



**YGORH DE OLIVEIRA MEDEIROS**

**QUEM CONTA UM CONTO AUMENTA UM PONTO: ETHOS  
DISCURSIVO E FAKE NEWS**

**LAVRAS – MG**

**2021**

**YGORH DE OLIVEIRA MEDEIROS**

**QUEM CONTA UM CONTO AUMENTA UM PONTO: ETHOS DISCURSIVO E FAKE  
NEWS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Federal de  
Lavras, como parte das exigências do  
Curso de Letras, para a obtenção do título  
de Licenciado.

Pesq. Dr. Marcio Rogerio de Oliveira Cano  
Orientador

**LAVRAS – MG  
2021**

*A mim e a meu eu lírico,*

***Dedico***

## AGRADECIMENTOS

À DEUS.

Jamais será possível conseguir em tão poucas linhas mencionar todos quantos me apoiaram para que esta pesquisa fosse conduzida livremente.

Em um primeiro momento, gostaria de agradecer ao meu orientador, Professor Doutor Marcio Rogerio de Oliveira Cano, pela sabedoria, espírito crítico, estímulo e paciência com que me acompanhou durante a pesquisa.

A todos os amigos que me deram forças. É simplesmente impossível citá-los, mas sempre me lembrarei de vocês e do seu apoio.

Devo certamente, um reconhecimento fundamental a toda a minha família, mas muito especialmente:

À Celma, minha mamãe, pelo carinho e pela compreensão da minha ausência em almoços familiares e nos momentos de estresse absoluto;

À minha irmã Yohana, cujo apoio, tantas vezes sob a forma de babá se revelou fundamental para que esta pesquisa fosse desenvolvida e concluída.

A todos os colegas da turma de 2016/2, em especial a Neusa Maria Verbeno Penha, Marcela Oliveira Rezende Carvalho e Lucas Diego Ferreira.

Aos membros da banca avaliadora, por terem aceitado o convite e colaborado na realização deste trabalho.

À Universidade Federal de Lavras e sobretudo ao Grupo de Pesquisa Leitura e Produção de Discursos pelo apoio, que me permitiu durante alguns meses poder vivenciar as atividades de pesquisa bem como aprofundar em algumas questões teóricas.

E mesmo que eu não diga sempre: **OBRIGADO!**

## RESUMO

A fim de atender a problemas emergentes, como a proliferação e fabricação de fake news em período pandêmico, o presente artigo discute, no âmbito da Análise do Discurso (AD), o fenômeno das fake news sobre os quais, os debates são frequentes. O principal objetivo é verificar o *ethos* discursivo que emerge das fake news presentes no discurso oficial do Presidente da República. Os procedimentos metodológicos consistem em fazer uso da categoria de *ethos* discursivo para desenvolver um entendimento sobre como os *ethos* emergem de recortes do pronunciamento oficial do Presidente da República, que parece estar respaldado em informações falaciosas. Em uma enunciação, o *ethos* discursivo interage com a situação de comunicação (cenário), o que nos fornece os subsídios necessários para a realização da análise dos recortes que selecionamos. Os resultados mostram que o discurso do Presidente pode estar respaldado por fake news sobre a pandemia do coronavírus, o que faz emergir um *ethos* discursivo que interage com o recorte histórico, e que atribui credibilidade, confiabilidade ao discurso do Presidente.

Palavras chave: Análise do Discurso, Ethos Discursivo, Fake News

## **ABSTRACT**

In order to address emerging problems, such as the proliferation and fabrication of fake news in a pandemic period, this article discusses, within the scope of Discourse Analysis (AD), the phenomenon of fake news that has crossed the centuries and about which, debates are still frequent. The main objective is to verify the discursive ethos that emerges from the fake news present in the official speech of the President of the Republic. The methodological procedures consist of making use of the discursive ethos category to develop an understanding of how ethos emerge from excerpts of the President of the Republic's official pronouncement, which appears to be supported by fake news. In an enunciation, the discursive ethos interacts with the communication situation (scenario), which provides us with the necessary subsidies to carry out the analysis of the excerpts we have selected. The results show that the President's speech may be supported by fake news about the coronavirus pandemic, which gives rise to a discursive ethos that interacts with the historical profile, and that attributes credibility, reliability, in addition to enabling the co-announcers to adhere to his speech, making fake news a “truth”.

**Keywords:** Discourse Analysis, Discursive Ethos, Fake News

# SUMÁRIO

<b>1. PRÓLOGO</b> .....	8
<b>1.1 INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	10
<b>2.1 Noção de Discurso</b> .....	12
<b>2.1.1 O discurso para o interdiscurso</b> .....	15
<b>2.1.2 O discurso e análise do discurso</b> .....	19
<b>2.2 Considerações sobre o ethos</b> .....	21
<b>2.2.1 Sobre o ethos retórico</b> .....	22
<b>2.2.2 A incorporação e o fiador</b> .....	26
<b>2.2.3 Sobre as interações entre ethos</b> .....	27
<b>2.2.4 Estereótipos advindos de ethos</b> .....	28
<b>2.2.5 Sobre as três dimensões do ethos</b> .....	28
<b>2.3 Fake News</b> .....	30
<b>3. METODOLOGIA DE ANÁLISE</b> .....	37
<b>3.1 Corpus</b> .....	37
<b>4. DISCUSSÕES</b> .....	39
<b>4.1 Recorte 1</b> .....	41
<b>4.2 Recorte 2</b> .....	43
<b>4.3 Recorte 3</b> .....	46
<b>4.4 Recorte 4</b> .....	50
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	53
<b>6. REFERÊNCIAS</b> .....	54

## 1. PRÓLOGO

Senhoras e Senhores, vejamos bem, estamos em pleno século XXI, onde o futuro que nos fora pensado está acontecendo agora. A saber, um tanto quanto diferente do que esperávamos ou sonhávamos – Carros voadores? Carros Elétricos? Preocupações veementes com o meio ambiente? Uma sociedade que tenderia ao vegetarianismo? Nada disso –. Atualmente, as escolas estão fechadas ao público. Bares, restaurantes, museus, bibliotecas, lugares sociais: fechados ao público; fechadas estão as portas das casas, as janelas continuam abertas para que o ar possa circular, local em que as pessoas colocam placas com frases de ordem, de amor e respeito ao outro.

O ano: 2020! Preconizado na literatura como uma data futurística de ficção-científica, ano no qual surgiria um vírus catastrófico. E assim se fez. O Covid-19, causador de uma pandemia, é o tal vírus preconizado na literatura. Estudos apontam como tendo origem em Wuhan na China, transmitido de animais para humanos, contudo, sem comprovação científica. Catastrófico. Ceifou vidas de pessoas por toda a extensão do globo terrestre. Invisível. “É só uma gripezinha”, disse o atual Presidente da República do Brasil. As autoridades pelo mundo propuseram o distanciamento e isolamento social como medida de prevenção. Lockdown! E no Brasil? “Pelo meu histórico de atleta, nada sentiria [...] Devemos sim, voltar à normalidade”, disse o Presidente.

Todas as complicações trazidas pela pandemia resultaram em mudanças no acesso à informação. O isolamento social oportunizou um acréscimo à vida online. Desde a aurora à penumbra da noite, crianças, adolescentes, adultos e idosos estão imersos em tecnologia, sendo expostos a informações a todos os instantes, sem ao menos terem tempo de verificá-las. Estar “offline” ou mesmo dizer que vai “sair da internet” são termos desconhecidos na sociedade da informação do século XXI.

Tendo isso exposto, salientamos a importância de refletir sobre como essas informações que são disseminadas pela “internet”, carregam consigo fake news, que contribuem para a construção de determinados discursos que visam tornar opaco, o real, e que visam, ainda, arquitetar a realidade conforme seus interesses.

### 1.1 INTRODUÇÃO

Limitações, lutas e opressões marcam a história do Brasil. Da colonização aos costumes impostos, da exploração à miscigenação, da independência à República, assim estrutura-se a

história de um povo que se construiu em uma base histórica distorcida. Diante da complexidade dessa situação, as narrativas falaciosas oportunizam a construção de uma realidade em comum acordo com os interesses de quem as promove.

A fim de responder a problemas emergentes, como a proliferação e a fabricação desenfreada de informações falaciosas em período pandêmico, chamamos a disciplina da Análise do Discurso, doravante AD, para melhor compreendermos esse fenômeno social que atravessou os séculos e que, sobre os quais, os debates ainda são frequentes. Para tanto, utilizaremos como instrumentação de análise o conceito de *ethos* discursivo, que fora retomado e desenvolvido por Dominique Maingueneau, a partir da noção de *ethos* proveniente da retórica, em seu livro “Variações sobre o Ethos”, publicado em 2020 pela editora Parábola.

O teórico aborda em seu livro diversas questões pertinentes no que concerne ao estudo do *ethos* discursivo, em determinados *corpora* de análise. O nosso estudo privilegiará o *ethos* discursivo presente em recortes do pronunciamento oficial do Presidente da República do Brasil, Jair M. Bolsonaro, que sugere estar respaldado em fake news, principalmente relacionadas ao período pandêmico, causado pelo vírus Sars-CoV-2, conhecido como coronavírus, ou Covid-19. Também iremos refletir sobre como as fake news utilizadas no pronunciamento contribuíram para construção de uma imagem do Presidente. Para tanto, chamamos outros pesquisadores para compor nosso quadro teórico, a saber: Eni P. Orlandi, em especial com sua obra “Análise do Discurso Princípios e Procedimentos” (2009) e a pesquisadora, Helena N. Brandao com sua obra, “Introdução a Análise do Discurso” (2004).

Essa pesquisa oferece ao leitor um panorama dessa disciplina que é, segundo Van Dijk (1985, p. 1 citado por MAINGUENEAU, 2007, p. 15), ao mesmo tempo uma disciplina nova e antiga que tem suas raízes fincadas nos estudos da linguagem. Logo, construímos, de acordo com Maingueneau, Helena Brandao e Eni. Orlandi, um horizonte para as problemáticas da noção de discurso. Com intuito de refletir sobre a construção do *ethos* discursivo, adentramos na teoria proposta por Maingueneau (2020) com o intuito de demonstrar como o *ethos* é construído em discursos que são respaldados por fake news.

Para melhor compreendermos o fenômeno das fake news, utilizaremos o texto do Professor Wilson Gomes<sup>1</sup> e Tatiana Dourado<sup>2</sup>: “Fake News, um fenômeno de comunicação

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4787860H2>. Acesso em: 10 de março de 2021

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.escavador.com/sobre/6192500/tatiana-maria-silva-galvao-dourado>. Acesso em: 17 de março de 2021

política entre jornalismo, política e democracia”<sup>3</sup> publicado em 2019, pela Revista em Estudos do Jornalismo e Mídia. Utilizaremos também a entrevista sobre fake news com Professor Afonso de Albuquerque,<sup>4</sup> transcrita e publicada pela Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde (RECIIS)<sup>5</sup>, no ano de 2020.

As fronteiras conceituais do termo fake news ainda não são nítidas e sua fundamentação está sendo construída, bem como “os métodos de coleta, medições e análise estão ainda sendo inventados e testados e as decisões sobre o que é importante considerar nesse fenômeno ainda estão por ser tomadas” (GOMES; DOURADO, 2019 p.37).

Neste trabalho, propusemos, portanto, desenvolver um entendimento sobre como o ethos discursivo pode emergir de recortes do pronunciamento Presidente da República, que sugere estar respaldado em fake news, à luz do estudo do ethos discursivo proposto por Maingueneau (2020). Em uma enunciação, de acordo com o autor, os ethos discursivos interagem com a situação de comunicação, o que vem nos vem auxiliar para a realização da análise dos recortes que foram selecionados.

A proliferação e fabricação de informações falaciosas, por determinados grupos da sociedade, consegue um papel de destaque no que tange a articulação entre as pessoas, pois as construções de narrativas falsas podem forjar um imaginário distorcido da realidade, sendo assim, as fake news tornam-se um instrumento político.

As fake news se comportam de forma a enganar o seu consumidor, e tratando de fake news sobre período pandêmico, estamos trabalhando com informações falaciosas que podem colocar em jogo a vida de muitas pessoas.

Sendo assim, o motivo pela escolha do *corpus*, se dá pela necessidade de compreender/revelar como o ethos discursivo emerge do discurso oficial do Presidente da República, Jair M. Bolsonaro, em 24 de março de 2020, que parece estar construído com base em informações falaciosas relativas ao período pandêmico.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Os primórdios da disciplina de AD remontam aos estudos de Saussure – pai da linguística moderna –, sobre a linguagem. Ele produziu a célebre dicotomia língua vs. fala.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754>

<sup>4</sup> Disponível em: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4787860H2>. Acesso em: 10 de março de 2021

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2016/2346>

Contudo, a exclusão da fala dos estudos linguísticos provoca uma revolução no campo da Linguística, principalmente quando os estudos do Círculo de Bakhtin abriram espaço para a enunciação, enquanto peça fundamental no tabuleiro da linguagem. Conforme postula Brandão (2004, p.11):

A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia.

De forma complementar, a pesquisadora Orlandi (2004) nos mostra a multidisciplinaridade da AD que é uma disciplina de entrelaçamentos e atravessamentos, e que não se situa na mescla efetiva de outros campos do saber, mas sim, no entremeio, no espaço entre as lacunas que se instauram em práticas efetivas de trocas linguísticas. O discurso, em seu funcionamento, em sua materialidade, consolida o processo da construção do sentido, uma vez que ele é linguístico e histórico, estritamente relacionado com suas condições de produção, com a memória, na qual intervém significativamente a ideologia, o inconsciente, o esquecimento, a falha e o equívoco.

Levando em consideração esses pressupostos, Foucault (1996, p.49) nos aponta o seguinte parecer:

O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e quando tudo pode, enfim, tomar a forma de um discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido podem voltar a anterioridade silenciosa da consciência de si.

Logo, necessário se faz refletir sobre os fundamentos e as fronteiras da AD, o que não significa necessariamente fazer um percurso histórico, mas sim, constituir referências sobre uma disciplina que se desdobra em cima de “fatos de linguagem com sua memória, sua espessura semântica, sua materialidade linguístico-discursiva” (ORLANDI, 2005, p.63). Valendo-se dessa colocação, cabe complementar:

A Análise de Discurso não trabalha com a língua enquanto um sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com maneiras diferentes de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de

suas vidas, seja enquanto sujeitos seja enquanto membros de uma determinada forma de comunidade (ORLANDI, 2005, p. 16).

Essa revolução que se deu no campo científico dos estudos linguísticos iniciou-se e, até os dias atuais, pesquisadores e pensadores da área se debruçam sobre os estudos da manifestação da linguagem.

## 2.1 Noção de Discurso

No presente momento, os estudos da linguagem se interessam pelas manifestações da linguagem que vão para além da junção de palavras em frases e de frases em textos. E como as fronteiras da noção de discurso não são nítidas, se faz necessário firmar um entendimento sobre a noção de discurso.

De acordo com o teórico Maingueneau (2015, p. 23), a noção de discurso pode ser empregada de duas maneiras:

Como substantivo *não contável* (“isto deriva do discurso”, “o discurso estrutura nossas crenças”; como substantivo *contável* que pode referir acontecimentos de fala (“cada discurso é particular”, “os discursos se inscrevem em contextos” ...) ou conjuntos textuais mais ou menos vastos (“os discursos que atravessam uma sociedade”, “os discursos da publicidade” ...).

O teórico nos mostra que “quando se opõe discurso e frase, o discurso é considerado como uma unidade linguística ‘transfrástica’” (2015, p. 24), ou seja, o discurso deixa de ser considerado como uma sucessão de frases, como um “encadeamento de frases”. Ao analisarmos outra dicotomia, discurso e língua, estamos nos referindo a “língua em uso”, ou seja, a utilização da língua em seu contexto de uso.

A noção de língua em uso, como sinônimo de “discurso” está intimamente imbricada na concepção textual e contextual da língua, respectivamente discurso vs. frase e discurso vs. língua. Segundo Schiffrin (1994 apud MAINGUENEAU, 2015 p. 24), “o discurso é frequentemente definido de duas maneiras: um tipo particular de unidade linguística (além da frase) e uma focalização sobre o uso da língua”.

Se tomarmos o discurso como um tipo particular de unidade linguística, ou seja, para além da frase, estamos considerando o discurso como sendo superior a um simples

encadeamento de frases, como demonstrado anteriormente. Isto é, enunciados que são criados com apenas uma frase, como por exemplo: “Não Estacione”, são considerados discursos, pois, “mobilizam estruturas de outra ordem” e “formam uma unidade completa, embora sejam constituídos por apenas uma frase” (MAINGUENEAU, 2015, p. 25).

O discurso enquanto unidade transfrástica é submetido a regras de organização que “operam em dois níveis: as regras que governam os gêneros do discurso em vigor de um grupo social determinado (consulta média, talk show, romance, tese de doutorado...) e as regras transversais aos gêneros, que governam um relato, um diálogo, uma argumentação, uma explicação”. (MAINGUENEAU, 2015, p. 26)

Ao voltarmos ao exemplo “Não Estacione”, pode-se compreender que esse enunciado, ao ser avistado em uma placa de trânsito, automaticamente nos remete a uma ação, a um ato, a uma atividade: não estacionar (evidentemente, você pode estacionar e estar sujeito a uma multa de trânsito). Essa unidade completa, “Não Estacione”, nos faz retomar a retórica grega que ressaltou e ressignificou o ato de falar como uma “forma de ação sobre o outro e não uma representação do mundo”. (MAINGUENEAU, 2015, p. 26)

Maingueneau (2015 p. 26) nos mostra que o discurso, a partir desses pressupostos, é, portanto, “uma forma de ação” um “ato que visa modificar uma situação”, ou seja: “tais atos elementares, se integram a gêneros de discurso determinados, que são formas outras de atividades socialmente reconhecidas. Inscrevendo assim o discurso entre as atividades, facilita-se relacioná-las com as atividades não verbais”.

Seguindo esse pensamento, Maingueneau (2015) aponta para o fato de que todo “o ato de falar é uma forma de ação sobre o outro”, nessa direção, a atividade verbal é, portanto, “na realidade, uma interatividade que envolve dois ou mais parceiros”. É mais compreensível pensar sobre essa interatividade quando assistimos a prática da oralidade, uma vez que os interlocutores participantes necessitam “enunciar em função da atitude do outro e percebem imediatamente o efeito que suas palavras sobre ele” (MAINGUENEAU, 2015 p. 26).

Ao enunciar, os interlocutores precisam se enquadrar nas expectativas do outro, o que nos leva a crer que existem práticas outras de enunciação a partir da oralidade, que são “interativas”. Maingueneau diz que “não se pode reduzir a interatividade fundamental do discurso à conversação” pois:

Qualquer enunciação, mesmo que produzida na ausência de um destinatário ou na presença de um destinatário que parece passivo, se dá em uma interatividade constitutiva. Qualquer enunciação supõe a presença de outra

instancia de enunciação, em relação à qual alguém constrói seu próprio discurso (MAINGUENEAU, 2015 p. 26).

A oralidade, tanto quanto a conversação, é apenas um dos mecanismos da interatividade fundamental e constitutiva do discurso. O que nos leva a refletir sobre o uso irregular da palavra destinatário:

um termo como “destinatário” parece insatisfatório, porque pode dar a impressão de que a enunciação é apenas a expressão do pensamento de um locutor que se dirige a um destinatário passivo. É por isso que alguns preferem falar de “interactantes”, de “colocutores”, ou, ainda, de “coenunciadores” (MAINGUENEAU, 2015, p. 26).

O discurso objetiva alterar uma situação por meio da enunciação e do contexto. Assim a interatividade fundamental do discurso se concretiza pela afinidade do discurso com o contexto da interatividade, ou seja, o discurso é contextualizado.

A respeito do contexto, Maingueneau (2015, p. 27) escreve sobre a “indicialidade” que algumas palavras carregam consigo: “a indicialidade permite representar a incompletude radical das palavras, que devem ser indexadas a uma situação de troca linguística, um contexto particular, para alcançar um sentido que se poderia dizer ‘completo’”.

O linguista, portanto, leva à reflexão de que é apenas na indicialidade, na presunção de determinada enunciação, que conseguimos compreender o que o enunciador pretende, pois há palavras que são semanticamente incompletas de compreensão. Nesse sentido, o discurso é assumido por um sujeito que se torna responsável pelo que diz, ao passo que

[...] o discurso só é discurso se estiver relacionado a um sujeito, a um EU, que se coloca ao mesmo tempo como fonte de referências pessoais, temporais e espaciais (EU-AQUI-AGORA) e indica qual é a atitude que ele adota em relação ao que diz ao seu destinatário”. (MAINGUENEAU, 2015 p.27).

Ao enunciar, o sujeito se torna fiador (MAINGUENEAU, 2020) do que enuncia, se torna o responsável por aquilo que diz. “O enunciador pode modular seu grau de adesão” ao que diz, pode “atribuir a responsabilidade pelo enunciado a outro”, pode, ainda, “comentar sua própria fala”. Contudo, a “fala é dominada pelo dispositivo de comunicação do qual ela

provém”, ou seja, a enunciação parte, essencialmente, dos gêneros de discurso (dispositivo) no qual está ancorada (MAINGUENEAU, 2015).

### 2.1.1 O discurso e o interdiscurso

É notável que consigamos interpretar quaisquer enunciações, sejam elas curtas ou longas, se fizermos analogias, “conscientes ou não, com outras enunciações sobre as quais ela se apoia”, ou seja, semelhantes. Isto é, “o simples fato de organizar um texto em um gênero, implica que o relacionemos com outros textos do mesmo gênero”, o que nos leva a aceitar que determinado “discurso só adquire sentido no interior de um imenso interdiscurso” (MAINGUENEAU, 2015 p. 28).

Há pesquisadores da disciplina AD que postulam a primazia do interdiscurso sobre discurso. Pesquisadores adeptos dos escritos do círculo de M. Bakhtin, segundo Maingueneau (2015, p. 28), “inscrevem todo enunciado em um ‘dialogismo’ generalizado; recusam o fechamento do texto, aberto aos enunciados exteriores e anteriores, cada enunciado participando assim de uma cadeia verbal interminável”.

Essas acepções colocam “em xeque” a individualidade do sujeito falante, ao passo que “cada locutor está tomado pela sedimentação coletiva das significações inscritas na língua (Bakhtin), o sujeito está submetido a um descentramento radical, ele não pode ser a origem do sentido (Pêcheux)” (MAINGUENEAU, 2015 p. 28).

De acordo com o que acima fora discorrido, podemos entender que interdiscurso é a oposição/relação de um enunciado a outros enunciados, com o intuito de que o discurso desses enunciados faça construir socialmente um sentido ancorado pela memória discursiva de outras enunciações. Isto é, o interdiscurso promove a relação do que um dia fora dito em um “espaço” determinado, com o que um dia será dito. Em outras palavras, o interdiscurso interfere significativamente naquilo que o sujeito irá enunciar e/ou interpretar em um “espaço” determinado. Pela interpretação se significa, e a significação é o sentido.

O sentido não é estático nem tão pouco dinâmico, ele é mutável. Sendo mutável, não deriva automaticamente de um enunciado ou de um grupo de enunciados, é preciso interpretá-lo de acordo com a sua situação de produção. Segundo Maingueneau (2015, p. 29), o sentido é “construído e reconstruído no interior de práticas sociais determinadas [...] obra de indivíduos, mas de indivíduos inseridos em configurações sociais de diversos níveis”.

De acordo com as acepções de cada pesquisador, a noção de discurso pode variar, pois os pesquisadores irão, cada qual com sua corrente teórica, selecionar os temas sobre o discurso

que mais lhes sejam pertinentes, uma vez que o termo discurso, é (re)utilizado em diferentes campos do saber. (Re)utilizar o termo chave “discurso”, assim:

permite que os pesquisadores se posicionem, traçam uma fronteira com os procedimentos concorrentes [...] o termo discurso designa objetos de análise e permite adotar um determinado ponto de vista sobre eles [...] dizer, por exemplo, que esse panfleto ou aquele jornal são um discurso é também mostrar que eles são considerados como discursos mobilizadores de certas ideias-força (MAINGUENEAU, 2015 p. 29).

Para compreendermos melhor a amplitude do termo discurso se faz necessário, de acordo com Maingueneau, estabelecer dois campos de entendimento. O primeiro diz respeito ao uso do termo discurso por pesquisadores que visam apenas legitimar seus interesses. E o segundo, inabilita o uso desregrado do termo ‘discurso’, uma vez que sua definição não é nítida, nem tão pouco rigorosa. O termo “discurso” é de uma amplitude considerável e na prática das ciências, sejam elas humanas, sejam elas sociais, é mais perceptível a lacuna que se cria entre esses dois maciços, uma vez que o termo “discurso” é perpassado, atravessado e (re)utilizado por diferentes campos do saber (MAINGUENEAU, 2015 p. 30).

Para que consigamos compreender a primazia do interdiscurso sobre o discurso, é necessário retomarmos ao conceito, ainda em aberto, de formação discursiva, sendo primeiramente discutida em *Arqueologia do Saber*, livro desenvolvido pelo filósofo M. Foucault, no qual se reitera que “se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso, em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, pode definir uma regularidade” (FOUCAULT, 2008, p. 43).

Essa regularidade é um conjunto de regras que compõem o discurso, de acordo com Foucault (2008), dá-se o nome de Formações Discursivas (FD). F.Gadet e T. Hak (1997), em sua obra, “Por uma Análise Automática do Discurso”, afirmam que o conceito de FD pode ser entendido como o conjunto das “condições de produção, específicas e identificáveis” (GADET; HAK, p.167). Assim, a FD é a relação entre os enunciados sob uma condição específica de produção, que funciona sob um sistema de regras preestabelecidas. Uma visão outra do conceito de FD, provém de Helena Brandão (2004), que postula que as formações discursivas são os lugares centrais da articulação entre os discursos. Sobre as formações discursivas, Cano (2012, p. 12) afirma que “determina o lugar social de onde as pessoas falam”.

O interdiscurso, portanto, segue as heurísticas propostas pelas FD, ao passo que elas constituem um conjunto das relações entre os enunciados, a partir de regras estabelecidas. A fim de constituir um estudo sobre essas relações, foi proposto por Maingueneau uma maneira mais eficiente e eficaz de compreender a complexidade do interdiscurso: fragmentá-lo em universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo. É notável o quanto o termo universo discursivo é abstrato. Maingueneau aponta para o fato de que o universo discursivo seja como um conjunto finito de formações discursivas, mas que não podem ser apreendidas em sua globalidade, em sua totalidade. (MAINGUENEAU, 1997, p. 35).

Nesse sentido, Cano (2012, p. 16) nos mostra que podemos entender “universo discursivo” como sendo “a totalidade dos discursos, o conjunto de todos os discursos que existem no mundo”.

Porém, se entendermos “universo discursivo” como a relação entre os vários discursos que são enunciados a todos os instantes em determinados espaços sociais, esse conceito se torna mais tangível. Pesquisar sobre algumas das relações que se estabelecem no universo discursivo diz respeito, portanto, aos campos discursivos de análise, por exemplo, o “campo do discurso jornalístico, o campo do discurso político, o campo do discurso religioso” (CANO, 2012, p.16).

É notório que as fronteiras dos campos discursivos não são nítidas, pois alguns discursos podem estar imbricados em outros discursos, por exemplo, o discurso do campo político pode estar atrelado a discursos do campo jurídico, ou mesmo do campo econômico. Assim, Maingueneau (1997, p. 35) propõe que “campos discursivos” devem ser compreendidos como “um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, delimitando-se reciprocamente em uma região determinada do universo discursivo”.

Helena Brandão (2004, p.90), sobre esse pressuposto, nos mostra que:

as formações discursivas que constituem um campo discursivo possuem a mesma formação social, mas divergem na maneira de preenchê-la, o que faz com que se encontrem ou em relação polêmica, ou de aliança, de neutralidade. E cada uma define sua própria identidade pela mediação desses sistemas de diferenças.

No entanto, os discursos não se configuram da mesma maneira com todos os outros discursos de um mesmo campo discursivo. Por exemplo, dentro do campo do discurso religioso, encontramos divergências entre os discursos dos dominantes e dos dominados (padre vs. fiéis), os quais promovem discursos dentro de um mesmo campo discursivo (campo religioso), porém

não se situam necessariamente no mesmo tabuleiro do jogo discursivo. Isto é, os discursos proferidos em determinados campos discursivos, serão privilegiados pelo analista que irá selecionar, mesmo que de forma ideológica, os subcampos que julgarem necessários à sua própria análise, ou seja, analistas do discurso podem preferir recortar campos discursivos de acordo com seu corpus de análise.

Esses recortes são chamados, segundo Maingueneau (1997) de espaços discursivos. Assim, espaço discursivo delimita:

um subconjunto do campo discursivo, ligando pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantém relações privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos considerados [...] Não é por simples comodidade que determinados subconjuntos são recortados [...] uma formação discursiva dada, não se opõe de forma semelhante a todas as outras que partilham seu campo: certas oposições são fundamentais, outras desempenham diretamente um papel essencial na constituição e preservação da formação discursiva considerada (MAINGUENEAU, 1997, p. 117).

Universo, campo e espaços discursivos, se interligam se conectam; os discursos circulam entre essas regiões. Entretanto, o percurso entre as regiões do interdiscurso não possui estabilidade, ou seja, a depender do recorte, o analista mobilizará relações outras que não são evidentes, sendo, por fim, necessário justificá-las.

Se os analistas do discurso optarem por tratar essas relações, nada evidentes, no nível da superfície linguística, as “formações discursivas pertinentes a um espaço discursivo poderão apresentar poucos elementos indiciadores da relação que as constitui” (BRANDÃO, 2004, p. 91).

Maingueneau (1997, p. 38) nos mostra que, para compreendermos a primazia do interdiscurso, os analistas deverão construir um “sistema no qual a definição da rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição das relações desse discurso com seu Outro”.

Entender a relação do discurso com seu Outro é atentar-se para o fato de que um discurso sempre remete a outros discursos, ou seja, remete ao Outro, pois se configuram com as mesmas possibilidades semânticas, ou não. A relação entre um discurso “primeiro” e um discurso “segundo” é sempre uma relação de adição, isto é, se concretizam pelas trocas linguísticas, mas jamais enquanto uma identidade fechada.

Logo, as relações entre o interdiscurso e as FD se configuram como nos diz Courtine e Marandin (1981, apud BRANDÃO, 2004, p. 91):

O interdiscurso consiste em um processo de reconfiguração incessante no qual uma formação discursiva e conduzida [...] a incorporar elementos pré-construídos produzidos no exterior dela própria; a produzir sua redefinição e seu retorno, a suscitar igualmente a lembrança de seus próprios elementos, a organizar sua repetição, mas também a provocar eventualmente seu apagamento, o esquecimento ou mesmo a denegação.

### **2.1.2 O discurso e análise do discurso**

Tudo o que foi discorrido a propósito de uma noção de discurso contribuiu consideravelmente para consolidar uma “problemática discursiva” (MAINGUENEAU, 2015). Os escritos do supracitado linguista nos levam a perceber, sob o prisma do discurso, que a “problemática discursiva” pode ser compreendida ao fazermos a relação entre “a língua a atividade comunicacional, bem como os conhecimentos que são mobilizados/interpretados no momento da comunicação tendo em vista a construção do sentido dos enunciados.” (MAINGUENEAU, 2015 p. 30)

Ademais, a AD, sob essa perspectiva:

se distingue de outras disciplinas, que privilegiam uma só das três dimensões: os sociólogos acentuam a atividade comunicacional; os linguistas privilegiam o estudo das estruturas linguísticas ou textuais; os psicólogos enfocam as modalidades e as condições de conhecimento (MAINGUENEAU, 2015 p.30).

Para tanto, torna-se necessário ter em vista o quanto relacionar os elementos que fazem parte do momento de comunicação, articulados a indicialidade constroem, sob a ótica do discurso, as condições de produção do sentido. A noção de discurso, portanto, está ancorada em um espaço de incertezas e cria-se, a partir de seus estudos, uma lacuna difícil de ser preenchida. Os pesquisadores do discurso, a esse propósito, devem “fazer esforços constantes para não reduzir o discursivo ao linguístico ou, inversamente, para não o deixar ser absorvido pelas realidades sociais ou psicológicas” (MAINGUENEAU, 2015, p. 31).

A filosofia, por seu caráter singular e crítico, é uma disciplina que atravessa múltiplos outros campos do saber, o que oferece às outras disciplinas, como a análise do discurso, um conjunto ferramental de análise que circunda seus objetos de pesquisa delimitados, em busca de uma construção do sentido que ultrapassaria os limites preestabelecidos. Sendo assim, “não por acaso alguns dos principais inspiradores da análise do discurso são filósofos, ou pensadores que não podem ser encerrados em uma disciplina” (MAINGUENEAU, 2015, p. 31).

A noção de discurso complementa-se, pois, no agrupamento de “projetos intelectuais que combinam de diversas maneiras preocupações advindas do pós-estruturalismo, dos ‘cultural studies’ e do construtivismo”.(MAINGUENEAU, 2015, p. 31) Esses agrupamentos, de inspiração filosófica, estão presentes desde os primórdios dos estudos do discurso e interrogam os dogmas das ciências sociais e humanas no que diz respeito “a subjetividade, o sentido, o poder, a diferença sexual, a escrita, a dissidência, o pós-colonialismo” (MAINGUENEAU, 2015, p. 31).

Tal como nos mostra o autor, na França, no final da década de 60:

[...]coexistiram abordagens de orientação linguística e abordagens como a de M. Pêcheux que visava fundar uma teoria do discurso como a teoria da determinação histórica dos processos semânticos (Pêcheux e Fuchs, 1975: 8), uma teoria que não se deixava encerrar em nenhuma outra disciplina ou teoria constituída, mas que pretendia intervir nelas. Pode-se igualmente aproximar dessa teoria do discurso a filosofia da comunicação de J. Habermas, que desenvolve, com base em uma pragmática transcendental, uma ética da discussão no quadro de um agir comunicacional (MAINGUENEAU, 2015 p. 32).

É necessário pontuar que esse movimento abre os caminhos para o entendimento de que a análise do discurso se desenvolve sobre e para um objeto teórico, que como afirma Cano (2012, p.12), “o objeto da AD é o interdiscurso”. Todavia, os analistas do discurso não se desdobram sobre a teoria do discurso, eles buscam heurísticas para estudar um determinado recorte de determinação histórica: o que se chama de corpus de análise.

Os analistas do discurso preferem pesquisar sob óticas diferentes, apesar de terem como foco único o discurso, e podem ser encaixados em duas comunidades. A primeira comunidade se orienta a partir da perspectiva de que a análise do discurso se desdobra por “métodos qualitativos das ciências humanas e sociais”. Esses pesquisadores buscam atravessar as

estruturas linguísticas do texto, analisando seu conteúdo e seu contexto de produção na busca de uma extração do sentido que ali está proposto, ou seja, eles percorrem o discurso para terem acesso a realidades que estão fora dos domínios da linguagem. Esse percurso é o que o autor chama de “análise de conteúdo” (MAINGUENEAU, 2015 p.32).

Na segunda comunidade, estão alocados os pesquisadores “que se interessam pela maneira pela qual, em uma sociedade determinada, a ordem social se constrói por meio da comunicação” (MAINGUENEAU, 2015, p. 32). O autor os chama de analistas do discurso. Esses pesquisadores, sustentados pelas heurísticas das ciências da linguagem, de uma maneira ampla, consideram refletir o “funcionamento do discurso e a compreensão de fenômenos de ordem sócio-histórica ou psicológica”.

O analista do discurso, como é possível imaginar, estabelece seu estudo a partir de um campo delimitado, busca “esclarecer uma questão estritamente discursiva, mas podem também ter como propósito responder a problemas sociais ou de questionar outros campos do saber” (COSSUTA, 1995 apud MAINGUENEAU, 2015, p. 33).

Portanto, nesta pesquisa, buscaremos atender a problemas sociais emergentes, como a proliferação e fabricação desenfreada de informações falaciosas sobre o período pandêmico. O principal objetivo será verificar o ethos discursivo que emerge das informações falaciosas presentes no discurso oficial do Presidente da República.

## **2.2 Considerações sobre o ethos**

Em sequência ao nosso estudo, é imprescindível pontuar que nossa intenção nessa pesquisa é desenvolver uma compreensão da noção de discurso, para adentrarmos de forma exclusiva no ethos discursivo que emerge do discurso oficial do Presidente da República.

Para tanto, a seguir, discorreremos sobre a noção de ethos, desde a retórica aristotélica até a Análise do Discurso, para embasar a análise do nosso corpus. Além disso, abriremos uma janela para compreender como as fake News, presentes no discurso do Presidente, contribuem para a construção e validação do ethos discursivo que emergirá de sua enunciação.

Observa-se que as mídias audiovisuais, influenciadas pela internet, exercem grande influência nas condições de fala. Assim, nota-se o quanto esse processo evoluiu e nessa evolução a nossa própria relação com a linguagem se modificou, o que influenciou no aparecimento de formas outras de comunicação (os podcasts são um bom exemplo da evolução dessas condições de comunicação).

### 2.2.1 Sobre o ethos retórico

Na atualidade dos estudos linguísticos, um conceito antigo da arte da Retórica Aristotélica foi resgatado: a noção de Ethos, em que os pesquisadores constatam que todo texto, seja ele oral ou escrito, possui em seus entremeios um “tom”, do qual podemos extrair o caráter do enunciador. Essa definição da arte oratória consiste basicamente na representação de si no momento da enunciação, ou seja, enquanto fala.

Analisar a representação da imagem de si, que é fundamentalmente interpretativa, a partir desses lugares de fala, pode se mostrar de uma maneira muito difusa, uma vez que o ethos perpassa todo o ato de enunciação e nele se fixa. Mesmo não buscando esgotar essa noção, A. Auchlin (2001 citado por MAINGUENEAU, 2010, p. 204) escreve que:

[...] la noción de ethos es una noción cuyo interés es esencialmente práctico, y no es un concepto teórico claro [...] En nuestra práctica de habla ordinaria, el ethos responde a cuestiones empíricas que tienen la particularidad de ser más o menos co-extensivas a nuestro propio ser, relativas a una zona íntima y poco explorada de nuestra relación con el lenguaje, en la cual nuestra identificación está a tal punto implicada que se ponen en juego estrategias de protección<sup>6</sup>

Mesmo que a autora busque uma noção para relacioná-la às interações conversacionais, ela nos faz refletir que se optarmos por utilizar essa noção para os estudos do discurso, é necessário que busquemos optar por este ou aquele viés de análise. Ou seja, os analistas do discurso devem delimitar qual a noção de ethos será mobilizada em função do corpus de análise e objetivo da pesquisa, como também delimitar de qual campo do saber essa noção será mobilizada.

Conforme nos mostra Declercq (1992 citado por MAINGUENEAU, 2020, p. 10), o ethos retórico é uma estrutura que atravessa e constitui o sujeito em seu momento de enunciação, ou seja, se constrói toda a ação de enunciação, desde a escolha do figurino até o “ritmo da voz, ritmo da fala”. Sendo assim, é notável pontuarmos que na retórica aristotélica, a

---

<sup>6</sup> Tradução livre nossa: A noção de ethos é uma noção cujo interesse é essencialmente prático e não é um conceito teórico claro [...] Em nossa prática de fala ordinária, o ethos responde a questões empíricas que tem a particularidade de serem mais ou menos co-extensivas a nosso próprio ser, relativas a uma zona íntima e pouco explorada da nossa relação com a linguagem, na qual nossa identificação está a tal ponto implicada que colocamos em jogo estratégias de proteção.

prova pelo ethos permitir-nos-ia discutir sobre como o enunciador conseguiu persuadir seu auditório, ao utilizar em seu discurso inúmeros elementos que auxiliariam na construção do discurso.

O enunciador deve estar preparado para causar uma boa impressão em seu coenunciador, com o intuito de convencê-lo. Por isso, de acordo com Maingueneau (2020, p.11), o ethos é o fio condutor que estabelecerá a adesão dos sujeitos ao discurso proferido, uma vez que não se trata de uma “representação estática, mas de uma forma dinâmica, construída pelo destinatário por meio do próprio movimento da fala do locutor”.

Aristóteles defende o fato de que o ethos é produto da enunciação ao dizer que “persuadimos pelo caráter quando o discurso é de natureza a tornar o orador digno de fé (...) Contudo, é necessário que essa confiança seja o efeito do discurso, não de uma prevenção sobre o caráter do orador” (ARISTÓTELES, 1356a citado por MAINGUENEAU, 2020, p. 11). Assim, compreendemos que o ethos deriva do efeito que o discurso irá promover.

Declercq (1992: 48 citado por MAINGUENEAU, 2020, p. 10) nos mostra que um conjunto de características que o destinatário cria em relação ao locutor que contribue para moldar a imagem que o destinatário cria desse mesmo locutor:

[...] tudo o que, na enunciação discursiva, contribui para destinar a imagem do orador a um dado auditório. Tom de voz, fluxo da fala, escolha das palavras e dos argumentos, gestos, mímicas, olhar, postura, aparência etc., todos os signos, de elocução e de oratória, indumentários ou simbólicos, pelos quais o orador dá de si mesmo uma imagem psicológica e sociológica.

Ao enunciar, o locutor mobiliza uma série de elementos para validar seu discurso. Roland Barthes (1970 citado por MAINGUENEAU, 2020, p. 11) pondera que “são os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão (...). O orador enuncia uma informação e, ao mesmo tempo diz: eu sou isso, não sou aquilo”.

Nesse sentido, a aplicabilidade do ethos remonta ao fato de ele envolver a enunciação sem estar explicitado fundamentalmente no enunciado. Isto é, estamos mobilizando a noção de ethos discursivo, pois, de acordo com Maingueneau (2020, p. 11) “o destinatário atribui a um locutor inscrito no mundo, fora de sua enunciação, traços que são, na realidade, intradiscursivos, pois associados à maneira com o que está falando”. Ou seja, se mostra no ato de enunciação,

ele não se diz no enunciado, deve ser percebido na enunciação, mas não pode ser o objeto do discurso, pois, como afirma Ducrot (1984 citado por MAINGUENEAU, 2020, p.11):

Não se trata de afirmações bajulatórias que o orador pode fazer sobre si mesmo no conteúdo de seu discurso, afirmações que, ao contrário, trazem o risco de chocar o ouvinte, mas da aparência que lhe conferem o ritmo, a entonação, calorosa ou severa, a seleção das palavras, dos argumentos...Em minha terminologia, direi que o ethos está vinculado ao L, ao locutor enquanto tal: é enquanto fonte de enunciação que se vê revestido de algumas características que, em contrapartida, tornam essa enunciação aceitável ou desencorajante.

Sendo assim, o destinatário atribui ao enunciatador enquanto enuncia uma gama de características que são, na realidade, produzidas pela enunciação, e que estão, de certa forma, filiadas à uma maneira de dizer do locutor. O coenunciador também associa o ethos do locutor a fatores que são externos às palavras que estão sendo ditas, ou seja, é do exterior de determinada enunciação que o destinatário irá construir uma imagem do locutor.

De acordo com o texto de Maingueneau<sup>7</sup>, o ethos não figura em um primeiro plano de análise, ele é direcionado a agir de maneira lateral, acompanhando a enunciação e proporcionando uma experiência sensível do discurso ao destinatário, uma vez que é necessário que o coenunciador atribua traços ao locutor referentes as condições de produção daquele discurso, ou seja, mobiliza a afetividade do destinatário.

O ethos discursivo, assim, coloca em jogo outras instâncias, como as dimensões de “ethos mostrado” e de “ethos dito”, respectivamente, a maneira de falar constitutiva de toda enunciação, e aquilo que o locutor diz de si mesmo enquanto enuncia. Porém, o locutor nem sempre fala de si mesmo no momento de sua enunciação, e ainda, o destinatário pode fazer representações sobre o ethos discursivo do locutor antes mesmo que ele, o locutor, enuncie. (MAINGUENEAU, 2020).

Ao levarmos em consideração a diversidade de situações de produção do discurso, é fundamental desdobrarmos o conceito de ethos em ethos pré-discursivo e ethos discursivo como proposto por Maingueneau (2020, p. 12).

---

<sup>7</sup> MAINGUENEAU, Dominique. **A propósito do ethos**. Tradução de: Luciana Salgado. Disponível em: [https://www.corais.org/sites/default/files/10b\\_maingueneau\\_-\\_a\\_proposito\\_do\\_ethos.pdf](https://www.corais.org/sites/default/files/10b_maingueneau_-_a_proposito_do_ethos.pdf). Acesso em: 22 mar. 2021.

Para melhor compreendermos essa distinção, Maingueneau (2006 citado por CANO, 2012, p. 77) nos mostra que:

O ethos de um discurso resulta de uma interação de diversos fatores: o ethos pré-discursivo (ethos mostrado), mas também os fragmentos do texto em que o enunciador evoca a sua própria enunciação (ethos dito), diretamente (é um amigo que vos fala) ou indiretamente, por exemplo, por meio de metáforas ou alusões de outras cenas de fala. A distinção entre ethos dito e ethos mostrado se inscreve nas extremidades de uma linha contínua, pois é difícil definir uma fronteira nítida entre o “dito” sugerido e o “mostrado”. O ethos efetivo, aquele que é construído por um dado destinatário, resulta da interação dessas diversas instâncias, cujo peso respectivo varia de acordo com os gêneros do discurso.

O ethos efetivo de determinado enunciador “é construído pelo co-enunciador” (CANO, 2012, p. 77) e é resultado das interações entre as dimensões do ethos. Nessa direção, podemos afirmar que o ethos efetivo é construído discursivamente a partir da enunciação, ou seja, o co-enunciador construirá uma imagem do locutor com base em informações extraídas no momento da enunciação, e não por um saber previamente estereotipado e fixado em sua memória.

Com o intuito de desenvolver um entendimento sobre o conceito de ethos, é necessário diferenciarmos o ethos como potencial do ethos como noção. Segundo Maingueneau (2020, p. 13), o ethos “enquanto ‘potencial’, não deriva de nenhum campo do saber em particular. Enquanto ‘noção’, ele resulta de um espaço interdisciplinar determinado”, ou seja, noção de ethos em sociologia, noção de ethos em antropologia, etc. De acordo com o autor, nas ciências da linguagem, existe um acordo sobre o conceito de ethos que diz que:

- O ethos é uma noção discursiva, ele se constrói mediante o discurso, não se trata de uma “imagem” do locutor externa à fala;- ele está vinculado a um processo interativo de influência dos outros;- é uma noção híbrida (socio/discursiva), um comportamento social avaliado, que só pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação histórica e socialmente determinada. (MAINGUENEAU, 2020 p.13).

Tendo isso exposto, é importante frisarmos que o ethos se torna um conceito a partir do momento em que é utilizado por determinada corrente teórica, diferentemente de outros campos de análise do ethos. Esse trabalho privilegiará a noção de ethos discursivo para a Análise do

Discurso. Portanto, compreendemos essa noção de acordo com os escritos de Maingueneau, que inscreve a problemática do ethos discursivo na incorporação, para com isso esmiuçar como acontece o processo de adesão dos coenunciadores ao universo arquitetado pelo locutor.

### **2.2.2 A incorporação e o fiador**

Para que consigamos refletir sobre o ethos no campo da AD é necessário desvencilharmos da oposição oral e escrita. A retórica se dispôs a incorporar o ethos somente à oralidade, contudo, como estudado, todos os textos escritos possuem em si uma “voz” específica que há de se manifestar através de infinitudes de “tons” possíveis em uma dada enunciação. Assim, compreendemos que esse tom, que essa vocalidade do texto escrito, é indissociável do corpo enunciante historicamente determinado.

Estamos dizendo, de acordo com Maingueneau (2020), que todos os textos escritos, mesmo que o neguem, possuem um corpo enunciativo, isto é, não o corpo físico do locutor extradiscursivo, mas sim um corpo que é construído pelo destinatário de acordo com os indícios que o enunciativo libera em sua enunciação. Esse corpo é “considerado como fiador que, por seu tom, atesta o que é dito” (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

O termo “tom” está diretamente ligado ao fiador, e possui a vantagem de valer tanto para o texto escrito quanto para o texto oral. Há um “fiador” construído e reconstruído por um destinatário, a partir das informações que ele deixa transparecer no momento da enunciação.

O discurso, de acordo com esses pressupostos, tem poder de persuasão ao passo que instiga o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo que é carregado de valores tipificados, uma vez que as “ideias suscitam a adesão do leitor porque a maneira de dizer implica uma maneira de ser” (MAINGUENEAU, 2010, p. 210).

A esse “fiador” atribui-se, a partir da materialidade linguística exposta pela enunciação, um caráter (conjunto de traços psicológicos) e uma corporalidade (comportamento) que tendem a ser mutáveis de acordo com os textos que ele enuncia. Em outras palavras, um destinatário pode construir uma imagem de um determinado fiador, mediante o texto que ele enuncia, e construir uma imagem desse mesmo enunciativo enquanto enuncia outro texto de outro gênero. Logo, o destinatário constrói a imagem do fiador embasado em um “conjunto de representações sociais estereotipadas, valorizadas ou desvalorizadas, que a enunciação contribui para reforçar ou transformar” (MAINGUENEAU, 2020, p. 14).

Assim, o processo de incorporação é a maneira pela qual determinado discurso exerce influência sobre seu destinatário, e o processo no qual o destinatário se apropria dessa imagem

criada pelo fiador. Segundo Maingueneau (2020, p. 14), recorrendo a etimologia, podemos nos referir à incorporação tendo por base três registros:

- a enunciação da obra confere uma “corporalidade” ao fiador, ela lhe dá corpo;- o destinatário incorpora, assimila assim um conjunto de esquemas correspondentes a uma maneira específica de se relacionar com o mundo habitando seu próprio corpo;- essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo, da comunidade imaginária daqueles que aderem ao mesmo discurso.

Esse processo de incorporação nos leva a refletir, de acordo com Cano (2012, p. 80), que não aderimos à uma ideia, aderimos, portanto à uma imagem construída pelo fiador ao passo que, ao fiar determinado discurso, ele traz consigo inúmeros traços físicos e psicológicos que são revelados em uma interação interdiscursiva e não por uma interação puramente linguística. Dessa forma, estamos trabalhando com dados interpretativos extraídos do momento em que determinado locutor enuncia.

Essa incorporação a um determinado ethos discursivo abre espaço à uma identificação com o enunciador fiador que implica em um mundo ético, ou seja, esse mundo ético é ativado pela leitura, é uma incorporação do destinatário a situações estereotípicas associadas a comportamentos do fiador. A incorporação é a forma como determinado leitor ou ouvinte apreende o ethos de um discurso em questão, o que pode, ou não, engendrar a adesão a um posicionamento ideológico ou a adesão a determinadas formações discursivas (MAINGUENEAU, 2020).

### **2.2.3 Sobre as interações entre ethos**

Os elementos que são constitutivos dos gêneros não contribuem de forma expressiva aos efeitos de sentido ou seja, nessas lacunas que se criam entre os elementos constitutivos dos gêneros do discurso emerge o ethos que nos auxiliará pela dinâmica da interação entre quem diz e quem ouve.

O ethos de um discurso é produto da relação entre ethos pré-discursivo e ethos discursivo. Ocorre também, quando pela leitura de determinado texto, o enunciador deixa transparecer traços de sua própria personalidade sendo direto ou utilizando de metáforas de

outras cenas enunciativas, sejam elas cenas que se repetem ou cenas únicas (MAINGUENEAU, 2010, p. 212).

Ainda segundo o autor, a relação entre o ethos dito e o ethos mostrado se inscreve nas extremidades de uma linha continua na qual não é possível estabelecer fronteiras nítidas entre o ethos “dito” sugerido e o ethos puramente “mostrado” mediante a enunciação. Assim, temos o ethos efetivo que se mostra como uma construção do destinatário, resultado das interações entre as instâncias do ethos pré-discursivo e ethos discursivo.

#### **2.2.4 Estereótipos advindos de ethos**

Cada conjuntura histórica é caracterizada por um regime específico de ethos, e ao analisarmos o ethos em um determinado recorte do tempo, é necessário identificarmos “estereótipos linguísticos, maneiras de falar tipificadas que, se espera, destinatários pertencentes a determinada comunidade vão reconhecer e avaliar” (MAINGUENEAU, 2020, p. 22).

O que dizemos é que o destinatário irá construir uma imagem do fiador carregada de traços humanizados, ou seja, traços psicológicos e traços de corporalidade, como por exemplo, a maneira como o locutor se move no espaço da enunciação contribui significativamente para fortalecer, negativa ou positivamente, os estereótipos dessa enunciação em determinada conjuntura que a própria enunciação irá fortalecer ou transformar.

Os estereótipos são vias de acesso ao ethos, pois encaminham o destinatário a se identificar com esses comportamentos especificados em uma cultura determinada. Ou seja, os estereótipos são difundidos pelo discurso e acolhidos pelos membros de uma mesma comunidade, seja em redes sociais, seja pelas produções audiovisuais ou, em particular, pela publicidade. (MAINGUENEAU, 2010).

#### **2.2.5 Sobre as três dimensões do ethos**

Podemos encontrar na sociedade indivíduos que se agrupam por suas ideologias, por suas crenças, por suas afinidades. Podemos dizer que esses indivíduos compartilham estereótipos, compartilham ethos. O coenunciador, ao fazer uma observação do enunciador, o agrupa, de forma mais ou menos consciente, em grupos que se revelam por determinados ethos. Por exemplo, ethos de “professor”, de “esposa”, de “calmo”, de “nervoso”, de “esquerdista”.

Isso nos mostra, de acordo com Maingueneau<sup>8</sup> (2018, p. 322) que o “conteúdo que é dado ao ethos depende consideravelmente dos tipos ou gêneros de discurso que se estuda de maneira privilegiada; examina-se raramente o discurso em toda sua diversidade”.

Com o intuito de modalizar essa diversidade de análise pelo ethos, Maingueneau (2014a citado por MAINGUENEAU, 2020, p. 25) atribui ao ethos três dimensões:

A dimensão “categorial” recobre coisas muito diversas. Ela pode tratar de papéis discursivos ou de status extradiscursivos. Os papéis discursivos são aqueles ligados à atividade de palavra: animador, contador, pregador... Os status extradiscursivos podem ser de natureza muito variada: pai de família, funcionário, médico, camponês, americano, solteiro etc.; A dimensão “experencial” do ethos recobre as características sócio-psicológicas estereotipadas, associadas às noções de incorporação e de mundo ético: bom senso e lentidão do camponês, dinâmica do jovem empreendedor...; A dimensão “ideológica” refere-se a posicionamentos dentro de um campo: feminista, de esquerda, conservador ou anticlerical... dentro do campo político, romântico ou naturalista... dentro do campo literário etc.

Essas três dimensões do ethos se entrecruzam e se validam, contudo podem ser mais ou menos evidentes a depender dos textos que serão analisados. Em nosso caso, procuramos revelar essas dimensões do ethos no pronunciamento do Presidente do Brasil sobre a pandemia do coronavírus. Ou seja, os analistas do discurso, ao tomarem essas dimensões como porta de entrada para análise do ethos, na maioria das vezes irá filtrar os elementos que julgarem necessários em função do gênero e do tipo de discurso (MAINGUENEAU, 2018).

Em determinada situação de comunicação, desenvolve-se o ethos discursivo que é próprio dessa enunciação estando de acordo com o gênero do discurso. A saber, uma revista demonstrará em suas publicações um ethos do qual seus leitores partilham, ou seja, ao enunciar o locutor busca engendrar a adesão ao seu discurso, isto é, busca estabelecer “uma convivência entre seu leitorado na partilha de certa maneira de habitar o corpo, de circular na sociedade” (MAINGUENEAU, 2020, p. 26).

Assim, compreendemos que o coenunciador consegue construir uma imagem do enunciador por meio do que ele (enunciador) diz e por sua maneira de dizer o que diz, uma vez que a “voz” desses enunciadores se fazem presentes no discurso. Tendo isso exposto e feito as ponderações a respeito do ethos discursivo, prosseguiremos à construção de um entendimento sobre o fenômeno fake news para que, mais adiante, consigamos desenvolver a análise do corpus constituído para nossa pesquisa.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/lh/v53n3/0101-3335-letras-53-03-0321.pdf>. Acesso em: 22 de março de 2021

### 2.3 Fake News

Como nosso tema de pesquisa, de uma forma geral, perpassa as narrativas falaciosas, é necessário voltarmos na história para compreendermos que, de fato, essas narrativas sempre estiveram presentes na literatura, nas publicações, enfim, na sociedade como um todo. Como dizia um antigo ditado popular: “quem conta um conto...aumenta, distorce e manipula um ponto”.

Atualmente, na sociedade em que vivemos, é muito improvável questionarmos esse ditado. As fake news, que são as narrativas falaciosas, são fabricadas com o intuito de engendrar posicionamentos dos seus interlocutores, mesmo que não sejam construídas com informações totalmente verdadeiras.

A revolução que a prensa de Gutemberg proporcionou ao mundo possibilitou uma abertura ao conhecimento ao passo que, a partir daquele momento, o conhecimento passou a ser impresso em grandes volumes. As histórias passaram a ser registradas de forma gráfica e, com isso, as ideias das pessoas que as escreviam. Se voltarmos um pouco na história, em especial na era das grandes navegações, acreditava-se que havia um novo mundo a ser explorado, a ser conquistado, ou mesmo a ser invadido. Havia uma gama de concepções preconceituosas e estereotipadas para representar esses lugares inexplorados, como por exemplo, como é possível se ver na literatura, um lugar que era habitado por animais fantásticos com características, digamos, peculiares. Os animais aquáticos, por exemplo, eram descritos como monstros devoradores de pessoas que cuspiam fogo pela boca.

Desde então, ao dizer sobre as coisas do mundo, seja na interação pessoal (diálogo) seja no mundo das crônicas ou do jornalismo, sempre houve uma forma de representar as coisas de forma exagerada, o que pode transmitir a ideia de narrativas falaciosas, animalescas, deturpadas. Essas narrativas eram boatos, rumores sobre determinada narrativa histórica, fato ou acontecimento. Sendo assim, podemos perceber que o fenômeno das narrativas falaciosas acompanha nossa história e atualmente se mostram como ferramenta para enganar, ludibriar e persuadir as pessoas com o intuito de gerar adesão dos sujeitos às narrativas que possuem um interesse específico.

Embora o fenômeno das informações falaciosas coexista com a sociedade desde muitos séculos, alguns pesquisadores buscam fixar o marco zero desse fenômeno no século XXI, como sendo a partir das eleições norte americanas de 2016. Foi nesse momento em que o termo “fake news” se institucionalizou.

Fake News diz respeito às informações distorcidas, manipuladas e, ou mesmo, fabricadas com propósitos específicos. O termo foi popularizado pela retórica do então candidato pelo partido republicano ao pleito presidencial dos Estados Unidos da América, Donald Trump, em suas redes sociais. Dito isso, o termo “passou a designar as narrativas que foram produzidas, consumidas e compartilhadas nas eleições que o elegeram para a Casa Branca em 2016”. (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; GUESS; NYHAN; REIFLER, 2018; OLSON, 2016 apud GOMES, 2019, p.36).

O professor Walter Capanema<sup>9</sup>, no seminário internacional intitulado “Fake news e eleições”<sup>10</sup> sobre o tema em pauta, nos chama à reflexão de que nossos paradigmas em relação às eleições estão em evolução e, com isso, é importante refletirmos sobre as fake news. De acordo com o autor, no Brasil, nas eleições para senador de 2006, no estado no Rio de Janeiro, a candidata Jandira Feghali<sup>11</sup> foi alvo das intrigas inscritas pelas “fake news”. Nos dias próximos a eleição, eleitores em potencial receberam torpedos com “notícias” que diziam que a candidata era a favor da legalização do aborto. Esse evento culminou em sua não eleição e nos mostra como o debate eleitoral se desvinculou, pelo menos em parte, das grandes mídias tradicionais. Segundo o advogado, “as mídias tradicionais meio que não tem utilidade mais para o debate eleitoral”. E, com o crescimento desse debate na internet, surgiram as “fake News”.

[...] eu vejo aqui talvez o marco zero desse fake news tecnológico. Em outras eleições, nós tivemos o uso do e-mail e acho que talvez agora estejamos vivendo o estado da arte em que as fake news estão sendo realizadas, praticadas pelas redes sociais, com equipamentos de mídia, alta tecnologia – inclusive há até empresas dedicadas a isso [...]. (CAPANEMA, 2019, p. 37)<sup>12</sup>

As mídias digitais oportunizaram a reprodução e a disseminação das fake news em proporções exorbitantes e em uma velocidade surpreendente. Não porque apenas seja possível mentir e/ou inventar dados em meios digitais, mas também porque a crescente transmutação da vida à vida on-line trouxe consigo a necessidade de mentir, omitir e construir fatos com o intuito de manipular as pessoas politicamente (GOMES, 2019).

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://waltercapanema.com.br/wordpress/sobre>. Acesso em: 18 de março de 2021

<sup>10</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=bnpR1RB08HE&ab\\_channel=justicaeleitoral](https://www.youtube.com/watch?v=bnpR1RB08HE&ab_channel=justicaeleitoral). Acesso em: 18 de março de 2021

<sup>11</sup> Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Jandira\\_Feghali](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jandira_Feghali). Acesso em: 18 de março de 2021

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf>. Acesso em: 18 de março de 2021

Ao tratarmos do tema das histórias falsas, difundidas pelas mídias digitais, devemos levar em consideração, segundo Wilson Gomes, que as “fake news” se apresentam sob ordens diferentes:

De um lado, a ordem da linguagem, vez que se trata de uma narrativa, que, em si mesma, pode ser coerente e consistente ou o contrário disto. De outro, a ordem da narrativa factual, ou seja, um relato que se refere essencialmente a fatos, a eventos da ordem da realidade [...] A verdade ou falsidade de uma história, portanto, está relacionada à possibilidade de que certas narrativas factuais expressem ou não os fatos reais a que se referem.” (GOMES, 2019, p.35)

A opção pelo termo “fake news” apresenta uma disparidade uma vez que “se é notícia, não é falsa, e se é falsa, não é notícia”<sup>13</sup>(RAIS, 2019, p.43). Afonso Albuquerque<sup>14</sup>(2020), nos mostra que optamos por esse termo por ser um conceito que está em desenvolvimento, e por isso é um conceito fácil de ser compreendido pela sociedade – não em sua totalidade –, por não possuir uma densidade teórica significativa que abranja todas as suas manifestações.

Ainda segundo o autor, “não dá para falar em fake news sem falar no seu oposto, e é isso o que as pessoas fazem. Se existem fake news, há algum tipo de news que não seja fake” (ALBUQUERQUE, 2020, p. 193). O que nos leva a refletir que a partir desse pressuposto estamos oferecendo a alguém ou à alguma instituição o total poder de definir se alguma coisa, em detrimento de outra, é verdade ou mentira.

Atualmente, há empresas de *fact checking*, originárias de universidades, ou seja, elas afirmam que determinada coisa, notícia, fato ou acontecimento é verdade ou fake news. Tais empresas atacaram gravemente o sistema jornalístico, o qual, até certo tempo, era o detentor da divulgação de verdades factuais que tem um lastro histórico que as confirmam, isto é, uma verdade que está constituída em um processo respaldado em fatos e acontecimentos.

Essas empresas estão em busca de uma “verdade”, ou seja, essas instituições especializadas visam definir o que é verdade para, com isso, exercer o poder. Além disso, é notável pontuarmos que essas empresas de fact checking analisam discursos em detrimento de outros discursos. Ou seja, “no debate contra as fake news não se avalia a imprensa [...] a

---

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/livro-fake%20news-miolo-web.pdf>. Acesso em: 15 de março de 2021

<sup>14</sup> Disponível em: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4791809P5>. Acesso em: 18 de março de 2021

discussão enfatiza a avaliação de certos discursos” em detrimento de outros. (ALBUQUERQUE, 2020, p. 195)

Essas narrativas falaciosas não são constituídas por um lastro histórico que as confirmem, elas são fabricadas com a intenção de falsear uma notícia, com o intuito de enganar os interlocutores. Esse posicionamento é que orientará nossa escolha, por qual fake news iremos recortar e analisar em função do ethos discursivo, bem como firmar nosso entendimento sobre esse fenômeno.

Há uma enorme dificuldade em compreender esse fenômeno nos dias atuais, ao passo que as fake news assumem uma roupagem que abarca inúmeros gêneros do discurso. Elas podem estar mascaradas de artigos científicos e de manchetes, também podem assumir um papel informativo, o que coloca em xeque a credibilidade das instituições jornalísticas, que tem por objetivo transmitir ao público os acontecimentos da realidade observável com base em narrativas factuais. “Não se trata de quaisquer narrativas factuais, mas de relatos jornalísticos, de histórias do noticiário [...] não são quaisquer relatos falsos, são constrações do próprio jornalismo” (GOMES, 2019, p. 36).

Sendo constrações do próprio jornalismo (GOMES, 2019), é interessante pontuarmos, juntamente com Albuquerque (2020), que existe no campo das “fake news” um discurso que busca manipular a verdade, ou seja, o discurso das “fake news” visa controlar a disseminação da verdade. E essas verdades, que antes eram disseminadas pela comunidade jornalística, hoje podem ser reproduzidas e fabricadas por usuários sem embasamento em suas redes sociais.

O jornalismo, como instituição que dissemina verdades factuais sobre fatos e ou acontecimentos se desgastou, perdeu sua autoridade ao longo dos anos, a saber, a partir da década de 50. Esse fator contribuiu para que o fenômeno das “fake news” se instaurasse na sociedade do século XXI, pois o jornalismo está produzindo notícias com menos controle de qualidade. Por exemplo, “*notícias como: “Caetano Veloso estaciona o carro no Leblon”, “Fulano é fotografado no shopping”* (ALBUQUERQUE, 2019 p.195)”.

De acordo com isso, alguns autores nos dizem que estamos adentrando em uma crise epistemológica. Para Gomes (2019, p. 37), essa crise “consiste em desqualificar todas as instituições tradicionalmente dotadas de credibilidade para arbitrar sobre o conhecimento socialmente aceito sobre fatos, a saber, a ciência, a universidade e o jornalismo”.

Não adentraremos na discussão das verdades históricas, ou se de fato a ciência, a universidade e o jornalismo puderam ou sempre trouxeram a questão da verdade, também não adentramos na discussão se são, de fato, esses lugares historicamente determinados para a produção da verdade. Nesse momento de pesquisa, o que podemos pontuar com relevância, é

que existe, como vimos anteriormente, uma verdade factual, que devido a forma como a sociedade se organiza, parece estar mais presentes no discurso da ciência, da universidade e do jornalismo. Contudo, é necessário que o jornalismo seja feito a partir de uma prática jornalística, e não de uma prática de produção aleatória de notícias como foi exemplificada nos parágrafos anteriores.

Afonso Albuquerque pondera dizendo que “o discurso corporativo matou o jornalista” e com isso “alguns autores falam da crise epistemológica mais generalizada das instituições de produção do conhecimento, como a ciência” (ALBUQUERQUE, 2020 p. 195).

Assim, é notável pontuarmos sobre o que o autor quer significar ao dizer que o discurso corporativo matou o jornalista. A título de exemplo, se retomar a história até meados da década de 70, no Brasil, a grande imprensa detinha de inúmeros prédios para a produção e confecção de seus jornais. A Folha de São Paulo, por exemplo, possui um prédio na região central de São Paulo, onde eram compactados todos os setores da produção jornalística, desde a impressão até as salas dos jornalistas. Essa empresa era detentora de outras filiais espalhadas pelo país com o intuito de averiguar as notícias que eram produzidas. Por essas filiais eram contratados jornalistas investigativos, redatores, repórteres de campo, enfim, toda a configuração do jornal auxiliava na construção das notícias/narrativas factuais. Contudo, depois da década de 90, especialmente com o advento da internet, as instituições jornalísticas começaram a desvencilharem-se de toda essa configuração, pois a internet facilitava e supria as necessidades de todo esse aparato jornalístico.

Tendo isso em vista, o que acontece atualmente, por exemplo, é que determinado fato ocorre em um bairro periférico e o jornalista não mais vai até o local do ocorrido para embasar seus escritos. Hoje em dia ele utiliza da internet para “economizar tempo”, ou seja, ele acessa algum portal de busca e pesquisa sobre o acontecido, ou mesmo pode mandar um e-mail pedindo informações sobre aquele fato. Sendo assim, o jornalismo, depois do advento da internet, optou por extrair as informações de pessoas, e não de outros jornalistas, ou seja, ao extrair informações de outras fontes, cria-se um espaço propício para que essas pessoas comecem a falar das coisas a partir de seus próprios interesses, sob sua ótica individual.

Assim, compreendemos que toda essa situação descrita propicia um estado de situação que é bastante promissor para a possibilidade de haver um descrédito em relação ao trabalho do jornalista. Pois, na sociedade da informação em que vivemos, constantemente é observável nas redes sociais que todas e todos podem opinar e dizer o que quer dizer sobre determinado fato. Assim, é necessário ficarmos atentos a essas ponderações, pois é dessas lacunas que as

narrativas falaciosas nascem e se proliferam, como também podem ganhar visibilidade e credibilidade.

Ao tratarmos da questão da “verdade” distribuída pelos sistemas jornalísticos e/ou pela universidade, devemos levar em consideração quem produz essa “verdade”, como ponderamos acima. Por exemplo, como nos mostra Afonso Albuquerque os jornais norte-americanos, até certo tempo atrás, eram recheados com jornalistas brancos, com um alto poder aquisitivo e provindos de universidades conhecidas. Assim, ao serem contratados por redações de jornais, traziam discursos de comum acordo em suas publicações. A título de exemplo, “quando um policial atirava em um negro, era um ato de defesa” (ALBUQUERQUE, 2020, p. 196).

Vemos, portanto, que a construção da verdade é fundamentada em fatos e ou acontecimentos. É algo abstrato e perpassa a ideologia de quem as constrói com o intuito de diminuir, atacar ou construir negativamente a imagem de uma outra pessoa ou de algum outro grupo de pessoas. Tal questão é essencial para o desenvolvimento de nosso trabalho, porque as reflexões sobre fake news estão ao lado da discussão sobre o que é a verdade. Logo, é preciso entender que a verdade é factual e está sempre ligada a algum grupo de pessoas que vai afirmar de seu próprio lugar de fala sobre aquilo que viu e sobre aquilo que se viu, para com isso tornar uma verdade conhecida.

Necessário se faz refletir sobre a essência da verdade, que é abstrata. O que de fato existe são narrativas factuais. Por exemplo, acontece um assassinato em algum bairro periférico, e um jornalista vai lá e observa a cena, contudo ele não olhará a verdade, mesmo que se ele estivesse lá, no momento do crime. Quaisquer coisas que são extraídas pelo nosso globo ocular, vão passar pelo crivo de nossa maneira de interpretar aquilo e nossa interpretação sobre o ocorrido vai passar pelos domínios da ideologia e da memória, bem como do inconsciente. Quando se fala sobre determinado fato, existem pontos de vista a serem considerados. Ou seja, quando é disseminada determinada informação, a verdade é construída e tem por base os pontos de vista de quem as produziu, contudo, podemos dizer que essas informações são verdadeiras uma vez que existem por detrás dos acontecimentos uma narrativa factual, que irá legitimar aquela verdade.

Afonso Albuquerque (2020, p.196) destaca que “a produção de verdade é muito mais ligada à homogeneidade social. Quando você multiplica as origens étnicas, a diversidade sexual ou a diversidade de orientação de gênero, a capacidade de definir consensualmente a verdade diminui”.. Ao tomarmos como exemplo o Brasil dos anos 67 e 68, em plena ditadura militar, não havia a necessidade de possuir um diploma para ser jornalista. A esse respeito, os jornalistas criminalistas eram pessoas ligadas às periferias das grandes cidades. Sendo assim, eles

conheciam como funcionava a dinâmica nesses espaços. e então, ao escrever sobre esses lugares, eles não transpareciam um modo de ver preconceituosamente esses bairros. Com o intuito de minimizar a presença dos comunistas, ocorre um decreto em 69 que exigia o diploma de jornalista. Contudo, quem poderia pagar pela Universidade? As pessoas que são da elite da década de 60. E esses jornalistas da elite, ao noticiarem sobre os bairros pobres, traduzem nas informações valores que são da classe elitizada, ou seja, olhares preconceituosos sobre a dinâmica desses espaços.

Nessa diferença de noticiar os fatos é que observamos como a produção da verdade, por determinado jornal, está comprometida com a ideia da homogeneidade social e de questões éticas. O jornalista que vinha das classes pobres e que não passava pelos bancos da academia noticiava sobre determinado fato ocorrido, sob determinado ângulo de análise. Por exemplo, “aconteceu um assassinato”. O jornalista, que passou pelos bancos universitários, noticia: “Negro matou um branco”. Ou seja, os diplomados vão construindo uma imagem sobre determinado grupo que, de tanto se repetir, cria uma ideia de verdade estereotipada, caricata e animalésca sobre esse grupo.

Essa gestação de uma imprensa elitizada, especialmente no Brasil durante a ditadura militar, fez com que a ideia de imprensa se deslocasse dos lugares do acontecimento e passasse a funcionar com o intuito de exercer o poder, ou seja, controlar a sociedade. Então, a obrigatoriedade do diploma foi uma estratégia da ditadura para trabalhar a ideia de homogeneidade social, trabalhar a ideia de alocar certas pessoas em certos grupos com um mesmo posicionamento ideológico.

Sendo assim, a verdade é colocada à prova ao passo que os jornais noticiam informações falaciosas e, ao noticiar, atingem determinado público que, de certa forma, através de suas emoções e suas expectativas, acredita e reproduz aquele conteúdo como sendo uma “verdade”.

Como aponta D. Roberts (2017, apud GOMES, 2019), existe uma certa epistemologia do termo fake news ligada a certos grupos para os quais essas informações falaciosas apenas se tornam verdadeiras, não em função dos acontecimentos e/ou dos fatos que a rodeiam, mas, sim, tornam-se verdadeiras a partir do momento em que essas narrativas engendram expectativas, valores e princípios nas pessoas que as produzem e nas pessoas que as consomem.

Como resultado, estamos em uma problemática conceptual que abala as estruturas sociais, ao passo que alguns entendem que a proliferação de notícias falaciosas nada mais é do que fazer conrações do discurso jornalístico, enquanto outros entendem que seja uma industrialização dessas conrações com o intuito de “produzir informações, jornalísticas e

científicas, para consumo próprio dos públicos de direita e em conformidade com seus princípios e valores” (GOMES, 2019, p.37).

Tendo isso dito, e de acordo com o que afirma Gomes (2019), as problemáticas das narrativas falaciosas se encontram em um continuum entre epistemologias e política. Tudo somado, no que tange o panorama das fake news, este estudo busca refletir sobre como essas informações podem contribuir para a construção do ethos discursivo em determinados discursos, que visam tornar opaco o real e, ainda, forjar a realidade conforme seus interesses particulares.

### 3. METODOLOGIA DE ANÁLISE

O presente estudo tem como objetivo compreender como o ethos discursivo emerge do discurso oficial do Presidente da República, Jair M. Bolsonaro, em 24 de março de 2020. Tal discurso sugere estar respaldado por fake news. Identificaremos as fake news presentes nesse discurso para fins de ilustrar como o Presidente constrói uma imagem de si utilizando de informações falaciosas, em vislumbre de um ethos discursivo que demonstre preocupação com a situação do Brasil, naquela data.

Selecionamos como corpus de análise recortes desse discurso oficial do Presidente do Brasil em busca de validar nossos objetivos de análise. Nossa análise é de cunho qualitativo e tem como principal referencial teórico as categorias do ethos discursivo, propostas por Maingueneau (2020).

Nossa análise exploratória consiste no fato de que não optamos por selecionar uma variedade de *corpora* de análise. Entretanto, selecionamos apenas um *corpus*, do qual fizemos alguns recortes com o intuito de ilustrar como o ethos discursivo emerge nesse discurso. Nossa análise se justifica pelo fato de que Jair. M. Bolsonaro está a ocupar um cargo público, historicamente determinado, que fixa um lugar de fala privilegiado. Desse cargo, espera-se um ethos de responsabilidade, contudo, como veremos nas análises, é notável que Bolsonaro utiliza do ethos prévio (Maingueneau, 2020) de Presidente da República para construir uma imagem de si que busca legitimar o seu posicionamento em relação a crise sanitária causada pelo coronavírus.

#### 3.1 Corpus

Para a construção constituir nosso corpus de análise, optamos por enunciações “nas quais a presença física do locutor desempenha um papel essencial” (MAINGUENEAU, 2020, p.101) e nas quais é possível observar “os ethos que manifestam diretamente a identidade de um locutor” (MAINGUENEAU, 2020, p. 48). Sendo assim, optamos por recortes do discurso oficial do Presidente da República, pois esse discurso, a fim de legitimar o posicionamento do Presidente em relação a crise sanitária, se respalda em informações falaciosas, além de trazer traços evidentes do ethos prévio.

Por ainda estarmos em um contexto pandêmico, faz-se necessário discutirmos sobre as fake news que compõem as enunciações disseminadas nessa conjuntura histórica de crise sanitária causada pelo Sars-CoV-2, uma vez que essas informações colocam em risco a saúde de muitas pessoas, além de acarretar problemas no que tange à democracia.

Para auxiliar no sentido de identificar fake news presentes no discurso do Presidente, vamos recorrer, em alguns momentos, a um artigo publicado no site da BBC News Brasil<sup>15</sup> em abril de 2020 por Luis Barrucho<sup>16</sup> “À luz de evidências científicas divulgadas até o presente momento da pesquisa, e da experiência de outros países”. Ainda acreditamos, de acordo com Gomes (2019, p.34), que esse fenômeno, fake news, “afeta profundamente o jornalismo, o seu lugar nas sociedades democráticas e sua relevância social”.

Conforme afirma o Professor Wilson Gomes, na sociedade da informação em que vivemos, “há cada vez mais reivindicações de verdade e há cada vez mais mentiras no que se refere às histórias que, presumivelmente, dão conta dos fatos da política” (GOMES, 2019, p. 34). Assim, o discurso do Presidente se encaixa em nossas expectativas, por se tratar de um discurso proferido por um político que ocupa um lugar historicamente determinado de fala e que utiliza de um lugar social que promove um ethos pré-discursivo consistente.

Em relação a análise do ethos no discurso político, Maingueneau (2020, p.84) afirma que:

O ethos é, fundamentalmente, uma questão de corpo, de autenticação da fala por um corpo saturado de avaliações sociais. Para os analistas do discurso que mobilizam a noção de ethos, o discurso político é, nesse sentido um objeto privilegiado, pelo fato de lhes propor enunciados produzidos por locutores que dispõem de um ethos pré-discursivo consistente, que ocupam posições bem

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>

<sup>16</sup> Bacharel em jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro em 2008. Bacharel em Ciências Sociais e Sociologia Política pela Universidade de Paris X – Nanterre.

definidas num campo bem estruturado e cujo ethos pode ser relacionado a estratégias a serviço de objetivos identificáveis.

Retomando o que dissemos na teoria, o coenunciador irá construir uma imagem do enunciador enquanto ele fala e por sua maneira de dizer o que diz, bem como também irá construir uma imagem do enunciador por seu ritmo de fala, por seu vestuário e pela escolha lexical na qual o seu discurso estará estruturado, além do cenário disposto para a enunciação. Isto é, todos os textos, sejam escritos, sejam orais, sejam verbais ou não verbais, possuem em si, de acordo com Maingueneau (2020, p. 14), certa vocalidade, ou seja, todo texto é produto de um enunciador encarnado, um “fiador” que “por seu tom, atesta o que é dito”.

Assim, conforme Maingueneau (2020) todos os textos possuem em si uma “voz” que vai para além do texto e que se manifesta por meio do corpo enunciante historicamente especificado.

Selecionamos enunciações em busca de compreender como o ethos discursivo oportuniza uma produção do sentido sobre determinado corpo historicamente determinado, em nosso caso, o ethos discursivo que emerge do discurso do Presidente do Brasil.

#### 4. DISCUSSÕES

O presidente fez um pronunciamento<sup>17</sup> tendo como pauta a crise sanitária de Covid-19. O ocorrido, como já dito e é indispensável frisar, aconteceu em 24 de março de 2020. Esse discurso tornou-se uma peça fundamental para reconhecermos como acontece a construção de uma imagem de si, sobre determinado corpo historicamente determinado, com base em suas enunciações respaldadas por fake news e que tem por intuito, gerar adesão de seus coenunciadores.

Conforme postulado por Maingueneau (2020, p. 40) “fixar sua atenção no ethos de um enunciado e analisá-lo não é uma atividade descontextualizada, mas um processo vinculado ao conjunto das condições de enunciação e circulação”. Assim, Bolsonaro utiliza de um ethos determinado que está condicionado ao seu lugar de fala privilegiado – Presidente da República –, e que lhe confere credibilidade, antes mesmo que ele fale. Segundo Maingueneau (2020,

---

<sup>17</sup> Leia o pronunciamento na íntegra disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-na-integra.htm>. Acesso em: 07/03/2021.

p.10) “na elaboração do ethos, interagem elementos de naturezas diversas [...] passando pelo ritmo e pelo figurino”.

Necessário se faz pontuarmos que o cenário de que dispõe Bolsonaro para o pronunciamento influencia na construção da imagem desse chefe de estado. O vídeo do pronunciamento é iniciado com uma voz que diz: “Pronunciamento do Presidente da República Jair Bolsonaro”. Essa voz invisível contribui para fixar o ethos de Bolsonaro como Presidente da República.

O vídeo é centralizado no busto de Bolsonaro, parte nobre do corpo, o que, de certa forma, nos transmite uma ideia de aproximação com o Presidente. Sua postura à frente de um púlpito, enunciar sem o auxílio de um microfone e o emprego de enunciados pequenos corroboram para elaborar um ethos de seriedade e compromisso. No plano de fundo estão dispostas a bandeira do Brasil e a bandeira presidencial alocadas em uma parede azul que interage com o terno e gravata azul marinho do Presidente. Em seu terno, está acoplado um broche estampado com a bandeira do Brasil, o que contribui para reforçar, atualizar e fixar o ethos presidencial de Bolsonaro.

No decorrer do discurso, com intervalos intercalados, aparece uma legenda associada à insígnia oficial do Presidente do Brasil que diz: “Jair Bolsonaro. Presidente da República”. No decorrer do pronunciamento é observável que o Presidente utiliza de uma maneira de falar tipificada, com um tom de voz neutro. Ainda assim, em determinados recortes, é possível observar a expressão facial do Presidente que nos remete à uma ideia de ironia bem como, em alguns momentos, expressões faciais que demonstram seriedade.

O Presidente enuncia a partir do cenário oficial, que utiliza de elementos necessários para validar o canal do governo: legendas, uma intérprete para a Língua Brasileira de Sinais e as bandeiras da federação, o que vislumbra resgatar, a partir desses elementos, a memória coletiva da população no que diz respeito ao que é ser Presidente. Ou seja, nesse discurso, Bolsonaro evoca para si todos os traços oficiais de Presidente da República, que seriam os traços do ethos pré-discursivo, mas que ele retoma e atualiza.

Em suma, essas condições para a enunciação de Bolsonaro contribuem para a construção do ethos de sério que emerge do discurso presidencial. E o ethos proveniente dessa situação de enunciação vai dar credibilidade e veracidade às informações que ele enunciar. Ou seja, as condições de produção do pronunciamento do Bolsonaro, a saber, seu figurino e o cenário, bem como as expressões faciais, determinam o lugar de onde ele irá enunciar, contribuindo, assim, para a construção de um ethos discursivo pertinente para nossa análise.

Tendo isso dito, saímos das condições de enunciação e adentraremos nos recortes dos enunciados que foram proferidos pelo presidente, com finalidade de revelar o ethos discursivo que emerge nessas enunciações.

As imagens abaixo são as mesmas com as quais os cidadãos brasileiros estavam interagindo em suas casas naquela data. A seguir, analisamos alguns recortes desse discurso, recheado de falácias, com o intuito de demonstrar as categorias do ethos discursivo, propostas por Maingueneau (2020).

#### 4.1 Recorte 1

Figura 1: Print Screen do vídeo do pronunciamento do Presidente do Brasil



Fonte: YouTube<sup>18</sup>

“[...]Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos, sim, voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa. [...]”

<sup>18</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Vl\\_DYb-XaAE&ab\\_channel=Planalto](https://www.youtube.com/watch?v=Vl_DYb-XaAE&ab_channel=Planalto). Acesso em: 08 de março de 2021

Nesse recorte, podemos notar enunciações em que o ethos discursivo se comporta de forma híbrida, ou seja, com características sócio/discursivas e que exercem influência sobre o outro. “[...] Nossa vida tem que continuar [...]”, ao utilizar o pronome “nossa”, o presidente evoca um ethos de coletividade, um ethos que busca igualar-se ao do público que o ouve, evocando assim uma coletividade abstrata e que, de certa forma, vai se estabelecer como um elo entre os seus partidários.

A seguir, contrariando as normas propostas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), no que diz respeito ao isolamento social, o chefe de estado do Brasil nos chama a “voltar à normalidade” e pede o fim do “confinamento em massa”. Utilizar a expressão “voltar à normalidade” nos revela um ethos de um sujeito que se coloca em função de uma organização da vida normal, como se as normas da OMS acatadas pelos prefeitos e governadores tivessem tornado a vida anormal, e ele seria a pessoa que não deixaria as pessoas confinadas em casa.

A seguir, o Presidente prossegue: “[...] algumas poucas autoridades estaduais e municipais [...]. Ao dizer “algumas poucas”, Bolsonaro demonstra uma imagem negativa à essas autoridades, pois são poucas, e sendo poucas são desvalorizadas. O Presidente continua: “[...]devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição dos transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa [...]”. Esse enunciado nos mostra um aspecto outro do ethos discursivo, o antiethos. Pois, ao atribuir aos governadores e prefeitos o “status” de quem proíbe, de quem fecha e de quem confina, ele busca desvalorizar o outro (prefeito e governantes) em vistas de alcançar uma plenitude para o seu ethos discursivo e para o seu posicionamento. Ou seja, nesse recorte, percebe-se uma imagem de valor negativo construída pelo Presidente aos prefeitos e governadores, pois Bolsonaro demonstra ser aquele governante que não proíbe, que não fecha e que não confina.

O Presidente traz para si elementos de um ethos que interage nas dimensões experiencial (por ser o Presidente) e ideológica (por seu posicionamento) do ethos discursivo, como proposto por Maingueneau (2020). Por exemplo, Bolsonaro constrói uma ideia de um sujeito cuja imagem está intimamente ligada à uma ideia de liberdade, de abertura e de vida e, esses elementos são constitutivos do ethos discursivo que emerge de seu pronunciamento. Assim, o recorte acima nos revela como o Presidente evocou um ethos discursivo de líder, a partir da imagem de elementos que constituem um Presidente legitimado e que busca persuadir seus ouvintes por intermédio de um ethos discursivo de liderança que confere às informações falaciosas que ele utiliza um “status de verdade”.

O Presidente buscou legitimizar sua imagem em relação a pandemia se opondo a uma imagem que ele torna negativa, das autoridades estaduais e municipais. Ou seja, Bolsonaro evoca a imagem de Presidente para dizer que “algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa”.

Assim, nesse trecho podemos perceber que emerge um antiethos, conforme propõe Maingueneau (2020 p. 70). Isso revela que as autoridades estaduais e municipais são autoritárias, são governadores e prefeitos do conceito de terra arrasada. Sendo assim, essas afirmações possuem um valor de desqualificação, Bolsonaro ao “falar mal do outro”, se coloca em um espaço de verdade ao colocar suas afirmações de “voltar à normalidade” como verdadeira, como uma verdade factual e que não traria riscos a sociedade.

A saber, de acordo com o site BBC News<sup>19</sup>, a maioria dos países que foram afetados pela calamidade causada pelo Covid-19 fecharam seus comércios não essenciais e indicaram que as pessoas ficassem em casa, bem como propuseram que voltassem ao trabalho somente aqueles que não poderiam realizar suas atividades de forma remota. Essas informações, provindas da ciência e da experiência de outros países em relação a pandemia, contraria a fala do presidente do Brasil que diz que devemos “voltar à normalidade” e pede o “fim do confinamento em massa”.

## 4.2 Recorte 2

Figura 2: Print Screen do vídeo do pronunciamento do Presidente do Brasil

---

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>



Fonte: YouTube<sup>20</sup>

“[...]O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Então, por que fechar escolas? Raros são os casos fatais de pessoas sãs, com menos de 40 anos de idade. Noventa por cento de nós não teremos qualquer manifestação, caso se contamine [...]”

Nesse recorte do discurso do presidente, podemos observar alguns pontos falaciosos, desmentidos pelo jornalismo da BBC News. O presidente buscou legitimar sua enunciação ao dizer que “no que se passa no mundo tem mostrado [...]”, como se o que se passa no mundo, de certa forma, fosse de encontro ao seu posicionamento em relação ao não fechamento das escolas, pois, segundo o Presidente “o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Então, por que fechar escolas? [...]”. Essa passagem nos revela um ethos discursivo de pessoa estratégica que visa instaurar em seus ouvintes uma dúvida: fechar ou não as escolas, ou seja, o Presidente busca, assim, forjar um imaginário na população, e um efeito de sentido em relação aos desdobramentos da pandemia no cenário nacional.

É necessário pontuarmos, indo de encontro ao artigo publicado no site da BBC News em 2020, que mesmo que as crianças não tenham pré-disposição para desenvolver os sintomas graves da doença em questão, elas podem transmitir o vírus para as pessoas do grupo de risco.

<sup>20</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Vl\\_DYb-XaAE&ab\\_channel=Planalto](https://www.youtube.com/watch?v=Vl_DYb-XaAE&ab_channel=Planalto). Acesso em: 08 de março de 2021

E, ainda, as escolas podem se tornar o epicentro de contaminação, ao passo que os adultos que lá trabalham podem infectar uns aos outros e outros membros da comunidade escolar.

Com o intuito de construir uma imagem que valide sua informação, o Presidente diz que “[...]noventa por cento de nós não teremos qualquer manifestação, caso se contamine [...]”. Esse discurso é uma falácia que usa expressões numéricas (90%) para se fazer passar por “verdade”, pois o Presidente usa de uma expressão de quantidade para convencer o outro (prefeito e governadores) de que as escolas não devam estar fechadas ao público. Ou seja, o Presidente está em busca de um ethos discursivo que reflita uma ideia de veracidade para as informações que ele trouxe em seu discurso.

O Presidente constrói para si uma imagem de um sujeito que está comprometido com os dados numéricos, que são inquestionáveis. Assim, da mesma forma como ele traz para si uma imagem de um sujeito informado, ele utiliza-se de expressões numéricas para que essa imagem se sustente. Isto é, demonstra traços que revelam ser ele um sujeito informado, comprometido, que traz em seu discurso informações apuradas. Além de utilizar do pronome “nós” com um intuito de construir um ethos de coletividade, construir um elo entre ele e os ouvintes, o enunciador evoca um ethos discursivo de um representante que traz para seu discurso uma informação qualitativa com o intuito de convencer os seus ouvintes a aderirem a seu posicionamento.

Entretanto, se compararmos o discurso do Presidente com as informações dispostas no site da BBC News Brasil<sup>21</sup> podemos notar que não são noventa (90) por cento da população que não manifestaria nenhum sintoma do coronavírus, mas, sim, oitenta (80) por cento acometidos por sintomas leves. No entanto, é evidente a ideia de que o Presidente manipulou os dados para construir uma imagem, um ethos, de um chefe de estado que conhece a situação de seu país ao trazer as informações exatas para seu discurso.

Contudo, a imagem que o Presidente constrói em seu discurso é de um, ou seja, emerge desse pronunciamento um ethos de bem informado, o que é colocado à prova, pois de acordo com o site da BBC News Brasil, “segundo a OMS, em 80% (e não 90%) dos casos confirmados de coronavírus, os pacientes tiveram sintomas leves, parecidos aos de uma gripe, e se recuperaram sem ter a necessidade de cuidados intensivos”.

Sendo assim, podemos afirmar que o Presidente buscou manipular os dados de seu discurso com o intuito de construir para a população brasileira uma imagem que reflita os traços

---

<sup>21</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>. Acesso em: 16 de março de 2021

de um chefe de estado bem informado que utiliza de informações “verdadeiras” para construir seu discurso.

### 4.3 Recorte 3

Figura 3: Print Screen do vídeo do pronunciamento do Presidente do Brasil



Fonte: YouTube<sup>22</sup>

“[...]No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria quando muito, acometido de uma gripezinha ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão[...].”

Maingueneau (2020) nos mostra que a aplicabilidade do ethos está no fato de ele envolver a enunciação sem estar explicitado no enunciado. Contudo, no recorte acima, é notável como o ethos dito se manifesta no enunciado em que recortamos. Ao enunciar “[...] no meu caso particular [...] pelo meu histórico de atleta [...] não precisaria me preocupar [...]”, o Presidente utiliza de estruturas da língua que remetem diretamente a ele. Tendo em vista o cenário, a evocação de um perfil de Presidente e a legitimidade das informações que ele tenta trazer de maneira estatística, como vimos nos recortes anteriores, esses elementos utilizados contribuem para construir um ethos de nobre, inteligente e atlético.

<sup>22</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Vl\\_DYb-XaAE&ab\\_channel=Planalto](https://www.youtube.com/watch?v=Vl_DYb-XaAE&ab_channel=Planalto). Acesso em: 08 de março de 2021

O enunciador está dizendo de si mesmo enquanto enuncia para, com isso, construir uma imagem de uma pessoa sobrea, com saúde e que fala de um lugar que lhe atribui credibilidade, o que auxilia no processo de construção de uma imagem positiva do Presidente, a qual podemos observar desde as primeiras análises.

Tendo em vista os exemplos anteriores, no primeiro recorte o enunciador forja um ethos de líder; no segundo, forja uma imagem de alguém que detém as informações estatísticas. Nesse recorte que estamos analisando, Bolsonaro está, novamente, em busca de forjar um ethos de alguém que tem uma saúde plena por conta de seu histórico de atleta, o que contribui para construir uma imagem da nobreza do Presidente.

Entretanto, ao forjar essa imagem positiva, esse ethos de líder, que provém de uma nobreza divina, Bolsonaro respalda-se em fake news ao insinuar que as pessoas que são atletas nada sentiriam se fossem acometidas pelo vírus. Segundo o site da BBC News Brasil<sup>23</sup> sobre as falácias presentes nesse recorte do pronunciamento do Presidente:

“o nadador sul-africano Cameron van der Burgh, de 31 anos, medalhista de ouro nos Jogos Olímpicos de 2012, contraiu coronavírus e disse estar com problemas para executar tarefas simples. “É, de longe, o pior vírus que já encarei, apesar de ser um indivíduo saudável com pulmões fortes (não fumar/praticar esporte), viver um estilo de vida saudável e ser jovem”, disse o nadador na última segunda-feira (23 de março).  
 “Ainda que os sintomas mais severos (febre alta) tenham diminuído, sinto ainda um forte cansaço e uma tosse residual da qual não consigo me livrar. Qualquer atividade física, como andar, acaba me deixando exausto por horas”, acrescentou Van der Burgh, que concluiu: “A covid-19 não é piada”.

Sendo assim, de acordo com o site da BBC News Brasil, é observável que o Presidente busca legitimar seu posicionamento em relação a crise sanitária respaldando-se em inverdades. Para tanto, o enunciador utilizou-se de uma imagem positiva que ele vem construindo durante todo o seu discurso que, como podemos observar diante da análise do seu discurso, nos faz refletir que ele tem a pretensão de enganar e persuadir os ouvintes para que eles adiram ao seu posicionamento ideológico em relação a situação da sociedade naquele momento, ou seja, a não se isolarem, não se preocuparem com o vírus, pois, como ele afirma, é “uma gripezinha”.

Por ser o Presidente do Brasil, Bolsonaro, possui um espaço de fala privilegiado, por isso dispõe de um ethos categorial, conforme proposto por Maingueneau (2020), proveniente de seu papel social: Presidente da República, o que lhe confere, antes mesmo que enuncie, credibilidade. O presidente, ao enunciar de um espaço historicamente determinado, se vê

---

<sup>23</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>. Acesso em: 09 de março de 2021

encaixado em seu papel social e, por isso, demonstra, ainda segundo o teórico, um ethos experiencial estereotipado, ou seja, enquanto enuncia, o Presidente utiliza a retórica para nos passar a impressão de que seu discurso é estruturado, ao passo que ele enuncia pausadamente, respeitando a pontuação.

Contudo, é de se esperar um ethos prévio de um Presidente da República que consista em transmitir à população informações “verdadeiras”, o que contraria o discurso do Presidente, em que, no mesmo, ele utiliza de recursos falaciosos para legitimar toda a sua enunciação. A esse ponto, podemos destacar a dimensão ideológica do ethos do Presidente, pois ele quer adentrar na dimensão político-ideológica que defende a liberdade. No entanto, esse posicionamento do Presidente pode ser compreendido como negacionista, ao passo que as autoridades em ciência pelo mundo dizem que o isolamento e distanciamento social é uma das maneiras mais eficazes no combate ao coronavírus. Em seu discurso, Bolsonaro procura colocar a questão do coronavírus como algo do dia a dia da população, como se fosse uma ‘gripezinha’ ou um ‘resfriadinho’.

Seu discurso foi transmitido por rádio, televisão e outros meios de comunicação, sendo assim, atingiu milhões de casas brasileiras. O que o Presidente propõe nesse recorte é retomar a condução da nação enquanto Presidente, mas por meio de informações, que como vimos anteriormente, são falaciosas. Ele busca revelar uma imagem de que tudo está sob controle, que ele é a pessoa que está no controle de toda essa situação.

Bolsonaro, ao utilizar-se de construções sintáticas como “uma gripezinha ou resfriadinho”, busca, de certo modo, dar uma ênfase negativa na questão do coronavírus, ou seja, ao utilizar dessas expressões no diminutivo, o Presidente enfatiza que não é um problema sério, é um problema do dia a dia, além de deixar transparecer no momento de sua enunciação certo “ar” de ironia. O que o presidente está em busca, nesse recorte específico, a nosso ver, é fazer com que as pessoas voltem a trabalhar para que a economia não entre em colapso e seu governo não se desmoralize. Ele está jogando com vidas para salvar a economia e consequentemente seu governo.

Ele está em busca de adesão ao seu posicionamento de que a crise sanitária não seja um problema sério com o qual nós devêssemos nos preocupar. As ideias que são disseminadas pelo Presidente nesse recorte de seu pronunciamento revelam especificamente seu ethos e o que ele implica. O que estamos analisando é que pelo discurso do Presidente pode emergir um ethos efetivo (MAINGUENEAU, 2020), que é resultado da interação entre seu ethos pré-discursivo e discursivo. Percebemos assim que, através do ethos efetivo, o Presidente está alienado no que concerne ao problema da sociedade contemporânea naquela data, ou seja, o problema do

coronavírus, a saber, em março de 2020. Tratar a crise sanitária como uma “gripezinha” ou como “resfriadinho” oportuniza a construção do sentido por um ethos efetivo que revela um tom de situação normal do dia a dia dos brasileiros, como por exemplo, a gripe e o resfriado.

Esse pronunciamento foi analisado pelo site da BBC News, o qual constatou estar respaldado em uma série de fake news que acabam por enganar, ludibriar e acabam sendo estratégias de manipulação às ideias da população, com o intuito de buscar a credibilidade e a confiabilidade para o seu governo, ou melhor, para as ações do seu governo perante a crise sanitária.

O ethos efetivo do Presidente, nessa situação, é fundamentado em estereótipos ideológicos ligados à uma ideia de que o político se preocupa com a comunidade social, mas que também se preocupa com a economia e em resolver os problemas do “povo”. No entanto, ao fazer uso de informações falaciosas, podemos perceber que acontece justamente o contrário: há uma falta de preocupação com as pessoas e um apelo exorbitante à economia, ou seja, o Presidente busca tornar opaca a situação da sociedade perante a crise sanitária.

Ainda com o intuito de legitimar seu posicionamento em relação ao Covid-19, Bolsonaro utiliza, em tom de ironia, um elemento coesivo: “como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão[...]”, o elemento em destaque que nos reflete à ideia de que o seu discurso é válido, pois “disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão”. Isto é, ele faz uma associação do seu discurso, de forma sarcástica, ao daquele médico, com o intuito de legitimar sua fala. O médico do qual o Presidente se refere para amparar seu discurso é o Dr. Drauzio Varella<sup>24</sup>, que meses antes a esse pronunciamento, quando não haviam casos no Brasil, postou um vídeo em suas redes sociais com algumas afirmações falaciosas sobre a pandemia, que dizem respeito à não ficarmos preocupados com o vírus. Contudo, o médico revisitou seu posicionamento, retirou o vídeo de circulação, voltou atrás e pediu cautela.

Na publicação da BBC News Brasil<sup>25</sup>, a Sociedade Brasileira de Infectologia se pronunciou perante o pronunciamento do Presidente e disse que:

"neste difícil momento da pandemia de COVID-19 em todo o mundo e no Brasil, trouxe-nos preocupação o pronunciamento oficial do Presidente da República Jair Bolsonaro, ao ser contra o fechamento de escolas e ao se referir a essa nova doença infecciosa como 'um resfriadinho'". Tais mensagens podem dar a falsa impressão à população que as medidas de contenção social

---

<sup>24</sup> Antônio Drauzio Varella é um médico oncologista, cientista e escritor brasileiro.

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>. Acesso em: 09/03/2021

são inadequadas e que a COVID-19 é semelhante ao resfriado comum, esta sim uma doença com baixa letalidade”.

Ainda sobre o discurso do presidente, a Sociedade Brasileira de Imunologia, segundo o site da BBC News, diz que: "COVID-19 não é um resfriado, mesmo que muitos infectados apresentem sintomas similares. Ela é uma doença que em sua forma mais grave leva o infectado a um quadro agudo de pneumonia".

#### 4.4 Recorte 4

Figura 4: Print Screen do vídeo do pronunciamento do Presidente do Brasil



Fonte: YouTube<sup>26</sup>

“[...]O FDA [órgão de controle de medicamentos] americano e o Hospital Albert Einstein, em São Paulo, buscam a comprovação da eficácia da cloroquina no tratamento do covid-19. Nosso governo tem recebido notícias positivas sobre este remédio fabricado no Brasil, largamente utilizado no combate à malária, lúpus e artrite. [...]Acredito em Deus, que capacitará cientistas e pesquisadores do Brasil e do mundo na cura dessa doença [...] sem

<sup>26</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=V1\\_DYb-XaAE&ab\\_channel=Planalto](https://www.youtube.com/watch?v=V1_DYb-XaAE&ab_channel=Planalto). Acesso em: 10 de março de 2021

pânico ou histeria, como venho falando desde o princípio, venceremos o vírus e nos orgulharemos de estar vivendo nesse novo Brasil, que tem tudo, sim, tudo para ser uma grande nação. Estamos juntos, cada vez mais unidos. Deus abençoe nossa pátria querida”.

No recorte acima, podemos observar um ethos de cuidado com a situação da sociedade naquele momento, quando o Presidente afirma que o Órgão de Controle de Medicamentos Americano e o Hospital Albert Einstein “buscam a comprovação da eficácia da cloroquina [...]”. Utilizar o verbo “buscam”, flexionado no presente do indicativo, nos revela um ethos de preocupação que nos reflete à ideia de que naquele presente momento, essas instituições estavam a procurar evidências científicas para a utilização da cloroquina.

A seguir, o presidente enuncia: “Nosso governo tem recebido notícias positivas sobre este remédio fabricado no Brasil [...]”. Nesse recorte, podemos depreender um ethos discursivo que demonstra o seu empenho em relação a crise sanitária, ou seja, ele chama a atenção para o fato de o remédio ser fabricado no Brasil, e por sua vez ser eficaz.

Como vimos nas análises, conforme Maingueneau (2020, p.14), o fiador da enunciação atesta o que é dito através de seu tom, ou seja, porque “a maneira de dizer implica uma maneira de ser”. Assim, o coenunciador constrói uma imagem do enunciador, enquanto ele enuncia, e que a enunciação contribui para legitimar. Portanto esse fiador tem os traços positivos de alguém que é prejudicado, é atento.

Segundo o jornal Folha de São Paulo<sup>27</sup>,

“O presidente já havia falado sobre a substância anteriormente, o que levou o ministro Luiz Henrique Mandetta (Saúde) a pedir que a população não usasse o medicamento como medida de prevenção. O ministro afirmou que não é possível saber se essa fórmula será decisiva ou não contra o coronavírus e que há efeitos colaterais”

---

<sup>27</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-contrariou-orgaos-de-saude-e-distorceu-cenario-sobre-coronavirus-veja-discurso-comentado.shtml>. Acesso em: 11 de março de 2021

Esse medicamento é um dos principais “remédios” que foram difundidos por Bolsonaro, contudo, de acordo com o jornal Folha de São Paulo<sup>28</sup> “não há estudos que comprovem a eficácia da substância no tratamento do coronavírus”. De acordo com o site da BBC News Brasil<sup>29</sup> a esse respeito: “ainda não há comprovação da eficácia e da segurança da hidroxicloroquina - ou de qualquer outro medicamento - no combate a covid-19”.

A seguir, em seu discurso, o presidente diz: “Acredito em Deus, que capacitará cientistas e pesquisadores do Brasil e do mundo”. Nesse recorte é possível observar que Bolsonaro dispõe de um ethos religioso, complacente e virtuoso, como é observável em “Acredito em Deus”. Contudo, ele delega à Deus a função de capacitar os cientistas e pesquisadores para desenvolver uma melhoria para a questão da crise sanitária. Essa afirmação, a nosso ver, revela uma imagem de um Presidente religioso, mas que não confia nas Universidades, nos estudos que estavam sendo construídos naquele momento para o combate ao coronavírus. Assim, nesse recorte, em termos de ethos, conforme Maingueneau (2020, p. 131), é observável “um deslocamento significativo: o enunciador não é um católico proferindo um enunciado escrito na língua da Igreja, mas um locutor que assume em caráter pessoal aquilo que diz”, ou seja, “acredito em Deus”.

A aflição do mundo, em relação ao Covid-19, aos olhos do Bolsonaro, foi tratada como uma situação histórica. “Sem pânico e sem histeria, como venho falando desde o princípio”. A inscrição “sem pânico e sem histeria”, nos revela um ethos discursivo que emerge de um posicionamento machista, ao passo que o obsoleto adjetivo “histórica” fora utilizado durante anos do século passado para designar as mulheres que tinham algum tipo de distúrbio emocional, ou mesmo aquelas que não se submetiam às regras impostas pelo patriarcado.

Nesse recorte revela-se um ethos de preocupação com a situação da população naquela data. Através do enunciador, “sem pânico e sem histeria”, podemos construir uma imagem do Presidente que coloca a questão do coronavírus como algo que não precisa de muita atenção, e que brevemente passará. No trecho seguinte, “venho falando desde o princípio”, Bolsonaro visa construir, perante essa enunciação, uma imagem de um político preocupado com a crise sanitária, e que supostamente não foi ouvido. Ou seja, o Presidente constrói uma imagem de preocupação, ao passo que ele enuncia, “desde o princípio”, e que não foi atendido por nenhum setor da sociedade democrática.

---

<sup>28</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-contrariou-orgaos-de-saude-e-distorceu-cenario-sobre-coronavirus-veja-discurso-comentado.shtml>. Acesso em: 11 de março de 2021

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52041251>. Acesso em: 11 de março de 2021

A seguir, o Presidente enuncia: “Estamos juntos, cada vez mais unidos. Deus abençoe nossa pátria querida”. Nesse recorte final do pronunciamento oficial, um ethos de coletividade é apresentado. Podemos depreender que ele procura incluir suas ideias defendidas em favor de uma coletividade abstrata, afinal, ele disse: “estamos juntos”. Assim, Bolsonaro visa construir uma imagem de um político que está atrelado as necessidades da população, um político que vai de encontro ao eleitorado. Esse ethos discursivo se revela no trecho “estamos juntos, cada vez mais unidos”.

E, novamente, Bolsonaro visa construir uma imagem de um político religioso, ao pedir a Deus que “[...]abençoe nossa pátria querida”. Nesse trecho, podemos identificar um ethos discursivo que se afasta de todos os outros pretendidos por Bolsonaro ao longo de seu discurso, ou seja, revela-se não mais apenas uma imagem de um Presidente da República, mas sim, uma imagem de um homem simples, cujo discurso está embasado em valores morais historicamente determinados, além de utilizar o pronome “nossa” que permite alocar os seus coenunciadores em uma mesma comunidade cristã: “nossa pátria querida”, o Brasil.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No presente trabalho, procuramos depreender o ethos discursivo que emerge de recortes do pronunciamento oficial do Presidente da República sobre a pandemia causada pelo coronavírus, pronunciamento “respaldado por fake news” e que foi transmitido por inúmeros veículos midiáticos, como rádio, televisão aberta, internet.

O nosso trabalho permitiu-nos fazer compreender o ethos discursivo que pretendia causar impacto, bem como nos revelou que as informações que foram utilizadas no pronunciamento não passavam de fake news que, como tivemos a oportunidade de analisar, tinham por objetivo fazer emergir um ethos discursivo que persuadiria os ouvintes com o intuito de gerar adesão ao posicionamento do tema do pronunciamento.

Pelo nosso trajeto de análise e compreendendo que o coenunciador passa pelo processo de incorporação, entendemos que o processo de adesão dos sujeitos é influenciado tendo como base as enunciações que foram proferidas.

Sobre o ethos discursivo, concluímos que é a imagem que o coenunciador faz do enunciador enquanto enuncia. Contudo, essa construção do ethos discursivo pelo destinatário perpassa elementos que fazem parte da constituição do cenário e da situação de enunciação. Em nosso caso, o cenário disposto para que o Presidente possa enunciar. Esse espaço é composto por elementos que validam e atualizam a situação de enunciação, ou seja, o pronunciamento

oficial do Presidente da República. Esses elementos fixam e legitimam o seu lugar de fala historicamente determinado e que influencia na adesão dos sujeitos.

Concluimos, portanto, que em todos os recortes selecionados há a busca do locutor em conferir às informações presentes em seu discurso um “status” de verdade, pois ao forjar enunciações, consegue manipular o imaginário dos coenunciadores com o intuito de conseguir adesão ao seu posicionamento.

## 6. REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso. O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, [S.L.], v. 14, n. 1, p. 185-198, 31 mar. 2020. Instituto de Comunicacao e Informacao Cientifica e Tecnologica em Saude. <http://dx.doi.org/10.29397/reciis.v14i1.2016>. Disponível em: <https://www.recis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2016/2346>. Acesso em: 10 mar. 2021.

AMOSSY, Ruty. **Da noção retórica de ethos à análise do discurso**. Disponível em: [https://www.ufmg.br/online/arquivos/anexos/Livro\\_trecho.pdf](https://www.ufmg.br/online/arquivos/anexos/Livro_trecho.pdf). Acesso em: 18 mar. 2021.

ARANDA, Jaynan Borges. **Melhor já ir interpretando: Bolsonaro e ofertas de si em vídeos da campanha eleitoral de 2018**. 2018. 96 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Públicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/192998>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BAPTISTA, João Pedro. **Ethos, pathos e logos Análise comparativa do processo persuasivo das (fake) news**. Eikon: Journal on semiotics and culture, Portugal, v. 0, n. 0, p. 43-54, 11 jun. 2020. Universidade da Beira Interior. <http://dx.doi.org/10.20287/eikon>. Disponível em: <http://doc.ubi.pt/ojs/index.php/eikon/article/viewFile/816/585>. Acesso em: 08 dez. 2020.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2004.

BRUNELLI, Anna Flora. Sobre a noção de ethos discursivo. **Letras & Letras**, Uberlândia, v. 22, n. 2, p. 197-204, jun. 2007. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/letraseletras/article/view/25241/14056>. Acesso em: 15 mar. 2021.

CANO, Marcio Rogerio de Oliveira. **A manifestação dos estados de violência no discurso jornalístico**. 2012. 185 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Língua Portuguesa, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

CARREON, Renata de Oliveira; RUIZ, Marco Antonio Almeida; ARAUJO, Lígia Mara Boin Menossi de. Ensaio teórico sobre a noção de ethos discursivo em Maingueneau. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, [S.L.], v. 61, p. 1-16, 22 ago. 2019. Universidade Estadual de Campinas. <http://dx.doi.org/10.20396/cel.v61i0.8655004>. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8655004/21143>. Acesso em: 09 jan. 2021.

EICHLER, Vivian Augustin; KALSING, Janaína; GRUSZYNSKI, Ana. O ethos do jornal O Globo e a campanha contra as fake news. **Media & Jornalismo**, [S.L.], v. 18, n. 32, p. 139-154, 18 maio 2018. Coimbra University Press. [http://dx.doi.org/10.14195/2183-5462\\_32\\_10](http://dx.doi.org/10.14195/2183-5462_32_10). Disponível em: <[https://digitalis.uc.pt/ptpt/artigo/o\\_ethos\\_do\\_jornal\\_o\\_globo\\_e\\_campanha\\_contra\\_fake\\_news](https://digitalis.uc.pt/ptpt/artigo/o_ethos_do_jornal_o_globo_e_campanha_contra_fake_news)>. Acesso em: 10 mar. 2021.

FANTI, Maria da Glória Corrêa di; FERÉ, Liz. Ethos discursivo. **Letras de Hoje**, [S.L.], v. 53, n. 3, p. 315, 30 dez. 2018. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.32959>. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/32959/17643>>. Acesso em: 19 jan. 2021.

FRANCO, Hywyna Lara Pires; PEZARINO, Mayara Xavier Vito; SILVA, Lorrane Estacio do Prado da; CAETANO, Joane Marieli Pereira; SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de. Fake news: mecanismos linguísticos de validação em destaque. *Transformar*, [s. l], v. 14, n. 1, p. 231-243, ago. 2020. **Revista Transformar** |14, Edição Especial “Covid-19: pesquisa, diálogos transdisciplinares e perspectivas”. Disponível em: <<http://www.fsj.edu.br/transformar/index.php/transformar/article/view/392/192>>. Acesso em: 26 out. 2020.

GALINARI, Melliandro Mendes. **Sobre ethos e AD: tour teórico, críticas, terminologias**. *Delta: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, [S.L.], v. 28, n. 1, p. 51-68, 2012. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-44502012000100003>. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/delta/v28n1/v28n1a03.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

GOMES, Heyde Ferreira; CANO, Marcio Rogerio de Oliveira. **Análise do Interdiscurso: violência e anúncio publicitário**. *Philologus*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 63, p. 503-516, dez. 2015. Supl.: Anais da X CNLF. Rio de Janeiro: CiFEFiL, set./dez.2015.. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/035.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2021.

GOMES, Sheila Freitas; PENNA, Juliana Coelho Braga de Oliveira; ARROIO, Agnaldo. **Fake News Científicas: percepção, persuasão e letramento**. *Ciência & Educação (Bauru)*, [S.L.], v. 26, p. 1-13, 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1516-731320200018>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ciedu/v26/1516-7313-ciedu-26-e20018.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2021.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 16, n. 2, p. 33-45, dez. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p33>. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754>>. Acesso em: 10 mar. 2021.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. **O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política?** In: Anais do VIII COMPOLÍTICA, 2019, Brasília. VIII CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA. Distrito Federal: UNB, 2019. Disponível em: <[http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2019/05/gt6\\_Dourado\\_Gomes.pdf](http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2019/05/gt6_Dourado_Gomes.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2021.

HORBACH, Lenon Oliveira. **Fake News: uma abordagem em face da liberdade de expressão, internet e democracia.** 2019. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019. Disponível em: [http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9046/Lenon%20Oliveira%20Horbach\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9046/Lenon%20Oliveira%20Horbach_.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 12 mar. 2021.

JOATHAN, Ícaro; ALVES, Marcelo. **O Twitter como ferramenta de campanha negativa não oficial: uma análise da campanha eleitoral para a prefeitura do rio de janeiro em 2016.** Galáxia (São Paulo), [S.L.], n. 43, p. 81-98, abr. 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020141565>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/gal/n43/1982-2553-gal-43-0081.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2021.

MAINGUENEAU, D. Análise do discurso: A questão dos fundamentos. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, Campinas, SP, v. 19, p. 65-74, 2012. DOI: 10.20396/cel.v19i0.8636826. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8636826>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

\_\_\_\_\_. **A análise do discurso e suas fronteiras.** Matraga, Rio de Janeiro, v. 20, n. 4, p. 13-37, jan. 2007. Tradução de Décio Rocha. Disponível em: <http://www.pgletras.uerj.br/matraga/matraga20/arqs/matraga20a01.pdf>. Acesso em: 08 dez. 2020.

\_\_\_\_\_. **A propósito do ethos.** In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). *Ethos discursivo.* São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29. Disponível em: [https://www.corais.org/sites/default/files/10b\\_maingueneau\\_-\\_a\\_proposito\\_do\\_ethos.pdf](https://www.corais.org/sites/default/files/10b_maingueneau_-_a_proposito_do_ethos.pdf). Acesso em: 10 dez. 2020.

\_\_\_\_\_. **As leis do discurso.** In: MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação.* São Paulo: Cortez, 2002. p. 31-50. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva, Décio Rocha.

\_\_\_\_\_. **Ethos.** In: MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação.* São Paulo: Cortez, 2002. p. 95-103. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva, Décio Rocha.

\_\_\_\_\_. **Retorno crítico à noção de ethos.** *Letras de Hoje*, [S.L.], v. 53, n. 3, p. 321, 30 dez. 2018. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.32914>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/32914/17642>. Acesso: 19 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas - Sp: Pontes: Editoria da Universidade Estadual de Campinas, 1977. Tradução de Freda Indurky; revisão dos originais da tradução de Solange Maria Ledda Gallo, Maria da Glória de Deus Vieira de Moraes.

\_\_\_\_\_. **Variações sobre o ethos**. São Paulo: Parábola, 2020. 176 p. Tradução de Marcos Marcionilo.

MAINGUENEAU, Dominique. A noção de discurso. In: \_\_\_\_\_. **Discurso e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola, 2015. Cap. 2. p. 23-31. Tradução de Sírio Possenti.

MOIRAND, Sophie. **Discurso sobre a ciência e posicionamentos ideológicos**: retorno sobre as noções de formação discursiva e de memória discursiva. In: BARONAS, Roberto Leiser (org.). **Análise de discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva**. Araraquara: Letraria, 2020. p. 247-281. Disponível em: <https://www.letraria.net/wp-content/uploads/2020/03/An%C3%A1lise-de-discurso-apontamentos-para-uma-hist%C3%B3ria-da-no%C3%A7%C3%A3o-conceito-de-forma%C3%A7%C3%A3o-discursiva-Letraria.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2021.

MOITINHO, Beatriz Miranda; SALLES, Sueli de Britto; LIMA, Caroline Nogueira de; PAULA, Deborah Gomes de. **A pandemia no discurso político de Jair Bolsonaro**. *Brazilian Journal Of Policy And Development*, [S.L.], v. 2, n. 4, p. 47-66, 2020. Even3. <http://dx.doi.org/10.29327/210816.2.4-3>.

MUSSALIM, Fernanda; REZENDE, Breno Rafael M. P. R.. **O ethos como instância constitutiva da construção da 'imagem de autor'**. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, [S.L.], v. 61, p. 1-10, 27 ago. 2019. Universidade Estadual de Campinas. <http://dx.doi.org/10.20396/cel.v61i0.8655214>. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8655214/21176>. Acesso em: 17 mar. 2021.

ORLANDI, Eni (Org.). **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. Campinas, SP: Pontes, 2011. 315p. Resenhado por Eduardo Alves Rodrigues (Doutorando – DL/IEL/Unicamp).

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. 2. ed. Campinas - Sp: Pontes: Editoria da Universidade Estadual de Campinas, 2007. 100 p.

PORTELA, Marcelo de Castro. **O uso de Fake News e seu impacto nas eleições presidenciais de 2018**. 2019. 44 f. Monografia (Especialização) - Curso de Especialização em Marketing Político, Opinião Pública e Comportamento Eleitoral, Fafich, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: [https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-BC8J4V/1/tcc\\_marcelo\\_portela\\_uso\\_fake\\_news\\_impactos\\_eleicoes\\_presidenciais\\_2018.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-BC8J4V/1/tcc_marcelo_portela_uso_fake_news_impactos_eleicoes_presidenciais_2018.pdf). Acesso em: 12 mar. 2021

SALGADO, Luciana. Resenha de Maingueneau 2006. *Delta - Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, Puc Sp, v. 1, n. 24, p. 125-129, 2008. **Resenha de MAINGUENEAU, Dominique. 2006**. *Cenas da Enunciação*. Organizado por Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva, diversos tradutores. Curitiba: Criar Edições. 181p. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/28338/19895>>. Acesso em: 19 jan. 2021.

SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAKE NEWS E ELEIÇÕES, 2019, Brasília. **Fake News e Eleições**. Brasília: Tse, 2019. 152 p. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/5981>. Acesso em: 10 fev. 2021.

SILVA, Alexandre Marques. **(Não) é só uma gripezinha**: argumentação e realidade forjada nos pronunciamentos de Jair Bolsonaro sobre a covid-19. *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, v. 2, n. 20, p. 1-25, 18 set. 2020. *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*. <http://dx.doi.org/10.47369/eidea-20-2-2736>. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2736/1960>>. Acesso em: 19 mar. 2021.

SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Pérez; ROCHA, Décio. **A inter-relação entre cenografia e et(h)os**: carmen - les racines d'un mythe, de maingueneau. *Letras de Hoje*, [S.L.], v. 53, n. 3, p. 331, 30 dez. 2018. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.32916>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/32916/17641>>. Acesso em: 10 jan. 2021

TAVARES, Leonardo Pereira; OLIVEIRA JÚNIOR, Francisco Lima de; MAGALHÃES, Marina. **Análise dos discursos do Presidente Jair Bolsonaro em meio à pandemia**: o coronavírus é só uma “gripezinha”? *Research, Society And Development*, [S.L.], v. 9, n. 7, p. 1-19, 27 maio 2020. *Research, Society and Development*. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i7.446>

TIBURCIO, Aline Oliveira; SOUZA, Giovana Marques de; FORT, Monica Cristine. **Fake news e coronavírus**: apropriação do ethos em prol da desinformação. In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Curitiba. XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação. Curitiba: Intercom, 2020. p. 1-14. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-1681-1.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS. Biblioteca Universitária. **Manual de normalização e estrutura de trabalhos acadêmicos**: TCCs, monografias, dissertações e teses. 3. ed. rev., atual. e ampl. Lavras, 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/11017>>. Acesso em: 24 mar. 2021.

VILELA-ARDENGHI, Ana Carolina. **Problemas de ethos (?)**: temer e os "20 anos em 2". *Linguagem*, São Carlos, v. 1, n. 29, p. 87-106, dez. 2018. Disponível em: <http://www.linguagem.ufscar.br/index.php/linguagem/article/view/419/247>>. Acesso em: 3 fev. 2021.

