

DOI: 10.20396/cel.v61i0.8655214



## O *ETHOS* DISCURSIVO NA CENA ENUNCIATIVA DA PROPAGANDA OFICIAL DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ (2011 – 2014): A TENSÃO ENTRE INCLUSÃO E EXCLUSÃO NA CENA ESPETACULAR

DIEGO MICHEL NASCIMENTO BEZERRA<sup>1</sup>  
FÁTIMA CRISTINA DA COSTA PESSOA<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este trabalho tem por objetivo discutir questões relativas à noção de *ethos* discursivo na cena enunciativa de anúncios-filmes veiculados como propaganda oficial do governo do estado do Pará entre os anos de 2011 e 2014, sob a gestão do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Para tanto, baseamo-nos na noção de *ethos* conforme Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014), que a entende como um modelo de sociabilidade ideal que se impõe discursivamente a enunciadores e coenunciadores na interação. Em um *corpus* de 52 anúncios-filmes, analisamos a dêixis de pessoa nas situações de locução, baseados em Ducrot (1987) e em Brandão (1998), bem como a relacionamos à constituição de um mundo ético proposto que emerge na cena de enunciação. Concluímos que estes anúncios são estruturados por uma locução que privilegia a alternância entre fiadores cujas falas se estabelecem sobre formas pronominais que conduzem à leitura de uma voz impessoal e de uma voz pessoal, vinculadas à instância política e à instância cidadã, conforme Charaudeau (2013a), na interação entre posições sujeito no campo político. O *ethos* discursivo constituído na propaganda oficial do Estado se assenta sobre representações estereotipadas para forjar o efeito de inclusão cidadã, ao mesmo tempo em que indicia um posicionamento cujo mundo ético se revela excludente da diversidade de posições que implica o confronto entre as instâncias no campo político.

**Palavras-chave:** *ethos* discursivo; situação de locução; propaganda oficial de Estado.

**ABSTRACT:** The objective of this work is to discuss issues related to the notion of discursive *ethos* in the enunciative scene of ads-films published as official commercial of the government of State of Pará, between 2011 and 2014 under the management of the Brazilian Social Democracy Party (PSDB). To do this, we based ourselves on the notion of *ethos* according to Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014), who understands it as a model of ideal sociability that imposes itself discursively on enunciators and coenunciators in interaction. In a corpus of 52 ads-films, we analyzed the deixis of person in situations of locution, based on Ducrot (1987) and Brandão (1998), as well as on the constitution of a proposed ethical world that emerges in the enunciation scene. We concluded that these announcements are structured by a locution that favors the alternation between guarantors whose pronouncements are based on pronominal forms that lead to the reading of an impersonal voice and a personal voice, linked to the political instance and to the citizen instance, according to Charaudeau (2013a), in the interaction between subject positions in the political field. The discursive *ethos* constituted in the official propaganda of the State is based on stereotyped representations to forge the effect of citizen

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Campinas – Unicamp/SP, Instituto de Estudos da Linguagem, Pós-graduação em Linguística, Campinas, São Paulo, Brasil; CNPq, Proc. 142167/2017-7; <http://orcid.org/0000-0002-7489-7610>; [diegomnbecerra@gmail.com](mailto:diegomnbecerra@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal do Pará – UFPA, Instituto de Letras e Comunicação, Pós-graduação em Letras, Belém, Pará, Brasil; <http://orcid.org/0000-0002-9967-9708>; [fpessoa37@gmail.com](mailto:fpessoa37@gmail.com)

inclusion, at the same time that it indicates a position whose ethical world reveals itself excluding the diversity of positions that implies the confrontation between the instances in the political field.

**Keywords:** *ethos* discursive; situation of locution; official propaganda of State.

## 1. INTRODUÇÃO

Entre os anos de 2011 e 2014, a máquina administrativa do governo do estado do Pará, sob a gestão do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), em função da publicização dos atos públicos, forjou uma cena enunciativa que visava à adesão a um discurso, ao mesmo tempo, estatal e partidário. Como parte integrante do funcionamento discursivo implicado na/por essa cena, um *ethos* é circunscrito pela maneira de dizer neste espaço da governança por meio de imagens estereotípicas que representam as instâncias política e cidadã paraenses, tipificação proposta por Charaudeau (2013a) sobre os enunciadores no campo político.

Para esta análise, recordamos que a noção de *ethos* discursivo que mobilizamos articula-se aos postulados de Dominique Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014) sobre o funcionamento discursivo, que implica o reconhecimento de um tom, um caráter e uma corporalidade, o efeito fiador, projeção do corpo estereotipado do discurso da boa governança. Trata-se, na perspectiva deste autor, de um fenômeno que incorpora o coenunciador a um discurso por meio de um conjunto difuso de representações avaliadas socialmente. Deste processo resulta como efeito uma imagem ideal dos lugares de locução, que deve ser recuperada pelo coenunciador com base em indícios textuais e não textuais. Uma imagem que deve compor uma “ordem de sociabilidade ideal” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 90).

Assim, para compreendermos o quadro de sociabilidade da propaganda oficial do governo do estado do Pará, analisamos o *ethos* apreendido de anúncios-filmes que foram veiculados pelos canais de comunicação do governo, articulando neste plano de análise o verbal e o corpo. Buscamos observar a existência de lugares de locução que subordinam o papel de fiador no quadro da enunciação, tanto aqueles circunscritos à instância política quanto aqueles circunscritos à instância cidadã. Sob este enfoque, procuramos observar como os locutores trazidos à cena de enunciação para a garantia da legitimidade do dizer oficial são tratados enquanto seres de discurso, cujas formas de dizer são atravessadas pelo *ethos* que constitui os representantes do Estado/partido, fonte enunciativa que os antecede.

No caso do tipo de propaganda em análise, identificamos dois perfis de vocalidade que são constituídos no mesmo quadro de sociabilidade. Apoiados na descrição polifônica de Ducrot (1987), mobilizada por Maingueneau (2008b, 2011, 2014) para a análise da vocalidade discursiva do locutor-L da cena de enunciação, consideramos a noção de fiador como síntese correlata desse conjunto de vozes enunciativas. Por esse esquema, consideramos que na produção da propaganda oficial do estado do Pará, coloca-se em cena a voz do fiador como comportamento específico na interação. Para esse empreendimento analítico, o *ethos* discursivo pode ser descrito nos termos de um perfil de locução imposto à enunciação pelo

discurso enquanto rede de restrições semânticas. A concretização do fiador que dá corpo ao discurso leva em conta o lugar de locução, que se estrutura sobre referências dêiticas, isto é, sobre pontos de ancoragem para a inscrição da subjetividade, historicamente circunscrita, na linguagem.

## 2. A PERSPECTIVA DISCURSIVA DA NOÇÃO DE *ETHOS*

Em uma abordagem discursiva, o *ethos* pode ser considerado um certo perfil de locutor relacionado ao processo de adesão a uma posição ideológica. Englobando a *techné* aristotélica, a reflexão sobre esse plano discursivo vai além dos estudos voltados à persuasão no campo da oratória. A noção de *ethos* se estenderia teoricamente ao modo de enunciar como consequência das restrições semânticas de um discurso, não se restringindo exclusivamente à fala pública do orador. Essa compreensão explora a ideia de que há uma identidade interlocutiva que se impõe na enunciação a partir de uma competência interdiscursiva, que é social e histórica.

A teorização sobre o *ethos* discursivo, segundo Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014), ancora-se no núcleo de onde emanam os princípios mínimos aceitos por abordagens clássicas e atuais: (i) o *ethos* é construído discursivamente, na e pela enunciação; (ii) o *ethos* visa à influência sobre o outro por meio da interação; e (iii) o *ethos* é resultado de um comportamento socialmente avaliado.

Esses princípios são apreendidos, na rede teórica da Análise de Discurso (AD), como uma maneira de dizer específica. Trata-se de uma representação de si no discurso, perceptível como conjunto difuso de traços físicos (corporalidade) e psicológicos (caráter) na enunciação, associados a uma vocalidade. Consequentemente, para além de uma disciplina física e psíquica do corpo que enuncia, o *ethos* se estabelece como vocalidade alinhada à legitimação de uma interpretação entre as outras possíveis. Nesse sentido, Maingueneau (2014, p. 32) afirma que:

O poder de persuasão de um discurso se deve, em boa parte, ao fato de que ele leva o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, altamente esquemático, investido de valores historicamente especificados. As “ideias” suscitam a adesão do leitor por meio de uma *maneira de dizer* que é também uma *maneira de ser* (MAINGUENEAU, 2014, p. 32, grifos do autor)<sup>3</sup>.

Para se moverem em certos universos de sentido, os sujeitos, ao enunciarem, acedem a uma “‘maneira de ser’ por meio de uma ‘maneira de dizer’” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 94). Um processo de adesão/incorporação que é apreendido pela imagem esquemática de um locutor ideal a partir de determinações verbais, físicas e psíquicas, socialmente avaliadas. A enunciação – oral ou escrita – encarna, assim, propriedades éticas de uma comunidade discursiva.

A percepção do *ethos* no funcionamento discursivo converge com o argumento da sociologia de Bourdieu (1997 *apud* MAINGUENEAU, 2008a) de que a

---

<sup>3</sup> Tradução nossa para “Le pouvoir de persuasion d’un discours tient pour une bonne part au fait qu’il amène le destinataire à s’identifier au mouvement d’un corps, fût-il très schématique, investi de valeurs historiquement spécifiées. Les ‘idées’ suscitent l’adhésion du lecteur à travers une manière de dire qui est aussi une manière d’être” (MAINGUENEAU, 2014, p. 32, grifos do autor).

linguagem é uma técnica do corpo. A enunciação, deste modo, refletiria a dinâmica de um corpo imerso em variadas condutas sociais e disposições psicológicas. Em qualquer texto, essa corporalidade e esse caráter – a disciplina do corpo que enuncia – projetam-se de acordo com as restrições semânticas constitutivas da enunciação. O modo de proferir a palavra, a partir de um posicionamento, se desdobra enquanto maneira de se comportar no espaço social, de habitar o mundo.

O *ethos*, assumido como imagem de um corpo que enuncia, é expresso por indícios verbais e não verbais para o convencimento de um público. Como resultado, a fonte enunciativa se impõe como figura de um fiador que emerge como suporte da enunciação. Às vezes o fiador pode ser explicitado “juridicamente” por suas referências no mundo (nome, profissão, idade etc.). Contudo, outras vezes a imagem desse enunciador é explicitada no texto somente por sua maneira de dizer. Em ambos os casos, no entanto, há uma diferença conceitual entre seu produtor empírico<sup>4</sup> (sujeito falante) e o locutor que se projeta na/pela enunciação (locutor-L e locutor-Lambda), para daí se dizer adequadamente que o *ethos* nada mais é do que uma imagem de si no discurso. A noção de fiador testifica, deste modo, a presença não mais do sujeito empírico, mas o registro de sua imagem no produto textual final vinculado ao arquivo de uma época como uma obra a ser lida. Um distanciamento que constitui uma dificuldade a ser contornada pelo analista, porque as determinações éticas do dizer podem ser muito difusas.

A discursividade, nessa perspectiva, “traça” o esquema da adesão dos sujeitos ao corpo implicado pelos posicionamentos assumidos na ordem discursiva. O mundo ético a que o fiador dá acesso pode ser entendido como um espaço imaginário formado por um feixe de atitudes e atributos estereotípicos restringidos pelo funcionamento discursivo. O conjunto voz, caráter e corporalidade do fiador pode ser traduzido efetivamente como *ethos* constitutivo de um discurso e não, necessariamente, os atributos reais de um sujeito empírico. Isso significa que, na cena enunciativa, sujeitos empíricos “tornam concreta”, com seus corpos, uma imagem que permanece como rastro de subjetividade, historicamente circunscrita, no material a ser interpretado, cujos sentidos são determinados ideologicamente. Portanto, o *ethos* se refere à personalidade e a um corpo institucional determinado histórico-discursivamente enquanto ser que fala no mundo.

### **3. OS FIADORES DA PROPAGANDA DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ (2011 – 2014)**

Por se relacionar à gestão do PSDB<sup>5</sup>, entendemos que o *ethos* constituído nas/pelas peças de propaganda oficial do governo do estado do Pará, entre os anos de 2011 a 2014, constitui-se por traços de uma posição socialdemocrata. Do

---

<sup>4</sup> Ver Ducrot (1987, p. 183) para quem “[locutor-L e locutor-Lambda] são seres de discurso, constituídos no sentido do enunciado, e cujo estatuto metodológico é, pois, totalmente diferente daquele do sujeito falante”.

<sup>5</sup> Os anúncios-filme analisados neste estudo correspondem ao terceiro mandato do economista Simão Jatene como governador do estado do Pará pelo PSDB.

alinhamento partido/Estado, se dá o esquema da adesão do cidadão-espectador a um ideal de divisão equânime dos bens produzidos em sociedade, discurso assumido por sujeitos que enunciam desse lugar. Nesse processo de persuasão pelo *ethos* discursivo, as restrições semânticas de um discurso de Estado definidoras de nações democráticas intervêm nos mecanismos da comunicação governamental. Assim, os anúncios-filmes oficiais desse período adotam representações sociais avaliadas positivamente para validar tal posição política ao mesmo tempo em que são requeridas justamente em razão do posicionamento em que se inscrevem. Trata-se de traços de uma cenografia que se impõem e se reelabora a cada enunciação.

O *ethos* reconhecido nessas peças de propaganda oficial joga com uma interdiscursividade no campo político constitutiva de uma posição específica nesse campo para a qual se busca adesão, o que implica, ao mesmo tempo, a legitimação do lugar que já ocupa na condução da gestão estatal e um esforço constante em garantir a permanência nesse lugar de gestão, dirigidos à instância cidadã. No plano do dito, desdobram-se superfícies linguísticas<sup>6</sup> que traduzem aquilo que o governo faz e deveria mesmo fazer pelas vozes dos fiadores. A inauguração de um hospital ou a reforma de uma escola, por exemplo. O modo de falar que os enunciadores aí encarnam se dá em função da memória da política do Estado de *Bem-Estar Social surgido na Europa a partir de 1930. Também neste plano de construção da imagem de si, relacionam-se às peças sentidos outros como possibilidades de não dito. Ou seja, interpretações sobre aquilo que o governo faz, mas não deveria fazer, bem como não faz, mas deveria fazer.*

Diante dessa interdiscursividade, observamos como na propaganda em questão o *ethos* se apoia em perfis específicos de fiadores caracterizáveis sociodiscursivamente. O discurso da propaganda oficial se apoia em cenas de enunciação que se constroem diferenciadas estilística e linguisticamente.

Em certas peças, a cena de enunciação se apoia em falas cujos traços revelam um caráter de referencialidade em relação à informação veiculada. Em outras, a cena se ancora em falas recortadas de testemunhos de cidadãos que expõem emotivamente suas experiências em torno de um fato vivenciado. A cena enunciativa da propaganda oficial do governo do estado do Pará simula, assim, duas cenas estereotípicas que são adaptadas à promoção da boa reputação do Estado: a notícia e o depoimento.

As análises a seguir ilustram sumariamente a configuração dessas cenas de enunciação que visam validar os discursos também pelo modo como se enuncia. Para gerar adesão, a posição socialdemocrata, enquanto discurso de situação na ordem política estabelecida naquele período, se utiliza de representações comuns à cena genérica das notícias e dos depoimentos, a saber, a administração da prova. Uma especificidade comum a ambos os gêneros é provar para convencer o espectador. A notícia pela exposição, que se pretende verídica, de fatos reais atípicos e o depoimento enquanto prova testemunhal desses fatos.

---

<sup>6</sup> A expressão superfície linguística no quadro da AD corresponde “a uma sequência verbal oral ou escrita de dimensão variável, em geral superior à da frase. Trata-se aí de um discurso concreto.” (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 180).

Assim sendo, no quadro de sociabilidade implicado nas/pelas peças, de um lado, os fiadores não são identificados como individualidade, mas como posição mediadora entre o Estado e a instância cidadã. O anúncio T09/2014<sup>7</sup> reproduzido no exemplo (01), a seguir, é bastante ilustrativo:

**(01) T09/2014 – Título: Pará em obras 09**



**Locutor 1 em off:** Marabá faz aniversário e o presente é trabalho sério.

**Locutor 2 em off:** Obras para Marabá.

**Locutora:** Marabá tá de cara nova com a iluminação da Transamazônica e logo vai ter a maior rede de água e esgoto do Estado. A cidade também ganha mais saúde com a ampliação do Regional, curso de medicina, escola Anísio Teixeira, novo centro de convenções, estação cidadania e, é claro, a reconstrução da PA-150 até Marabá. É obra pra se comemorar.

Fonte: Elaborado a partir do anúncio-filme registrado na Ancine sob o título *Pará em obras 09*.

Como se pode ler/ver neste anúncio, uma locutora, em relação à qual não há referências explícitas que a identifiquem, noticia fatos relacionados às ações de governo, como eventos atípicos do cotidiano da população de Marabá. Essa locutora traz à cena a estrutura de governo como objeto delocutado – ser de quem se fala –, apresentando-a como lugar de promoção das garantias sociais.

Sua fala, embora pareça espontânea, é construída com base nas demandas da comunicação governamental no Estado. Ela se constitui como porta-voz da narrativa oficial roteirizada pelas agências de publicidade. Adota uma vocalidade impessoal para conferir legitimidade aos fatos noticiados e garantir a sociabilidade desejada pelo governo do estado do Pará em relação aos cidadãos.

---

<sup>7</sup> Este código foi pensando em função da organização das transcrições gráficas de 52 anúncios-filmes coletados na agência de publicidade Griffo, encomendados pela Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM). Eles não expressam a totalidade do que foi veiculado pela mídia paraense ao longo do período selecionado. Distribuímos as transcrições deste material em quatro subconjuntos de 13 textos segundo o ano de veiculação do filme (2011/2012/2013/2014). Identificamos cada texto antecedido da letra T (Texto), obedecendo à ordem de 01 a 13 e seguido da indicação do ano do registro (Ex. T01/2011... T13/2014).

Além dos anúncios-filmes que exibem a figura dos locutores, há peças do período considerado que não fazem uso deste artifício. A cena oficial se efetiva pela articulação da voz de um locutor ou de uma locutora em *off*<sup>8</sup> a sequências de imagens de obras e serviços públicos em movimento. Reafirma-se, assim, o mundo ético pretendido pelo ideário socialdemocrata na condução dos aparelhos de estado: o governo é um corpo apartidário que age para ampliar a participação de todos nas formas de bem-estar social, que se traduz em serviços de saúde, educação, lazer, emprego etc.

A esta primeira descrição dos locutores, cuja explicitação do corpo oscila, pode-se lhes atribuir o estatuto de representantes ideais da instância política, isto é, da voz do serviço público.

Por outro lado, no mesmo quadro de sociabilidade, utiliza-se a imagem de representantes da instância cidadã. São locutores que representam um ideal de voz cidadã na cena enunciativa oficial. Em todas as peças em que tais locutores aparecem, preserva-se tanto a exibição de seu corpo como seu registro de língua. Observe-se a reprodução do anúncio T01/2014 no exemplo a seguir:

## (02) T01/2014 – Título: Pará em obras 03



**Pedro Lopes Pantoja – Eletricista:** Ninguém tinha nenhum documento que provasse legalmente se a propriedade era sua, né, nem a casa, nem nada. E a partir daquele momento que surge alguma possibilidade aí você pensa de outra forma, né?

**Locutor em off:** Títulos de terra no campo e na cidade.

**Maria de Nazaré – Feirante:** Posso dizer: meus filhos, é nosso. Neto, bisneto e tetereneto. Eu sou dono da minha casa e do meu terreno.

**Locutor em off:** Trabalho sério melhorando a vida das pessoas. Governo do Pará.

**Pedro Lopes Pantoja – Eletricista:** É um sonho realizado com certeza. Um dos melhores. Podes crer.

Fonte: Elaborado a partir do anúncio-filme registrado na Ancine sob o título *Pará em obras 03*.

Nele, diferentemente do primeiro anúncio que expusemos acima, a identificação do nome e da ocupação do locutor na cena de enunciação é

---

<sup>8</sup> Esta sigla indica a interpretação/narração/locução de um texto comercial em que não se vê seu locutor na cena. Tratando-se, portanto, somente da voz gravada de locutores comerciais.

informação constante. Embora o modo de falar seja espontâneo, motivado por uma ação do governo, ele é manipulado pelas edições que o inserem na cena genérica publicitária. Nesta cena específica apresentada no exemplo (02), o discurso produz um fiador que enuncia como depoente a favor da política social empreendida pelo Estado que alterou sua condição habitacional, representante da instância cidadã que é atendida pelas ações do Estado.

Nos anúncios em que se recorre à presença de um fiador que representa esse ideal de voz cidadã, constrói-se exclusivamente uma cena que dá a conhecer uma reação positiva diante das políticas públicas que garantem padrões sociais mínimos. O modo de dizer mobiliza e legitima uma memória socialdemocrata. Essa vocalidade gratificada, reconstruída na cena da propaganda oficial do estado do Pará, se desdobra como requisito de uma discursividade político-midiática que busca a adesão a uma imagem de Estado cidadão.

No quadro geral das peças analisadas, a enunciação da instância cidadã deve, assim como a enunciação daqueles que falam pela esfera estatal, estar em conformidade com a validação de direitos sociais, como saúde, educação, moradia, emprego etc. Os cidadãos nesta cena de propaganda são a prova de uma versão incontestada de uma intervenção política factual, subtraindo opiniões divergentes que contestem a boa reputação do governo. Mais, a enunciação situada à esfera cidadã se efetiva pelo reconhecimento emotivo das ações do governo do Pará em distintos recortes do urbano: a rua, o bairro, a comunidade e a cidade.

#### **4. OS MODOS DE DIZER DA PROPAGANDA OFICIAL DO ESTADO DO PARÁ (2011 - 2014): UMA DÊIXIS DE (IM)PESSOALIDADE**

Na seção acima, estabelecemos que dois perfis de fiadores ancoram a enunciação da propaganda oficial do estado do Pará no período de 2011 a 2014. Queremos pontuar, a partir de então, o funcionamento dêitico de pessoa como recurso linguístico que se sobressai na constituição do *ethos* nestes textos de propaganda. Uma constituição que se dá em função das restrições discursivas relacionadas às práticas da propaganda como atividade profissional e às práticas da comunicação governamental. Os modos de dizer aí se constituem com base em atributos socialmente avaliados nos campos da administração pública, da política partidária, da propaganda e da vida ordinária do cidadão.

Consideramos, então, que os fiadores – imagens validadas da garantia da enunciação (grafados L' e L"º)<sup>9</sup> – assumem o dizer e o modo de dizer por delegação institucional do governo do estado do Pará, fonte da enunciação (grafado E), fato

---

<sup>9</sup> Considerando-se o esquema de locução proposto por Ducrot (1987), utilizamos os símbolos L' e L"º como representação para a posição do locutor-L a que os fiadores das peças correspondem. Isso porque, conforme Maingueneau (2008b, p. 64 – grifo nosso), “qualquer texto escrito [...] tem uma “vocalidade” que permite relacioná-la a uma caracterização do corpo do enunciador (e não, bem entendido, ao corpo do locutor extradiscursivo)”. Para estas representações, nós observamos as marcas linguísticas da elocução que se conjugam à identificação das instâncias política e cidadã no campo político, conforme Charaudeau (2013a).



legível pela presença do logotipo, como assinatura institucional, nos anúncios-filmes. Nesta cena de propaganda, as marcas pronominais nos textos configuram uma enunciação oficial cindida entre o apagamento de quaisquer formas de primeira pessoa (os fiadores da instância política) e a recorrência dessas formas (os fiadores da instância cidadã).

Para elucidar a situação de locução, como esboçada por Ducrot (1987)<sup>10</sup>, sob a qual se assenta a constituição desses fiadores, há que se mencionar a percepção de Brandão (1998) sobre a inscrição da subjetividade nas propagandas impressas da Petrobrás. Ao analisar este tipo de materialidade, a autora assevera, em relação ao lugar do locutor, um sistema de sobreposição de vozes. Nele se observa a emergência de duas instâncias de locução (L<sub>1</sub> e L<sub>2</sub>)<sup>11</sup> sobrepostas na mesma enunciação e que suportam respectivamente um tom assertivo (L<sub>1</sub>) e outro refutativo (L<sub>2</sub>) em relação às ações da Petrobrás, fonte da enunciação (L<sub>0</sub> (E<sub>0</sub>)). Entendemos que, no esquema de locução a seguir, relativo à análise da autora, L<sub>1</sub> corresponde à imagem do fiador:

$$L_1 \left\{ \begin{array}{l} L_2(E_2) \\ L_0(E_0) \end{array} \right. = (\text{Petrobrás})$$

Mais, a representação de L<sub>1</sub>, neste esboço, corresponde ao “locutor-L, o ‘locutor enquanto tal’” (DUCROT, 1987, p. 188), porta-voz da fonte enunciativa (E<sub>0</sub>) = (Petrobrás) – em cuja fala se inserem vozes discordantes por meio do discurso citado para, então, refutá-las.

A autora não objetiva a verificação do *ethos* discursivo pregnante à cena da propaganda da Petrobrás. Contudo, seu esboço da organização dos lugares dos “protagonistas” da interação verbal nesta propaganda institucional ajuda a compreender este fenômeno discursivo na propaganda oficial do governo do estado do Pará (2011 – 2014). Sob esta tutela, representamos esquematicamente os lugares de locução ocupados pelos fiadores dos anúncios-filmes da propaganda oficial do estado do Pará do seguinte modo:

a) L<sub>0</sub> (E<sub>0</sub>) – governo do estado do Pará sob a gestão do PSDB, que atua como fonte da enunciação;

b) L’ – modalidade de fiador que assume a vocalidade impessoal da esfera estatal no contexto político-midiático;

<sup>10</sup> Adotamos aspectos da terminologia de Ducrot (1987) para precisar a descrição do fiador na situação de enunciação, haja vista que tal noção se assenta sob a modalidade do Locutor-L, pois “é enquanto fonte da enunciação que ele [o fiador] se vê dotado de certos caracteres que [...] tornam sua enunciação aceitável” (DUCROT, 1987, p. 198). É sob este suporte teórico que Maingueneau (2008b, p. 59) firma que “o [ethos do fiador] se mostra no ato da enunciação, ele não é dito no [conteúdo do] enunciado”. Logo, o ser que os índices de pessoa na propaganda oficial paraense designam é sempre o locutor-L.

<sup>11</sup> As abreviações L<sub>0</sub>, L<sub>1</sub>, L<sub>2</sub> e E<sub>0</sub> são usadas por Brandão (1998) no quadro específico de sua análise para esquematizar o entrecruzamento das vozes na fala do locutor-L do texto da propaganda da Petrobrás.

c) L” – modalidade de fiador que assume a vocalidade gratificada da esfera cidadã no contexto político-midiático.

Neste sentido, o que estamos analisando em termos de *ethos* na superfície textual da propaganda se refere aos modos de dizer do locutor L (L’ e L”), enquanto imagem de si no discurso, mediante a presença dos traços dêiticos de pessoa que instauram a subjetividade. Com base na percepção de Brandão (1998) para os lugares da locução, nossa análise revelou que estes fiadores, como porta-vozes de E, reproduzem uma disciplina e uma maneira de mover-se no espaço social. Eles encarnam o discurso relativo a uma posição política historicamente especificada na formação social brasileira.

O esquema de locução que esboçamos para a cena de enunciação relativa ao conjunto das propagandas oficiais se assenta na visão de Maingueneau (2008a; 2008b) acerca da configuração do *ethos* como um plano da discursividade. Nesse sentido, o esquema apresentado expressa o fato de que os fiadores, ao figurarem em uma cena de enunciação, encarnam a disciplina corporal e linguageira prevista pelas restrições semânticas do discurso estatal socialdemocrata. Com base neste esboço da locução da propaganda oficial do estado do Pará, queremos indicar a assunção do perfil enunciativo pelo qual os sujeitos inscritos na cena político-midiática entram em relação com seus coenunciadores em um movimento de sociabilidade ideal. Os fiadores na propaganda oficial paraense são constituídos a partir de uma dêixis pronominal que corresponde a esquemas comportamentais previstos para a publicização dos atos do governo.

Considerando-se este esboço da locução da cena enunciativa da propaganda oficial do estado do Pará, ressaltamos, ainda, que a locução implica simultaneidade de sua realização com outros dois lugares: a delocução e a alocução. No plano textual destas propagandas, um levantamento dos dêiticos indicadores de pessoa configura as seguintes projeções de delocutário e de alocutário<sup>12</sup>:

- a. o lugar do delocutário da propaganda oficial é reiterado por verbos em terceira pessoa como maneira de referenciar os seres de quem o texto fala: “O governo do Pará inaugura”, “As obras avançam”, “O cheque-moradia está de volta”, “O Governo e a Caixa assinaram”, “A nova UIPP conta” etc.;
- b. o lugar do alocutário da propaganda oficial é marcado explicitamente por um *você* e por verbos no imperativo (*não beba, denuncie, não dirija* etc.), os quais se referem às coletividades a quem se dirigem: “a população”, “os paraenses” etc.

---

<sup>12</sup> A modalização dêitica de pessoa no ato locutivo/enunciativo é desenvolvida pela AD nos seguintes termos: “a *alocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor implica o interlocutor em seu ato de enunciação e lhe impõe o conteúdo de seu propósito, [designa a pessoa a quem se dirige (segunda pessoa)]; a *elocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor situa seu propósito em relação a ele mesmo, [orientando a locução em relação a primeira pessoa]; a *delocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor deixa que o propósito se imponha como tal, como se ele não fosse responsável por ele, [orientando a relação interpessoal na direção do ele]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 309).

Por meio dessas marcas referenciais, emerge uma variedade de objetos delocutados subordinados à instituição protagonista do governo do estado do Pará, bem como a definição do público a ser convencido. Assim, observamos a identificação entre a fonte e o objeto da enunciação. Comparados aos resultados obtidos em Brandão (1998), os dados de nossa pesquisa apontam para um mesmo padrão na comunicação institucional:

A enunciação é sui-referencial na medida em que a fala do [Enunciador] se dobra sobre si mesma. [A entidade] fala de si mesma não como eu explícito, mas como *ela*, um referente, criando com isso a ilusão de objetividade (BRANDÃO, 1998, p. 53).

A esta percepção analítica da autora acrescentamos o atravessamento pelo *ethos* discursivo. Ou seja, os locutores (L' e L'') posicionados na cena de propaganda oficial assumem um modo específico de falar ao encarnarem a corporalidade requerida para enunciar no discurso político socialdemocrata. O *ethos* discursivo se desvela, segundo Possenti (2011), como uma reduplicação do próprio posicionamento da fonte enunciativa. Desta forma, ele se daria como comportamento socialmente atestado que garante a legitimidade dos sentidos atribuídos ao dizer oficial assumido pelos fiadores. Podemos, portanto, dimensionar o mundo ético da propaganda oficial paraense a partir do esquema de Brandão (1998) para demonstrar a relação de identificação entre a fonte da enunciação, fiadores e objetos delocutados que se voltam à captura a adesão do cidadão-espectador paraense.

Observado o lugar dos fiadores na situação de locução, podemos recompor o *ethos* discursivo por meio do acesso aos elementos gramaticais que revelam seu perfil enunciativo de (im)personalidade.

Nas enunciações relativas aos fiadores da instância política ocorre um apagamento generalizado das marcas de primeira pessoa. A instância política, por meio de seus fiadores, ao falar de si não diz “eu”, mas sim “ele”, produzindo efeitos de impessoalidade e isenção que atravessam a enunciação dos porta-vozes de governo para se dirigir aos seus coenunciadores. O levantamento dos dêiticos de pessoa nas falas dos fiadores institucionais atesta a ausência de formas pronominais de primeira pessoa (*eu, nós, nossa* e flexões verbais), como podemos ler nos exemplos (03), (04) e (05).

### **(03) T01/2011 – Título: Governo 2011 03**

Locutor em *off*: Segurança. 300 novas viaturas. Assim, o governo do estado reforça o policiamento extensivo da região metropolitana de Belém. Equipadas com *GPS* e tecnologia de ponta, essas viaturas são monitoradas pelo CIOP, garantindo mais agilidade no deslocamento e mais segurança à população. Até o final do ano, 700 novos veículos em todo Estado.

### **(04) T01/2012 – Título: Governo 2012 2**

Locutor em *off*: Programa asfalto na cidade. Com obras concluídas e em andamento, o programa asfalto na cidade está mudando para melhor a cara de muitos lugares. Em parceria com as prefeituras, o governo do Estado está levando asfalto,

pavimentação e meio-fio para mais municípios em todas as regiões do Estado. Asfalto na cidade, pra deixar a sua cidade melhor de se viver.

**(05) T08/2014 – Título: Pará em obras 08**

Locutor 1 em *off*: Quem tem saúde tem tudo. E tudo fica melhor com 120 leitos.

Locutor 2 em *off*: Hospital Galileu.

Locutora: O governo inaugura o hospital Galileu em Ananindeua. Todo equipado, o novo hospital já é o terceiro entregue à população. Antes foram o Jean Bitar e a Nova Santa Casa. E as obras continuam: Novo Abelardo Santos, Regional de Itaituba, Oncológico Infantil e a ampliação dos regionais de Marabá, Santarém e Tucuruí.

Por meio destes indícios linguísticos, o fiador da narrativa oficial tem seu distanciamento enunciativo marcado em relação à fonte da enunciação enquanto objeto delocutado. Esta enunciação que não marca explicitamente a presença do “eu” do locutor-L na superfície da língua suporta a vocalidade ideal dos homens e mulheres no exercício da enunciação pública da governança. Este recurso de expressão constrói um *ethos* discursivo que remete a uma conduta socialmente avaliada do mundo da política dos Estados de regime democrático e social. Trata-se de uma expectativa de incorporações que gira em torno do modo como os agentes da administração estatal devem ser para tratar de assuntos comuns aos cidadãos.

A impessoalidade configura-se, nessas enunciações, como disciplina linguística dos corpos autorizados a tomar palavra na esfera do poder público. Notamos com isso que o *ethos* discursivo ancorado em uma dêixis que apaga os traços de individualidade dos fiadores da instância oficial desvela um efeito de neutralidade e objetividade. Diante dos efeitos articulados por esta dêixis, vê-se que “o sujeito que fala traz uma informação como se a verdade não pertencesse a ele e só dependesse de si mesma” (CHARAUDEAU, 2013b, p. 54). Trata-se de um efeito visado pelo próprio fazer da propaganda que, assentada no princípio da deformação e da parcialidade<sup>13</sup>, apresenta a informação, ignorando argumentos controversos, ao dissimular posições parciais de um grupo sob o aspecto da convicção unânime do coletivo social. Para convencer o cidadão-espectador de que a comunicação oficial emana de uma instância incontestada, apoia-se em uma fala que deve ser identificada pela impessoalidade. Um modo de enunciar pelo qual se quer acentuar a transparência e a credibilidade das ações de um governo. Isto é, aquilo que o governo faz e deveria mesmo fazer. Os fiadores da instância política nesta cena enunciativa assumem uma postura imparcial pela qual se dirigirão à sociedade para manter o imaginário de uma política democrática autêntica baseada na ideia do acesso de todos aos mesmos direitos.

Mas, ao mesmo tempo em que identificamos um estatuto de fiador marcado pela impessoalidade, emerge na cena de propaganda oficial um fiador que se apresenta por meio de formas pronominais de primeira pessoa. Esse fiador

---

<sup>13</sup> Sobre esses princípios ver Sani (1998).

representativo da instância cidadã se dirige, do mesmo modo que o fiador da instância política, à totalidade da população. Neste caso, quem efetivamente fala não é um locutor situado apenas na esfera cidadã, mas um fiador, que, pelo fato de estar situado em tal esfera, apresenta condições estereotípicas ideais para sustentar o discurso do Estado para o qual se deseja adesão, patente na exibição de suas determinações físicas, psíquicas e vocais. É possível, ainda, afirmar que, sendo os locutores situados na esfera cidadã também porta-vozes de uma fonte enunciativa que se impõe na totalidade da cena de enunciação da propaganda oficial do estado do Pará (2011 – 2014), como já atestado pela situação de locução que descrevemos, a imagem de representantes da instância cidadã na prática político-midiática se constitui como um simulacro<sup>14</sup>. Recuperando os resultados da pesquisa de Brandão (1998) em que se destaca uma enunciação sui-referencial que se dobra sobre si mesma, entendemos que, na propaganda oficial do governo do estado do Pará (2011 – 2014), a enunciação dobra-se sobre si mesma, também quando incorpora o Outro de quem busca a adesão, sendo essa incorporação nos termos do “fechamento semântico” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 100) do discurso socialdemocrata.

Na dinâmica dessa sociabilidade ideal, a emotividade atravessa os testemunhos dos cidadãos que se constituem como fiadores na cena: a classe trabalhadora, os mais pobres, as minorias, os jovens e os adultos em situação de vulnerabilidade, enfim, os que mais precisam, conforme se lê no Programa do PSDB (2007). Por outro lado, toda voz dissonante em relação às ações do Estado e toda a diversidade de classes, de gêneros, de etnias, de posicionamentos da instância cidadã é silenciada, conformada ao estereótipo exigido na/pela ordem de sociabilidade ideal pressuposta pelo funcionamento discursivo.

A enunciação do fiador da instância política nas peças indica um ideal de vocalidade caracterizada pelo apagamento de marcas de personalização. Em contrapartida, a voz do fiador situado na instância cidadã requer essas marcas. Ambos os funcionamentos dão acesso ao mundo ético de uma administração pública equânime, vislumbrada em tese por pelos partidos socialdemocratas.

Nos exemplos (06) e (07), a seguir, podemos mensurar a relação destas marcas em relação ao engajamento do fiador cidadão diante de determinada ação do governo dirigida à parcela da sociedade “que mais precisa”.

#### **(06) T11/2013 – Título: Pacto pelo Pará 19**

Pamela Costa – atleta de judô: Eu tava brincando aí na frente. Aí meu professor tava dando pro meu primo aqui na casa dele. Aí, ele: tu quer aprender judô? Eu falei: eu quero.

Locutor em *off*: Jogos escolares da juventude.

Pamela Costa – atleta de judô: Mudou tudo na minha vida. Foi uma experiência muito grande pra mim.

---

<sup>14</sup> Conforme Maingueneau (2008a, p.100), “para constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo, o discurso não pode haver-se com o Outro como tal, mas somente com o simulacro que dele constrói.”.

Augusto Baeta – professor de Judô: O governo do Estado, ele faz a sua parte. Então, os jogos escolares, ele traz uma experiência grandiosa pra todos os nossos alunos.

Locutor em *off*: Trabalho sério melhorando a vida das pessoas. Governo do Pará.  
Pamela Costa – atleta de judô: O esporte muda a vida de todo mundo.

#### **(07) T13/2013 – Título: Pacto pelo Pará 34**

Rosa Mendes – professora: Ele já tem essa sementinha plantada lá, da não violência, do respeitar o espaço do outro.

Aline Nascimento – estudante: Que a gente deve amar mais as pessoas.

Adriano Mesquita – arte-educador: A paz é o nosso objetivo principal.

Locutor em *off*: PROPAZ nas escolas.

Adriano Mesquita – arte-educador: A gente deseja que a paz também chegue nas escolas.

Arthur Silva – estudante: Agora eu sou muito mais amigo dos meus colegas.

Locutor em *off*: Trabalho sério, melhorando a vida das pessoas. Governo do Pará.

Rosa Mendes – professora: Com certeza a educação muda tudo.

A partir da ocorrência desta marcação elocutiva nos textos do *corpus*, reconhecemos um “eu” de identificação com a posição de governo. O discurso estabelece no interior de seu quadro de locução uma ancoragem enunciativa em pronomes de primeira pessoa por onde suas restrições semânticas silenciam opiniões controversas que poderiam minar o valor de verdade da fonte enunciativa. Para manter o efeito da imparcialidade diante da explicitação de vozes particulares, traços de dúvida e a perplexidade não são permitidos na comunicação do governo do estado do Pará. Realidade observável na própria linguagem da propaganda, pois, como afirma Sani (1998, p. 1020), “a posição de quem emite uma informação é sempre a de quem apresenta conclusões absolutamente certas [...] e não pontos discutíveis”.

Esse modo de enunciação centrado na elocução evoca um mundo ético complementar, em nada conflituosa, àquele previsto para a disciplina linguística e corporal dos agentes da esfera administrativa de governo, pois cidadãos comuns assumem posição na cena da propaganda oficial ao expor sua gratidão em razão de uma ação de Estado. Uma ação estatal que mobiliza a empatia deste locutor/fiador, que demonstra aprovação à ação de governo que lhe favorece.

Em (08), os três primeiros locutores – Maria Odete, Antônio Venâncio e Nilson Cunha – testemunham uma situação desfavorável anterior à ação do governo do Pará. Eles exprimem sua aversão por meio de itens lexicais como “dificuldade” e “feia”. Uma situação interpretada, portanto, como indesejável e desagradável.

#### **(08) T12/2013 – Título: Pacto pelo Pará 22**

Maria Odete – agricultora: A gente tinha que sair num dia pra chegar no outro.

Antônio Venâncio – agricultor: Pra gente ir em Belém, essa dificuldade.

Nilson Cunha – comerciante: Tava muito feia mesma a pista.

Josiel Moreira – pedreiro: Agora melhorou bastante, pra gente ir em Belém e vir e rápido. Da pra vim e comprar o almoço. Chegar dez horas. É rapidinho.

Maria Odete – agricultora: Toda hora tá passando, né? Carro. A gente vendo os nossos próprios produtos. Farinha. Melhorou foi muito pra nós.

Maria Odete – agricultora: Uma coisa que veio pra nos beneficiar.

A partir do quarto locutor – Josiel Moreira –, a narrativa altera-se para uma avaliação positiva, evidenciada pela repetição de verbo “melhorar”. Notemos que o caráter de empatia da fala é intensificado pelos advérbios “bastante” e “muito”, indicando na cena o tom de satisfação na enunciação dos locutores, reforçando a imagem de um fiador da instância cidadã que se apresenta grato ao Estado em razão de sua atenção às necessidades sociais básicas.

No exemplo (09), a seguir, observamos o mesmo modo de enunciar elocutivo do fiador situado à instância cidadã. Os locutores na peça, a seguir, demonstram sua confiança no órgão governamental – PROPAZ IESP – por meio de marcas de primeira pessoa, valorizando a inserção cidadã por meio da prática de esportes.

#### **(09) T13/2014 - Título: Pacto pelo Pará 37**

Reinaldo carneiro – Aluno PROPAZ: Se não fosse o PROPAZ IESP não teria oportunidades como eu tenho aqui dentro.

José de Ribamar – Pai de aluno PROPAZ: Através do esporte você consegue tirar muitas crianças da marginalidade.

Reinaldo carneiro – Aluno PROPAZ: Porque aqui é onde eu me sinto muito feliz.

Eraldo Santos – Arte educador: Eu penso que seja como dar à luz a um filho. Pra mim é isso. Trabalhar com eles é isso.

Nesta peça, o engajamento avaliativo do fiador a partir de um fato vivido é revelado pela empatia diante do resultado das ações do poder público. O primeiro locutor – Reinaldo Carneiro (Aluno) – testemunha sua felicidade diante de um Estado provedor que oportuniza inclusão cidadã pelo esporte. O terceiro locutor – Eraldo Santos (Arte educador) – tem seu engajamento marcado pela metáfora da maternidade em relação ao trabalho com o esporte.

Nos exemplos (6), (7), (8) e (9), o fiador testemunha a passagem de uma realidade de vulnerabilidade social para um contexto de inclusão cidadã. Este processo de empatia é aspecto de um caráter por meio do qual o próprio Estado, objeto delocutado na enunciação, busca a adesão da instância cidadã ao discurso de um governo inclusivo.

A apropriação desse simulacro da instância cidadã marcado por uma elocução empática estrutura o modo de dizer governista com base em uma imagem socialmente avaliada do próprio cidadão paraense (ver seção 3). Uma apropriação que dá corporalidade ao dizer institucional que se pretende, inclinado ao socorro dos indivíduos que estejam à margem dos direitos necessários à participação cidadã, ao mesmo tempo em que apaga qualquer sinal de uma relação conflituosa com esses mesmos indivíduos submetidos ao poder do Estado. Para criar adesão a seu universo de sentido e legitimação de seu projeto de poder, a administração

pública de um partido dado orquestra a cena de enunciação da propaganda oficial de Estado em torno de uma identidade ideal para que o sujeito da instância cidadã não tenha dificuldade de vir a se inscrever nela imaginariamente.

Ao considerarmos o caráter de impessoalidade do fiador da instância política, a incorporação de vozes da instância cidadã marcadas pela empatia ao governo permite o alargamento do mundo ético do dizer oficial. Uma cena de enunciação que joga com as referências das instâncias cidadã, na forma de simulacros, e política ao mesmo tempo. Apesar da impessoalidade que lhe é prevista pelas coerções da política de Estado, o governo do Pará se projeta por meio de uma fala que causa emotividade no cidadão-espectador. Com isso, esse espectador é levado a pressupor um mundo ético em que se dá a participação cidadã em um quadro de sociabilidade ideal. A leitura desses textos de propaganda que projeta o reconhecimento afetivo do cidadão ativo no cidadão-espectador, além do mais, o mundo ético dos homens públicos comprometidos com valores sociais. Reduplica-se pelo *ethos*, deste modo, a imagem de um governo sensível à necessidade do outro.

Ao evidenciarmos pela análise das peças uma locução caracterizada por um padrão impessoal e um padrão pessoal, a cena da propaganda oficial revela um mundo ético que integra representações imaginárias, forjando um efeito de participação coletiva na efetivação do Estado democrático, ao validar a legitimidade do agir do governo do estado do Pará. O *ethos* implicado nesta cena de propaganda é previsto em função de uma semântica particular por onde se instaura a disciplina vocal, física e psíquica do corpo imaginário deste governo historicamente especificado.

## PARA CONCLUIR

O mundo ético a que a propaganda oficial do governo do estado do Pará no período estudado dá acesso legítima um estado de coisas que “procura manter a distância, ignorar, e mesmo sufocar, a questão crucial do sujeito, isto é, dos modos como o sujeito pensa, deseja, critica, resiste” (ORLANDI, 2008, p.65). Isso porque se entende que há sempre uma tentativa insidiosa de passar à frente dos holofotes a identidade estatal/partidária de uma governança harmoniosa que faz mesmo aquilo que deveria fazer, perturbando as possibilidades de acesso à leitura de uma governança que faz o que não deveria fazer, bem como não faz o que deveria fazer. A projeção de uma vocalidade impessoal para a instância política, bem como de um simulacro da instância cidadã que torna opaca a sua diversidade, está a serviço do silenciamento das reivindicações dessa instância cidadã, que, contraditoriamente, se expressa na cena enunciativa por meio das abundantes marcas de elocução.

Desse modo, na prática político-midiática da propaganda oficial do governo do estado do Pará (2011 – 2014), reconhecemos um processo discursivo de constituição de um mundo ético no espaço discursivo de um posicionamento socialdemocrata, que atua de modo a enviesar a fotografia da opinião pública, como já dissemos,



dissimulando posições parciais de um grupo sob o aspecto da convicção unânime do coletivo social. Em uma cena de enunciação que se dobra sobre si mesma no plano da locução, deixa ver, na reflexividade enunciativa expressa no plano do *ethos* discursivo, uma significativa distância entre a apresentação espetacular de um mundo ético da inclusão social e um posicionamento cujo mundo ético se revela excludente. Como já afirmado em Bezerra (2016, p. 145-146), “é notável que a propaganda de governo constitui-se fundamentalmente baseada em uma estética política, com vistas à insinuação do corpo político pelo espetáculo, do que baseada em uma ética política a partir do recorte de dados factuais amplo da sociedade paraense”.

---

## REFERÊNCIAS

- BEZERRA, Diego Michel Nascimento Bezerra. *Cenas de enunciação da propaganda de governo do estado do Pará: a constituição do mundo ético do sujeito político*. 2016. 152 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Subjetividade, argumentação, polifonia*. A propaganda da Petrobrás. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. Trad. Fabiana Komesu e Dilson F. Da Cruz. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013a.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Trad. Ângela M. S. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013b.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Trad. Fabiana Komesu et al. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- DUCROT, Oswald. Esboço de uma Teoria Polifônica da Enunciação. Trad. Eduardo Guimarães. In: \_\_\_\_\_. *O dizer e o dito*. Campinas, SP: Pontes, 1987, p. 161-218.
- MAINGUENEAU, Dominique. Retour critique sur l'éthos. *Langage et société*. Paris, n. 149, p. 31-48. Set. 2014.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.
- MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do Ethos. Trad. Luciana Salgado. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Ethos discursivo*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011, p. 11-29.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. Trad. Sirio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008a.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2008b.

- ORLANDI, Eni Puccinelli. Pátria ou terra: o índio e a identidade nacional. In: \_\_\_\_\_. *Terra à vista*. 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.
- PARÁ em obras 03. Direção: Aladim Júnior. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2014. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PARÁ em obras 08. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2014. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PARÁ em obras 09. Direção: Aladim Júnior. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2014. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- GOVERNO 2011 03. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Paulo Renato Pinheiro. Belém: Griffó, 2011. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- GOVERNO 2012 2. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Rodrigo Cardoso. Belém: Griffó, 2012. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PACTO pelo Pará 19. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2013. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PACTO pelo Pará 34. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2013. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PACTO pelo Pará 22. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2013. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PACTO pelo Pará 37. Direção: Zé Paulo Vieira da Costa. Produção: Pablo Sá. Belém: Griffó, 2014. 1 vídeo (30 seg), DVD, son., color.
- PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA. *Programa partidário*. Brasília, DF, 2007. 24 p.
- PECHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização de perspectivas (1975). Trad. Péricles Cunha. In: GADET, F; HAK, T. (Orgs.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 5. Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014, p. 159-249.
- POSSENTI, Sírio. Ethos e corporalidade em textos de humor. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Ethos discursivo*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011, p. 149-169.
- SANI, Giacomo. Propaganda. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política*. Trad. Carmen C. et al., vol. 1, 11. ed. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1998, p. 1018-1021.

Recebido: 15/04/2019

Aceito: 27/07/2019

Publicado: 12/08/2019