcelo Crivela, Magno Malta, Pastor Sargento Isidório, o atual presidente do Brasil, Jari Bolsonaro etc.

4.4.3 As minorias sociais na pauta da política eleitoral midiaticizada: negros, mulheres, LGBT+, os mais pobres e pessoas com deficiência

Tradicionalmente, a política foi fundamentada como o governo da maioria, o governo de todos, como vemos nos clichês dos *slogans* de campanha tão comumente empregados pelos governantes, “governar para todos”, “o governo da gente”. Historicamente o sistema representativo instituído no Brasil e em muitos países favorece os grupos majoritários, excluindo aqueles que possuem condições sociais mais frágeis.

Dessa maneira, esse modelo de democracia se configura como uma “tirania da maioria¹⁶⁰”, visto que uma sociedade, para ser verdadeiramente democrática, necessitaria amparar a todos os cidadãos sem distinção, criando ferramentas institucionais para que a representatividade das minorias seja garantida.

¹⁶⁰ BOBBIO, Norberto; MATEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política*. 11ª edição. Trad. Carmen C. Varriale, Gaetano Lo Mônaco, João Ferreira, Luís Guerreiro Pinto Cacaís e Renzo Dini). Editora UNB, 1998.

Temos presenciado um fenômeno mundial, e que se apresenta com forte evidência nas últimas eleições brasileiras, como as esquerdas têm representado os aspectos identitários, demonstrado apoio às minorias. Entretanto, é possível notar que o interesse pela pauta das minorias não se restringe às esquerdas, visto que políticos de diferentes espectros e filiações têm apelado para a questão, como no caso da política eleitoral soteropolitana.

Notamos que o discurso político brasileiro atual tem apresentado uma mudança na abordagem de temas silenciados sócio-historicamente nos púlpitos, nos palanques, na televisão, no congresso. Vemos o discurso político se apropriando cada vez mais de questões que contemplam os grupos minoritários, como a questão da homofobia, da discriminação racial, do empoderamento da mulher nos espaços públicos, da acessibilidade, dentre outros. Esses temas, outrora apagados e/ou silenciados, estão sendo protagonizados nas campanhas mais recentes. Essa mudança pode significar que há um movimento político, social e ideológico de abertura de espaços de discussão e de inclusão de políticas públicas relativas às questões de gênero, de diversidade étnica, religiosa, de orientação sexual e das necessidades especiais para garantias e efetivação dos direitos das minorias? A quem interessam as minorias?

Os modos de produção e circulação do discurso obedecem a certa conjuntura e a certas condições:

os processos de produção do discurso implicam em três momentos igualmente relevantes: 1. Sua constituição, a partir da memória do dizer, fazendo intervir o contexto histórico-ideológico mais amplo; 2. Sua formulação, em condições de produção e circunstâncias de enunciação específicas e 3. Sua circulação que se dá em certa conjuntura e segundo certas condições. (ORLANDI, 2008, p. 9).

Como sabemos, os discursos são ao mesmo tempo a materialização de mudanças na dinâmica social e sinalização do movimento da história. Alguns dados disponibilizados em sites do governo revelam essas condições de produção:

A inclusão dessas minorias sempre fora debatida, mas raramente posta em exercício. O cenário mudou, e diversas medidas foram tomadas para que práticas democráticas de empoderamento da cidadania e de gestão pública inclusiva fossem realizadas. Até 2011, o Brasil contabilizou 127 conferências nacionais, com mais de 20 tratando de políticas públicas para minorias. Nove desses temas abordavam "direitos da pessoa idosa", "direitos da pessoa com deficiência", "gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais", "povos indígenas", "políticas públicas para as mulheres", "direitos da criança e do adolescente", "juventude", "promoção da igualdade racial" e "comunidades brasileiras no exterior". Dessas nove áreas de políticas para minorias sociais e culturais, oito passaram a ser objeto de conferência nacional a partir de 2003.¹⁶¹

¹⁶¹ Fonte: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2014/06/brasil-avanca-em-politicas-de-inclusao-para-minorias>

Uma questão importante que se coloca, então, é entender o que faz com que determinado discurso emerge na história? Quais as condições para o aparecimento desses discursos em defesa das minorias? Como sabemos, na AD, todo discurso responde a certas condições de produção, pois de acordo com Foucault, não se pode falar qualquer coisa em qualquer época.

Podemos notar que a pós-modernidade instaurou questões relativas à identidade e à diferença em consonância com as exigências democráticas de uma sociedade plural, e isso aventa uma transformação do poder político de forma que este esteja em condições de atuar nessas questões. Consequentemente, temos notado como as temáticas referente aos direitos das minorias têm sido pauta cada vez mais presente no discurso político eleitoral contemporâneo.

“O discurso político parece tentar cada vez mais imputar uma identidade aos interlocutores fundamentada em uma pertença ideológica, ou talvez, na inscrição a determinados grupos”. (PIOVEZANI, 2017, p. 33). Podemos verificar nas eleições da última década a presença de discursos que apontam para a questão dos direitos das minorias e grupos vulneráveis (grupos minoritários). Esse avanço, considerado importante no campo da política, teve uma carga simbólica significativa para os Estados Unidos e o Brasil, por representar a chegada ao poder de grupos minoritários, com a eleição de um negro e uma mulher para ocupar os cargos mais altos do Poder Executivo.

Por outro lado, para o cientista político norte-americano, Mark Lilla (2018), estamos vivendo atualmente uma exacerbação da política identitária,

o problema da política identitária é que ela mudou o foco. Priorizaram a política simbólica de querer reconhecimento, em vez de ganhar eleições. E essa política enxerga o país apenas como uma série de tribos... então como eles vão conseguir chegar a uma visão geral se eles não acreditam na nação como um todo? [...]. Ao segmentar o eleitorado e customizar a mensagem para hispânicos, negros, mulheres e cidadãos LGBT, os liberais americanos — no sentido que a palavra tem nos EUA, de pessoas de centro-esquerda que defendem atuação do Estado para reduzir desigualdade — teriam perdido a capacidade de formular uma visão de país que atraísse toda a população.¹⁶²

Ao analisar as eleições americanas de 2016, Mark Lilla (2016, s/p) explica a derrota da democrata Hillary Clinton ao fato de que seu discurso esteve restrito quase exclusivamente com “discursos para minorias e o foco excessivo na identidade de gênero, raça ou comportamento, fora incapaz de falar aos americanos enquanto americanos, ao buscar apenas minorias fragmentadas e radicalizadas”.

¹⁶² Entrevista concedida à Folha de São Paulo em 27.03.2018.

Fonte: <https://www.fronteiras.com/entrevistas/esquerda-deve-tirar-foco-da-pauta-identitaria-para-ser-eleita-diz-mark-lilla>

Esse movimento revela também, por outro lado, um fenômeno mundial, que é o ódio às minorias. O discurso de ódio está ligado à manutenção do poder, superioridade, privilégios das majorias (políticas) sobre as minorias (políticas). No Brasil, por exemplo, vivemos um momento político intenso, de ódio e agressão contra gays, mulheres, negros, nordestinos, pobres, sobretudo, no último pleito federal. Os ataques às políticas sociais desenvolvidas pela esquerda, que concederam às famílias de baixa renda acesso a serviços essenciais, como o Programa Social Bolsa Família, ou os direitos trabalhistas à empregada doméstica, entre outras, cresceram.

Podemos assim dizer que essa tem sido uma tendência marcante no discurso político contemporâneo, verificamos que questões e reflexões relacionadas a grupos minoritários tornam-se pautas de campanha eleitoral, como: o combate ao discurso do ódio e da intolerância, o combate à violência e à discriminação contra a população LGBT (homofobia, lesbofobia e transfobia), a luta em favor da igualdade racial e social, políticas públicas voltadas para as mulheres, o empoderamento feminino, a luta contra o machismo e o autoritarismo, o combate ao racismo e à intolerância religiosa (principalmente as de matriz africana), inclusão de pessoas com deficiência, só para citar algumas. Essas questões foram levantadas durante a campanha municipal de Salvador em 2016 por grande parte dos candidatos, isso é devido justamente dada a emergência dessas temáticas diante do atual contexto sócio-histórico, que reivindica políticas públicas voltadas às necessidades das minorias e o reconhecimento de seus direitos, considerada por alguns estudiosos como “política identitária de esquerda”.

Sob essas condições, minoria e inclusão são termos que associados fazem pensar os sentidos de democracia. Como pensar na equação da democracia capitalista, igualdade e direito à diferença? Mas, o que são mesmo, de fato, minorias?

Ainda não há consenso absoluto quanto ao conceito de “minorias”, mesmo com todo interesse e discussão em torno dessa questão nas diversas áreas das ciências humanas, até mesmo a Organização das Nações Unidas (ONU) não conseguiu formalizar um conceito universalmente aceito. De acordo com Monteiro et al. (s.d.)¹⁶³, sempre houve muita hesitação sobre o assunto, a Declaração Universal não tratou particularmente dos Direitos das Minorias, de modo que o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos de 1966 foi o primeiro instrumento normativo internacional da ONU a tratar sobre o tema, ainda assim, sem fornecer uma definição de minoria, apenas exigindo o respeito aos direitos dos grupos minoritários,

¹⁶³ Ver no artigo “Minorias étnicas, linguísticas e religiosas”. [s.d.]. MONTEIRO, A. C.; BARRETO, G.P.; OLIVEIRA, I. L.; ANTEBI, S. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/br/pb/dhparaiba/5/minorias.html#1>> Acesso em: dez. 2018.

como evidenciado em seu artigo 27. A Subcomissão para a Prevenção da Discriminação e a Proteção das Minorias, criada pela ONU, desenvolveu um estudo que resultou na seguinte definição de minoria:

Um grupo numericamente inferior ao resto da população de um Estado, em posição não-dominante, cujos membros - sendo nacionais desse Estado - possuem características étnicas, religiosas ou linguísticas diferentes das do resto da população e demonstre, pelo menos de maneira implícita, um sentido de solidariedade, dirigido à preservação de sua cultura, de suas tradições, religião ou língua.

Como verificado, esse conceito assemelha-se ao do antropólogo Fredrik Barth, que o situa na autoperpetuação biológica, compartilhamento de valores culturais comuns, integração de um campo de comunicação e interação e identificação dos membros do grupo entre si.

Cabe aqui salientar que as concepções sociológica e antropológica caracterizam minorias diferentemente. Segundo Moonen (2000)¹⁶⁴, “na sociologia o termo minoria normalmente é um conceito puramente quantitativo que se refere a um subgrupo de pessoas que ocupa menos da metade da população total e que dentro da sociedade ocupa uma posição privilegiada, neutra ou marginal”. No aspecto antropológico, por sua vez, a ênfase é dada ao conteúdo qualitativo, referindo-se a subgrupos marginalizados, ou seja, minimizados socialmente no contexto nacional, podendo, inclusive, ser uma maioria em termos quantitativos. Moonen (2000) observa ainda que uma das primeiras definições nesse sentido foi a de L. Wirth, sendo minoria “um grupo de pessoas que, por causa de suas características físicas ou culturais, são isoladas das outras na sociedade em que vivem, por um tratamento diferencial e desigual, e que por isso se consideram objetos de discriminação coletiva”. Dito diferentemente, no conceito antropológico, a diferença não está em termos quantitativos, mas no tratamento e no relacionamento entre os vários subgrupos, nas relações de dominação e subordinação. Sem nos pautarmos em números, o grupo dominante é a maioria, sendo minoria o grupo dominado.

Como vemos, permanece a dificuldade acerca da definição para o termo minorias a fim de contemplar toda sua problemática. São muitos estudiosos que se interessam pelo conceito, conforme o recorte do trabalho desenvolvido por Carmo (2016, p. 203):

Acselrad¹⁶⁵ discute o conceito de minoria a partir de uma perspectiva iluminista, acreditando na ideia de que minoria não parece ser um termo adequado para

¹⁶⁴ Ver no artigo Frans Moonen. *As minorias ciganas e o Direito: Algumas Reflexões Teóricas* (2000). Disponível em: < <http://www.dhnet.org.br/direitos/sos/ciganos/ciganos03.html#1> > Acesso em: mai. 2018.

¹⁶⁵ ACSELRAD, Márcio. *Por uma visão crítica de minoria*. *Crítica Cultural*, v. 1, n. 1, jan./jun. 2006. Disponível em: < http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Critica_Cultural/article/view/86 > Acesso em: 10 jul. 2014.

representar os “grupos ideologicamente menos poderosos” por contrariar o ideal de união universal que o próprio Iluminismo defendia.

Carvalho¹⁶⁶ demonstra, em sua pesquisa sobre a representação dos cabo-verdianos na mídia portuguesa, um conceito de minoria a partir da ideia do diferente e do numericamente menor, apontando para um suposto padrão como elemento gerador de invisibilidade e estereotipia.

Rifiotis¹⁶⁷, por sua vez, parece compreender as minorias como grupos que poderiam, em circunstâncias específicas, correr o risco de perder a própria identidade por serem vitimizados por processos de controle e homogeneização.

Já Séguin¹⁶⁸, a partir de uma perspectiva jurídica, relaciona as minorias aos chamados grupos vulneráveis, os quais são descritos por ela como grupos que sofrem discriminação e são vítimas de intolerância.

Carmo (2016, p. 204) conclui que as minorias podem ser compreendidas como

grupos sociais que se empenham nas decisões políticas em uma luta contra hegemônica, sendo movidas por um "impulso de transformação" que busca uma legitimação social, sem interesses capitalistas, não sendo, necessariamente, grupos constituídos de indivíduos idênticos, nem numericamente definidos ou inferiores.

Nesse mesmo sentido, o sociólogo brasileiro, Muniz Sodré, propõe que “o conceito de minoria é o de um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder”. Trata-se da “minorias não como um sujeito coletivo absolutamente idêntico a si mesmo e numericamente definido, mas como um fluxo de mudança que atravessa um grupo, na direção de uma subjetividade não capitalista.” (SODRÉ, 2005, p. 12)¹⁶⁹. Portanto, de acordo com Sodré, “minorias é uma recusa de consentimento, é uma voz de dissenso, em busca de uma abertura contra hegemônica no círculo fechado das determinações societárias”.

Ademais, de acordo com a coordenadora do Núcleo de Estudo de Gênero e Diversidade Sexual da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), a psicóloga Viviane Mendonça, minorias sociais são definidas como grupos marginalizados dentro de uma sociedade devido aos aspectos econômicos, sociais, culturais, físicos ou religiosos, de gênero ou orientação sexual:

Não são minorias porque são poucos, mas porque possuem poucos direitos garantidos, pouca representatividade nas instâncias de poder e pouca visibilidade no cenário

¹⁶⁶ CARVALHEIRO, José Ricardo. Da representação mediática à recepção política. Discursos de uma minoria. *Sociologia, problemas e práticas*, n. 51, p. 73-93, 2006. Disponível em: < http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0873-65292006000200005&lng=pt&nrm=iso > . Acesso em: 2 jul. 2014.

¹⁶⁷ RIFIOTIS, Theophilos. Nos campos da violência: diferença e positividade. 2006. Disponível em: < https://www.academia.edu/3059021/Nos_campos_da_viol%C3%A4ncia_diferen%C3%A7a_e_positividade > . Acesso em: 2 jul. 2014.

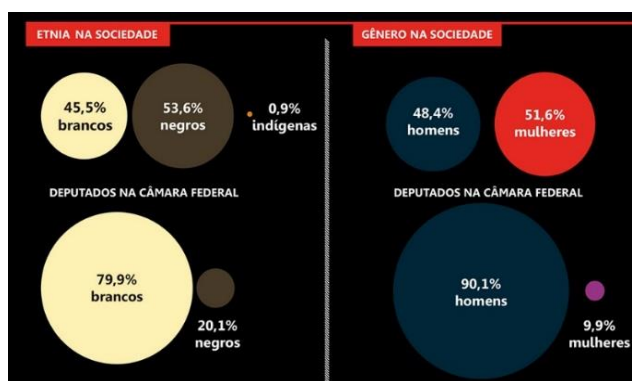
¹⁶⁸ SÉGUIN, Elida. *Minorias e grupos vulneráveis: uma abordagem jurídica*. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

¹⁶⁹ SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Org.). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 11-14

social. São sujeitos que em uma sociedade possuem pouca ou nenhuma voz ativa para intervirem nas instâncias decisórias de poder. (MENDONÇA, 2016, s/p)¹⁷⁰.

Com efeito, conforme a pesquisadora, no campo político, a representatividade das minorias sociais também é mínima; “poucos representantes destas minorias estão no parlamento brasileiro, e poucos são aqueles que defendem uma mudança radical na sociedade para que os direitos de grupos minoritários sejam conquistados” (MENDONÇA 2016).

Fig. 47: Proporção étnica e de gênero na sociedade e na câmara federal



Fonte: PNDA 2014 (IBGE) e TSE (Tribunal Superior Eleitoral)

Diante disso, é possível afirmar que a apropriação dos discursos atrelados às reivindicações de grupos minoritários na política tem ganhado cada vez mais destaque nas campanhas eleitorais dos últimos pleitos, visto que esses discursos apelam para a identificação dos eleitores. A empatia, a inclusão, a tolerância, o respeito à diferença, a defesa da causa minoritária, mobilizada por meio do *pathos*, constroem uma narrativa de identificação, que poderá sensibilizar o eleitorado.

Podemos considerar o conjunto das imagens como acontecimento discursivo, tendo em vista que o aparecimento e circulação de algumas imagens estão associadas a outros acontecimentos, os quais fazem parte de uma dada formação discursiva, como no caso das postagens dos candidatos que revelam um posicionamento ideológico ao apontar para questões relativas ao combate ao racismo, à homofobia¹⁷¹, ao empoderamento feminino, posicionando-

¹⁷⁰Fonte: <<https://www.smetal.org.br/noticias/minorias-sociais-a-busca-por-mais-representatividade/20160906-162935-q729>> Acesso em: jul. 2017

¹⁷¹ O termo homofobia é o mais utilizado atualmente pelos diversos setores sociais, inclusive por boa parte do Movimento LGBTQ+, para expressar, de acordo com a Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais, “o medo, a aversão, ou o ódio irracional aos homossexuais: pessoas que têm atração afetiva e sexual para pessoas do mesmo sexo.” Se manifestando “de diversas maneiras, e em sua forma mais grave resulta em ações de violência verbal e física, podendo levar até o assassinato de LGBTQ+.” Entretanto, a fim de respeitar a diversidade de identidades sobre sexualidade e identidade de gênero, será utilizado o termo LGBTQ+fobia.

se a favor da participação igualitária da valorização e do respeito aos negros, às mulheres e aos grupos LGBT na sociedade soteropolitana.

Nos pleitos anteriores, considerando as condições de produção desses discursos, alguns candidatos preferiam silenciar algumas temáticas que geram polêmicas, desviando-se de temas tabus como o aborto, a sexualidade, o racismo, a homofobia, o meio ambiente etc., para tratar de outras mais corriqueiras e comuns, como saúde, educação. Isso porque no campo político há uma seleção daquilo que pode e deve ser dito, já que “o discurso político está regido por um controle do dizer que é marcado por um desejo e ao mesmo tempo por interditos”. (SARGENTINI et al, 2014, n.p.).¹⁷²

As interdições, em nossa sociedade, evidenciam o que Foucault nomeia como tabu do objeto (que não se tem o direito de dizer tudo), ritual da circunstância (que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância), direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala (que qualquer um não pode falar de qualquer coisa). Esses três tipos de interdições cruzam-se, formando uma grade complexa; sobretudo as regiões da sexualidade e as da política. (FOUCAULT, 2012).

Embora haja esta interdição no discurso político, o pleito 2016 foi marcado pela emergência dos direitos das minorias que, de certa forma, deram visibilidade a candidatos com baixo índice de intenção de votos e que estão mais à margem da eleição. Em alguns casos, abordar esses temas é fazer emergir um discurso de resistência, como no caso dos candidatos adversários.

Vale ressaltar que historicamente os grupos minoritários sofrem de ausência de representatividade na política brasileira. Na última década tivemos um avanço mínimo com a eleição de Jean Willys em 2010, 2014 e 2018, homossexual assumido, deputado federal do Rio de Janeiro; a eleição de Dilma Rousseff, primeira mulher presidente da república, eleita nos pleitos 2010 e 2014; e a eleição de uma mulher indígena, eleita deputada federal por Roraima no pleito 2018. Na política soteropolitana, tivemos a primeira mulher negra a ocupar o cargo de vice-prefeita de Salvador, no pleito 2012 (vice do prefeito ACM Neto), Célia Sacramento, além de ter sido presidente do Conselho Municipal da Mulher (CMM).

Dessa forma, tenta-se reconhecer as diferenças e particularidades existentes entre a homofobia (gays), a lesbofobia (lésbicas), a transfobia (travestis e transexuais), a bifobia (bissexuais), dentre outras. (FRANCO, 2018, p. 13).

¹⁷² Entrevista concedida ao Jornal Primeira Página no ano de 2014 sobre o discurso político (SARGENTINI, V.; SÁ, I de; RIBEIRO, J.).

Esse avanço, embora esteja muito distante de uma representatividade expressiva, colabora paulatinamente para o que se convencionou chamar de “lugar de fala”¹⁷³, visto que, via de regra, esse “lugar de fala”, em geral, na política, é tomado como inscrito no corpo - homem, branco, classe média-alta. O que se pode dizer disso, é que a política silenciou, por muito tempo, a voz de minorias sociais, especialmente as mulheres, por grupos privilegiados em espaços de debate público.

É importante destacar que, com as redes sociais virtuais, há mais espaços de dizer e, em decorrência do fortalecimento da democracia, a política e as eleições contemporâneas sofreram, conseqüentemente, transformações. A ampliação de espaços públicos de dizer pode colaborar na construção de um sistema representativo mais plural e democrático.

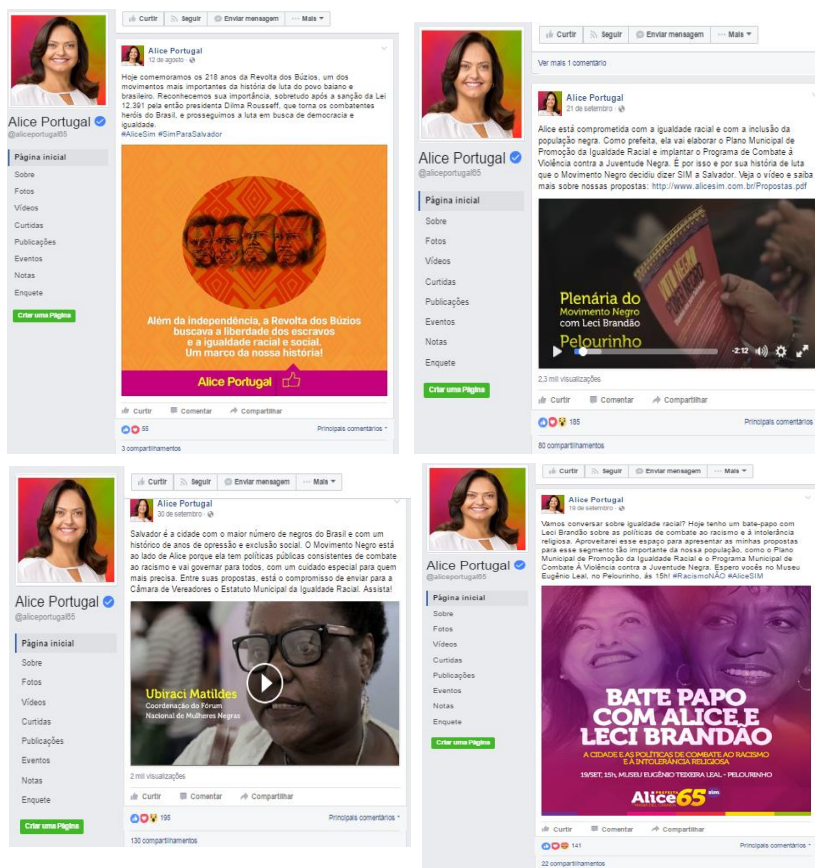
A abertura e a ampliação para esses temas no campo da política devem-se ao fato de que a política precisa acompanhar os avanços sociais e trazer essas temáticas como foco de preocupação das eleições, isso pode configurar uma certa credibilidade pela luta de igualdade de poder.

Essa mudança no campo da política produz efeitos de engajamento do sujeito político que se coloca como defensor dos oprimidos e reivindica a representatividade e visibilidade destes. Em alguns casos, trazer alguns desses temas faz emergir um discurso de combate e resistência, e também de identificação, como se inscrevem os candidatos Alice Portugal, Fábio Nogueira e Pastor Sargento Isidório, uma vez que Alice Portugal é mulher e representa a minoria no Congresso e os candidatos Fábio Nogueira e PSI, por serem negros.

4.4.3.1 Minorias: negras e negros

¹⁷³ Conforme já dissemos, embora neste trabalho o conceito “lugar de fala” esteja inscrito na concepção proposta por M. Foucault (1970), é uma noção com múltiplas origens. No Brasil, difundiu-se a partir dos estudos conduzidos pela filósofa contemporânea, Djamila Ribeiro, em sua obra *O que é lugar de fala?* (2017), na qual confere uma ênfase ao lugar social ocupado pelos sujeitos numa matriz de dominação e opressão, dentro das relações de poder, isto é, às condições sociais (ou *locus* social) que autorizam ou negam o acesso de determinados grupos a lugares de cidadania. A autora compreende que o conceito de lugar de fala tem ocupado um lugar central nos debates promovidos pelos *feminismos*, sobretudo no que diz respeito ao Feminismo Negro e à intersecção entre as categorias gênero, raça e classe. Desse modo, as reflexões propostas por Ribeiro (2017) contribuem sobremaneira para pensar os lugares de fala da mulher (negra) na política.

Seq. Enunciativa 26: Minorias Negras



Posts da candidata Alice Portugal

As postagens sobre a temática é uma pauta bastante assídua na página da candidata do PCdoB. Nestas, articulam-se vídeo, fotografia, cartazes, linguagem verbal. O discurso em pauta do combate ao racismo às minorias negras, ocorre numa Plenária do Movimento Negro, com a representação de Leci Brandão, que fala a respeito de Alice e suas propostas de campanha atendendo às minorias negras: “Alice está comprometida com a igualdade racial e com a inclusão da população negra. Como prefeita, ela vai elaborar o Plano Municipal de Promoção da Igualdade Racial e implantar o Programa de Combate à Violência contra a Juventude Negra. É por isso e por sua história que o Movimento Negro decidiu dizer SIM a Salvador”. Podemos notar que o discurso de Alice é instaurado por uma voz de mulher negra, que valida as propostas de campanha da candidata. Essa estratégia é interessante, posto que Alice Portugal não sendo negra, usa uma porta-voz que reforça e legitima seu enunciado.

Em outro post, a candidata lembra um movimento que representa um marco na história de luta do povo baiano e brasileiro, a Revolta dos Búzios, também denominada Conjuração Baiana ou Revolta dos Alfaiates, considerada um movimento de caráter emancipacionista, ocorrido no final do século XVIII (1798-1799), na então Capitania da Bahia, na colônia

brasileira. Esse movimento é bastante representativo porque foi orquestrada por negros escravizados, libertos, trabalhadores pobres e alguns membros das elites brancas liberais, em busca da liberdade dos escravos e da igualdade racial e social.

Vimos em muitas postagens da candidata a pauta a favor da população negra, combate ao racismo e a intolerância religiosa: “Salvador é a cidade com o maior número de negros no Brasil e com um histórico de anos de opressão e exclusão social. O Movimento Negro está ao lado de Alice porque ela tem políticas públicas consistentes de combate ao racismo e vai governar para todos, com um cuidado especial para quem mais precisa. Entre suas propostas, está o compromisso de enviar para a Câmara de Vereadores o Estatuto Municipal da Igualdade Racial”. Podemos notar que a narrativa em terceira pessoa instaura uma voz que legitima a candidata Alice Portugal como candidata que se preocupa com as minorias negras. Esse post é acompanhado de um vídeo em que a Ubiraci Matildes, mulher negra, coordenadora do Fórum Nacional de Mulheres Negras, apoiadora da candidatura Alice Portugal.

Em outra postagem a candidata convida seu eleitor a discutir questões que envolvem a pauta dos direitos do povo negro: “Vamos conversar sobre igualdade racial? Hoje tenho um bate-papo com Leci Brandão sobre as políticas de combate ao racismo e à intolerância religiosa”. Nesse espaço ela aproveita para apresentar alguns projetos destinados a esse segmento, como o Plano Municipal de Promoção à Igualdade Racial e o Plano Municipal de Combate à Violência contra à Juventude Negra.

Alice convida Leci Brandão para debater a pauta sobre a igualdade racial, justamente por ser uma mulher negra, política e cantora. Eleita deputada estadual de São Paulo, nos pleitos 2010, 2014 e 2018, dedica-se à promoção da igualdade racial, ao respeito às religiões de matriz africana, às mulheres e do segmento LGBT e à cultura brasileira. Foi a segunda deputada negra da história da Assembleia Legislativa de São Paulo.

Na imagem, as mulheres aparecem com o rosto em evidência das duas sorrindo, e o olhar inclinado para cima da candidata Alice Portugal emerge a cenografia de esperança e de luta. Podemos observar que embora a candidata Alice Portugal não seja negra, seu discurso emerge a imagem de uma política antirracista. Como vimos, ela procura associar-se à imagem de mulheres negras representativas da sociedade soteropolitana e brasileira em busca de efeito de identificação.



Posts do candidato Fábio Nogueira

O candidato Fábio Nogueira em toda campanha inscreve-se no discurso antirracista. Ele é negro e, por isso, legitima-se enquanto representante político que tem a cara de sua gente. Traz à baila a necessidade de um representante negro para governar uma cidade composta por maioria de cidadãos negros. Ao mesmo tempo, seu discurso contra-ataca o atual prefeito, que não é negro, julgando sua gestão excludente às questões do povo negro: “ACM Neto faz um governo excludente e as pautas do povo negro de Salvador não estão na agenda da prefeitura. Salvador precisa de um prefeito que tenha a cara de sua gente e dialogue com os diversos movimentos sociais, com o povo de santo e a periferia. Precisamos do povo negro na Prefeitura de Salvador!”.

Na outra postagem, em que enuncia apenas verbalmente, o candidato escreve um “Manifesto outra Salvador é possível”: “Construir uma cidade democrática, sustentável e com igualdade de gênero e racial. Salvador é uma terra de luzes e sonhos. Sonhos de liberdade e igualdade que inspiram a Revolta dos Malês, a luta dos mártires de Búzios e o 2 de Julho. Sonhos de homens e mulheres do povo, com a cara e a cor de nossa cidade (...)”. Podemos notar que o candidato do PSOL traz sempre à memória eventos históricos que representam a luta e a conquista do povo negro para sustentar a ideia de que Salvador precisa de um representante que tenha a cor de sua cidade.

Na imagem, podemos ver mãos negras abertas e, sobreposto à imagem, o enunciado verbal “Poder ao povo negro!”. A imagem cria efeitos de legitimidade, a partir das mãos negras que trabalham e que representam o poder.

Nas análises, observamos que os candidatos ACM Neto e o PSI (candidato negro) não trataram da questão racial. Ocorre, portanto, durante a campanha, o silenciamento dessa temática por esses dois candidatos, gerando questionamentos acerca desse apagamento do povo negro como pauta de campanha, já que Salvador é a cidade mais negra fora da África. Ademais, vale lembrar, que a prefeitura de Salvador, sob o comando de ACM Neto em seu primeiro

mandato, aprova decreto¹⁷⁴ em 2014, que prevê reserva de 30% das vagas para afrodescendentes em todos os concursos públicos do município. Quanto ao candidato PSI, este é negro, todavia não explora como pauta de campanha essa minoria.

4.4.3.2 Minorias: mulheres

A pauta da mulher no espaço público esteve presente nos posts dos candidatos. A representação do feminino no campo político tornou-se uma das temáticas mais discutidas nesse pleito, uma vez que as mulheres ainda têm um espaço limitado de participação e representação nos espaços públicos e nos cargos eletivos do nosso país.

De acordo com Barreira (1998), a longa interdição à participação da mulher nas atividades políticas impôs, por muito tempo, seu distanciamento de tais práticas. No entanto, as mulheres vêm conquistando seus espaços nas atividades públicas, mesmo apesar da baixa representatividade, fazendo com que o discurso de interdição à mulher no campo político fosse preterido.

De acordo com Bittencourt (2018), as mulheres fazem parte de um processo histórico de exclusão na vida política:

As mulheres sempre estiveram ao lado dos excluídos da história ou, como afirma Perrot (2005), elas fazem parte dos excluídos dessa história que foi, por um bom tempo, escrita por homens. Suas reivindicações sempre estiveram associadas à luta de outros grupos. Apesar da ordem masculina da organização social subordinar a mulher ao espaço privado, a emergência da democracia como um regime de governo em que se configura a partir de uma ideia de representação de todos, em tese, poderia permitir que as mulheres ascendessem ao centro do poder público, porque representa, ao menos e além de outras determinações, metade da população mundial. Entretanto, as relações que se estabelecem entre os gêneros, os poderes, os saberes nas práticas discursivas e os modos de representação política não são tão transparentes e simples. (BITTENCOURT, 2018, 264- 265).

Ainda segundo a autora, “embora a presença feminina nos espaços de decisão pública tenha crescido, ainda há algumas barreiras – históricas, sociais – que dificultam a ascensão da mulher aos centros do poder Estatal” (BITTENCOURT, 2018, p. 17).

Prova dessa exclusão são os resultados das eleições de 2016. De acordo com o TSE, no pleito de 2016, foram eleitas 13,51% de mulheres para as câmaras municipais, porcentagem

¹⁷⁴ Em 21 de março de 2014, o Prefeito de Salvador assina Decreto 24.846, que assegura 30% das vagas para afrodescendentes em concursos públicos municipais. As medidas afirmativas adotadas pela Prefeitura fazem parte das comemorações pelo aniversário da cidade e pelo Dia Internacional da Eliminação da Discriminação Racial, data que marca o Massacre de Shaperville, em 1978, na África do Sul, no qual negros foram mortos pelo regime do Apartheid.

Disponível em: < <https://leismunicipais.com.br/a/ba/s/salvador/decreto/2014/2484/24846/decreto-n-24846-2014-regulamenta-o-disposto> > Acesso em: 23 de set. 2016.

pouco superior ao processo eleitoral de 2012, quando elas eram 13,33%. Já para as prefeituras, houve diminuição do número de cargos, tendo sido eleitas 641 mulheres, 11,57%. Em 2012 eram 659, ou 11,84%. As estatísticas das unidades da federação mostram que o número de homens eleitos chega a ser 36 vezes maior que o de mulheres eleitas, sem falar que as legislaturas são exclusivamente masculinas.

Essas estatísticas revelam os efeitos de uma sociedade patriarcal e machista, em que muitas vezes se justificou historicamente pela circulação de dizeres de que “a mulher não se interessa por assuntos políticos” ou de que “elas não foram feitas para isso”, evocando à memória práticas discursivas, segundo as quais a maior parcela do seu interesse sempre esteve voltada para assuntos privados: o lar, o casamento, os filhos” (BITTENCOURT, 2018, p. 17).

De acordo com Bittencourt (2018, p. 21), “a emancipação feminina na contemporaneidade mitigou bastante os sentidos dessa mulher”, cuja função esteve atrelada ao casamento, aos filhos e as atividades domésticas do lar, e que, apesar de ganhos nessa relação, ainda reverberam-se esses ecos:

Vemos seus ecos ainda hoje, em matérias jornalísticas que apresentam mulheres que assumem uma função pública compulsória de primeira-dama como “bela, recatada e do lar”, ou ainda, construção midiática da imagem da beleza em relação às mulheres políticas jovens, como a até então deputada federal Manuela D’Ávila, do Partido Comunista do Brasil (PCdoB-RS), pelo fato de ser destaque nos jornais por seus atributos físicos e não por seus projetos políticos. (BITTENCOURT, 2018, p. 21-22).

Podemos notar durante a campanha eleitoral uma tentativa de desvincular a imagem da mulher reduzida aos papéis de mulher-esposa, mulher-mãe, mulher-dona-de-casa para a construção da mulher empoderada e autônoma.

Seq. Enunciativa 27: Minorias Mulheres



Posts do candidato ACM Neto

ACM Neto instaura o interdiscurso através da atualização da memória da música “toda menina baiana”, composição do cantor baiano, Gilberto Gil, para formulação de uma política

de empoderamento das mulheres. Na imagem, mulheres na percussão e, em destaque, a mulher negra. No verbal, observa-se uma narrativa que defende o direito das mulheres “Toda menina e toda mulher baiana têm encantos, beleza e poder [...] seguiremos firmes na construção de ações e políticas públicas que assegurem a valorização das mulheres em nossa cidade [...]”. Observamos a construção discursiva de autonomia e empoderamento da mulher baiana, que não tem apenas encantos e beleza, mas também poder.

O interdiscurso liga os processos discursivos com a memória. Nessa perspectiva, o interdiscurso fornece, segundo Courtine, “formulações constitutivas de uma relação imaginária no momento da enunciação com o domínio da memória” (COURTINE, 1999, p. 20), fazendo com que não exista sujeito no interdiscurso, mas posições de sujeito que regulam o ato de enunciação, conforme a posição ideológica assumida pelo enunciador. Dessa forma, o enunciável é, segundo o autor, exterior ao sujeito, dado que o sujeito falante se esquece da formação discursiva a qual pertence e reproduz discursos a partir de um já-dito, como se fosse a origem do dizer. Nesse viés, todo enunciado retoma outro que reflete numa sucessão de outros enunciados.

É possível compreender Interdiscurso e Memória discursiva não como sinônimos, mas como fenômenos que se entrecruzam, uma vez que a memória discursiva, segundo Indursky (2011), “diz respeito à existência histórica do enunciado no seio de práticas discursivas reguladas pelos aparelhos ideológicos” (INDURSKY, 2011, p. 86), enquanto o interdiscurso diz respeito, conforme Courtine (idem), a formulações que marcam diferentes enunciações articuladas linguisticamente por meio de citação, repetição e paráfrase.

No cartaz é enunciado “É hoje! Grande encontro das mulheres em ação!”. Esse *post* refere-se a uma agenda da campanha que será realizado no comitê, onde serão ouvidas representantes mulheres para construção de pautas que contemplem os direitos das mulheres. As cores em destaque no cartaz são azul e rosa. As cores podem fazer alusão ao partido DEM, cor azul, e o rosa para contemplar o público feminino.



Posts da candidata Alice Portugal

É possível resgatar discursivamente em seus *posts*, a construção da carreira da candidata Alice Portugal pautada na defesa dos direitos da mulher ao mostrar que ela participou da elaboração da lei Maria da Penha, é foi autora de projeto de lei que garante isonomia salarial entre homens e mulheres. A candidata reivindica para si, na condição de mulher, a legitimidade e o lugar de fala para lutar pelos direitos das mulheres e ser representante desse segmento. “Como mulher não tolero desigualdade de gênero”, “sou mãe”, em todo a campanha o sujeito do discurso, ao se categorizar como “mulher” e como “mãe”, define, determina e rememora as funções femininas de cuidado, de afeto, da força, e desloca essa “vocação natural” da esfera privada para a esfera pública como uma política de Estado, produzindo, pelo fato de “ser mulher” e declarar-se mulher, uma enunciação autêntica e um efeito de verdade a respeito de sua promessa. (BITTENCOURT, 2018, p.173).

Ao retomar algumas questões que constroem uma memória de sua carreira política em defesa da mulher, como no excerto, “tenho orgulho de ter participado da elaboração desta norma de grande importância para as mulheres brasileiras”, referindo-se à lei Maria da Penha, torna sua enunciação legítima, porque além de ser mulher e militante da causa, se destaca sobretudo por sua história na política, ocupa pela quarta vez consecutiva a cadeira de deputada federal pela Bahia e possui dois mandatos consecutivos como deputada estadual.

Sua formação discursiva é atravessada pela formação ideológica de seu partido PCdoB – guiada pela teoria marxista-leninista e tem como princípio o centralismo-democrático –, organiza sua militância para a luta social e para a política transformadora e atua em frentes sindical, mulheres, negros, LGBTs etc.

É possível notar que há uma homologia semântica entre o verbal e o imagético para produzir um efeito de autenticidade e verdade no seu dizer: “A Lei Maria da Penha que combate à violência contra a mulher completou dez anos este mês. Tenho orgulho de ter participado da

elaboração dessa norma de grande importância para as mulheres brasileiras. É impossível avançar na democracia se negligenciamos a violência que ainda persiste contra às nossas filhas, mães e avós. #MulherGuerreira #MachismoNão #AliceSim”; “Como mulher, não tolero a desigualdade de gênero, entendo e garanto que somos tão capacitadas quanto os homens para desempenhar qualquer função. E foi como mulher que não me calei contra a desigualdade salarial. Sou a autora do PL6652/09, projeto de lei que prevê igualdade de salários entre homens e mulheres”; “Votar 65 é votar por mais mulheres sendo representadas na política, é garantir que tenhamos mais voz e que nossos direitos sejam ouvidos”. #MachismoNão #MulheresSim.

As imagens da candidata são, por vezes, postas no púlpito discursando, exercendo sua função na Câmara dos Deputados, com uma feição séria, o olhar reto, os gestos firmes, os braços levemente dobrados, produzem efeitos de autenticidade. De acordo com Claudia Cotes (2008, p. 76), “durante a comunicação, os gestos podem acompanhar a fala, ressaltá-la ou contradizê-la”. Neste caso, podemos notar que as imagens manifestam uma candidata experiente com a *mise en scène* da política.

Desse modo, podemos verificar que a candidata do PCdoB reivindica sua condição de mulher para ser a representante legítima das mulheres soteropolitanas. Apresenta argumentos que a legitima como mulher e política experiente, que construiu sua história na política em defesa dos direitos das mulheres.



Posts do candidato Fábio Nogueira

O candidato Fábio Nogueira destaca em seu enunciado “Mais espaço para as mulheres!”, no qual ele sugere mais representatividade feminina na gestão municipal de Salvador. Ele propõe lutar contra o preconceito e à violência de gênero, abrindo espaço para as mulheres em sua gestão: “Salvador vive a sombra do machismo e do autoritarismo que escoram as mulheres dos debates e tomadas de decisões na nossa cidade. Nós vamos aumentar a

representatividade feminina na gestão municipal e continuar na luta contra o preconceito, à exclusão e à violência de gênero. #PoderàsMulheres”.

Em outra postagem, o candidato traz um vídeo em que duas mulheres negras falam sobre a necessidade de serviços públicos que garantam melhoria de vida e oportunidades às mulheres negras: “Mudar para quem precisa de serviços públicos essenciais, como saúde, educação, segurança. Precisa mudar para que o muro da segregação racial seja derrubado. Precisa mudar para ver ela voltar a brilhar para todos e todas. #Anossacidadeprecisamudar #Agoraécomagente.”

As imagens endossam o enunciado verbal “mais espaço para as mulheres”, uma vez que são postas em cena apenas mulheres, especialmente as mulheres negras, produzindo efeitos de verdade em suas promessas.

4.4.3.3 Minorias LGBT+: o discurso contra a homofobia, transfobia, lesbofobia

As minorias LGBT+¹⁷⁵ tornaram-se palco de discussão nas diversas esferas, social, política, jurídica, cultural no mundo. A emergência dessa temática no Brasil, especificamente, deu-se justamente por ser uma pauta urgente diante das graves estatísticas envolvendo esses grupos minoritários, que sofrem diariamente preconceito, discriminação, violência física e homicídio. A criminalização da homofobia é uma reivindicação histórica do movimento LGBT desde o início de sua organização, há quatro décadas.

Infelizmente as políticas públicas vigentes ainda não demonstram resultados estáveis, que revertam as taxas apresentadas pelo Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos de 2016, em que:

As violências ocorridas cotidianamente contra os LGBT [são] infelizmente muito mais numerosas do que aquelas que chegam ao conhecimento do poder público. Salienta-se que a falta de um marco legal que regulamente a punição de atos discriminatórios contra a população LGBT aprofunda a dificuldade de realização de diagnósticos estatísticos desta natureza (MMIRDH, 2016).

¹⁷⁵ A sigla LGBT vem sofrendo modificações na história, isso se justifica ao fato da necessidade de identificação. “O movimento social é complexo e este é o momento em que as pessoas estão querendo afirmar sua identidade, então é natural que essa sigla cresça”. (SALES, 2018). Atualmente a sigla LGBTQIA é a forma utilizada oficialmente pelo programa USP Diversidade, que significa Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queers, Intersexuais e Assexuais. Contudo, diante da dificuldade de as pessoas utilizarem uma sigla tão grande, o mais usual tornou-se LGBT+. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VGTcV4XIC2Y>> Acesso em: 10 jun. 2018.

Os casos que envolvem agressões contra homossexuais, a conduta era tratada como lesão corporal, tentativa de homicídio ou ofensa moral. No Brasil, há leis locais de 14 estados e no Distrito Federal, que preveem sanções civis, como multas e perdas de licenças no caso de crimes relacionados à homofobia. No entanto, não havia no código penal um tipo penal específico para a questão, como ocorre, por exemplo, no mesmo crime praticando contra as mulheres, o chamado feminicídio, de modo a uniformizar as decisões referentes a homofobia em todo o Brasil.

A homofobia é uma violação do Direito Humano fundamental de liberdade de expressão da singularidade humana, revelando-se um comportamento discriminatório. As leis em vigor no Brasil ainda não preveem o crime de homofobia, mas a Constituição Federal de 1988 determina no Art. 3º, inciso XLI que "Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; e no Art. 5º, inciso XLI, que "a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e liberdades fundamentais".

Como uma das principais reivindicações de militantes LGBT no país, o tema chegou à Corte por meio de duas ações movidas pela Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros e Intersexos (ABGLT) e o Partido Popular Socialista (PPS), em 2012 e 2013, respectivamente.

Essa pauta acerca da criminalização da homofobia foi defendida há anos no Congresso pela comunidade LGBTQ+, mas só está se tornando uma realidade em 2019, com a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), o qual, buscando reparar os danos sociais a essa minoria, equiparou a discriminação por orientação sexual e identidade de gênero ao crime de racismo. Essa decisão criminaliza a homotransfobia no Brasil.

De acordo com o ministro do STF, Celso de Mello, o tema da criminalização da homofobia não teve visibilidade no Congresso Nacional, por isso ele condena a falta de atitude e a omissão do Legislativo sobre a temática diante da urgência da discussão e tomada de decisão:

Isso é notável, dado que projetos sobre o assunto tramitam por lá desde 2001. Foi naquele ano que o projeto de lei mais antigo sobre o tema foi apresentado na Câmara dos Deputados, o PL 5003. Aprovado na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ), o projeto de lei foi enviado para ser apreciado pelo Senado em 2006, onde se transformou no PLC 122. Porém, depois de tramitar por duas legislaturas seguidas, o projeto foi automaticamente arquivado. Até o início deste ano, tramitavam outros dois projetos a respeito do assunto no Congresso Nacional. Um deles, o PL 7582/14, de autoria da deputada federal Maria do Rosário (PT-RS), também acabou arquivado. O outro, o PLS 134/18, proposto pela ex-senadora Marta Suplicy (SP), travou na fila

da Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor (Celso de Mello, 2019).¹⁷⁶

A bancada evangélica, por outro lado, é contrária à criminalização da homofobia, lançando campanha nas redes sociais pedindo a retirada de pauta do assunto “pela liberdade de expressão e pela liberdade religiosa”. Os líderes religiosos também alegam que a corte está a legislar e extrapolar seus poderes constitucionais. Falam ainda que, se a decisão avançar, o Judiciário estará “atropelando” competências do Legislativo.

Uma questão oportuna é pensar porque o discurso político excluiu historicamente os grupos LGBT’s como pauta de projeto e pensar porque só agora deram visibilidade e inclusão a essas minorias. Corpos que foram historicamente marginalizados nas esferas sociais, excluídos da política e apagados da história e, quando lembrados, era imputado a eles a anomalia e a patologia. Pelas razões anteriormente aventadas, esses corpos e discursos foram interditados em nossa sociedade.

A transexualidade, por exemplo, foi considerada pela Organização Mundial de Saúde como uma patologia e estava na lista de distúrbios mentais. As entidades LGTB’s passaram anos reivindicando que a transexualidade – um transtorno de identidade de gênero –, saísse do compartimento das doenças mentais e entrasse no de comportamentos sexuais. Mas só no ano de 2018 que a OMS publicou a 11ª edição do CID (*Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde*), que deixou de incluir o chamado “transtorno de identidade sexual” ou “transtorno de identidade de gênero.”¹⁷⁷ Essas mudanças e avanços podem colaborar na redução do preconceito, do estigma e da discriminação aos grupos LGBT’s, além de representar o respeito a essas identidades e a garantia de cidadania.

Na arena política eleitoral, nem todo assunto é bem-vindo. Alguns temas polêmicos que outrora foram excluídos das falas dos candidatos são atualmente matéria regular nas eleições, uma vez que estamos caminhando para uma “política identitária”. Nos EUA, por exemplo, a política em defesa dos imigrantes; no Brasil, com a política de direitos para mulheres, LGBT’s etc.

¹⁷⁶ Disponível em: <<https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2019-02-20/argumentos-favor-criminalizacao-homofobia.html>> e disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/23/politica/1558635166_112275.html> acesso em: mai. 2019.

¹⁷⁷ Fonte: <https://www.mdh.gov.br/todas-as-noticias/2018/junho/organizacao-mundial-da-saude-retira-a-transexualidade-da-lista-de-doencas-e-disturbios-mentais>

As eleições de 2016 representam essa mudança e instauram discursivamente o reconhecimento das minorias, criando efeitos de espaço para a diversidade e a pluralidade, conforme veremos nas postagens:

Seq. Enunciativa 28: Minorias LGBT+



Post do candidato ACM Neto

No post, podemos notar que se estabelece a relação de homologia semântica entre a imagem (fotografia) e a linguagem verbal. Em que verbal e não-verbal se validam.

Na fotografia, o candidato demista carrega bandeira LGBT ao lado de figuras representativas deste grupo, como *drag queens*, *gays*, lésbicas. No enunciado verbal, o enunciador mobiliza um discurso em prol da construção de políticas públicas para essas minorias excluídas e marginalizadas socialmente: “Salvador é a cidade da diversidade! Hoje lançamos o Centro Municipal de Referência LGBT, que fica no Rio Vermelho. O local vai disponibilizar assistências jurídicas, psicológicas e social, além de dar capacitação e suporte para o público, com o objetivo de promover a inclusão”. Além disso, o enunciado é constituído de *hashtags* que reforçam o discurso do amor ao próximo e do respeito à diversidade: #MaisAmorPorFavor, #SalvadordeTodasAsCores.



Posts da candidata Alice Portugal

As temáticas envolvendo políticas públicas direcionadas aos grupos LGBTs da cidade de Salvador, como vimos, surgiram com bastante força nas eleições soteropolitanas de 2016. Esses discursos inscrevem-se em promessas e programas de campanha que procuram projetar melhorias na qualidade de vida do público LGBT+, garantir direitos e combater a discriminação contra essas minorias.

A candidata Alice Portugal defendeu, sobremaneira, a pauta de programas no combate à lgbtfobia. O que também nos chama atenção são as cores de plano de fundo da sua foto de perfil, da capa e das postagens que correspondem as cores da bandeira LGBT. O verbo-visual, conjuntamente, confirmam e reforçam sua formação discursiva, de militante engajada na causa das minorias. Nas postagens podemos observar o jogo verbal do “sim” e do “não” que constroem efeitos de positivo e negativo: **não** para a homofobia, **não** para a lesbofobia, **não** para a transfobia e **sim** para Alice.

No *post*, a candidata inscreve seu discurso numa campanha anti-homofóbica, “A homofobia mata e precisa ser combatida em nossa cidade. Na prefeitura vou implantar o Programa de combate à violência e à discriminação contra LGBT e promover cidadania da população gay, replicando em Salvador o programa “Brasil sem Homofobia”. No Cartaz com cores da bandeira LGBT inscreve-se “compromisso de Alice: implantar o programa de combate à violência contra a comunidade LGBT e promover a cidadania da população gay.”

No outro *post*, a candidata posta fotos e *selfis* ao lado de representantes do grupo LGBT e enuncia: “Presenciei a 15ª Parada LGBT da Bahia: uma linda festa, com muito brilho, glamour e fantasia, com pessoas felizes por poderem, por um dia, serem livres e sem medo. A data de hoje é essencial para darmos a visibilidade necessária à importante luta conta a homofobia, lesbofobia e transfobia. É possível termos uma Salvador mais humana com direitos e oportunidades iguais para todos. Como prefeita trabalharei por isso”.



Posts do candidato Fábio Nogueira

A temática da transfobia obteve destaque na campanha do candidato Fábio Nogueira, o qual reivindicou direitos às minorias LGBTs e, por conseguinte, combate à homofobia e à transfobia: “Combater a violência e discriminação contra a população LGBT de Salvador é também um dever da Prefeitura. Além disso, vamos promover políticas públicas para educar e inserir essa parcela da população no mercado de trabalho formal, criando oportunidades para todos”. Na imagem inscreve-se um corpo que enuncia “sou livre!”, e em destaque “combate à homofobia”.

Em outra postagem, vemos uma fotografia em que o candidato está ao lado do então deputado Jean Wyllys do Psol/ RJ, maior representante da causa gay no Brasil: “Na tarde deste domingo (11) estivemos na luta contra a homofobia e em defesa da diversidade, ao lado do deputado federal Jean Wyllys (Psol/RJ) e dos candidatos a vereador Marcos Mendes e Eudes Oliveira, na parada gay, no campo grande.”

O sujeito enunciativo utiliza o discurso do combate e da militância. Sua formação discursiva está filiada ao PSOL, de modo que seu discurso se apresenta contra a agenda conservadora que ameaça mulheres, negros/as, a comunidade LGBT, os direitos indígenas, entre outros.



Post do candidato PSI

A postagem acima enuncia a partir da verbo-visualidade: “Acabei de conceder uma entrevista aos amigos Giliarde Silva (presidente do grupo gay da Liberdade) e Pink, na 87.9 FM, a rádio da gente!”. Na imagem, o candidato exibe uma fotografia que está vestido de blusa rosa exibindo a bíblia e o botijão de gás ao lado de dois representantes da comunidade LBGT+ da Liberdade, bairro de Salvador. Há uma tentativa de criar efeitos de identificação a partir da representatividade LGBT. No entanto, o candidato durante a campanha fez declarações

controversas em torno dessa temática. Verificamos, tanto em suas postagens, quanto em seus pronunciamentos em entrevistas, que o PSI se declara ex-homossexual, defende a “cura gay”¹⁷⁸ e é contra a inclusão da *ideologia de gêneros*¹⁷⁹ nas escolas, entretanto, em suas campanhas, posta foto ao lado de representantes do grupo LGBTQ+, afirma conviver bem com os homossexuais e, ainda diz que nomearia gays e lésbicas em sua gestão. O discurso revela contradições, pois, ao mesmo tempo que o sujeito se coloca como defensor da “cura gay”, ou seja, parte da premissa que a homossexualidade é uma patologia, uma doença a ser tratada e curada, ele instaura discursivamente a tolerância aos homossexuais, pois diz “conviver bem com eles”, apesar da não aceitação. Como vimos, seu discurso revela os atravessamentos das diversas formações discursivas: “ex-gay”, “pastor”, “político evangélico”, “homofóbico”.

No enunciado “não devemos ter nada contra o direito de qualquer cidadão optar por uma maneira de se relacionar sexualmente”, (aqui o candidato diz não se opor ao direito de “opção sexual” e entende a questão da “orientação sexual” como “opção”), mas “o direito do relacionamento sexual da maneira invertida não convém”, (o candidato apesar de afirmar não se opor, não aceita a relação homoafetiva, pois “não convém relacionamento sexual de maneira invertida”). A expressão “maneira invertida” pode ser entendida a partir de algumas conceituações *como algo que mudou de ordem; que está em sentido contrário; oposto ao que*

¹⁷⁸ O termo “cura gay” emerge de declarações e debates polêmicos produzidos por lideranças políticas e religiosas pentecostais e neopentecostais no Brasil, veiculados publicamente em diferentes instâncias e mídias, acerca da possibilidade de reorientação da homossexualidade em direção à heterossexualidade por meio de programas psicoterapêuticos e conversão religiosa. Vale lembrar que a Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados aprovou o Projeto de Decreto Legislativo PDC 234/2011; este projeto propunha suspender a aplicação do parágrafo único do Art. 3º e o Art. 4º da Resolução 01/99 que proíbe psicólogos de colaborar com eventos e serviços que proponham tratamento e cura das homossexualidades. Em contrapartida, o Conselho Federal de Psicologia, a Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos - ABGLT, os movimentos LGBTQI+ e mais outras entidades científicas, partidárias, ONGs e movimentos sociais rejeitaram o projeto através de notas de repúdio, salientando que a homossexualidade não é doença, e, por isso, não necessita de tratamentos ou cura. Posteriormente, o Projeto de Lei n. 4931/166 propõe novamente autorizar terapias que auxiliem a mudança de orientação sexual para aqueles que voluntariamente a solicitarem. Após longos debates e polêmicas o projeto foi arquivado em 2019. (GONÇALVES, 2019, p. 176-177).

¹⁷⁹ O emprego do sintagma “ideologia de gênero” tem sido gerador de muitos conflitos e polêmicas na sociedade brasileira, sobretudo na última década, pois críticos à “ideologia de gênero” acusam a proposta de servir para doutrinação das crianças, desconstruindo os tradicionais conceitos de família, principalmente aqueles que estão baseados em preceitos religiosos. Entretanto, estudiosos sobre a questão de “gênero” chamam atenção para o uso do termo “ideologia”, uma vez que, a percepção de uma pessoa sobre seu gênero não é uma escolha, é um entendimento sobre sua identidade e sobre a forma como ela se reconhece como indivíduo, independentemente de seu sexo biológico. Desse modo, a “identidade de gênero” compreenderia a definição do masculino e do feminino um produto histórico-cultural, partindo da ideia de que todos os seres humanos nascem iguais. Assim, acredita-se que a “ideologia de gênero” é um termo inventado por grupos conservadores que não aceitam a diversidade do comportamento sexual humano. De acordo com o pesquisador Junqueira (2018), “há teorias (no plural), que contemplam diferentes disciplinas, várias matrizes teóricas e políticas, nas quais figura gênero como um conceito (e não uma teoria ou uma ideologia) com múltiplas acepções e implicações críticas”. Para o pesquisador, a “ideologia de gênero” tem sido uma ferramenta reacionária, não passa de uma invenção de líderes políticos/religiosos fundamentalistas que, em nome da “família tradicional, da moral e dos bons costumes” atacam políticas de igualdade de gênero e garantias de não discriminação e outros direitos fundamentais.

é natural; o léxico *invertido* refere-se 1. *que se inverteu*; 2. [depreciativo]: *que ou quem sente uma atração sexual exclusiva por indivíduos do mesmo sexo = homossexual*¹⁸⁰. O candidato, então, considera o relacionamento homoafetivo como algo que saiu do padrão, fora da ordem natural, uma anormalidade?

O enunciado além de marcado pelas contradições, também é pela interdição (tabu do objeto), uma vez que socialmente há certas coisas, há determinados assuntos dos quais não se pode falar, a exemplo: “eu sou homofóbico”, “eu não aceito conviver com homossexual”, “a relação homoafetiva é pecado”.

Nas entrevistas colhidas para análise do período eleitoral, o candidato em questão explica-se e defende-se de declarações homofóbicas. Em entrevista concedida à rádio Itapoan FM em 2016, o atual deputado e candidato a prefeito de Salvador Pastor Sargento Isidório (PDT) rebateu um questionamento sobre suas declarações homofóbicas, garantindo que por ser um ex-gay, respeitaria os homossexuais em sua gestão: "Ninguém vai tratar gay melhor do que eu. Eu já passei por isso, eu sei o que é isso. É um sofrimento! Quando for prefeito, irei trabalhar com gays e com lésbicas, sendo concursados ou não". O candidato tenta construir discursivamente um *ethos* de legitimidade, pois acredita que pela sua experiência, vai poder auxiliar os grupos LGBT+.

Vale lembrar que no ano de 2013, Isidório causou polêmica por parabenizar o presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara pela aprovação do projeto que institui a "cura gay" no colegiado: "Parabenizo Marco Feliciano e fico muito feliz com a aprovação desse projeto. O Conselho Federal [de Psicologia] estava tentando proibir o acompanhamento feito por psicólogos a pessoas que voluntariamente recorram à ajuda especializada, justamente numa época em que o Brasil está na rota da democracia [...]. Estamos em uma nação que valoriza o orgulho de ser gay, lésbica, por isso não haveria sentido em proibir os psicólogos de atuar ajudando quem não está confortável com sua orientação sexual".¹⁸¹

Eleito como deputado federal pelo Avante no pleito 2018, o então deputado propõe à câmara dos deputados o Projeto de Lei 2587/19 que inclui entre as funções privativas do psicólogo a solução de problemas relacionados à identidade de gênero e à orientação sexual. De acordo com o deputado, o intuito da proposta não é reforçar preconceitos contra homossexuais ou favorecer à patologização de comportamentos ou práticas homoeróticas, já

¹⁸⁰ Dicionário Priberam da Língua Portuguesa Disponível em < <https://dicionario.priberam.org/invertida> > acesso em: fev. 2019.

¹⁸¹ <https://www.brasil247.com/pt/247/bahia247/106019/Ex-homossexual-Isid%C3%B3rio-comemora-cura-gay.htm>

que ele justifica em seu projeto que homossexualidade não é uma doença, não estando sujeita a cura: “Pelo contrário, trata-se de garantir àquelas pessoas que enfrentam dificuldades na definição de sua orientação sexual, qualquer que seja ela, que, se assim desejarem, possam obter acolhimento e auxílio psicológico”.¹⁸²

Fig. 48: PSI propõe projeto para tratar conflitos relacionados à identidade de gênero



Vale ressaltar que esse projeto altera a lei que regulamenta a profissão de psicólogo (4.119/62), visto que atualmente uma resolução do Conselho Federal de Psicologia estabelece que não cabe a profissionais da psicologia o oferecimento de qualquer tipo de terapia de reversão sexual, uma vez que a homossexualidade não é considerada patologia, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS).

4.4.3.4 Minorias: os mais pobres

Também são considerados minorias, os grupos sociais que habitam os espaços periféricos. Tal termo abarca os recortes necessários para classificar populações ideologicamente marginalizadas, como os mais pobres, moradores de periferias e comunidades. “As minorias estariam, assim, em desigualdade de direitos e oportunidades em relação aos grupos majoritários, sendo, frequentemente, alvos de discriminação, preconceito, exclusão ou invisibilidade”. (FREITAS, 2007, p. 194).

Historicamente, os grupos de esquerda embasaram-se em uma política paternalista em defesa das minorias “mais pobres”, “mais necessitados”. Nas eleições, é muito comum esse modelo de discurso entre os candidatos políticos, visto que a legitimidade política se constitui também em função do atendimento das demandas dos mais necessitados. O principal aspecto

¹⁸² Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/direitos-humanos/578205-projeto-autoriza-psicologo-a-tratar-de-conflitos-relacionados-a-identidade-de-genero.html?fbclid=iwar227odcrffk9jknoko4hmkrmv2ydav6yvkyh3dxobpx-bnwd9xw9530tiq> > Acesso em: mar 2019.

dessa formulação é contato direto com o “povo” e o líder carismático, sem intermediação de partidos ou corporações. Isto implica num sistema de políticas ou métodos utilizados para o aliciamento das classes sociais de menor poder aquisitivo, entre outros, procurando a simpatia daqueles desarraigados para angariar votos e prestígio. Os cidadãos, os quais são sensíveis aos valores, mas também ao carisma dos políticos, aderem ao jogo discursivo.

É bastante comum em campanha eleitoral o candidato inscrever-se como representante dos mais oprimidos, como “Salvador” que irá salvar os mais pobres. Além de visitar comunidades mais carentes e periféricas, prometer mudanças para aquela comunidade, divulgar imagens ao lado dessas pessoas, demonstrar um discurso empático, de um líder que se preocupa e cuida do povo.

Alguns políticos se sustentam nessa espetacularização da política, expondo imagens em suas redes sociais de pessoas em condições miseráveis de moradia, de alimentação *etc.*, colocando-se como representante legítimo daquele povo.

De acordo com Andrade (1989),

a combinação típica de paternalismo assistencialista e legitimação eleitoral dos governantes gera, no país, o populismo e o clientelismo como modos institucionais de fazer política. De um lado, o político paternalista, empreendedor ou moralizante, em qualquer hipótese o operador da máquina estatal em benefício dos desamparados, dos desempregados ou dos injustiçados; do outro, uma população “pobre” e dependente, em busca de empregos públicos, de favores de toda ordem, bem como, genuinamente, de recursos que possibilitem a sua existência e mitiguem seu sofrimento (ANDRADE, 2018, s/p).¹⁸³

Seq. Enunciativa 29: Minorias Pobres

¹⁸³ ANDRADE, R. de C. Política e pobreza no Brasil. Lua Nova. n.19 São Paulo Nov. 1989. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451989000400008

Posts do candidato ACM Neto

O candidato ACM Neto publiciza sua preocupação com os mais pobres em forma de cartaz, o qual inscreve as obras e as aplicações orçamentárias de 76,5 % destinadas as áreas mais pobres da cidade, em três anos de sua gestão. E utiliza-se de uma pergunta retórica para seus adversários: “Contra fatos não há argumentos, não é mesmo?”.

A postagem releva uma sequência de fotografias em que o candidato está no corpo a corpo com a população, visitando obras em comunidades carentes de Salvador, nos bairros da Paz, São Cristóvão e Jardim das Margaridas. No enunciado verbal, o sujeito enuncia: “Reforçando o que eu sempre digo, o meu melhor gabinete é a rua. As imagens contribuem para a construção da ideia de governo populista, que luta pelos pobres”.

Uma questão interessante nos discursos sobre essas minorias carentes sócioeconomicamente é como o governo lida com as suas necessidades; ACM Neto fala em obras, mas não em direitos e oportunidades ao povo mais necessitado. Por essas e outras razões, seus adversários o rotulam como “prefeito das obras e da maquiagem”.



Posts da candita Alice Portugal

Os posts da candidata Alice Portugal articulam a verbo-visualidade. O enunciado revela um posicionamento em defesa dos mais pobres e, como oposição, de confronto ao oponente, questiona as práticas da atual gestão, as quais ela julga priorizar os mais ricos.

O discurso através da personificação de Salvador, cria efeitos de legitimidade da candidata como aquela que cuida os que mais precisam: “Salvador quer uma prefeita que cuide de quem mais precisa [...] A nossa cidade precisa de Alice. Acredite na mudança”.

Os vídeos são produzidos em comunidades carentes de Salvador, com a presença de um representante da comunidade que relata as mazelas de seu bairro. E, no outro vídeo, Alice

Portugal se coloca como porta voz dos mais pobres e se considera a candidata ideal para atender os anseios da população periférica, tendo como plano de fundo do vídeo uma periferia de Salvador, trazendo à cenografia efeitos de verdade.



Posts do candidato Fábio Nogueira

O enunciado constituído de verbo-visualidade reivindica direitos aos mais pobres, como “mais cultura para a periferia” e “moradia digna”. O cartaz imprime a periferia como plano de fundo, trazendo o protagonismo desta à cenografia. No enunciado verbal, o candidato reflete e questiona os poderes públicos sobre a necessidade de cultura para a periferia: “Vivemos numa cidade cheia de diversidade, mas sem apoio dos poderes públicos para as produções culturais da periferia”. Além disso, manifesta sua indignação em relação a atual gestão e a falta de investimento aos mais pobres da cidade: “Salvador tem um muro de segregação que divide os bairros nobres e a periferia. Vamos investir em mobilidade e em serviços públicos de qualidade onde o povo mais precisa. Chega de maquiagem e banho de cimento para satisfazer as elites”.



Posts do candidato PSI

As postagens do candidato PSI instauram uma estratégia discursiva para mostrar ao eleitor sua origem humilde e sobre sua capacidade de compreender o que as pessoas mais carentes precisam. O sujeito instaura o discurso paternalista, quando diz se colocar no lugar de um “pai”, dessa forma, o jogo cenográfico mobiliza essa paternidade na fotografia, uma vez que mostra o banho que ele dá em um de “seus filhos”. No enunciado verbal, esses sentidos também são ativados: “eu sei onde é que as pessoas precisam das coisas, onde as pessoas são mais carentes”; “pra cuidar dos meus filhos e filhas que escolhi acolher, meto a mão na massa mesmo”; “Assim que me sinto realizado, quando estou no meio dos que mais precisam”.

No *post*, o candidato está abraçando uma senhora na periferia, com o olhar e o sorriso espontâneos, correspondentes à expectativa da eleitora, acompanhado do botijão de gás (símbolo de sua campanha); na outra imagem posta, o candidato dando banho em um senhor, supostamente morador de rua e dependente químico, acolhido em seu projeto “Senhor Jesus”, que cuida de dependentes químicos de baixa renda; e, por último, o candidato com a bíblia em mãos coloca-se ao lado de um senhor sentada na calçada.

Podemos dizer que se estabelece uma homologia semântica entre o verbal e o visual, de modo que ambos instauram efeitos de verdade, uma vez que verbo e imagem são marcados pelo gesto espontâneo e o tom emocionado de um candidato que se coloca como representante dessa minoria.

4.4.3.5 Minorias: Pessoas com Deficiências “PcD”

Seq. Enunciativa 30: Minorias: Pessoas com deficiência



Um outro discurso tomado regularmente pelos candidatos foi a pauta da acessibilidade aos “portadores de necessidades especiais”. Os candidatos empregaram esse termo durante a campanha, todavia, o referido termo não é mais considerado adequado.

Podemos notar essa mudança social, pois é bastante comum ouvirmos falar em “pessoa portadora de deficiência” e/ou “portador de necessidade especial”. O termo “pessoa portadora de deficiência”, largamente utilizado na legislação brasileira, tanto constitucional como infraconstitucional, vem sendo substituído por “pessoa com deficiência”, em virtude de compreender que o termo portar significa carregar consigo, levar, conduzir. Dito de forma diferente, como o verbo indica ação, o termo não se coaduna com a ideia de pessoa com deficiência, que geralmente tem, possui uma incapacidade permanente ou de longa duração, de causa congênita ou acidental.

O termo portador poderia até ser usado no contexto de algumas pessoas com necessidades especiais, como o portador do vírus HIV, por carregar, trazer consigo o vírus causador da AIDS. Não há lógica, no entanto, dizer que um cego “carrega” sua cegueira, um surdo, a sua surdez, ou um paraplégico, a sua falta de locomoção. (NASCIMENTO, 2016, s/p).

De acordo com Nascimento (2016, n.p.), “é preferível o termo ‘pessoa com deficiência’¹⁸⁴, pois além de semanticamente correto, é ainda apregoado por organismos internacionais, tais como a ONU e a OMS”. Entendemos, ainda, que, ao utilizar essa terminologia, dá-se primazia à palavra “pessoa” em detrimento de “portador”.

Desse modo, podemos inferir que todo discurso responde a certas condições de produção, como podemos notar o deslizamento de sentidos das palavras, o que produz outros sentidos, considerando atualmente as políticas públicas voltadas para as minorias.

O discurso do respeito às diferenças e o direito de acessibilidade a todos os cidadãos, sobretudo, ao cidadão com deficiência, tem sido uma tônica recorrente das eleições dos últimos pleitos. Na sociedade atual, vemos que há um movimento em torno do respeito e da tolerância às diferenças e o combate ao preconceito, com vistas a garantir a todos os cidadãos um tratamento igualitário, função de um Estado Democrático de Direito.

O Direito à Acessibilidade está ligado aos movimentos sociais que promovem a inclusão da pessoa com deficiência na sociedade, bem como a garantia e a evolução de seus direitos fundamentais como igualdade de tratamento, respeito à integridade física e moral e à locomoção.

O candidato ACM Neto enuncia, através da materialidade verbo-imagética, o tema da inclusão, através do projeto que oferece banho de mar assistido para pessoas com “deficiência e mobilidade reduzida”, garantindo inclusão no lazer da cidade de Salvador. Durante a campanha, ACM Neto promete elevação de recursos para atendimento às pessoas com deficiência; criação de coordenação específica para acessibilidade dentro da Secretaria Municipal de Mobilidade (Semob); e implantação de 100% da frota de ônibus adaptados, assim como o Centro de Controle de Operações do transporte público e aplicativo para monitoramento dos coletivos para pessoas com deficiência. Além das adições, obras públicas municipais também contam com elementos de acessibilidade, a exemplo de piso tátil e rampas.

Já a candidata Alice Portugal, revela através da fotografia, o discurso em defesa da acessibilidade para cadeirantes e da ampliação de direitos para os portadores de necessidades especiais, reunindo-se com representantes e instituições que cuidam dessas minorias durante sua campanha. Em um seminário sobre a mobilidade urbana que reuniu lideranças políticas, dentre elas, a candidata do PCdoB à prefeitura de Salvador, a senadora Lídice da Mata (PSB) e o vice-prefeito Edvaldo Brito (PTB). Em um balanço das questões expostas no evento, Alice

¹⁸⁴ Tome-se nota ao fato de que o termo “pessoa com necessidades especiais”, apesar de ter caráter eufemístico quanto às pessoas com deficiência, refere-se a um grupo maior de pessoas, como as gestantes e as idosas, que também necessitam ter voz política e de assistência especial (NASCIMENTO, 2016).

Portugal propõe investir em um projeto multimodal, com diversos tipos de transportes integrados, além de instalação de rampas e passeios táteis que permitam maior acessibilidade aos portadores de necessidades especiais.

O candidato Fábio Nogueira faz uma postagem reivindicando a necessidade dessas minorias. “Os portadores de necessidades especiais sofrem na nossa cidade com calçadas desalinhadas e sem sinalização. ACM Neto pouco se importa com eles, pois os prédios públicos não são adaptados. Propomos uma política de adequação urbana no município, para que portadores de necessidades especiais tenham respeito e dignidade em nossa cidade”. A mensagem “acessibilidade é prioridade” é colocada em destaque sobrepondo a imagem de um cadeirante.

Em relação ao Pastor Sargento Isidório, o candidato utiliza a narrativa de Louis Braille para falar da inclusão de pessoas cegas. “Um gênio desacreditado, assim foi Louis Braille, somente pelo fato de ser cego alguns não acreditavam que ele seria capaz de fazer algo sozinho, seria dependente de outras pessoas pelo resto de seus dias, porém o jovem de 15 anos cria o que hoje conhecemos de código Braille, adotado mundialmente como sistema de leitura para cegos. Mudar a vida das pessoas, a gente entende disso, queremos o desafio de transformar Salvador numa cidade mais igual”. O texto segue acompanhado de um cartaz com imagem de fundo da personagem Louis Braille, seguida do destacamento “Doido por inclusão”, que segue a mesma linha do *marketing* de sua campanha “Doido por Salvador”.

Nos últimos pleitos, temos visto muitos debates e pautas contemplando o direito de acessibilidade de pessoas com deficiência, isso porque o problema da mobilidade urbana interfere diretamente no deslocamento desse grupo minoritário e fere o direito de ir e vir que todo cidadão deve ter assegurado. Esses grupos minoritários têm reivindicado seus direitos que por muito tempo foram silenciados, isso faz com que os gritos dos excluídos ganhe força e ecoe nas diversas esferas públicas. Na política, o engajamento dos candidatos, reconhecendo a necessidade desses grupos, pode gerar efeitos de credibilidade, de construção da imagem de político sensível e de criar um efeito de mobilização popular.

4.4.4 Apontamentos finais das análises

A partir das análises, verificamos que o discurso político eleitoral apresenta, assim, alguns aspectos discursivos que podem ser inscritos na “velha política” e na “nova política”. Embora os quatro candidatos selecionados pertençam a partidos diferentes (com inscrições ideológicas bastante distintas), tenham formações discursivas múltiplas e naturezas bastante peculiares, podemos notar que, ao se tratar de discurso político eleitoral, todos partilham de

uma mesma premissa: a ligação com as massas, as populações mais pobres, os excluídos socialmente. Não é novo o discurso político que se vincula aos que mais precisam, às massas, esse é um aspecto da “velha política”, uma memória repetível, inscrita sócio-historicamente no campo da política.

Outro aspecto notado como constitutivo da política eleitoral, é o discurso do confronto, do ataque ao adversário, a partir de rótulos que desqualificam a imagem do adversário, excluindo seus possíveis eleitores, com vistas a angariar esses votos para si. Essas discursividades reportam ao que Courtine designou de *domínio de memória* que consiste em "um conjunto de práticas discursivas, produzidas em lugares heterogêneos da prática social e que circulam entre esses lugares" (COURTINE, [1982] 2006, p. 15).

Podemos dizer que o “discurso do novo” ou “a nova política” se inscreve justamente em alguns aspectos e algumas regularidades já apresentadas aqui. Os novos regimes de discursividade do discurso político motivados pelo surgimento de uma nova tecnologia, a internet, suas plataformas e dispositivos digitais, permitiram o surgimento de novos materiais de transmissão, novas cenas enunciativas, novas discursividades e formulações plurissemiológicas, em que verbo, corpo, voz, gestos, expressões, recursos e ferramentas de produção do discurso digital, como a *live*, a *selfie*, por exemplo, configuram os novos modos de produção e circulação dos discursos. Essas novas discursividades também contribuíram para a hipervisibilidade e espetaculização do sujeito político, uma vez que, as redes sociais ampliaram os efeitos de dispersão, interação e compartilhamento, além de criar efeitos de proximidade entre candidato e eleitores.

Um outro fator que nos chamou bastante atenção foi o modo como os candidatos constroem seu *ethos*, numa disputa das imagens, *imagem de si* e *imagens do outro* a partir de imagens das mais diversas (fotografia, *selfie*, fotomontagem, *gifs* etc.). Mediados pelos aparatos e recursos disponíveis das redes sociais, os prefeituráveis fazem imagens de si, partindo de diversas possibilidades enunciativas e a partir de materialidades verbais e não verbais, seja pelo vídeo, pela fotografia, pela *live*, pelo cartaz, pela fotomontagem, o que constrói o que chamamos de *ethos* semiotizado.

O apelo às minorias é o principal mote das campanhas eleitorais contemporâneas. Esse viés é constitutivo da história do presente, como podemos notar como matéria regular nos últimos pleitos; as minorias: mulheres, negros, LGBTs, imigrantes, indígenas etc., estão cada vez mais presentes nas campanhas eleitorais federais, estaduais e municipais. Geralmente, as campanhas eleitorais costumavam abordar questões mais genéricas, como saúde, educação, segurança pública etc., no entanto, com a emergência de políticas sociais reivindicatórias e

identitárias e, com o engajamento e fortalecimento de grupos minoritários, as pautas dos políticos tem seguido essa conjuntura. Na campanha eleitoral de Salvador, como vimos, as minorias foram destaque nos debates e nas postagens entre os quatro candidatos analisados. Essa questão pode ser vista como ponto de encontro entre os candidatos, tanto pela disputa dos votos, quanto geradora de uma imagem de político empático. Essa questão coaduna um ponto comum entre os candidatos, embora uns apresentem/defendam algumas minorias mais que outros, como no caso da candidata Alice Portugal em defesa dos direitos das mulheres e dos grupos LGBTs; do candidato Fábio Nogueira, em defesa das minorias negras e do povo de santo; e dos candidatos PSI e ACM Neto, em defesa dos mais pobres, dos excluídos, dos moradores das periferias. Esses dois últimos se inscrevem numa política populista¹⁸⁵, todavia em vertentes distintas - o candidato PSI segue a linha do populismo messiânico, apoiando-se na fé e na religião, na sua condição de “pastor”; o candidato ACM Neto, segue a linha do populismo liberal, direcionado às massas, apelo ao “gueto”, à “favela”.

Outra questão notada nas campanhas é a inscrição da religião na política, que tem se manifestado como uma regularidade que atravessa o discurso político eleitoral, embora seja uma prática secular, visto que historicamente a política brasileira foi estabelecida por alianças com a religião. Nas campanhas mais recentes, os candidatos declaram explicitamente sua religião ou fé e usam desse instrumento para construir a imagem de homem de fé, crível, “salvador” e, com isso, atrair eleitores que partilham da mesma crença ou que aprovam determinadas posturas.

Os prefeituráveis, ora analisados, apresentam em suas postagens, vínculos com a religiosidade. Alice Portugal e ACM Neto constroem a imagem de católicos, mas com forte influência sincrética, considerando que a cidade de Salvador é marcada pelo sincretismo religioso. Já o candidato do PSOL apresenta-se como pertencente às religiões de matrizes africanas; e por fim, o PSI, que representa a religião evangélica, incorpora discursivamente a figura do porta-voz do sagrado, na figura do “soltado de Deus”, do pastor que cuida dos rebanhos. Este último, aproxima-se mais do discurso político sacralizado.

Atualmente, presenciamos a consolidação cada vez maior de grupos religiosos evangélicos na política brasileira, como é notório o crescimento da bancada evangélica no congresso nacional. O poder de influência das religiões cristãs no legislativo desafia a

¹⁸⁵ O populismo tem como característica básica o contato direto entre as massas urbanas e o líder carismático, supostamente sem a intermediação de partidos ou corporações. Para ser eleito e governar, o líder populista procura estabelecer um vínculo emocional com o povo, com as massas. Isso implica num sistema de políticas ou métodos para o aliciamento das classes sociais de menor poder aquisitivo, além da classe média urbana, como forma de angariar votos e prestígio (legitimidade para si) através da simpatia daquelas.

capacidade dos atores sociais e políticos para discutir e pressionar o Estado, sobretudo, para implementar políticas com base na laicidade, direitos humanos e individuais. O sociólogo português, Boaventura de Sousa Santos, chama de “teologia política” os discursos que reivindicam a presença da religião na esfera pública.

Dessarte, podemos notar que, embora o discurso político eleitoral opere uma memória discursiva, um *já dito*, “o repetível”, inclusive nas materialidades não verbais, que também operam a intericonicidade (a memória das imagens), há também a possibilidade do novo, de discursos que são próprios da ordem da liquidez das redes sociais. O discurso político digital desafia os analistas do discurso a olhar para as novas materialidades, as novas configurações pluri-semiológicas, os novos espaços enunciativos, para tentar compreender, assim, as recentes metamorfoses das discursividades políticas e a produção de seus sentidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos nesta tese, os avanços das tecnologias da comunicação e da informação estão mudando e estreitando as relações entre política e os *media*. As redes sociais têm sido um ambiente propício e fecundo para a formulação e a circulação do discurso político eleitoral nas duas últimas décadas do século XXI. Elas oferecem um alargamento do debate público e das práticas democráticas, aproximando eleitores e candidatos, pois são potencialmente interativas. Dessa forma, o *Facebook* – recorte desta pesquisa – é um grande produtor de informação política durante as campanhas e oferece aos eleitores maior quantidade de conteúdo disponível na rede, dando visibilidade aos candidatos que disputam o pleito.

De acordo com Marco Aurélio Ruediger (2019)¹⁸⁶, diretor de Análise de Políticas Públicas na Fundação Getúlio Vargas (FGV), a política será cada vez mais suscetível à pressão das novas tecnologias — em especial as redes sociais — como parte de um processo de modernização das esferas que considera como irreversível.

Notamos em nossas pesquisas tanto a importância crescente dos meios digitais para as campanhas políticas na última década, quanto o desenvolvimento das campanhas *online* com a evolução tecnológica, social e política da internet (AGGIO, 2013). A plataforma *Facebook* tornou-se uma arena digital para a política contemporânea, isso foi possível ser validado, sobretudo, nas eleições/2016, uma vez que essa plataforma foi considerada a principal rede de produção de campanha eleitoral pelos candidatos e pelos partidos.

Os discursos das redes sociais, agenciados pela ordem da liquidez, incorporaram em seu funcionamento os modos de ação e as astúcias da liquidez, como releva Piovezani (2009) p.275): “enunciados curtos e compósitos, céleres ritmos de transmissão”.

Em nossas análises foi possível verificar a emergência do político no espaço público mediatizado das redes sociais. A crescente intervenção das campanhas políticas nas redes sociais, especialmente nos últimos pleitos, demonstra que a política se mediatizou e se espetacularizou, seguindo os parâmetros da discursividade do virtual. Com efeito, é notório o primado da materialidade plurissemiótica nas cibercampanhas, em que são configuradas pela conjunção de verbos e imagens fixas e em movimento, formando um todo na cena enunciativa.

Foi possível verificar que, anteriormente, esse arquivo era menos diversificado, pois centrava-se em modalidades linguísticas; porém, com o desenvolvimento das tecnologias de

¹⁸⁶ Ver em entrevista à BBC Brasil. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-47423365>> acesso em: abr. 2019.

informação e comunicação e, diante do grande arquivo que é a internet, além da multiplicação das redes sociais, esse quadro se modificou, conforme notamos as mais diversas produções do discurso político. Considerando tais metamorfoses, contata-se que “a proliferação de gêneros e modos de circulação do discurso político, bem como se observa que a criação de diversas ferramentas tecnológicas facilitou o acesso e simplificou a captação desses materiais de natureza semiológica” (SARGENTINI, p. 1687, 2011).

De acordo com Bachini (2012), o uso do *Facebook* em pleitos anteriores se restringiu à função de divulgação de ações e agenda dos candidatos, não explorando a rede social sob um viés aprofundado no que tange ao relacionamento e interação com o usuário, ou seja, o eleitor. Entretanto, no pleito ora investigado, foi possível verificar que os prefeituráveis soteropolitanos exploraram ferramentas e recursos da rede social para manter a interação e a visibilidade com seus eleitores. Mas, quando se trata de mídia digital no âmbito eleitoral, os instrumentos e as ferramentas de comunicação *online* têm a capacidade de proporcionar a candidatos e eleitores aquilo que os meios tradicionais se mostraram incapazes de oferecer: fomentar espaços de interação e diálogo que podem trazer maior legitimidade às pretensões eleitorais dos atores políticos, através de múltiplas ferramentas e dispositivos, suportes materiais e vetores tecnológicos, nos quais os discursos circulam e significam, como fóruns, *chat*, *live*, comentar e compartilhar publicação etc.

As novas mídias ampliaram as possibilidades de comunicação e relacionamento no contexto das campanhas eleitorais. Por meio do surgimento dos sites de redes sociais, bem como dos mecanismos interacionais que estes possuem, o diálogo entre candidatos e eleitores adquiriu nuances diferenciadas. Os recursos digitais permitiram armazenar maior volume de informações acerca das candidaturas, associados à disseminação rápida e personalizada destes conteúdos (BELÉM et al., 2018).

Chegamos à conclusão de que as campanhas eleitorais contemporâneas têm investido sobremaneira em redes sociais digitais. Portanto, essas plataformas já não podem ser mais vistas como canais alternativos para divulgação e disseminação de informação política na internet, uma vez que nos últimos pleitos municipais, estaduais e federais tomaram uma dimensão que supera as demais mídias de massa.

No que tange à inscrição do discurso político eleitoral nas redes sociais, objetivo principal desta pesquisa, ressaltam-se os seguintes aspectos que representam a confirmação das hipóteses iniciais deste trabalho:

- a) observamos no percurso desta pesquisa, que o discurso político eleitoral obedece a ordem das redes sociais e é regulado pelos parâmetros da plataforma digital *Facebook*.

O discurso é formulado por uma diversidade de materialidades sobretudo as visuais. Os modos de dizer se modificaram, o registro *online* cria efeitos de proximidade, o *slogan* da campanha tornou-se a *hashtag*, por exemplo. A campanha é feita através de postagens a partir dos instrumentos dispostos nas redes, com *lives*, fotografias, fotomontagens etc.;

- b) notamos que a constituição da *imagem de si* nas redes sociais está mais ligada a materialidades não-verbais associadas à cena de enunciação do discurso. Desse modo, nas análises, observamos que, embora o sujeito político tenha articulado diferentes linguagens, priorizou as imagens (através de vídeos, *lives* e *selfies*) do que o verbal (escrito). Com o primado do visual, o *ethos* semiotizou-se, tornando-se mais eficiente nos parâmetros da visibilidade das redes, desse forma, quanto mais o sujeito aparece, mostra-se, é visualizado, mais busca produzir os efeitos desejados;
- c) Notamos que os sujeitos políticos fomentaram suas campanhas nas redes sociais, pois, além de notar o potencial das redes sociais nas campanhas eleitorais pela sua capacidade de interatividade, compartilhamento, visibilidade, também se tornou uma forma mais barata de realizar campanha. Entretanto, vale ressaltar, que há uma questão que também poderia ter motivado a grande adesão dos políticos às redes: as alterações nas regras de campanha, que proibiu doação nas campanhas eleitorais, reduziu o tempo da propaganda eleitoral gratuita.

Estudiosos da Comunicação, Política e Mídia e o Tribunal Superior Eleitoral levantam que uma das hipóteses do sucesso das campanhas eleitorais nas redes sociais pode ser associada às alterações na regra das campanhas, decorrentes da Lei nº 13.165/2015¹⁸⁷, também conhecida como Reforma Eleitoral de 2015. Esse acontecimento pode ter impulsionado o uso de mídias sociais como ferramentas de comunicação eleitoral de uma forma inédita no Brasil, segundo Pesquisa Brasileira de Mídia/2016¹⁸⁸. Conforme o TSE, as principais mudanças que incentivaram e fomentaram a utilização das redes sociais foram: a proibição da doação nas campanhas eleitorais por empresas, sendo permitida apenas doações de pessoas físicas e financiamento com recursos do Fundo Partidário; a duração das campanhas, que foram reduzidas de 90 para 45 dias, iniciando em 16 de agosto, finalizando no 02 de outubro

¹⁸⁷ Altera as leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos partidos políticos e incentivar a participação feminina. <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/leis-ordinarias/lei-no-13-165-de-29-de-setembro-de-2015>

¹⁸⁸ Disponível em: <[file:///C:/Users/Geisa/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202016%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Geisa/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202016%20(1).pdf)> acesso em: dez. 2018.

(colégios eleitorais com até 200 mil eleitores); a possibilidade de campanha antecipada, por meio das redes sociais e participações de eventos públicos, desde que não houvesse pedido explícito de voto; encurtamento da propaganda eleitoral gratuita no rádio e TV, com 35 dias de exibição, 10 a menos que nas disputas anteriores, sendo que o formato permitido foi reduzido para dois blocos de 10 minutos e não mais de 30 minutos; e a proibição de exposição de cavaletes nas ruas e calçadas com propagandas de partidos ou candidatos.

Considerando o cenário eleitoral mencionado, podemos inferir que, no cenário nacional, o sucesso de muitos candidatos deveu-se ao engajamento e uso constante e profícuo das redes sociais. Elas têm sido as protagonistas da cibercampanha, com especial foco no *Facebook*, por ser aquela plataforma que apresentava o maior número de usuários no Brasil no referido pleito e, por ser também, um espaço virtual que dispõe de múltiplos recursos para fomentar a campanha.

Algumas conclusões podem ser apontadas em relação ao funcionamento do discurso e sua materialidade nas redes sociais:

- A política *online* não pode ser considerada apenas como um conjunto de novos instrumentos voltados para a reprodução dos modos tradicionais da comunicação política. A internet e as redes sociais representam uma grande mudança na fala pública; o *marketing* digital transmutou-se; as distâncias entre candidato e eleitor diminuíram; os enunciados são produzidos de forma dinâmica e interativa, fazendo uso de diversos recursos de ordem semiológica, marcados, dessa maneira, pelo sincretismo.
- No domínio eleitoral, as ferramentas multimídia de comunicação digital proporcionam a candidatos e a eleitores aquilo que os meios tradicionais se mostraram limitados e restritos, como postagens instantâneas da campanha, espaços de diálogo direto entre o candidato e o eleitor, ampliação da participação cidadã na vida política, com sugestões, críticas e propostas, através de bate papos, fóruns *online*, entre outros.
- Observamos que a comunicação política das redes sociais apresenta a variedade na performatividade do sujeito político através de mecanismo que possibilitam uma interatividade mais avançada e a criação de cenas e *marketing* que aparentam maior intimidade, visibilidade, popularidade e afetividade, através de recursos que instauram efeitos de interação e proximidade.
- Uma outra questão interessante que notamos nas campanhas eleitorais realizadas em rede social é que o foco das eleições está centrado cada vez mais na figura do político.

Isso significa que as relações com o partido político tornaram secundárias. As campanhas nas redes geraram o político cada vez mais personalista, performático.

- Tendo em vista que nosso *corpus* foi recortado da plataforma *Facebook*, foi possível notar que todos os candidatos em análise realizaram postagens em suas páginas oficiais, articulando conjuntamente as linguagens verbal e visual. Verificamos que não mais como outrora, quando o discurso político era dominado pelas longas narrativas e pela eloquência, restritas à produção linguística, o discurso atual caracteriza-se na sua enunciabilidade sincrética e opera conjuntamente diversas materialidades para compor sua cena enunciativa.
- Durante as análises das recorrências de materialidades discursivas, foi possível verificar, nas postagens dos candidatos selecionados, que o discurso híbrido (verbo-visual) tornou-se preponderante nas campanhas.
- Notamos que o modo de produção de informação em campanha eleitoral municipal de 2016 no *Facebook* foi marcado pela diversidade temática, embora se perceba algumas repetições nos modos de dizer, próprias da política eleitoral (repetem-se fórmulas político-eleitorais).
- Destaca-se a regularidade das imagens nas composições enunciativas dos candidatos, *selfie*, fotografia, ilustração, videomontagem etc.
- Observamos também que o *Facebook* se tornou um ambiente propício a construção da imagem de si pelos candidatos às eleições, no processo de enunciação digital. Foi possível notar ainda que o sujeito político constrói seu *ethos* a partir de muitos recursos dispostos na plataforma que promovem visibilidade e interação e, também, pelas materialidades sincréticas, como *lives*, fotografias, videomontagem. Desse modo, verifica-se que o *ethos* político é o resultado de uma “alquimia complexa” feita de declarações verbais, de imagens, de enunciado verbo-visuais, de recursos icnográficos que consistem nesse emaranhado de informações para construir determinados *ethé*.

Algumas conclusões podem ser apontadas com base nas regularidades temáticas do *corpus*, conforme se delinea a seguir:

- Observamos que no gênero discurso político eleitoral, geralmente espera-se que o candidato apresente as propostas durante sua campanha. Todavia, a campanha realizada nas redes sociais tem desviado daquilo que seria o imprescindível, pois foi possível notar que há mais a necessidade de aparecer e de falar do seu opositor do que discutir proposta de governo.

- Notamos como o discurso político inscrito em ambiente digital transmutou-se, todavia, ainda conserva algumas características comuns do discurso político tradicional, como o discurso do confronto, da rotulagem dos adversários, modos de dizer “nós desejamos ajudar o povo”, “a gente quer ver a mudança” etc. E, ao mesmo tempo, estabelece características inovadoras próprias do suporte tecnológico, por exemplo, os modos de produção do discurso que mesclam diversas materialidades, como o verbal, o não-verbal. Alguns recursos inovadores como as *lives*, as *selfies*, a linguagem com uso de hashtag#, *emoticons*, elementos semióticos etc.
- O discurso do ataque sempre houve, mas quando se trata de discurso político eleitoral inscritos na rede social, tem sido mais intenso. Na campanha soteropolitana, os discursos de ataque foram promovidos pelos candidatos da oposição, Alice Portugal, Pastor Sargento Isidório e Fabio Nogueira contra o candidato da situação, que buscava à reeleição, ACM Neto, materializado a partir da propagação do enunciado “o prefeito da maquiagem”, o qual está quase sempre acompanhado de uma imagem que justifica o enunciado e em forma de hashtag #oprefeitodamaquiagem.
- Uma outra questão notada na análise do *corpus*, foi o apelo à rotulagem. Os candidatos de oposição usaram rótulos para desqualificar o candidato ACM Neto, “faraó”, “prefeito da maquiagem”, “apoiou o golpe” etc.
- ACM Neto, por sua vez, promove em sua campanha, o discurso da continuidade, uma vez que ele busca a reeleição. Suas postagens relevam os feitos de seu primeiro mandato e a proposta de ampliação e continuidade dos projetos de seu governo. Além de resgatar os valores da política de seu avô ACM, como a baianidade: “amor por Salvador”, “eu sou de Salvador”.
- Também foi possível notar que as análises da campanha dos prefeituráveis soteropolitanos obedecem a um movimento mais global e que foi um elemento comum a todos - a pauta das minorias. O apelo ao reconhecimento e aos direitos de grupos sociais minoritários, mulheres, negros, LGBT+ etc., aparecem nas pautas das campanhas e dos debates postados nas redes sociais, produzindo efeitos de sentido de políticos engajados e preocupados com as minorias, algo que tem marcado a tentativa de identificação com os eleitores, bem como funcionando como mecanismos de convencimento através do apelo direto por um determinado setor da sociedade civil e suas respectivas bandeiras.

Nesse contexto, buscamos em nosso trabalho uma análise discursiva que ultrapassasse o olhar na superfície da estrutura linguística, das frases de efeito, das formulações sintáticas,

restritas apenas no modo como as novas mídias incorporam o funcionamento dos discursos políticos, pensamos, sobretudo, nas transformações desses discursos, como são formulados a partir dos novos dispositivos, sem perder de vista as inscrições históricas, sociais, ideológicas que os atravessam. Para isso, considerando que a Análise do Discurso está no momento de uma “virada”, conforme propôs Orlandi (2012, p. 48), em que deve inaugurar um novo campo de questões, devido a nova conjuntura histórica e as novas formas de existência de discursividade – é que as condições de produção do/sobre o político e a política na atualidade nos pedem novas proposições teóricas e metodológicas.

Assim, diante das reflexões tecidas até aqui, é interessante pensar em algumas questões: i) em que consistem as contribuições que a AD poderia buscar na semiologia histórica?; ou ainda, ii) quais são os novos efeitos desse diálogo disciplinar para as análises do discurso político contemporâneo produzido nas redes sociais?; iii) em que medida a palavra do sujeito político cede lugar para ou coabita com a sua (auto)imagem capturada no instante de uma *selfie* e na efemeridade de uma *live*?

Assim, Piovezani (2009, p. 195), dialogando com J.-J. Courtine, parece não ter dúvida de que é preciso repensar na AD a historicidade dos discursos como noção fundamental na matéria dos sentidos costurados na textualidade. Ele nos convida à reflexão a esse respeito quando diz que “com base em subsídios a serem fornecidos pela semiologia histórica, a AD poderia tanto restituir e refinar sua concepção de história, quanto problematizar e aperfeiçoar a noção de texto, utilizada em muitos de seus trabalhos”.

Como vemos, o discurso político tem se modificado em função do movimento de construção da democracia, posto que, neste processo de globalização, democratização e midiaticização há mais espaços de discussão e circulação desse discurso, mudanças essas que afetaram as formas de produção e recepção dos discursos políticos, no modo de suas discursividades, como a intensa exploração de imagens pelos candidatos através de dispositivos virtuais. As eleições atuais passaram a contar com recursos interativos, com as redes sociais e suas inúmeras ferramentas, as quais permitiram compartilhamento com milhares de seguidores em tempo real. Há, ante isso, mais espaços de dizer, de publicizar, (como *sites*, *blogs*, redes sociais) que corroboram no fortalecimento da democracia e ao mesmo tempo incitam o debate político com maior acesso a participação popular. Mas é preciso ainda compreender discursivamente, pelo menos na atualidade do fazer política nas redes, como a verdade dos discursos é posta, como as disputadas por uma suposta verdade do dizer ou do mostrar está contaminada pelas falsas notícias, ou melhor, pelas *fake news* na ordem dos discursos. É no interior dos discursos que algumas imagens se monumentalizam, inauguram supostamente um

rosto político na *selfie*, fora do espelho. Mas também é na ordem dos discursos que algumas palavras se revestem de sentidos, se alicerçam no interior do sistema linguístico, como por exemplo *fake news*, *selfie*, *live*, *post*, sem que possamos nos dar conta de que o léxico anglófono impõe-se nas redes, no interior da textualidade híbrida das redes, carregando uma memória digital imbricada na memória da língua e da imagem políticas.

Nesse compasso, ocorreram mudanças que afetaram as formas de produção do discurso político e proporcionaram um movimento de produção política mediada pela hipermediatização e hipervisibilidade, no qual visualizamos “a passagem das imagens da política à política das imagens”. (DAGATTI, 2018. p. 290). Estamos, assim, na era da política-espetáculo, da política-show, da política-imagem.

Assim, a perspectiva teórica a Análise do Discurso francesa (AD), em congruência com a semiologia histórica, permite-nos olhar para o objeto da AD como um objeto político que se institui numa textualidade não apenas verbal, mas, semiológica e de dimensão histórica.

As reflexões sobre o que se tem denominado de semiologia histórica nos parecem salutar, haja vista que a Análise do Discurso permite trabalhar com os efeitos de sentido do discurso, a partir da materialidade semiológica, considerando o sujeito historicamente construído e a história como construída pelos discursos e constituidora de discursos.

A proposta de uma semiologia histórica, antes de estar ligada à concepção de uma disciplina, está ligada à construção de uma perspectiva teórica que carrega o desejo não apenas de revolver (e devolver) a espessura histórica dos discursos, mas, além disso, de considerar uma unidade textual baseada no caráter sincrético que a constrói. Essa abertura não significa, no entanto, distanciar-se dos preceitos postulados pela AD. Além disso, a semiologia histórica se revela como via possível na ampliação da visada discursiva, renovando, na Análise do Discurso, sua capacidade analítica, na medida em que explora seus limites e a coloca diante de novos desafios.

Destarte, este trabalho busca contribuir com a consolidação do discurso no Brasil, e espera ampliar as reflexões da linguagem no campo da Análise do Discurso com algumas noções da Semiologia, no que concerne à análise das novas materialidades do discurso político contemporâneo e no tratamento da constituição do *ethos* semiotizado nesse *corpus*, isso porque vivemos em um momento em que as tecnologias da comunicação, os recursos midiáticos e o uso de internet são constantes e cada vez mais desenvolvidos, exigindo dos analistas uma nova ordem do olhar para a natureza semiológica do objeto de análise.

Em suma, considerando o fato de que nenhuma pesquisa pode esgotar completamente a análise do *corpus*, pretendemos, através das reflexões colocadas nesta tese, abrir espaço para

que outros estudos relativos ao funcionamento do discurso político eleitoral na ordem das redes sociais possam ser realizados. Assim, com este trabalho, buscamos contribuir para pensar o discurso político e sua formulação sincrética, seguindo as reflexões dos teóricos ora apresentadas.

Ficamos, assim, com as palavras de Mendes,

Atribuir sentido ao fim de uma trajetória, ou melhor, chegar ao fim de uma jornada com algumas respostas, torna-se sempre o trabalho mais incompleto, mais provisório de todos, porque mesmo que consigamos encontrá-las, estão sempre pela metade, ou seja, só é possível vislumbrar uma de suas partes, sempre a depender do ângulo a partir do qual olhamos.

Edleise Mendes O. Santos

REFERÊNCIAS

- ACHACHE, G. **La communication**: déclin ou extension de la politique. *Esprit*, Paris, n. 164, p. 145-151, 1990.
- AGGIO, C.; MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. (Org.). **Do clique à urna**: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2013.
- AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. **Campanha eleitoral no Facebook**: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. *Revista Compolítica*, Rio de Janeiro, n.3, v. 2, p. 156-188, jul./dez. 2013.
- AGGIO, Camilo de Oliveira. **Internet, eleições e participação**: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanha Online. In: Maia, R.; Gomes, Wilson; Marques, F. (Orgs.) *Internet e Participação Política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- ALDÉ, A.; MARQUES, F. P. J. A. **Internet e poder local**. Salvador: EDUFBA; Rio de Janeiro: COMPOLÍTICA, 2015.
- AMOSSY, Ruth. **Apologie de la polémique**. Paris: Presses Universitaires de France. Collection dirigée par Michel Meyer, Université de Bruxelles, 2014.
- AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2008.
- ANGENOT, Marc. **A retórica da qualificação e as controvérsias de rotulagem**. Tradução: Rodrigo Seixas. *EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, n. 18, p. 151-170, abr. 2019. DOI dx.doi.org/10.17648/eidea-18-2283.
- ANGERMÜLLER, Johannes. **L'analyse du discours en Europe**. In: Simone Bonnafous et Malika Temmar (dir.), *L'analyse du discours en sciences humaines*. Paris: Ophrys, 2007, p. 9-23.
- ARENDDT, Hannah. **O Que é Política?** Trad. Reinaldo Guarany. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. Manuel Alexandre Júnior et al. Lisboa: Imprensa Casa da Moeda, 1998.
- AUGÉ, Marc. **Não-Lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papyrus, 1994.
- BACHINI, Natasha. **Sob o piado do Twitter**: o novo tom das campanhas eleitorais com a difusão da internet no Brasil - novos resultados. In: CONGRESSO LATINO AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA, 6., 2012, Quito, Equador. **Anais...** Quito, Equador: Associação Latino Americana de Ciência Política (ALACIP), 2012.
- BAPTISTA, Saulo. **Pentecostais e neopentecostais na política brasileira**: um estudo sobre cultura política, Estado e atores coletivos religiosos no Brasil. São Paulo: Annablume; São Bernardo do Campo: Instituto Metodista Izabela Hendrix, 2009. 432 p.

BARREIRA, L. **Chuva de Papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1998.

_____. **Imagens ritualizadas: apresentação de mulheres em cenários eleitorais.** Campinas – SP: Pontes, 2008.

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

BARONAS, Roberto Leiser. **A (des)ordem da imagem na comunicação política brasileira: possibilidades analíticas a partir da noção discursiva de relações intercenográficas.** Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 15, n. 3, p. 401-413, set./dez. 2015.

BARONAS, R. L.; MESTI, P. C.; CARREON, R. de O. (Orgs). **Análise do Discurso: entorno da problemática do ethos, do político e de discursos constituintes.** Campinas, SP: Pontes Editores, 2016.

BAUCHE, Gilles (1996), **Tout savoir sur Internet.** Paris: Arléa.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BELTING, H. **Pour une anthropologie des images.** Paris: Gallimard, 2004.

BENEVIDES, Maria Vitória de Mesquita. **Minorias: lutas populares e direitos humanos.** Disponível em: <http://www.iea.usp.br/publicacoes/textos/benevidescidadaniaedireitoshumanos.pdf>

BITTENCOURT, J. S. **Mulher, palavra e poder: construções discursivas do feminino em campanhas eleitorais para a presidência.** Tese (Doutorado em Linguística - Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, p.278, 2018.

BONNAFOUS, S. **Sobre o bom uso da derrisão em J. M. LE PEN.** In: GREGOLIN, M. R.; (Org.). Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003, p.35-48.

BRAGA, Amanda. **Análise do Discurso: Novos Olhares.** Revista de Literatura e Linguística EUTOMIA. v. 1 n. 9. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/EUTOMIA/article/view/956/735>

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias.** São Paulo: Boitempo, 2004.

BURITY, Joanildo; MACHADO, Maria das Dores Campos (Org.). **Os Votos de Deus: evangélicos, política e eleições no Brasil.** Recife: Massangana, 2006.

CARMO, Cláudio Márcio do. **Grupos minoritários, grupos vulneráveis e o problema da (in)tolerância: uma relação linguístico-discursiva e ideológica entre o desrespeito e a manifestação do ódio no contexto brasileiro.** Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, Brasil, n. 64, p. 201-223, ago. 2016

CARREON, Renata de Oliveira. **O político em São Carlos: um estudo das imagens de si no discurso dos candidatos a prefeito das eleições 2008.** 2013. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013.

CARREON, Renata de Oliveira. **Comunicação política e(m) imagens de si:** percursos a caminho do ethos semiotizado. Tese (Doutorado em Linguística - Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, p. 221, 2018.

CARREIRO, Rodrigo. **A discussão política em rede:** um estudo sobre a divergência política no *Facebook*. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 246, 2017.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues. **Considerações sobre a constituição de corpus em Análise do Discurso.** Estudos linguísticos, São Paulo, 44 (3): p. 1087-1096, set.-dez. 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours politique.** *Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, 256 p.

_____. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Discurso Político.** São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **A conquista da opinião pública:** como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Política cultural, cultura política e patrimônio histórico.** *In: Direito à Memória: Patrimônio Histórico e Cidadania* [S. l: s.n.], 1992a.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Público, privado, despotismo.** *In: NOVAES, A (Org.) Ética.* São Paulo: Companhia das Letras, 1992b.

CHIARI, Geovana; SARGENTINI, Vanice. **Ciberpolítica: o funcionamento dos sites dos candidatos.** *In: Sargentini, V. (Org) Mutações do discurso político no Brasil: espetáculo, poder e tecnologias da comunicação.* Campinas, SP: Mercado das Letras, 2017.

COGO, Denise. **Mídias, identidades culturais e cidadania:** sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. *In: PERUZZO, Cicilia M.K.(Org.) Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina.* São Paulo: Angellara, 2005.

COULOMB-GULLY, Marlène; RENNES, Juliette. **Genre, politique et analyse du discours.** *Une tradition épistémologique française gender blind.* Mots. Les langages du politique [*En ligne*], 94 | 2010, mis en ligne le 01 novembre 2012, consulté le 18 octobre 2019. URL: <http://journals.openedition.org/mots/19883>; DOI: 10.4000/mots.19883

CORREIA, P. M. A. R.; MOREIRA, M. F. R. **Novas formas de comunicação:** história do *Facebook* – Uma história necessariamente breve. *ALCEU* – v. 14. N. 28. P. 168-187. jan./jun. 2014.

COURTINE, J.-J. **Corps et Discours: Elements d'histoire des pratiques langagières et expressives.** Paris: Université de Paris X- Nanterre, 1989. (Présentation de Thèse d'État sur Travaux). (cópia xerocada)

COURTINE, J.-J. ; HAROCHE, C. **História do rosto.** Lisboa: Editorial Teorema, 1995.

COURTINE, Jean-Jacques. **O discurso inatingível: Marxismo e Linguística (1965-1985).** Tradução de Heloísa M. Rosário. In: Cadernos de tradução – n. 6/jun. 1999. Porto Alegre: 1999. p. 5-18.

_____. **Os deslizamentos do espetáculo político.** In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). Discurso e mídia – a cultura do espetáculo. São Carlos (SP): Editora Claraluz, 2003. p. 21-34.

_____. **Intericonicidade:** entre(vista) com Jean-Jacques Courtine. [out. 2005]. Entrevistador : Nilton Milanez. Local : Sorbonne Nouvelle, Paris, 2005. Registro audiovisual.

_____. [1982/1987/1989/1992/1994]. **Metamorfoses do discurso político:** derivas da fala pública. Trad. Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos, SP: Claraluz, 2006.

_____. **Análise do discurso político:** o discurso comunista endereçado aos cristãos. Supervisão de Trad. Patrícia Chittoni Ramos Reuillard. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2009.

_____. **Discurso e imagens: para uma arqueologia do imaginário.** In: Sargentini; V.; Curcino, L.; Piovezani, Carlos (Orgs). Discurso, Semiologia e História. São Carlos: Claraluz, 2011. p.145-162.

_____. **Definição de orientações teóricas e construção de procedimentos em Análise do Discurso.** Policromias – Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som, [S.I.], v. 1, n.1, jun.2016.

CURCINO, Luzmara. **Os sentidos do olhar: o leitor e a escrita da mídia nas sociedades democráticas.** In: Sargentini; V.; Curcino, L.; Piovezani, Carlos (Orgs). Discurso, Semiologia e História. São Carlos: Claraluz, 2011. p.183-196.

DAGATTI, Mariano. **Imagens da política, política das imagens:** sobre comunicação, retórica e estética. Trad. Thiago Augusto Carlos Pereira e Jocenilson Ribeiro. EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n. 16 esp. “Discurso e argumentação na política latino-americana”, p. 274-298, set.2018.

DANTAS NETO, Paulo Fábio. (2002). **Carlismo e oposição na Bahia pós-carlista.** Disponível em: < <http://apicucos.fundaj.gov.br/observanordeste/obed003j.html> > 2002.

_____. **Mudança política na Bahia: circulação, competição ou pluralismo de elites?** [Internet]. Observatório Social do Nordeste. Fundação Joaquim Nabuco, 2009.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, C; COUTO, O. F. **As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento:** compartilhamento e produção através da circulação de ideias. In: Linguagem em (Dis)curso, Tubarão, SC, v. 11, n. 3, p. 631-648, set./dez. 2011.

DUARTE, R. D. **O ‘fazer’ em discursos políticos: uma abordagem funcional.** 33º Inter. Systemic Functional Congress. Florianópolis: IFSC, 2006, p. 1082-1102.

EGGS, Ekkehard. **Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna.** In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos.* São Paulo: Contexto, 2005. p. 29-56.

EMEDIATO, Wander. **A construção da opinião na mídia.** Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013.

_____. *Discurso e Web. As múltiplas faces do Facebook.* Revista da Abralín, v. 14, n 2, 2015.

_____. **Análises do discurso político.** Wander Emediato (Org.). Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2016.

FANTINATI, Carlos Erivany. *Sobre o discurso político.* In: Alfa, São Paulo, 34: 1-10, 1990.

FERNÁNDEZ MASSARA, B. **Encuentros teóricos entre Ernesto Laclau y Eliseo Verón: el problema del discurso político.** In.: KAIROS. Revista de temas sociales Año 19 no. 36. (noviembre 2015). Villa Mercedes : Universidad Nacional de San Luis, 2015.

FIORIN, J. L. **A sacralização da política.** In: FULANETI, O. N.; BUENO, A. M. (Org.). *Linguagem e política: princípios teórico-discursivos.* São Paulo: Contexto, 2013, v. 1, p.21-38.

FIORINDO, Priscila Peixinho. **Ethos, um percurso da retórica à análise do discurso.** Revista Pandora Brasil Nº 47 - Outubro de 2012 - "O ethos nos estudos discursivos da ciência da linguagem."

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos - Estratégia poder-saber.** Organização e seleção de textos, Manoel de Barros Mota. Tradução Vera Lúcia Avellar Ribeiro. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. Coleção Ditos e Escritos, volume IV.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso.** Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1999c.

_____. **A arqueologia do saber.** Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

_____. **A ordem do discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

_____. **A Arqueologia do saber.** 5.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

FRANCO, Lucas Nascimento. **Políticas públicas no Brasil voltadas para a população LGBT:** reflexos que o Movimento enfrenta com relação à sociedade civil. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/20739/1/Pol%C3%ADticasP%C3%BAblicasBrasil%20%281%29.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2018.

FREITAS, Geisa Fróes de. **A constituição dos ethé no discurso político: um estudo dos discursos de posse dos presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.** Tese de Doutorado. Instituto de Letras. Universidade Federal da Bahia, 2012.

FRESTON, Paul (1992). **Evangélicos na política brasileira.** *Religião e Sociedade*, v. 6, p. 2, p. 26 – 32.

FULANETI, O. N.; BUENO, A. M. (Orgs.) **Linguagem e política 1: princípios teórico-discursivos.** São Paulo: Contexto, 2013.

GADET, F. & PÊCHEUX, M. **A língua inatingível.** Trad. Betânia Mariani e Maria Elizabeth Chaves de Mello. Campinas: Pontes, 2004.

GARCIA, Luciana Carmona. **Discurso e semiologia no texto televisivo.** ESTUDOS LINGÜÍSTICOS, São Paulo, 41 (3): p. 985-998, set-dez 2012.

GINZBURG, Carlo. **Sinais: raízes de um paradigma indiciário.** *In: Mitos, Emblemas, Sinais: morfologia e história.* São Paulo: Cia das Letras, 1989.

GOMES, Américo. **E agora Duda Mendonça?** Disponível em: <http://www.sonoticias.com.br/mostra.php?id=10657> . Acesso em: 10 set. 2017.

GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral.** Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

GONÇALVES, Alexandre Oviedo. **Religião, política e direitos sexuais: controvérsias públicas em torno da “cura gay”.** *Revista Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 39(2): 175-199, 2019.

GRANGEIRO, C.R.P. **Línguas de vento em madeira de lei: discurso político em Juazeiro do Norte.** *In: XXI Encontro Regional de Estudantes de Direito e Encontro Regional de Assessoria Jurídica Universitária “20 anos de Constituição. Parabéns! Por quê?”* ISBN 978-85-61681-00-5

GRANGEIRO, C.R.P. **Foucault, Pêcheux e a formação discursiva.** *In: BARONAS (org.). Análise do Discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva.* Pedro e João Editores: São Carlos, SP, 2007.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Foucault e Pêcheux na Análise do Discurso diálogos e duelos.** São Carlos: Claraluz, 2004.

_____. **Foucault e Pêcheux na construção da análise do discurso: diálogos e duelos.** São Carlos: Claraluz, 2006.

_____. **Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades.** *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v.4, n.11. p.11-25, 2007.

_____. **J.-J. Courtine e as metamorfoses da Análise do Discurso:** novos objetos, novos olhares. In: SARGENTINI, V.; GREGOLIN, M. R. (Org.) *Análise do discurso: heranças, métodos e objetos*. São Carlos-SP: Claraluz, 2008, p. 21-36.

_____. **Análise do Discurso e Semiologia:** enfrentando discursividades contemporâneas. São Carlos: Claraluz, 2011.

_____. **Discursos e Imagens do corpo:** heterotopias da (in)visibilidade na web. In: *Análise do Discurso em Rede: cultura e mídia*. Orgs. FLORES, Giovanna G. B.; NECKEL, Nadia R. M.; GALLO, Solange Ma. L. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

GRIGOLETTO, Evandra. **Do discurso político às novas tecnologias: um percurso sobre o objeto de estudo da Análise do Discurso.** In: *Revista ORGANON, UFRGS*, v. 24. N. 48, 2010.

GUILHAUMOU, J.; MALDIDIER, D.; ROBIN, R.. **Jalons dans l'histoire de l'analyse de discours en France:** un trajet des historiens du discours. *Discours Social /Social Discourse*, 1989, vol. 11, number 3, Montréal.

HAROCHE, C; HENRY, P.; PÊCHEUX, M. **A semântica e o corte saussureano: língua, linguagem, discurso.** Tradução de Roberto Leiser Baronas e Fábio César Montanheiro. *Revista Linguagem*, São Carlos, SP, n. 3, out./nov. 2008. Disponível em: . Acesso em: 13 jan. 2010.

HAROCHE, Claudine. **L'invisibilité interdite.** In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine (Dir.). *Les tyrannies de la visibilité: être visible pour exister?* Paris: Erès, 2011.

HEINE, Palmira V. B. **O ethos e a intimidade regulada:** especificidades da construção do ethos no processo de revelação da intimidade nos blogs pessoais, 2016. 130 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador –BA, 2006.

HEINE, Palmira V. B. **Navegando na enunciação digital:** processos de construção do ethos em blogs de pré-universitários e universitários. Tese de Doutorado. Instituto de Letras. Universidade Federal da Bahia, 2008.

HENRY, P. **Os fundamentos teóricos da Análise Automática do Discurso de Michel Pêcheux.** Tradução de Bethania Mariani. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990.

HERBERT, T. **Reflexões sobre a situação teórica das ciências sociais e, especialmente, da psicologia social.** Tradução de Mariza V. da Silva e Laura A.P. Parisi. In: PÊCHEUX, M. *Análise de Discurso: Michel Pêcheux. Textos escolhidos por Eni Puccinelli Orlandi*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011 [1966]. p. 21-54.

INDURSKY, Freda. **A Análise do Discurso e sua inserção no campo das ciências da linguagem.** *Cadernos do IL, Porto Alegre*, n.20, 7-21, 1998.

INDURSKY, F. **A memória na cena do discurso.** In: INDURSKY, F. et al. *Memória e história na/da análise do discurso*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011. p. 67-89.

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

KOGAWA, João M. M. **Por uma arqueologia da análise do discurso no Brasil**, 2012. vol. 1. Tese de Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa. Faculdade de Ciências e Letras. Araraquara, 2012.

_____. **Ecossistemas do horror no humor: reflexões a respeito da noção de intericonicidade**. Estudos Semióticos (USP) , v. 8, p. 53, 2012.

KOGAWA, J. M. M ; WITZEL, D. G. . **Acontecimento discursivo e memória de imagens na reprodução de sentidos 'controlados' pela mídia**. Linguagem em (Dis)curso (Impresso) , v. 13, p. 337-357, 2013.

KOGAWA, J. M. M.; MAZZOLA, R. B.. **Frankenstein, entre anjos e demônios: da recepção crítica midiática à análise semiológica**. Acta Scientiarum (UEM), v. 39, p. 431-439, 2017.

KOGAWA, J. M. M.; KANASHIRO, M.. **Da ausência à mitificação do sexo em publicidades de cerveja**. CADERNOS DE LINGUAGEM E SOCIEDADE, v. 18, p. 236-251, 2017.

KOGAWA, J. M. M.; BUCIOLI, P.. **Por uma análise do discurso 'revolucionário' em pichações**. Cadernos de Estudos Linguísticos, v. 61, p. 1-17, 2019.

KRAUZE, Enrique. **Os dez mandamentos do Populismo**. Teleós: 2008.

KRESS, Gunther R., and Theo Van Leeuwen. **Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication**. Vol. 312. London: Arnold, 2001.

KRIEG-PLANQUE, Alice. **A noção de “fórmula” em análise do discurso: quadro teórico e metodológico**. Tradução de Luciana S. Salgado e Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. (Série Língua[gem] 39).

JAMIL, Francisco Paulo; SAMPAIO, Rafael. **Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões midiáticos das campanhas políticas online**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 22, p. 208-221, dez. 2011.

LACERDA, Fabio. **Pentecostalismo, eleições e representação política no Brasil contemporâneo**. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017.

LEAL, Paulo Roberto Figueira; VIEIRA, Mário Braga Magalhães Hubner. **O Fenômeno da Personalização da Política: Evidências Comunicacionais das Campanhas de Dilma e Serra em 2010**. In: Teoria e Cultura. Juiz de Fora, v. 4, n. 1 e 2, p. 41 a 50, jan./dez. 2009.

LEAL, P. R. F. **Os riscos do personalismo na política**. Revista de Jornalismo Científico e Cultural da Universidade Federal de Juiz de Fora - A3:02, Juiz de Fora. Ed. UFJF, p. 12. abr/set. 2012. (disponível em: http://www.ufjf.br/revistaa3/files/2014/02/youblisher.com297508-Revista_A3_02_Abril_2012smallpdf.com_.12.pdf).

LENHARO, Alcir. **A sacralização da política**. Campinas: Papyrus, 1986

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**. O futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

MACHADO, Maria. D. C.; BURITY, Joanildo (2014). **A ascensão política dos pentecostais no Brasil na avaliação de líderes religiosos**. Dados, vol. 57, n. 3, p. 601-631.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **Política e religião: a participação dos evangélicos nas eleições**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indursky. 3. ed. Campinas-SP: Pontes, 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise do Discurso**: uma entrevista com Dominique Maingueneau. Revista Virtual de Estudos da Linguagem - ReVEL. Vol. 4, n. 6, março de 2006. Tradução de Gabriel de Ávila Othero. ISSN 1678-8931 [www.revel.inf.br].

MAINGUENEAU, Dominique. **A noção de *ethos* discursivo**. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). Ethos discursivo. São Paulo: Contexto, 2008a. p.11-29.

_____. **Cenas da Enunciação**. Trad. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez. São Paulo: Parábola, 2008a.

_____. **Ethos, cenografia e incorporação**. In.: AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2008b.

_____. **Gênese dos discursos**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c.

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

_____. **Discours et analyse du discours**. Introduction. Paris. Armand Colin, 2014.

_____. **Discurso e Análise do Discurso**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2015.

_____. **Retorno crítico sobre o *ethos***. In: BARONAS, R. L.; MESTI, P. C.; CARREON, R. de O. (Orgs.). **Análise do discurso: entorno da problemática do ethos, do político e de discursos constituintes**. Campinas: Pontes, 2016, p. 13-34.

_____. **Retorno crítico à noção de *ethos***. *Let. Hoje* [online]. 2018, vol.53, n.3, pp.321-330.

MESTI, Paul Camila. **Entrevistas televisivas com Dilma Rousseff: diferentes construções e incorporações de *ethé***. In: BARONAS, R. L.; MESTI, P. C.; CARREON, R. de O. (Orgs.). **Análise do discurso: entorno da problemática do *ethos*, do político e de discursos constituintes**. Campinas: Pontes, 2016, p. 51-66.

MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso: (re)ler Michel Pêcheux hoje**. Tradução de Eni P. Orlandi. Campinas, SP: 2003.

MALDIDIER, D. **L'inquiétude du discours**. Un trajet dans l'histoire de l'analyse du discours : le travail de Michel Pêcheux, *Semen* [En ligne], 8 | 1993, mis en ligne le 21 août 2007, consulté le 29 juin 2019. URL: <http://journals.openedition.org/semen/4351>

MALDIDIER, D. **Elementos para uma história da análise do discurso na França**. Eni P.Orlandi (Org.). Gestos de leitura. 3.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

MANZANO, Luciana C. G. **A ordem do olhar: sentidos da imagem no discurso político televisivo brasileiro**. São Carlos, 2014. 220 F. Tese (Doutor em Linguística) Universidade Federal de São Carlos, 2014.

MARANDIN, J.-M; PÊCHEUX, M. **Informática e Análise do Discurso**. In: PIOVEZANI, C.; SARGENTINI, V. (Org.). Legados de Michel Pêcheux: inéditos em análise do discurso. Tradução de Carlos Piovezani e Vanice Sargentini. São Paulo: Contexto, 2011 [1984], p. 111-115.

MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá (2013). **Mediatização da religião e esfera pública nas eleições paulistanas de 2012**. São Paulo: Paulus.

MAZIÈRE, F. **A análise do discurso: história e práticas**. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2007.

MAZZOLA, Renan Belmonte. **Jean-Jacques Courtine: o percurso de um agrimensor**. In: O cânone visual: as belasartes em discurso [online]. São Paulo: Editora UNESP; Cultura Acadêmica, 2015, pp. 97-116. ISBN 978-85-7983-671-8.

MILANEZ, Nilton. **O corpo é um arquipélago**. “Memória, intericonicidade e identidade”. In: NAVARRO, P. (Org.) Estudos do Texto e do Discurso. Mapeando conceitos e métodos. São Carlos, Claraluz, 2006a, p. 153-179.

MILANEZ, Nilton. **As aventuras do corpo: dos modos de subjetivação à memória de si em revista impressa, 2006**. 209 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, 2006. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/103600>>. MOTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.) Ethos discursivo. São Paulo: Contexto, 2008.

MILANEZ, Nilton. **Materialidades da paixão: sentidos do olhar para uma semiologia do corpo**. In: Vanice Sargentini; Carlos Piovezani, Luzmara Curcino. (Org.). Discurso, semiologia e história. 1ed.São Carlos: Claraluz, 2011a, v. 1, p. 100-117.

MILANEZ, Nilton. **O nó discursivo entre corpo e imagem**. Intericonicidade e Brasilidade. In: TFOUNI, Leda Verdiani; CHIARETTI, Paula; MONTE-SERRAT, Dionéia Motta. (Org.). A Análise do Discurso e suas Interfaces. 1ed.São Carlos: Pedro & João, 2011b, v. 1, p. 147.

MILANEZ, Nilton. **Pistas e traços do corpo suspeito: Jailton, o estuprador de Itambé**. In: Maria do Rosário Gregolin e João Marcos Kogawa. (Org.). Coleção Trilhas Linguísticas. 1ed.Araraquara: Cuiltra Acadêmica, 2012, v., p. 81-97.

MILANEZ, Nilton; SANTOS, J. J. **Memória e identidade: o sujeito como devir.** Entrevista com Cleudemar Alves Fernandes. Michel Foucault e o Discurso: aportes teóricos e metodológicos. 1ed. Uberlândia: Edufu, 2013a, v. 1, p. 65-80.

MILANEZ, Nilton. **Intericonicidade: funcionamento discursivo da memória das imagens.** Acta Scientiarum. LanguageandCulture (Online), v. 1, p. 345-355, 2013b.

MILANEZ, NILTON. **Intericonicidade: da repetição de imagens à repetição dos discursos de imagens.** Acta Scientiarum. LanguageandCulture (Impresso), v. 37, p. 197-206, 2015.

MONTEIRO, Adriana Carneiro; BARRETO, Gley Porto; OLIVEIRA, Isabela Lima de; ANTEBI, Smadar. **Minorias Étnicas, Linguísticas e Religiosas.** [s.d.]. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/br/pb/dhparaiba/5/minorias.html#1>> Acesso em: 10 dez. 2018.

MUSSALIM, Fernanda. **A noção de texto em Análise do Discurso.** In: BATISTA, R. O. (Org.). O texto e seus conceitos. v. 1. 1 ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2016. p. 45-70.

MUSSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. **Estratégias eleitorais online: os padrões de campanha nas páginas dos candidatos durante as eleições de 2014 no Brasil.** Teoria & Pesquisa, 2016.

NARZETTI, Caudiana. **O percurso das ideias do Círculo de Bakhtin na Análise do discurso francesa.** Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2012. 262 f.

_____. **Gramáticos e linguistas: polêmica e interincompreensão.** Revistas Linguagem, UFSCar, 2013.

NASCIMENTO, M. A. do. **Participação política das minorias: o desafio da inclusão de pessoas com deficiência no processo de tomada de decisões.** Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 07 dez. 2016. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.57166&seo=1>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

NAVARRO, P. **Pode a imagem falar na análise do discurso político?** In: Análise do discurso e semiologia: problematizações contemporâneas. Org. Ma.Rosário F. V. . Gregolin; João M. M. Claraluz, 2012.

NUNES, J. H. **A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso.** In: INDUSRKY, F.; LEANDRO FERREIRA, M. C. (Orgs.). Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar. São Carlos: Claraluz, 2005. p. 99-104.

NORRIS, P.. **Democratic Divide?** The Impact of the Internet on Parliaments Worldwide. Harvard University: John Kennedy School of Government. 2000.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global.** In: OLIVEIRA, Ana Claudia de; TEIXEIRA, Lucia. Linguagens na comunicação. (Orgs.). São Paulo, Estação das Letras e Cores, CPS Editora, 2009. (pp.79-140).

OLIVEIRA, Fabrício Roberto Costa. **Religião e participação política**: considerações sobre um pequeno município brasileiro, e-cadernos ces [Online], 13 | 2011a.

OLIVEIRA, P. D. **Michel Pêcheux como leitor de Saussure**. In: Estudos Linguísticos, São Paulo, 40 (3): p. 1541-1550, set-dez 2011b.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Silêncio e implícito** (Produzindo a monofonia), In: GUIMARÃES, E. (Org.). História e sentido na linguagem. Campinas: Pontes, 1989. p. 39-46.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

_____. **Discurso e argumentação: um observatório do político**. In: Fórum Linguístico, Fpolis, n. 1 (73-81), jul.-dez. 1998.

_____. **Discurso e texto**. Formulação e circulação de sentidos. Campinas, Pontes, 2001.

_____. **A análise de discurso e seus entre-meios: notas a sua história no Brasil**. In: Cad.Est.Ling., Campinas, (42): 21-40, Jan./Jun. 2002.

_____. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. 5. ed. Campinas: Pontes Editores, 2007a.

_____. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 7 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007b.

_____. **Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. 3 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.

_____. **A materialidade do gesto de interpretação e o discurso eletrônico**. In: DIAS, Cristiane. *Formas de mobilidade no espaço e-urbano*: sentido e materialidade digital [online]. Série e-urbano. Vol. 2, 2013, Consultada no Portal Labeurb – <http://www.labeurb.unicamp.br/livroUrbano/> Laboratório de Estudos Urbanos – LABEURB/Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade – NUDECRI, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

_____. **Discurso em Análise**: Sujeito, Sentido, Ideologia. Campinas, SP, Pontes, 2012.

ORO, Ari. Pedro. **Religião e política nas eleições 2000 em Porto Alegre (RS)**. Debates do NER (UFRGS), PPGAS/UFRGS - Porto Alegre, RS, v. 3, p. 9-70, 2001a.

ORO, Ari. Pedro. **Neopentecostalismo**: dinheiro e magia. Ilha, Revista de Antropologia, Florianópolis - SC, v. 3, n.1, p. 71-86, 2001b.

ORO, Ari Pedro. **A política da igreja universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros**. RBCS Vol. 18 n°. 53 outubro/2003.

PAULA, Luciane de; STAFUZZA, Grenissa (Orgs.) **Da Análise do Discurso no Brasil à Análise do Discurso do Brasil: três épocas histórico-analíticas**. Uberlândia, MG: EDUFU, 288p, 2010.

PÊCHEUX, Michel. **Análise automática do discurso**. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 2.ed. Campinas: Unicamp, 1993. p.76-91.

_____. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. 3. ed. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. **Análise automática do discurso**. In: HAK, Tony; GADET, Françoise (Org.). *Por uma análise automática do discurso*. Trad. Bethania S. Mariani et al. Campinas, SP: EDUNICAMP, 1997. p.61-163.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 3.ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997b.

_____. **Papel da memória**. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes, 2007, p. 49-57.

_____. **Língua, linguagens, discurso**. In: PIOVEZANI, C.; SARGENTINI, V. (Org.). *Legados de Michel Pêcheux: inéditos em análise do discurso*. Tradução de Carlos Piovezani e Vanice Sargentini. São Paulo: Contexto, 2011 [1971], p. 63-75.

_____. **Abertura do colóquio**. In: CONEIN, B. et al. (Org.). *Materialidades Discursivas*. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2016 [1980], p.23-29

PINTO, Céli Regina Jardim. **Elementos para uma análise de discurso político**. 2005. Disponível em: online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/viewFile/%20821/605

PIOVEZANI, C. F. F. *Política Mediatizada e Mídia Politizada: fronteiras mitigadas na Pós-Modernidade*. In: GREGOLIN, M. R. V (Org.) **Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos: Claraluz, 2003.

_____. **Análise do discurso político: novos objetos, novas perspectivas**. In: NAVARRO, P. (Org.) *Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos*. São Carlos: Claraluz, 2006. p. 243-57.

_____. **Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise**. *Revista da ABRALIN*, v 6. n.1. p. 111-128. Jan/jun.2007.

_____. **Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção de verdade no discurso político**. São Paulo: EdUnesp, 2009.

PIOVEZANI, C.; CURCINO, L.; SARGENTINI, V. (Org.). **Discurso, semiologia e história**. São Carlos: Claraluz, 2011.

PIOVEZANI, C. **Falar em público na política contemporânea: a eloquência pop e popular brasileira na idade da mídia.** In: COURTINE, J-J; PIOVEZANI, C. (Orgs.). História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso. Petrópolis: Vozes, 2015, p. 290-337.

PIOVEZANI, Carlos. **A voz de Lula na imprensa brasileira: discursos da mídia sobre a fala pública do ex-presidente.** Conexão Letras. UFRGS. v. 12, nº 18. 2017.

POSSENTI, Sírio; PAULILLO, R; RANGEL, E. de O.; ALBUQUERQUE, J.A. G.; SADEK, M.T.A.; LAMOUNIER, B. **Análise do discurso político: abordagens.** (Orgs.). Lúcio Flávio Rodrigues de Almeida, Paulo Resende, Vera Chaia.- São Paulo: EDUC, 1993. 110p.; 23 cm. - (Coleção Eventos).

QUEIROZ, A.; MANHANELLI, C. **Breve história dos slogans políticos nas eleições do Brasil republicano.** Signos do consumo – V.1, N.2, 2009. P. 235-253.

RAMOS, Roberto. **Roland Barthes: semiologia, mídia e fait divers.** Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 14 abril 2001, quadrimestral.

RANQUETAT, C. A. J. **A sacralização da política.** Revista Vila Nova. <http://revistavilanova.com/a-sacralizacao-da-politica/>.

REBOUL, O. **O slogan.** Editora Cultrix. São Paulo.1975.

RASIA, Gesualda dos Santos. **A prática do(a) selfie e modos de subjetivação na contemporaneidade.** Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 16, n. 1, p. 103-116, jan./abr. 2016

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2014.

RESENDE, João Francisco; CHAGAS, Juliana Sawaia Cassiano. **Eleições no Brasil em 2010: comparando indicadores político-eleitorais em surveys e na internet.** In: Marques, F.; Sampaio, R.; Aggio, C.. (Orgs.). Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2013.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

RODRIGUES, R. **Ciberpolítica: Comunicação Política 2.0 nas Eleições Legislativas de 2009.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2010. < <http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-rodrigues-ciberpolitica.pdf>>.

ROSANVALLON, P. **Leçon inaugurale de la Chaire d' Histoire Moderne et Contemporaine du Politique.** Paris: Collège de France, 2002.

ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. **Comportamento político em sites de redes sociais: o Facebook como atalho informacional para a decisão do voto nas Eleições 2012 em Juiz de Fora-MG.** In: Aldé, A.; Marques, F. P. J. (Orgs.). **Internet e Poder local.** Salvador: EDUFBA; Rio de Janeiro: COMPOLÍTICA, 2015.

ROSSINI, P. G. da C.; BAPTISTA, É. A.; OLIVEIRA, V. V. de; SAMPAIO, R. C.. **O uso do Facebook nas eleições presidenciais brasileiras de 2014: a influência das pesquisas**

eleitorais nas estratégias das campanhas digitais. In.: Revista Fronteiras - estudos midiáticos, v. 18, n. 2 - maio/agosto 2016.

ROSSINI, P. G. da C.; LEAL, P. R. F. **Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no twitter nas eleições de 2010.** In.: Revista Compólitica, n. 3, v. 1, ed. Jan-jun, 2013.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral.** São Paulo: Hacker, 2003.

SÁ, Israel de. **Da repressão à abertura política: processos de espetacularização do discurso político.** 2011. 215 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2011.

SAMPAIO, Tiago Santos. **ACM e a Bahia: a construção do discurso político-afetivo de Antônio Carlos Magalhães e a narrativa da baianidade.** Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2010, 192f..

SANTAELLA, L. **Cultura das Mídias.** São Paulo: Experimento, 1992.

SANTAELLA, Lucia. **Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço.** In: **Derrivas: cartografias do ciberespaço.** Lucia Leão (org). São Paulo: Annablume; Senac, 2004.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, J. R.; SARGENTINI, V. M. O.. **Acontecimento discursivo e enunciado: dispositivo de análise do texto sincrético no ensino.** Revista todas as letras (MACKENZIE. Online) , v. 13, p. 84-97, 2011.

SANTOS, Jocenilson Ribeiro dos. **Arqueologia da imagem no ensino de língua portuguesa no Brasil (1960-2010).** Tese Doutorado em Linguística. Programa de Pós-graduação em Linguística, Centro de Educação e Ciências Humanas – PPGL/CECH, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos-SP, 2015. 260 p.

SÉRIOT, P. **Analyse du discours politique soviétique.** Paris: Éditeur-Difuseur Institut d'Études Slaves, 1985.

SLIMOVICH, Ana. **La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las campañas argentinas de 2009 y 2011.** Tese (Doutorado). Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2016a.

_____. **La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook.** Revista de Comunicación, 15, p. 111-127, 2016b. Disponível em: http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2016/6_Art111-127.pdf

_____. **A midiatisação contemporânea do político: os discursos presidenciais nas redes sociais e a reação do cidadão argentino.** Trad. Caio César Garcia Carniel e Vanice Maria Oliveira Sargentini. EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n. 16 esp. “Discurso e argumentação na política latino-americana”, p. 1-25, set. 2018.

SARGENTINI, V. M. **O Discurso e História: as vozes anarquistas na construção do trabalhismo brasileiro.** Araraquara – SP. Tese de doutoramento. 1997.

SARGENTINI, V. M. O. **A noção de formação discursiva: uma relação estreita com o corpus na análise do discurso.** Seminário de Estudos em Análise do Discurso (2. : 2005 : Porto Alegre, RS) Anais do II SEAD - Seminário de Estudos em Análise do Discurso [recurso eletrônico] – Porto Alegre : UFRGS , 2005.

SARGENTINI, V. M. **O Discurso e História em diferentes materialidades do Discurso Político.** Anais do IV SEAD 2013 Seminário de Estudos em Análise do Discurso, v. 4, p. 1-2, 2009.

SARGENTINI, V. M. O. **Análise do discurso político: semiologia e história.** In: XVI Congresso Internacional de la Asociación de Linguística y Filología de la América Latina (ALFAL), 2011, Alcalá de Henares. *Documentos para el XVI Congreso Internacional de la ALFAL.* Alcalá de Henares: UAH – Obras Coletivas de Humanidades, 2011a, v.1.

SARGENTINI, V. M. O.. **O arquivo e a circulação de sentidos: limites e formas da produção e transformação de enunciados.** Anais do V SEAD - Seminário de Estudos em Análise do Discurso, v. 5, p. 1-8, 2011b.

SARGENTINI, V. M. O. . **O Arquivo e a Circulação de Sentidos.** Conexão Letras , v. 9, p. 23-30, 2014.

SARGENTINI, V. M. O.; SANTOS, J. R.; SOUZA, P. C. R.. **Materialidades discursivas no ensino de língua portuguesa: a pesquisa com novas linguagens.** Revista Linha d'Água, v. 25, p. 203-226, 2012.

SARGENTINI, V. M. **Discurso Político e Redes Sociais.** Revista da ABRALIN, v.14, n.2, p. 215-232, jul./dez. 2015.

SERIOT, P. 1986. **La langue de bois et son double: une analyse des analyses du discours politique soviétique.** In: Langages et société. p. 7 a 32. Paris: MSH, n°35, mars 1986

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; BRAGA, Sérgio & PENTEADO, Cláudio (orgs.). **Cultura, política e ativismo nas redes digitais.** São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2014. 342 páginas.

SILVA, L. G. T. da. **Religião e política no Brasil.** Latinoamérica. México, p. 223-256, 2017.1

SILVA, C. L.; MARQUES, A. C. S. **Estratégias comunicativas para a (des)construção da imagem pública: a política de imagem no contexto de campanhas eleitorais.** Em Questão, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p. 45 - 63, jul./dez. 2009.

SLIMOVICH, Ana. **A midiaticização contemporânea do político: os discursos presidenciais nas redes sociais e a reação do cidadão argentino.** Trad. Caio César Garcia Carniel e Vanice Maria Oliveira Sargentini. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 16 esp. “Discurso e argumentação na política latino-americana”, p. 1-25, set.2018.

SODRÉ, Muniz. **Por um conceito de minoria**. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Org.). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005. p. 11-14.

SOUZA, Rainer. **Populismo**. Brasília: Thsaurus, 1998.

STROMER-GALLEY, Jennifer. **Interação on-line e por que os candidatos a evitam**. Tradução de Camilo Aggio. In: Marques, F.; Sampaio, R.; Aggio, C.. Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2013.

TAVARES, E. F. **O masculino em revista: mídia, discurso e modos de subjetivação afetivos-sexuais**. 2010. 125 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010.

TELES, Tayson Ribeiro. **Discurso, Análise do Discurso e Discurso Político: ponderações conceituais**. Estação Científica (UNIFAP), Macapá, v. 7, n. 1, p. 33-48, jan./abr. 2017.

TOUTAIN, Anne-Gaëlle. “**Montrer au linguiste ce qu’il fait**”. Une analyse épistémologique du structuralisme européen (Hjelmslev, Jakobson, Martinet, Benveniste) dans sa filiation saussurienne. Linguistique. Université Paris-Sorbonne - Paris IV, 2012. Français.

VERÓN, Eliseo (1978). **Discurso, poder, poder del discurso**. Anais do Primeiro Coloquio de Semiótica. 85- 97. Loyola e Pontificia Universidade Católica de Rio de Janeiro.

_____. **Mediatización de lo político**. In: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, Andre; MOUCHON, Jean (Comp.). Comunicación y Política. Barcelona: Gedisa, 1998 [1995]. p. 220-236.

_____. **El cuerpo de las imágenes**. Buenos Aires, Argentina: Norma, 2001.

WATTENBERG, Martin. **The Rise of Candidate-Centered Politics** – Presidential Elections of the 1980s. Cambridge, Harvard University Press, 1991.

WILSON, John. **Politically Speaking**. Oxford: Basil Blackwell, 1990.

ZIMMERMANN, H. D. - **Der Allgemeine Barzel. Zum politischen Sprachgebrauch**. In: RUECKTAESCHEL, A. M. - Sprache und Gesellschaft Muenchen, Wilhelm Fink, 1972. P. 115-138. (UTB 131).