



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE LETRAS**

***ETHOS E DISCURSO POLÍTICO: A CONSTRUÇÃO DOS *ETHÉ* DE
COMPETÊNCIA E DE INTELIGÊNCIA DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO
PELO JORNAL *LE MONDE****

MARIA FERNANDA FREIRE DA SILVA

RIO DE JANEIRO

2022

MARIA FERNANDA FREIRE DA SILVA

***ETHOS E DISCURSO POLÍTICO: A CONSTRUÇÃO DOS *ETHÉ* DE
COMPETÊNCIA E DE INTELIGÊNCIA DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO
PELO JORNAL *LE MONDE****

Monografia submetida à Faculdade de Letras da
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como
requisito parcial para obtenção do título de
Licenciada em Letras na habilitação Português/
Francês.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Tânia Reis Cunha

RIO DE JANEIRO
2022

Silva, Maria Fernanda Freire da
Ethos e Discurso político: a construção dos *ethé* de
competência e de inteligência do presidente Jair Bolsonaro pelo
jornal *Le Monde*. Maria Fernanda Freire da Silva – 2022.
37 f.

Orientadora: Tânia Reis Cunha.

Monografia (graduação em Letras habilitação Português –
Francês) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de
Letras e Artes, Faculdade de Letras.

Bibliografia: f. 36-37.

1. Análise do discurso. 2. Discurso Político. 3. *Ethos*

I. Silva/ Maria Fernanda II. Universidade Federal do Rio de
Janeiro, Faculdade de Letras, (2022) III. Título

CDD

FOLHA DE AVALIAÇÃO

MARIA FERNANDA FREIRE DA SILVA
(117080622)

Monografia submetida à Faculdade de Letras da
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como
requisito parcial para obtenção do título de
Licenciada em Letras na habilitação Português/
Francês.

Data de avaliação: ___/___/___

Banca examinadora:

Tânia Reis Cunha - Presidente da Banca Examinadora
Professora Doutora – Faculdade de Letras - UFRJ

NOTA: _____

Luiz Carlos Balga Rodrigues – Leitor Crítico
Professor Doutor – Faculdade de Letras - UFRJ

NOTA: _____

MÉDIA: _____

Assinatura dos avaliadores: _____

AGRADECIMENTOS

A força maior que rege o universo e tudo que faz parte dele, que carinhosamente chamo de Deus;

A toda minha família, em especial ao meu marido, que sempre foi meu suporte e me encorajou a seguir sempre que o desânimo batia;

Aos meus amigos que sempre acreditaram em mim e me dão forças para seguir, particularmente a estrela Danielle Biller, que hoje torce por mim lá do céu;

As minhas colegas de curso e “amies”, Renata e Rose, que me aturaram durante essa caminhada e com as quais compartilhei momentos de alegria, desespero, tristeza e principalmente de superação;

A todos os professores que contribuíram para minha formação, em especial os professores do curso de Francês;

A professora Tânia Reis Cunha, pela orientação, por toda paciência no processo, por todo conhecimento compartilhado e por me ajudar a encerrar esse ciclo tão importante para mim, minha graduação.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
3. A RESPEITO DO <i>ETHOS</i>	15
4. A RESPEITO DO SER POLÍTICO	18
4.1. O discurso político	19
5. A INFLUÊNCIA DA MÍDIAS	21
5.1. <i>Le Monde</i>	23
6. ANÁLISE DO CORPUS	24
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1:	p. 12
Figura 2:	p. 24
Figura 3:	p. 26
Figura 4:	p. 27
Figura 5:	p. 28
Figura 6:	p. 29
Figura 7:	p. 30
Figura 8:	p. 32
Figura 9:	p. 33

1. INTRODUÇÃO

Desde a antiguidade, a linguagem é objeto de estudo do homem, que busca explicá-la e compreendê-la. Segundo Patrick Charaudeau, “é a linguagem que permite ao homem pensar e agir. Pois não há ação sem pensamento, nem pensamento sem linguagem” (CHARAUDEAU, 2019, p. 7). A linguagem é considerada uma fonte de “poder”, pois, por meio dela o ser humano pode organizar-se em sociedade, comunicar-se, fazer-se ouvir e entender. Assim, temos a comunicação como base das relações humanas.

A comunicação, especialmente a linguagem, é uma temática muito estudada e possui diferentes teorias que buscam compreendê-la. Uma das temáticas que se destacaram mais recentemente chama-se Análise do Discurso. Essa vertente tem suas raízes na retórica de Aristóteles, mas com o passar dos anos, muitos estudiosos contribuíram, por meios de seus trabalhos e pesquisas, para tentar defini-la e também explorar seus objetos de estudo, o que ocorre ainda hoje, em um processo contínuo.

Muitos especialistas se destacaram por seus estudos voltados para a linguagem e a comunicação humana, um deles é a base teórica do nosso trabalho, o linguista francês Patrick Charaudeau, uma referência quando se fala de Análise do discurso e Discurso político. Também nos apoiaremos nas teorias de Dominique Maingueneau e Ruth Amossy sobre o *ethos* para complementar as proposições de Charaudeau.

Segundo Charaudeau, a primeira coisa que devemos fazer ao analisar o ato de comunicação é nos questionarmos sobre “o que é comunicar?”. Para ele, o ato de comunicação é representado como “um dispositivo cujo centro é ocupado pelo sujeito falante (o locutor, ao falar ou escrever), em relação com um outro parceiro (o interlocutor)” (CHARAUDEAU, 2019, p.67). Esse dispositivo é composto de quatro componentes: a *Situação de Comunicação*, os *Modos de organização do discurso*, a *Língua* e o *Texto*.

A *Situação de comunicação* diz respeito ao "enquadre ao mesmo tempo físico e mental", a encenação na qual os parceiros da troca linguageira estão inseridos. Esses são determinados por uma identidade (psicológica e social) e são ligados por um contrato de comunicação.

Os *Modos de organização do discurso* estão relacionados aos princípios de organização da matéria linguística, esses princípios são utilizados de acordo com a intencionalidade discursiva do locutor, que pode ser enunciar, descrever, contar ou argumentar.

A *Língua* diz respeito ao material verbal, ou seja, falado, o qual deve atender às regras linguísticas, tendo forma e sentido. Por fim, o *Texto* é o resultado material do ato de

comunicação, a partir das escolhas feitas pelo locutor, levando em consideração a situação, o modo de organização do discurso e a língua (CHARAUDEAU, 2019, p. 68).

A partir do dispositivo e de seus componentes, entendemos que comunicar vai muito além de transmitir uma informação, Charaudeau define comunicação como “proceder a uma encenação”, e compara o ato de comunicação com uma peça de teatro em que o espetáculo é feito visando o efeito que vai causar no público. O diretor orquestra tudo a partir de uma imagem que ele faz do público, desse modo, o espetáculo é feito para emocionar, tocar os telespectadores.

Do mesmo modo, durante o ato de comunicação os sujeitos constroem uma imagem um do outro visando o sucesso da troca linguageira, essa imagem é denominada *Ethos*. Segundo Amossy, “Os antigos designavam pelo termo *ethos* a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório”, a autora também defende a ideia de que a imagem construída no discurso pelos sujeitos contribui para que um tenha influência sobre o outro (AMOSSY, 2016, p.10).

A relação entre discurso e *ethos* é trabalhada mais detalhadamente por Patrick Charaudeau em seu livro *Discurso político*, no qual o autor desenvolve a temática do discurso político nos fazendo refletir sobre o quanto as palavras têm poder e como os políticos se utilizam da linguagem para seduzir e persuadir o público, além de nos atentar para a figura do ser político e a imagem que eles constroem de si mesmos.

A partir da leitura do livro, nos questionamos sobre como a imagem do sujeito político é construída por seu interlocutor e como essa imagem pode influenciar/modificar a imagem que o político projeta dele mesmo e se essa condiz com a que foi construída pelo outro.

Optamos por analisar a imagem do sujeito político construída na mídia francesa, mais especificamente a imagem do presidente Jair Bolsonaro construída pelo jornal *Le Monde*. Destacamos 8 manchetes do jornal francês, publicadas entre março de 2020 e janeiro de 2021, com foco no presidente Jair Bolsonaro e sua gestão. Neste período, o mundo se encontrava em um momento delicado: o início da pandemia de COVID 19.

Em dezembro de 2019, surgiu na China uma nova cepa de coronavírus (SARS-COV-2), que ainda não tinha sido identificada em seres humanos. Essa nova variante causa uma doença respiratória, altamente infecciosa, que ficou conhecida como COVID-19. A velocidade com que o vírus se espalhou por diversas regiões e o fato de provocar sintomas diferentes nas pessoas infectadas, causou muita preocupação a todos. O vírus se alastrou por todos os

continentes, chegando até aos lugares mais remotos, tanto que em 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) caracterizou a COVID-19 como uma pandemia.¹

Diante do alto contágio da COVID-19 constituindo uma “Emergência de Saúde Pública”, a OMS instruiu todas as autoridades a tomarem atitudes de restrições sociais, confinamento (*lockdown*), assim como a adoção de medidas preventivas como o uso de máscaras e álcool em gel. No início desse período (março de 2020 - janeiro de 2021), o posicionamento do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, foi decisivo para o destaque que o país teve em alguns jornais internacionais, como o jornal francês *Le Monde*.

Em nossa pesquisa iremos analisar as manchetes, buscando entender como se deu a construção do *ethos* do presidente Jair Bolsonaro analisando duas categorias de *ethos*: os *Ethé de Credibilidade* e os *Ethé de Identidade*. Como existem muitos *ethé* dentro dessas duas categorias, dos quais alguns são mais complexos e extensos, vamos nos limitar a analisar a construção de apenas dois: o *ethos de competência*, que está inserido nos *Ethé de Credibilidade*, e o *ethos de inteligência*, que faz parte dos *Ethé de identidade* (CHARAUDEAU, 2019, pp.119 - 166).

O presente trabalho monográfico tem como objetivo analisar como o jornal francês *Le Monde* construiu o *ethos* do presidente Jair Bolsonaro através de suas manchetes, buscando constatar se: (1) o *ethos* de competência foi associado ao presidente Bolsonaro e se (2) o *ethos* de inteligência foi associado ao presidente Bolsonaro. Também buscaremos verificar se (3) a construção do *ethos* de competência e (4) a construção do *ethos* de inteligência estão associadas às atitudes do presidente frente à pandemia e, caso estejam, se (5) as imagens construídas serão positivas ou negativas.

A partir do *corpus* coletado, acreditamos que (1) o *ethos* de competência e (2) o *ethos* de inteligência não serão construídos para o presidente Jair Bolsonaro pelo jornal francês *Le Monde*, através das manchetes publicadas entre março de 2020 e janeiro de 2021. No entanto, as imagens de Jair Bolsonaro serão construídas a partir das atitudes do presidente frente à epidemia de COVID-19 e estas imagens serão negativas.

Na primeira parte de nosso trabalho nos aprofundaremos na fundamentação teórica sobre o ato de comunicação, explicando os princípios, o contrato de comunicação e o que mais está envolvido no ato de comunicação. O segundo capítulo será dedicado a explicar o *ethos*, suas origens e sua importância para o discurso. No capítulo três nos debruçaremos sobre o ser político e sobre o discurso político especificamente. No capítulo quatro descreveremos um

¹ Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 20/09/2021.

pouco do discurso midiático e sua influência, principalmente no campo político. Em seguida, no capítulo cinco, analisaremos as manchetes, nos apoiando na teoria de Charaudeau para corroborar nossa análise e para, por fim, apresentarmos nossas conclusões.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Como apresentado acima, o ato de comunicação é descrito por Charaudeau como “um dispositivo cujo centro é ocupado pelo sujeito falante (o locutor, ao falar ou escrever), em relação com um outro parceiro (o interlocutor)”. Nesse processo, Charaudeau destaca quatro sujeitos da linguagem, que estão envolvidos em uma encenação, em um mesmo contexto, interagindo entre si. Esses sujeitos são: o sujeito comunicante, o sujeito enunciador, o sujeito interpretante e o sujeito destinatário.

O sujeito comunicante (locutor) e o sujeito interpretante (receptor), são seres sociais, ou seja, estão inseridos em uma situação na qual ocupam um papel social em uma determinada situação de comunicação e estão inseridos no espaço externo, enquanto o sujeito enunciador e o sujeito destinatário, são seres de fala, a partir do momento que os sujeitos comunicante e interpretante enunciam, e estão inseridos no espaço interno, ou seja, o espaço do dizer.

O sujeito enunciador é um desdobramento do sujeito comunicante, assim como o sujeito destinatário o é do sujeito interpretante.

Na figura 1, temos o quadro representativo do ato de linguagem proposto por Charaudeau, onde estão inseridos os quatro sujeitos da linguagem e os circuitos de produção e de dizer, os espaços interno e externo.

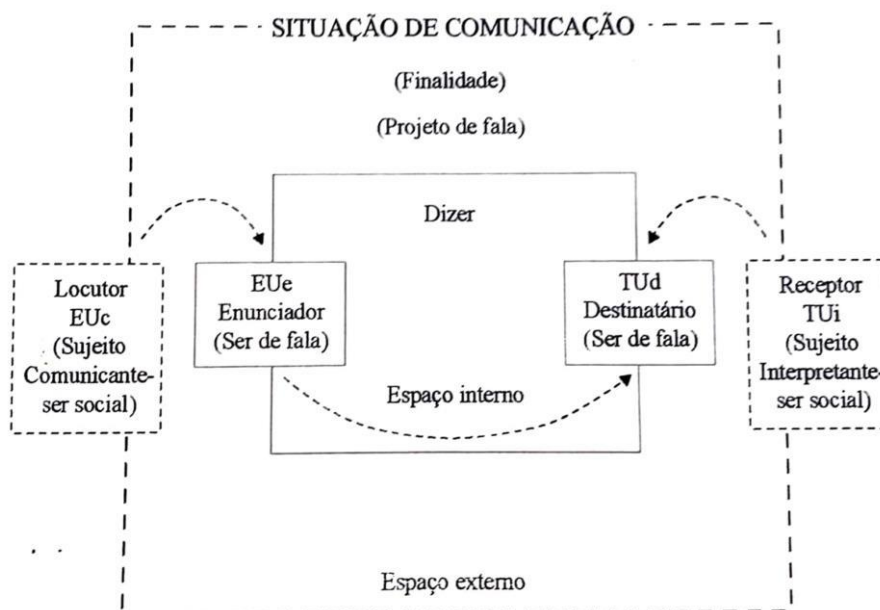


FIGURA 1: Representação do Ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2019, p. 52)

Cabe salientar que o ato de linguagem não é apenas um ato de comunicação, nele está em jogo muito mais do que a troca discursiva entre um emissor e um receptor. No ato de linguagem é estabelecida uma relação, entre os sujeitos e seus respectivos espaços, em um jogo entre o implícito e o explícito, no qual todos estão ligados por um *Contrato de comunicação*. O contrato assegura que a troca linguageira seja bem-sucedida, pressupondo que os dois sujeitos (comunicante e interpretante) pertençam ao mesmo corpo de práticas sociais, e estejam passíveis de chegar “a um acordo sobre as representações linguageiras dessas práticas sociais” (CHARAUDEAU, 2019, p.56).

O contrato de comunicação é ainda constituído por quatro princípios que asseguram a legitimidade da fala do locutor bem como a captação do interlocutor, garantindo assim a realização do ato de comunicação. Sendo eles: o *princípio de interação*, o *princípio de pertinência*, o *princípio de influência* e o *princípio de regulação* ².

O *princípio de interação* é uma co-construção em que são estabelecidos os papéis de cada sujeito. Um desempenha a função de produzir/emitir a fala enquanto o outro a função de receber/interpretar a fala. O *princípio de pertinência* exige duas coisas dos participantes: primeiramente, é necessário que o interlocutor esteja ciente que o locutor tem uma intenção, um “projeto de fala”, que motivará a troca; segundo, é preciso que os participantes partilhem de saberes e crenças, assim o discurso será pertinente.

O *princípio de influência* está relacionado com as estratégias discursivas adotadas pelo locutor visando um posicionamento de seu interlocutor, que pode se mostrar favorável a, ou contrário a este posicionamento. O locutor deve se perguntar “Como devo falar para agir sobre o outro?”, e a partir dessa questão organizar estratégias de fala para atingir sua intenção no discurso.

Por fim, temos o *princípio de regulação*, que tem como função assegurar as condições da comunicação, na qual pode ocorrer a aceitação ou a rejeição do discurso por parte do interlocutor, assim como a valorização ou desvalorização do sujeito. É também por meio do princípio de regulação que ocorre o enquadramento ou reenquadramento do tema que está sendo abordado.

Ademais, o contrato também garante que a intenção comunicativa do emissor/locutor seja alcançada. Segundo Charaudeau, todo discurso possui uma intenção (*Princípio de intencionalidade*), ou seja, é motivado. Assim, quando o sujeito enunciador toma a palavra, ele tem uma intenção para com seu(s) interlocutor(es), sujeito(s) destinatário(s). Essa intenção pode

² CHARAUDEAU, 1993.

ser, ou não, alcançada, mas depende da recepção do sujeito destinatário, ou seja, se há coincidência entre o que foi enunciado e o que foi interpretado.

Durante o ato de comunicação, os sujeitos interagem e constroem uma imagem um do outro a partir do que é falado, de como é falado, além de levarem em consideração características físicas, sociais e culturais um do outro. Os sujeitos comunicante e interpretante constroem uma imagem de si mesmos. Essa construção imagética é chamada de *Ethos*. Ela permite aos sujeitos organizarem suas estratégias comunicativas, buscando sempre a melhor forma de falar e de se fazer compreender pelo outro, para que assim, a intencionalidade do processo comunicativo seja atingida com êxito. A construção do *ethos* ocorre em todos os tipos de discurso - publicitários, jornalísticos, educacionais, etc. -, inclusive no discurso político, que é o foco do nosso trabalho.

3. A RESPEITO DO *ETHOS*

O *ethos* faz parte dos meios discursivos propostos por Aristóteles, na Antiguidade Clássica, com a função de influenciar o público. São eles: *logos*, *pathos* e *ethos*. *Logos* é a lógica, e está relacionado à razão, enquanto *pathos* e *ethos* estão relacionados à emoção, sendo assim meios discursivos usados para emocionar o auditório. Charaudeau enfatiza, entretanto, a importância de distinguir que enquanto o *pathos* está voltado para o auditório, o *ethos* está voltado para o orador (CHARAUDEAU, 2018, p. 113).

Durante muito tempo os estudos a propósito do *ethos* eram voltados para o *ethos aristotélico*, também chamado de *ethos retórico*. No entanto, com o avanço dos estudos relativos à linguagem e à argumentação, alguns pesquisadores da análise do discurso redefiniram a noção de *ethos* e formularam uma nova noção: o *ethos discursivo*. Muitos pesquisadores da área contribuíram para explicar a significação do *ethos discursivo*, contudo, nosso trabalho focará na pesquisa de linha francesa, destacando os estudos de Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau e Ruth Amossy.

O *ethos* está diretamente ligado à enunciação, o orador, por meio de seu discurso, deve passar ao seu interlocutor uma imagem positiva de si mesmo. Maingueneau afirma que:

A prova do *ethos* consiste em causar boa impressão pela forma como se constrói o discurso, a dar uma imagem de si capaz de convencer o auditório, ganhando sua confiança. O destinatário deve, então, atribuir certas propriedades à instância que é posta como fonte do acontecimento enunciativo. (MAINGUENEAU, 2019, p. 13).

Assim, o orador deve mostrar ao auditório uma imagem que cause boa impressão, que não precisa ser, necessariamente, verdadeira, pode ser uma imagem criada justamente com o intuito de persuadir o auditório. O discurso deve fazer com que o interlocutor atribua ao locutor propriedades que o tornem “digno de fé”, uma imagem que seja compatível com a representação que o auditório construiu antes mesmo do enunciador tomar a palavra (*ethos pré-discursivo*), a partir de seu comportamento, trejeitos, forma de se vestir, enfim, sua corporalidade.

A noção de *ethos* em Amossy reitera o que Maingueneau nos apresenta. Segundo ela:

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. Assim, deliberadamente ou não, o locutor efetua em seu discurso uma apresentação de si. (AMOSSY, 2016, p. 9).

Dessa forma, reiteramos que em toda troca linguageira, seja verbal ou escrita, há a construção de uma imagem por parte dos sujeitos envolvidos. O locutor constrói uma imagem de si com o intuito de persuadir/convencer seu interlocutor. Esse, por sua vez, constrói uma imagem que pode, ou não, condizer com a imagem que o enunciador quer passar. Tudo depende das estratégias escolhidas pelo sujeito comunicante, da interpretação do discurso por parte do sujeito interpretante, e do grau de comprometimento dos sujeitos em favor do êxito da intencionalidade comunicativa.

No livro *Discurso político*, Patrick Charaudeau retoma a noção de *ethos discursivo apresentada* por Maingueneau e, ratificada por Amossy, para mostrar como o sujeito político faz uso desse mecanismo em seus discursos com o intuito de construir uma imagem positiva frente aos cidadãos e apoiadores. A propósito do *ethos* político, Charaudeau afirma que:

[...] o *ethos* político é resultado de uma alquimia complexa feita de traços pessoais de caráter, corporalidade, de comportamentos, de declarações verbais, tudo relacionado às expectativas vagas dos cidadãos, por meio de imaginários que atribuem valores positivos e negativos a essas maneiras de ser. [...] No discurso político as figuras do *ethos* são ao mesmo tempo, voltadas para si mesmo, para o cidadão e para os valores de referência. (CHARAUDEAU, 2018, p. 137).

Charaudeau apresenta duas figuras identitárias do discurso político agrupadas em duas categorias de *ethos*: os *ethé de credibilidade* e os *ethé de identificação*. Onde os primeiros são baseados no discurso da razão e os segundos no discurso do afeto.

O *ethos de credibilidade* está baseado na identidade de um sujeito falante que seja “digno de crédito”. Ou seja, para ter a imagem de crível, o sujeito deve ter condições de provar aquilo que prega, deve cumprir com o que promete e pôr em prática o que anuncia, caso contrário será tido como “mentiroso, incapaz de honrar com suas promessas ou de realizar os objetivos perseguidos” (CHARAUDEAU, 2019, p. 119).

O *ethos de identificação*, por sua vez, extrai a imagem do afeto social, desse modo, o cidadão ao se identificar com as ideias do sujeito, funda sua própria identidade na identidade do político, ou seja, a partir dos traços que o político deixa transparecer (traços de caráter, de personalidade, comportamento, falas, etc.), o cidadão constrói uma imagem desse político, que pode ser positiva ou negativa, e, com a qual ele pode, ou não, se identificar (CHARAUDEAU, 2019, p. 137).

Diante dessas duas categorias, nos limitaremos a estudar em nosso trabalho apenas dois *ethé*, mais precisamente o *ethos de competência*, que está inserido na categoria dos *ethé de credibilidade*, e o *ethos de inteligência*, que faz parte da categoria dos *ethé de identificação*.

Trabalharemos apenas esses dois porque dentro dessas categorias há muitos outros *ethé*, que não conseguiríamos contemplar em apenas um trabalho. Nossa escolha pelos *ethé* de *competência* e de *inteligência* se deu devido à importância desses para o sujeito político, visto que são qualidades essenciais para um governante.

O *ethos de competência* demanda do político saberes e habilidades. Desse modo, deve mostrar que sabe o que fazer, deve igualmente mostrar que tem os meios necessários e experiência para agir e obter resultados positivos. Segundo a definição de Charaudeau, “os políticos devem, portanto, mostrar que conhecem todas as engrenagens da vida política e que sabem agir de maneira eficaz” (CHARAUDEAU, 2018, p.125).

O *ethos de inteligência*, tratando-se do político, é apreendido da maneira como o político age, fala, assim como de seu comportamento em sua vida privada. Patrick Charaudeau caracteriza a inteligência humana como “um imaginário coletivo que testemunha a maneira como os membros de um grupo social a concebem e a valorizam”. Assim, ao mostrar que possui essa característica, o político pode provocar a admiração e o respeito dos cidadãos, caso contrário pode parecer inepto e ignorante. Nesse *ethos*, duas figuras se destacam: uma relacionada aos conhecimentos do político, sua origem social e formação, enquanto a outra é a astúcia, ou mesmo a malícia, que estão associadas à dissimulação, ou seja, ao “jogo do ser e o parecer”. As duas figuras podem existir no mesmo indivíduo, mas geralmente uma sobrepõe a outra.

Em nosso trabalho, não será analisado um discurso oral, serão analisadas manchetes, ou seja, discurso escrito, que evoca, igualmente, uma imagem, como afirma Maingueneau:

Com efeito, o texto escrito possui, mesmo quando o denega, um *tom* que dá autoridade ao que é dito. Esse tom permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador (e não, efetivamente, do corpo do autor efetivo). A leitura faz, então, emergir uma instância subjetiva que desempenha o papel de **fiador** do que é dito. (MAINGUENEAU, 2007, p. 107).

Em nosso trabalho, o presidente Jair Bolsonaro será o locutor, sujeito comunicante, enquanto o Jornal *Le Monde* será o primeiro interlocutor, primeiro sujeito interpretante. Mas o jornal *Le Monde* também será novo sujeito comunicante (o segundo sujeito comunicante – SC2), e o seu leitor será o segundo sujeito interpretante (SI2). E, como segundo sujeito comunicante, o jornal construiu a imagem do presidente brasileiro a partir das manchetes das notícias que foram publicadas ao longo do período destacado (de março de 2020 a janeiro de 2021).

4. A RESPEITO DO SER POLÍTICO

O político é uma figura emblemática, difícil de descrever e de decifrar. É, ao mesmo tempo, uma figura pública e um desconhecido, pois só revela de si mesmo o que quer que seja notório.

Assimilamos que além do discurso, o político também se utiliza de sua imagem, a imagem que ele quer que transpareça e que ele constrói através de seu discurso para seduzir e persuadir seus interlocutores. Charaudeau compara o campo político com um jogo de máscaras, e assim como em um jogo de máscaras, é possível ter muitas identidades e adaptá-las de acordo com o contexto. Assim é o sujeito político, um personagem encenando um espetáculo, mascarado, e, o que está por baixo da máscara, provavelmente é outra máscara (CHARAUDEAU, 2019, Prólogo).

Esse personagem deve agir de modo a convencer, persuadir e seduzir os cidadãos, deve se mostrar “digno de fé” e possuir qualidades que o engrandecem, como político e como ser humano. O campo político é também um campo de influência, de persuasão e sedução, onde de um lado fica a *instância política* e de outro a *instância cidadã*³. Sobre isso, Patrick Charaudeau nos diz que:

A palavra política é lançada para um público heterogêneo com o intuito de persuadi-lo sobre o benefício de um programa ou uma ação política e para seduzi-lo e atrair os favores de maior número possível, lançando mão de todos os recursos – sendo que alguns recursos se dirigem à razão do público e outros à sua emoção. Trata-se, pois, de saber como se constrói e como funciona a opinião pública e com ela pode ser manipulada. (CHARAUDEAU, 2016, p. 20)

A partir desse trecho, percebemos o quanto é importante para o político projetar uma imagem positiva sobre o público, visto que ele objetiva atrair o maior número possível de pessoas que compartilhem de suas ideias e se identifiquem com suas propostas. Assim, torna-se essencial conhecer algumas estratégias discursivas, saber como se portar, como agir e como usar a fala para manipular as massas. Por isso é necessário saber como funciona a opinião pública, saber como pensam e o que esperam de um governante. Nos dias atuais, o povo se identifica e vota em um político pela imagem que ele projeta e pelo discurso que ele profere, não propriamente pelo seu programa político (CHARAUDEAU, 2018, p. 78). Por esse motivo, achamos importante nos debruçarmos um pouco mais sobre as propriedades do discurso político.

³ CHARAUDEAU, 2018, pp. 55 - 62.

4.1 O discurso político

Analisar o discurso político é uma tarefa complexa, ao explorá-lo estamos analisando um discurso não apenas pela perspectiva linguística, mas também filosófica e científica, já que nele estão inseridos pontos que englobam a Sociologia, a História, a Antropologia Social e a Filosofia Política. O discurso político é construído a partir dos anseios do público, e para legitimar esse discurso é necessário que o político projete uma imagem que condiga com o que ele fala, além disso, tem que ultrapassar o limite da fala e partir para a ação (CHARAUDEAU, 2019, p. 34).

Como dito na seção acima, o ser político constrói para si mesmo um personagem, que ele julga ser o que o público espera dele, junto a essa imagem é necessário que o sujeito político faça uso de estratégias discursivas para cativar seu público-alvo, os eleitores. No prólogo de seu livro *Discurso político*, Patrick Charaudeau compara o discurso político com um jogo de máscaras, onde cada um mostra apenas o que julga necessário, uma representação na qual há “um sujeito que enuncia e outro que interpreta, cada qual agindo em função daquilo que imagina do outro” - *ethos*. Nas palavras de Charaudeau, temos:

O discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz. Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano. (CHARAUDEAU, 2018, prólogo)

Baseado no trecho acima, observamos que o discurso político é uma faca de dois gumes, com a qual é preciso ter cautela. Devemos interpretar esse discurso tanto pelo que é dito, quanto pelo que não é, como destaca Charaudeau. Além das entrelinhas devemos observar a encenação, o público e a intencionalidade do discurso. O discurso do político muda de acordo com o público, a intencionalidade e o contexto. O discurso proferido para os cidadãos diante de um pronunciamento oficial, ou, em uma propaganda eleitoral, possui uma intencionalidade distinta de um discurso feito para outros políticos no plenário, por exemplo.

Além disso, como já dito anteriormente, outros fatores contribuem para o sucesso comunicativo, como a postura, tom da voz, até mesmo a maneira de se vestir influencia na percepção do outro. A imagem construída pelo sujeito comunicante - *ethos* - é que gera a percepção, pelo sujeito destinatário. Assim, o foco do nosso trabalho é identificar a imagem do presidente Bolsonaro, construída pelo *Le Monde* a partir da análise das manchetes publicadas

no site do jornal, uma vez que no meio político a mídia tem grande poder e influência, principalmente a mídia jornalística em função de sua credibilidade.

5. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS

A instância midiática possui grande influência social, sobretudo quando se trata de informação. As mídias ganharam muito espaço na sociedade nos últimos anos e com o advento da internet seu alcance e influência também se expandiram. Em minutos um acontecimento relevante torna-se notícia no mundo inteiro por meio de diferentes veículos de informação, e, assim, as mídias se tornam um importante meio de comunicação.

A vocação essencial da mídia é “informar o cidadão”, entretanto há muito mais envolvido nessa instância, as mídias não estão alheias aos questionamentos e às críticas sociais relacionadas à veracidade e credibilidade das informações passadas ao público. É necessário conquistar um espaço e estabelecer uma relação de confiança com o público. (CHARAUDEAU, 2015, p. 34).

Os veículos midiáticos mais conhecidos e de fácil acesso são o rádio, a televisão e a imprensa escrita/ digital. A televisão e a imprensa escrita possuem mais destaque e são mais críveis. Mas o meio de informação que está em crescimento constante, ganhando cada vez mais visibilidade, é a imprensa digital. Já existem alguns jornais que só possuem acesso via internet e mesmo alguns jornais impressos já funcionam também de forma digital. É uma maneira de conseguir maior alcance e acessibilidade. É notório que a migração para a forma digital oferece riscos, principalmente referente à propagação de fake News. Por esse motivo, um dos desafios da instância midiática é conseguir se mostrar digna de confiança e de credibilidade aos seus leitores (CHARAUDEAU, 2015, pp. 36 - 39).

A mídia, com sua vocação para informar, não pode ficar alheia ao que acontece no campo político, muito pelo contrário, esse é um tema que está sempre em foco. Os políticos se utilizam da influência das mídias para alcançar o povo, por isso as propagandas eleitorais, os debates televisivos e os pronunciamentos oficiais são de extrema importância. Em relação às mídias, o ser político deve ainda se atentar à imagem que ele projeta diante das câmeras, mesmo quando se trata de sua vida particular, que não está dissociada de sua atuação política. Sua vida particular pode interferir, positivamente, ou não, em sua vida política, por essa razão é necessário que o político limite o que quer/ pode mostrar de sua vida privada, ter cautela ao fazer declarações em público, ao abordar temas considerados polêmicos, dentre outras ações.

A instância midiática pode ser favorável ou desfavorável a um governante, tudo depende de seu comportamento e de suas ações, pois é função das mídias transmitirem as informações de forma imparcial, sejam estas positivas ou não.

Com o alcance obtido pelos veículos midiáticos é possível sabermos notícias do mundo todo. Pensando particularmente no meio político, os principais acontecimentos que movem os governos de grandes países são divulgados pela mídia em grande parte do mundo. O Brasil, por exemplo, foi destaque de algumas manchetes em jornais internacionais referentes à pandemia do coronavírus. Por esse motivo, para entender como as mídias podem construir uma imagem do político, ou contribuir para que uma imagem pré-construída seja modificada, positiva ou negativamente, analisaremos nosso corpus, as manchetes referentes ao Brasil, retiradas do site oficial do jornal francês *Le Monde*, que é uma referência na divulgação de informações na França e no mundo⁴.

⁴ Disponível em: https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2021/02/12/l-histoire-du-monde-au-fil-des-annees_6069693_6065879.html.. Acesso em: 29/ 11/ 2021.

5.1 *Le Monde*

O *Le Monde* é um renomado jornal francês fundado pelo jornalista Hubert Beuve-Méry no ano de 1944. Atualmente é um dos jornais mais respeitados e importantes do mundo. O *Le Monde* é um dos jornais franceses mais conhecidos e muitas vezes o único que pode ser obtido facilmente em países não francófonos. É um jornal de publicação diária que se debruça sobre diversas áreas, e publica informações tanto da França quanto do exterior.

Inicialmente, o *Le Monde* fornecia, em suas notícias, análise e opinião, e por essa razão era considerado um jornal menos importante. Entretanto, nos últimos anos o jornal mostra-se imparcial e trata apenas dos fatos noticiados. É atualmente um dos jornais mais influentes no cenário mundial e passa muita credibilidade para o público leitor. Além dos jornais impressos, o *Le Monde* possui seu próprio site, que funciona desde dezembro de 1995. Por meio do site o jornal aumenta seu alcance e publica informações sobre vários países e o cenário mundial.⁵

Durante a pandemia do coronavírus, o Brasil foi por diversas vezes manchete das notícias do *Le Monde*, esse fato fez com que optássemos por analisar como esta instância midiática francesa construiu o *ethos* do presidente brasileiro a partir do discurso das manchetes que publicou entre março de 2020 e janeiro de 2021.

⁵ Disponível em: https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2021/02/12/l-histoire-du-monde-au-fil-des-annees_6069693_6065879.html. Acesso em: 29/ 11/ 2021.

6. ANÁLISE DO CORPUS

As manchetes que serão analisadas foram publicadas no *Le Monde* entre março de 2020 e janeiro de 2021, período em que a pandemia foi se agravando progressivamente no Brasil e no mundo.

Sendo o *ethos* “válido para qualquer discurso, inclusive o escrito”, como afirma Maingueneau (2007, p. 107), vamos analisar as manchetes, observando se é possível identificar o *ethos de competência* e o *ethos de inteligência* do presidente Bolsonaro, e, em caso afirmativo, como esses *ethé* se modificaram na percepção do jornal ao longo desse intervalo de tempo, considerando que o jornal já tinha uma imagem pré-construída do governante, por ele ser uma figura pública.

Como se pode observar na FIGURA 2, a primeira manchete do nosso corpus foi publicada pelo jornal poucos dias após a OMS caracterizar a COVID-19 como uma pandemia. Traduzindo o título da manchete, temos: "Coronavírus: No Brasil, Jair Bolsonaro rejeita o confinamento que ameaça, segundo ele, arruinar o país" (Tradução nossa).



FIGURA 2: *Le Monde*, 25 de março de 2020, França

Como destacamos na introdução do nosso trabalho, são usadas estratégias argumentativas no discurso, de acordo com a intencionalidade do locutor. Na manchete da figura 2, a estratégia usada foi destacar o ponto de vista do presidente em relação às medidas preventivas à COVID-19. O uso do sintagma verbal “rejette le confinement” significa que ele nega as medidas recomendadas, além disso, confirmamos que é este o ponto de vista do presidente no segundo período da manchete, onde é destacado o motivo pelo qual Bolsonaro rejeita as medidas restritivas, através do uso do termo “selon lui” (segundo ele).

O *ethos* de credibilidade, onde está inserido o *ethos* de competência, é construído a partir de como o sujeito fala, revelando traços de caráter e de corporalidade, assim a partir de seu discurso o interlocutor vai julgá-lo como digno, ou não, de crédito. Ao se mostrar contrário às medidas restritivas e preventivas à doença, e ainda, criticar os estados brasileiros, que assim como um terço da população mundial, estavam cumprindo as orientações da Organização Mundial da Saúde, o presidente comprometeu sua imagem de crível e deu margem para a construção de outras imagens, como a de um líder irresponsável, ao rejeitar as medidas sanitárias, e descomprometido com os cidadãos, ao pensar apenas na economia do país, que segundo ele, seria prejudicada com a adesão ao *lockdown*. O jornal, ao reproduzir as palavras do presidente, constrói para o público leitor francês a imagem de um representante não digno de crédito e que demonstrou não saber lidar com a situação. Desse modo, não foram encontrados aspectos dos *ethé* de competência e de inteligência nessa primeira manchete.

Como já se depreende da primeira manchete do nosso corpus, o jornal constrói uma imagem do presidente Bolsonaro como adverso às medidas estabelecidas para evitar o contágio da COVID-19. Esta imagem foi construída a partir das atitudes do presidente diante da pandemia e são negativas.

Na manchete abaixo (FIGURA 3), publicada ainda no início da pandemia, temos: “Coronavírus: no Brasil, medidas insuficientes face à deflagração econômica” (Tradução nossa).

ÉCONOMIE

Coronavirus : au Brésil, des mesures insuffisantes face à la déflagration économique

Les travailleurs précaires sont les plus touchés, en particulier les 38 millions de Brésiliens travaillant dans le secteur informel.

Par Bruno Meyerfeld (Rio de Janeiro, correspondant)

Publié le 27 mars 2020 à 10h55 - Mis à jour le 01 avril 2020 à 17h13 -  Lecture 4 min.

FIGURA 3: *Le Monde*, 27 de março de 2020, França

De acordo com o título da manchete, o jornal constrói do presidente a imagem de um governante que não fez o devido investimento na área da saúde pública, nem adotou medidas eficazes para frear o avanço da doença, fato que afetou a economia do país.

O fato de o *Le Monde* se referir às medidas sanitárias adotadas pelas autoridades brasileiras como "mesures insuffisantes" aponta a imagem de um presidente despreparado, o que se confirma diante da carência e ineficácia das providências tomadas para conter o vírus. E, ao seguidamente, acrescentar que, junto às medidas insuficientes, o país estava diante da "déflagration économique" salienta que, o avanço da pandemia gerou não apenas problemas na saúde pública como também provocou uma crise econômica no país, em parte devido à grande quantidade de trabalhadores informais que não podiam trabalhar (Cf lide da matéria - "Os trabalhadores em situação precária são os mais afetados, particularmente os 38 milhões de trabalhadores do setor informal" - tradução nossa). Assim, a imagem que o jornal captou do presidente, diante das atitudes (não) tomadas para controlar o avanço da doença nos estados brasileiros, foi de um representante político inapto e despreparado para lidar com a situação e com as complicações geradas por ela. Nessa manchete também não foram encontradas categorias em que se identifiquem os *ethé* de competência e de inteligência. O presidente brasileiro apresenta, ao contrário, características que são opostas às que apresentam esses dois

ethé. Dessa maneira, mais uma vez, o jornal constrói uma imagem negativa para o presidente brasileiro.

De acordo com Patrick Charaudeau, no campo político é importante ter aliados, que sejam do mesmo partido ou apenas que compartilhem ideais semelhantes, estabelecendo, desse modo, algumas relações. Estabelecer relações é uma forma de se fortalecer frente aos adversários e de passar para o povo uma imagem de crível e legítimo.

Por efeito do título da manchete abaixo (FIGURA 4), por exemplo, infere-se que houve a ruptura de uma relação entre o ministro da saúde, na época, Luiz Henrique Mandetta e o presidente da República Jair Bolsonaro. Temos como título: “Coronavirus: em plena pandemia, Jair Bolsonaro demite seu ministro da saúde” (Tradução nossa).



FIGURA 4: *Le Monde*, 17 de abril de 2020, França

Ao usar a expressão “en pleine pandémie”, a manchete destaca que a ação se deu em um momento inesperado, visto que, frente a um momento delicado como o enfrentamento à uma pandemia, se espera que o presidente tome atitudes racionais e inteligentes em prol da saúde de toda a população. Temos na sequência o trecho: “Jair Bolsonaro renvoie son ministre de la santé”, que junto à lide da manchete: “Luiz Henrique Mandetta était devenu le symbole de la lutte contre le Covid-19” (Luiz Henrique Mandetta tinha se tornado o símbolo da luta contra o Covid-19” - Tradução nossa), revela uma contradição de informações: o presidente

demitiu o ministro da saúde e esse ministro era considerado um símbolo da luta contra o vírus. A partir das informações apresentadas o jornal constrói a imagem de um líder que demonstra ter descomprometimento com o Ministério da Saúde, ao mesmo tempo, de um líder inepto por tomar uma decisão tão importante como a demissão de um ministro, e, justamente o ministro da saúde que era uma referência no combate à doença. Mais uma vez, não foram encontradas as categorias do *ethos* de competência. O *ethos* de inteligência, geralmente provoca admiração e respeito das pessoas por quem demonstra tê-lo, no caso da manchete analisada, o presidente Bolsonaro ao tomar uma decisão precipitada, pode ter provocado o efeito oposto, fazendo com que o *Le Monde* associe, novamente, a ele uma imagem negativa.

Na manchete seguinte (FIGURA 4), lemos: “Brasil: a perigosa e incontrolável escolha de Bolsonaro” (Tradução nossa).

≡ **Le Monde** → **S'abonner**

OPINIONS

Brésil : la dangereuse fuite en avant de Bolsonaro

—

ÉDITORIAL

Le Monde

Editorial. Malgré un bilan de plus en plus lourd, le président brésilien continue d'affirmer sans barguigner que le coronavirus est une « grippette » ou une « hystérie » née de l'« imagination » des médias.

Publié le 18 mai 2020 à 11h31 - Mis à jour le 19 mai 2020 à 21h37 | 🕒 Lecture 2 min.

f ✉️ 🗨️ ➦

FIGURA 5: *Le Monde*, 18 maio de 2020, França

Ao analisarmos essa manchete, percebemos que o *Le Monde* já começa a esboçar uma imagem do presidente Bolsonaro. Ao usar o adjetivo “dangereuse”, o jornal evidencia que as atitudes de Bolsonaro já são vistas como perigosas e cria a imagem de perigo, fato que é

confirmado ao lermos a lide da manchete: “Apesar de um balanço cada vez mais pesado, o presidente brasileiro continua a afirmar, sem hesitar, que o coronavírus é uma “gripezinha” ou uma “histeria” nascida da “imaginação” das mídias.” (Tradução nossa). O jornal ainda destaca as falas polêmicas do presidente, ao se referir ao vírus como “gripezinha” e “histeria”, revelando desconhecimento e negacionismo. Desse modo, o *Le Monde* reproduz a imagem de um presidente negacionista, por fazer tantas afirmações sem pensar nos efeitos que estas podem gerar; despreparado, por não saber como agir diante das complicações da pandemia e de um líder não crível, ou seja, que não é digno de fé. E aqui, novamente não encontramos traços que possam associar os *ethé* de competência e de inteligência a Bolsonaro, novamente ele mostra possuir características antônimas às que compõem esses *ethé*. Desse modo, a imagem associada ao presidente Bolsonaro, por parte do jornal francês, é, outra vez, uma imagem desfavorável.

No campo político, a opinião do povo (Instância cidadã) tem influência sob a imagem do político e contribui para a manutenção ou mudança de sua imagem, como veremos na manchete seguinte (FIGURA 6).



FIGURA 6: *Le Monde*, 08 de junho de 2020, França

Na manchete lê-se: “Brasil: manifestações a favor e contra Jair Bolsonaro” (Tradução nossa). Essa manchete mostra que o povo já estava se posicionando em relação ao presidente Bolsonaro. Como destacado na manchete, houve manifestações “pour” (a favor), ou seja, apoiadores e simpatizantes de Bolsonaro foram às ruas em defesa dele, assim como manifestações “contre” (contra) o governo de Bolsonaro. Apesar de não falar dos números, ou seja, não especificar quantos manifestantes eram a favor e quantos manifestavam contra o presidente, o fato de haver protesto já indica uma ruptura na relação do povo com Bolsonaro, que resultou na quebra de confiança e perda de credibilidade. Assim, por efeito dessa manchete o *Le Monde* associa ao presidente Bolsonaro a imagem de desconfiável e sem credibilidade. Nesse caso, o presidente apresentou características antagônicas ao *ethos* de credibilidade, também não encontramos traços correspondentes aos *ethé* de competência e credibilidade, pelo contrário, a partir dessas características o jornal construiu para o presidente Bolsonaro, de novo, uma imagem negativa.

Na manchete seguinte (FIGURA 7), o jornal destaca, mais uma vez, uma fala de Bolsonaro. Temos como título da manchete: “Para o presidente Jair Bolsonaro, “o Brasil está quebrado, eu não posso fazer nada” (Tradução nossa).



FIGURA 7: *Le Monde*, 06 de janeiro de 2021, França

O jornal francês enfatiza que essa é a perspectiva de Bolsonaro ao utilizar a preposição “pour” e em seguida destacar a fala do presidente brasileiro entre aspas. Ao reproduzir o discurso de Jair Bolsonaro, o *Le Monde* constrói a imagem de um político que se esquivava de sua responsabilidade, como presidente da república, de cuidar do povo brasileiro. O jornal francês constrói um *ethos* de um político que se considera incapaz de cumprir o seu dever. Ao admitir que não consegue cumprir com seu dever, o presidente Bolsonaro demonstra não possuir os saberes e habilidades necessários para exercer sua função como presidente, fato que é o oposto do que é descrito do *ethos* de competente.

Vale salientar que a declaração de Bolsonaro faz referência ao fim do pagamento do Auxílio Emergencial, uma medida encontrada para ajudar os milhões de trabalhadores que ficaram em casa durante a quarentena, como podemos comprovar ao ler a lide da manchete: “A ajuda emergencial concedida durante 9 meses a 68 milhões de brasileiros acabou diante da pressão dos mercados, inquietos pelo *déficit* e pela dívida do país.” (Tradução nossa), O *Le Monde* constrói, desse modo, a imagem de um governante desqualificado, devido sua própria declaração, e também descomprometido, pela escolha de palavras feita. Desse modo, não foram encontradas categorias do *ethos* de inteligência, e as imagens encontradas, de um líder desqualificado e descomprometido, são características que demonstram que o governante não domina as engrenagens do meio político, nem suas funções como presidente. E aqui, mais uma vez, em consequência de suas atitudes, o presidente brasileiro foi associado a imagens desfavoráveis.

O político deve estar preparado para lidar com diferentes tipos de situações, sejam elas boas ou ruins. Assim, seja qual for o caso, mas principalmente em situações delicadas, ele deve mostrar-se preparado e capaz de lidar com os problemas decorrentes. Assim, ao demonstrar possuir conhecimentos e habilidades para enfrentar as situações adversas, o político constrói para si a imagem de um líder preparado e inteligente.

Porém, quando ocorre o oposto, a situação pode fugir do controle e acarretar problemas em diferentes áreas, assim como gerar atrito com outros políticos e partidos. Na manchete seguinte (FIGURA 8), dois representantes políticos, João Doria, governador do estado de São Paulo, e o presidente Bolsonaro são citados por terem concepções diferentes sobre a vacina contra a COVID-19.

Au Brésil, la vaccination a commencé sur fond de confrontation politique

Alors que la campagne de vaccination a débuté le 17 janvier à Sao Paulo, Joao Doria, le gouverneur de la ville, a salué la bataille gagnée contre les « négationnistes » des vaccins. Une déclaration qui visait notamment le président, Jair Bolsonaro.

Par Bruno Meyerfeld (Rio de Janeiro, correspondant)

Publié le 24 janvier 2021 à 17h34 - Mis à jour le 24 janvier 2021 à 17h43 ·  Lecture 3 min.



FIGURA 8: *Le Monde*, 24 de janeiro de 2021, França

Na manchete acima, temos: “No Brasil, a vacinação começou em um contexto de confronto político”. Mas é a lide da manchete que nos permite analisar a imagem do presidente Bolsonaro construída pelo jornal francês: “Quando a campanha de vacinação iniciou em 17 de janeiro em São Paulo, João Doria, o governador da cidade (sic)⁶, saudou a batalha ganhada contra os "negacionistas" das vacinas. Uma declaração que visava particularmente o presidente, Jair Bolsonaro.” (Tradução nossa).

Através da lide, o *Le Monde* constrói uma imagem do presidente Jair Bolsonaro enquanto negacionista, no trecho textual: “Uma declaração [de João Doria] que visava particularmente o presidente, Jair Bolsonaro”. Neste trecho, “Uma declaração” retoma todo o trecho textual anterior: “João Doria [...] saudou a batalha ganha contra os negacionistas das vacinas.” Além disso, o jornal usa o advérbio “notamment” (particularmente) para destacar que o discurso do governador João Doria, ao falar de uma batalha contra os negacionistas, se dirigia

⁶ O governador João Doria governa o estado de São Paulo, não apenas a cidade.

a ele. Ao se referir ainda ao processo de vacinação como “bataille gagnée” (batalha ganha), compreendemos que foi um processo difícil. Assim, não encontramos, no presidente Jair Bolsonaro, qualidades dos *ethé* de competência e Inteligência, mas, outra vez, o *Le Monde* constrói para Bolsonaro uma imagem negativa.

Para concluir nosso corpus, temos a última manchete (FIGURA 9), com o seguinte título: “Pela primeira vez, uma parte da Direita manifesta contra o presidente Bolsonaro no Brasil” (Tradução nossa).



FIGURA 9: *Le Monde*, 25 de janeiro de 2021, França

Nessa manchete, destacamos dois pontos importantes: primeiro, o fato de o jornal usar o trecho “Pour la première fois” para demonstrar que depois de todos os acontecimentos “pela primeira vez” até parte da direita se mostrou discordante do governante; o segundo ponto, o fato dessa parte da direita ir para as ruas manifestar-se contra o governo de Bolsonaro.

A lide da manchete esclarece as circunstâncias em que ocorreram as manifestações, temos: “O dirigente de extrema direita enfrentou, no último fim de semana, uma série de manifestações pelo país, reivindicando sua destituição.”. Ou seja, os manifestantes que protestavam em todo o país estavam pedindo o impeachment do presidente Bolsonaro. Vemos,

através da lide, que as manifestações indicam que o presidente Bolsonaro apresenta sinais de enfraquecimento no grupo que o apoia.

Dessa maneira, a partir da análise dessa manchete, o jornal constrói para Bolsonaro a imagem de um dirigente inábil e ineficiente, em função do que vimos também nas manchetes anteriores e que pode ter contribuído significativamente para essas manifestações em prol da destituição do dirigente. Ao analisar a última manchete do corpus, repetidamente, não foi encontrado nenhum aspecto dos *ethé* de competência e de inteligência. Por outro lado, vemos que o jornal *Le Monde* construiu para o presidente Jair Bolsonaro, imagens negativas, em razão de suas ações e declarações.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como proposto no início de nosso trabalho, coletamos manchetes publicadas pelo jornal francês *Le Monde* entre março de 2020 e janeiro de 2021, tendo como tema o presidente brasileiro Jair Bolsonaro. Tivemos como suporte teórico a Análise Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2015, 2018, 2019) e a Análise do Discurso de Dominique Maingueneau (2016, 2019) e de Ruth Amossy (2016) para estudar os traços dos *ethé* de competência e de inteligência, buscando verificar: se o jornal francês os relacionou ao presidente brasileiro em manchetes publicadas no período mencionado, se as imagens do presidente brasileiro foram construídas a partir das suas atitudes e declarações e se as imagens construídas foram positivas ou negativas.

Após a análise das manchetes, concluímos que o *Le Monde* construiu para o presidente brasileiro a imagem de um governante inapto, despreparado, negacionista, irresponsável e descomprometido com seu trabalho. As ações do presidente Bolsonaro que foram relatadas são o oposto das que um bom político deve ter, como competência e responsabilidade. Em relação ao *ethos* de competência, as manchetes do jornal *Le Monde* não o constroem, em nenhum momento, quando a notícia tem como foco o presidente Bolsonaro. Para passar a imagem de competente, é necessário que o possuidor, no caso desta pesquisa, o presidente Bolsonaro, disponha de saber e habilidade para exercer bem sua função, imagem do governante que não foi construída à análise do corpus.

Também não identificamos manchetes do jornal *Le Monde* que associassem ao presidente o *ethos* de inteligência. No meio político, a inteligência é percebida por meio de ações e declarações durante acontecimentos políticos e também em função de como o político age em sua vida privada. Desse modo, o presidente Bolsonaro, através de suas declarações e suas ações, contribuiu para que o jornal *Le Monde* construísse imagens negativas a seu respeito, imagens que o desqualificam como ser político, como governante e como brasileiro.

As manchetes analisadas marcam o avanço da pandemia no Brasil, bem como a consolidação dos *ethé* construídos por seu presidente. Uma vai complementando a outra, e a cada manchete a imagem do presidente Bolsonaro se mostra mais negativa. Não foi possível identificar sequer um ponto positivo, de acordo com o que vimos nas manchetes, na imagem do presidente Bolsonaro construída pelo jornal *Le Monde* diante do enfrentamento da pandemia de COVID-19.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2. ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*; tradução Angela M.S. Corrêa. 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

_____. *Discurso político*; tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2. ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.

_____. *Linguagem e discurso: modos de organização*; Coordenação da equipe de tradução Angela M. S. Corrêa & Ida Lúcia Machado. 2.ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2019.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*; tradução de Maria Cecília P. de Sousa e Décio Rocha Silva. 6. ed. ampl. São Paulo: Contexto, 2016.

MOTTA, Ana Raquel, SALGADO, Luciana (org.). *Ethos discursivo*. 2. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2019.

FONTES DIGITAIS

CHARAUDEAU, Patrick. "Le contrat de communication dans la situation de classe", in *Interactions*, Halté J. F. (éd.), Université de Metz, 1993 consulté le 30 août 2021 sur le site de *Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications*. URL:<http://www.patrick-charaudeau.com/Le-contrat-de-communication-dans,57.html>.

Histórico da pandemia de covid-10. OPAS - Organização Pan-americana de saúde. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 20 de setembro de 2021.

L'histoire du "Monde" au fil des années. *Le Monde*, 2021. Disponível em: https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2021/02/12/l-histoire-du-monde-au-fil-des-annees_6069693_6065879.html. Acesso em 29 de novembro de 2021.

MEYERFELD, Bruno (correspondente). *Coronavirus: au Brésil, des mesures insuffisantes face à la déflagration économique*. *Le Monde*, 2020. Disponível em: https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/03/27/coronavirus-au-bresil-des-mesures-insuffisantes-face-a-la-deflagration-economique_6034623_3234.html. Acesso em: 27 de março de 2020.

_____. *Coronavirus : en pleine pandémie, Jair Bolsonaro renvoie son ministre de la santé*. *Le Monde*, 2020. Disponível em: https://www.lemonde.fr/international/article/2020/04/15/devenu-le-visage-de-la-lutte-contre-le-coronavirus-le-ministre-de-la-sante-bresilien-au-bord-du-limogeage_6036699_3210.html. Acesso em: 15 de abril de 2020.

_____. Au Brésil, la vaccination a commencé sur fond de confrontation politique. Le Monde, 2021. Disponible em: 22020https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/01/24/au-bresil-la-vaccination-commence-sur-fond-de-confrontation-politique_6067434_3244.html. Acesso em: 24 de janeiro de 2021.

_____. Pour la première fois, une partie de la droite manifeste contre le président Bolsonaro au Brésil. Le Monde, 2021. Disponible em: https://www.lemonde.fr/international/article/2021/01/25/bresil-pour-la-premiere-fois-une-partie-de-la-droite-manifeste-contre-le-president-bolsonaro_6067465_3210.html. Acesso em: 25 de janeiro de 2021.

Coronavirus: Au Brésil, Jair Bolsonaro rejette le confinement qui menace, selon lui, de ruiner le pays. Le Monde, 2020. disponible em: https://www.lemonde.fr/international/article/2020/03/25/bolsonaro-rejette-le-confinement-qui-menace-selon-lui-de-ruiner-le-bresil_6034315_3210.html. Acesso em: 25 de março de 2020.

Brésil: la dangereuse fuite en avant de Bolsonaro. Le Monde, 2020. Disponible em: https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/05/18/bresil-la-dangereuse-fuite-en-avant-de-bolsonaro_6040012_3232.html. Acesso em: 18 de maio de 2020.

Brésil: manifestations pour et contre Jair Bolsonaro. Le Monde, 2020. Disponible em: https://www.lemonde.fr/international/article/2020/06/08/bresil-manifestations-pour-et-contre-jair-bolsonaro_6042082_3210.html. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Pour le président Jair Bolsonaro, « le Brésil est en faillite, je ne peux rien faire ». Le Monde, 2021. Disponible em: https://www.lemonde.fr/international/article/2021/01/06/le-bresil-est-en-faillite-je-ne-peux-rien-faire-annonce-le-president-bolsonaro_6065341_3210.html. Acesso em: 06 de janeiro de 2021.