

REFLEXÕES SOBRE OS DISCURSOS DE GRUPOS DAS REDES SOCIAIS ON-LINE PRÓ E CONTRA O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF: UMA ABORDAGEM DO ETHOS¹

Cleide Rodrigues Picolo²

RESUMO

Este texto é uma reflexão sobre as diferentes cenas de enunciação a partir da análise de publicações das fanpages de grupos pró e contra o impeachment de Dilma Rousseff que articularam e organizaram atos públicos pelas redes sociais on-line, em 2016. O objetivo é observar o ethos e as cenas de enunciação que se revelam nos convites virtuais voltados ao engajamento e à participação popular, a partir da teoria de Dominique Maingueneau (2008). Trata-se de um estudo empírico em que o fiador evidencia seu posicionamento ideológico e suas intenções nas postagens a fim de instigar a sociedade a lutar por seus ideais no mundo real. Conclui-se que ao concebermos o ethos como um processo interativo de influência sobre o outro, cabe aos seguidores das fanpages incorporar, pela aprovação ou rejeição, o ethos discursivo inscrito nas cenas de enunciação dos ambientes virtuais.

PALAVRAS-CHAVE

Análise do Discurso. Ethos. Participação Popular. Redes Sociais On-line. Impeachment de Dilma Rousseff.

1 INTRODUÇÃO

O impeachment de Dilma Rousseff trata-se de um fato relevante da história política do Brasil. Portanto, nos parece pertinente inseri-lo no campo da pesquisa científica, com possibilidade de enfoques diferentes de estudo. Optamos por fazer um recorte do tema, considerando o uso recorrente dos recursos tecnológicos e das mídias sociais on-line por grupos organizados e articulados nas redes sociais a favor e contra o impeachment. Neste texto, analisamos publicações das fanpages de quatro grupos que atuaram de forma representativa na organização de eventos e atos públicos por meio das redes sociais on-line.

A proposta foi observar o ethos e as cenas de enunciação que se revelaram nos convites virtuais postados na rede social Facebook para promover o engajamento e a

¹ A primeira versão deste texto foi apresentada no XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/Intercom 2017, em Curitiba, e contribuiu para a Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) As manifestações públicas pelos grupos pró e contra o impeachment de Dilma Rousseff nas redes sociais on-line. Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.

² Jornalista. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Bolsista CNPq.

participação popular, com base na teoria de Dominique Maingueneau (2008). Trata-se de um estudo empírico de publicações feitas pelos grupos Movimento Brasil Livre (MBL) e Vem pra Rua (a favor do impeachment); e Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo (contra o impeachment) entre março e agosto de 2016 – período que abrange o primeiro grande ato público pelo pedido de impeachment até a conclusão do processo no Senado. Foram encontradas 89 postagens, e a partir de uma seleção racional de amostras não probabilísticas (RICHARDSON, 2008), cujos critérios serão detalhados no decorrer deste texto, analisamos 19 delas, sendo cinco de cada grupo – exceto do Vem pra Rua que, no referido período, publicou ao todo quatro posts com tal finalidade em sua fanpage.

Partimos dos estudos de Maingueneau (2008) no que tange ao conceito de *ethos*, que não se desvincula da noção ligada à Retórica de Aristóteles. Ele concorda com algumas ideias do filósofo grego, porém, traz novas contribuições ao debate. Na sua concepção, a noção do *ethos* vai além da retórica estritamente ligada à oralidade, abarcando ainda questões físicas e psíquicas associadas ao “fiador” pelas representações coletivas. O autor francês atribui ao fiador um “caráter” e uma “corporalidade” associados, respectivamente, aos traços psicológicos e a uma compleição física.

(...) Enquanto a retórica ligou estreitamente o *ethos* à oralidade, em vez de reservá-lo à eloquência judiciária ou mesmo à oralidade, pode-se propor que qualquer texto, mesmo se ele o nega, tem uma “vocalidade” específica que permite relacioná-la a uma categorização do corpo do enunciador, a um fiador que, por meio de seu “tom”, atesta o que é dito (MAINGUENEAU, 2008, p.64)

Neste texto, situamos o *ethos* e a cena de enunciação no contexto histórico do movimento de impeachment de Dilma Rousseff. Abordamos o *ethos* presente nas postagens que, por sua vez, está inserido na “cena de enunciação”. Com base na perspectiva do pesquisador em análise do discurso Maingueneau (2008, p.70), trabalhamos com as três cenas que compõem a “cena de enunciação”, sendo a “cena englobante” o discurso político; a “cena genérica”, os posts/convites publicados no Facebook pelos grupos investigados; e a “cenografia”, os eventos articulados pelos grupos nas redes sociais virtuais. O objetivo é desvelar os discursos produzidos por esses grupos nos espaços de relacionamento on-line e suas interações com as ideologias que propagaram na ocasião do acontecimento.

2 O ETHOS PRÉ-DISCURSIVO NOS POSTS DAS FANPAGES: CENÁRIO DO GOVERNO DILMA E A CONSTITUIÇÃO DOS GRUPOS NAS REDES SOCIAIS ON-LINE

O movimento do impeachment de Dilma Rousseff ganha força por meio de manifestações públicas antes mesmo da abertura oficial do processo, que foi autorizado no dia 12 de maio de 2016 por meio de votação no Senado e concluído em 31 de agosto do mesmo ano com sua saída do cargo. De março a dezembro de 2015, foram registrados ao menos nove atos e manifestações públicas a favor e contra o governo, com presença significativa de pessoas nas ruas (MAPA..., G1, 2016). Novos protestos ocorreram em 2016, tendo seu ápice em 13 de março daquele ano, quando o pedido de impeachment torna-se ainda mais intenso. A partir de então, diversos manifestos são articulados nas redes sociais digitais por grupos contra e favor da presidente.

Entre as razões de conhecimento público que culminaram no afastamento de Dilma estão o avanço das investigações da Operação Lava Jato da Polícia Federal, que apurava esquema de corrupção na Petrobras, envolvendo políticos de vários partidos, inclusive de sua base aliada, e as maiores empreiteiras do país; críticas ao seu segundo governo por conta do baixo crescimento econômico, medidas de ajuste fiscal, descaso de dinheiro público, entre outras questões que impactavam o dia a dia da população; e a pressão da grande mídia.

Contudo, autores consultados observam que o impeachment foi uma consequência de fatores para além do plano imediato. As ações da presidente desde o seu primeiro governo, sobretudo a partir da implementação da nova matriz econômica, que tinha como marca forte o “ativismo estatal” na busca da reindustrialização, (SINGER, 2015); a falta de percepção do governo com relação às demandas da sociedade que eclodiram nas ruas a partir de 2013 (BUCCI, 2016); a perda de apoio em diversos segmentos da sociedade, especialmente depois de uma reeleição apertada, com promessas de campanha não cumpridas (SINGER, 2015; BUCCI, 2016; VILLAYERDE, 2016), entre outros motivos. Dessa forma, o processo de impeachment, conduzido a partir das “pedaladas fiscais” e dos decretos orçamentários, foi apenas a base formal para afastar Dilma Rousseff do poder.

Na era digital, as articulações e mobilizações de grupos de diferentes setores da sociedade ganham forma e corpo por meio das redes sociais on-line. Neste estudo, selecionamos quatro deles, os mais expressivos na época, com forte articulação em prol das manifestações públicas e com considerável número de seguidores em suas fanpages e os dividimos em dois blocos opostos: o MBL e Vem pra Rua, pró-impeachment; e Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo, contra o processo.

O *MBL*, que se diz uma “entidade que visa mobilizar cidadãos em favor de uma sociedade mais livre, justa e próspera”, mantém sua página no Facebook desde 1º de novembro de 2014 e conta com 3,4 milhões²³ de seguidores. O Vem pra Rua iniciou suas atividades na rede no mesmo ano e agrega 2,2 milhões de pessoas. Ambos, cada vez mais, se revelaram adeptos do conservadorismo político e defensores de padrões culturais tradicionais, como indicam seus vínculos político-partidários revelados nas eleições de 2016 e de 2018.

A Frente Brasil Popular, que se propõe a atuar “em defesa da democracia e por uma nova política econômica” está no Facebook desde agosto de 2015, e tem 160 mil seguidores. No mesmo período surge a Frente Povo Sem Medo, que “reúne diversos movimentos sociais, lutadoras e lutadores, de todo o Brasil” e conta com 154 mil pessoas conectadas em sua página na rede social Facebook.

Os elementos descritos nesta parte do texto compõem o ethos pré-discurso dos discursos investigados neste estudo. Para Maingueneau, “não podemos dissociar a organização dos conteúdos e a legitimação da cena de fala” (2002, p.99). Consideramos, então, que a construção dos convites (posts) publicados nas fanpages já mencionadas interage com o cenário que precede o processo do impeachment. Os discursos construídos nos posts se inter-relacionam com a história do governo Dilma, a formação ideológica dos grupos articulados e organizados nos ambientes das redes sociais on-line, os contextos sociais e institucionais, entre outros fatores.

Ao analisarmos o ethos de um discurso, temos de ter o entendimento de que este ethos é resultado da interação de diversos fatores. Além do ethos pré-discursivo, temos ainda dentro deste contexto o ethos discursivo (ethos mostrado), mas também o ethos dito.

²³ Levantamento feito em 16 de julho nas páginas de Facebook dos grupos MBL, Vem pra Rua, Frente Brasil Popular e Povo Sem Medo

Estes dois inscrevem-se “numa linha contínua”, sendo impossível definir “uma fronteira . nítida” entre ambos. Da interação dessas diversas instâncias, temos o ethos efetivo, ou seja, aquele que é construído pelo destinatário, “cujo peso respectivo varia segundo os gêneros de discurso” (MAINGUENEAU, 2008, p.71).

Com base no conceito de Maingueneau, propomos a análise empírica de posts publicados pelos grupos já mencionados na rede social Facebook na ocasião do processo impeachment de Dilma, em particular, os convites divulgados nas fanpages que instigam à participação em atos públicos por todo o país. Neste estudo, vamos nos valer da explanação aqui feita sobre o ethos pré-discursivo, que, por sua vez, contribuiu para a formação do ethos discursivo (dito e mostrado) nos documentos estudados neste texto.

3 POSICIONAMENTO IDEOLÓGICO E INTENÇÕES DESVELADAS PELO FIADOR NAS CENAS DE ENUNCIÇÃO

A proposta do estudo empírico deste texto é analisar os convites (posts) publicados nas fanpages dos grupos MBL, Vem pra Rua, Frente Brasil Popular e Frente Povo Sem Medo, no período de efervescência do processo de impeachment de Dilma em 2016. Fizemos o levantamento de publicações de mesma categoria postadas no Facebook – convites para participação da sociedade em eventos e/ou atos públicos organizados pelos grupos. Foram encontradas 89 postagens publicadas de março a agosto de 2016.

Optamos pela seleção racional, em que “os elementos que formam a amostra relacionam-se intencionalmente de acordo com certas características estabelecidas no plano e nas hipóteses formuladas pelo pesquisador” (RICHARDSON, 2008, 161). Neste sentido, a triagem considerou a participação/presença no evento; a abrangência das ações em âmbito nacional; e a repercussão, sendo observada a interação e o relacionamento do seguidor na rede social com os (grupo e/ou outros seguidores). Também verificou-se a parceria firmada entre os grupos para a realização dos atos e o contexto institucional de sua promoção. Do critério adotado, triamos 19 convites, sendo cinco de cada grupo – exceto o Vem pra Rua que, durante o período, publicou quatro posts relacionados ao tema deste estudo. A seguir, destacamos a relação de convites que foram objeto desta pesquisa.

Quadro 01 – Convites postados no Facebook dos grupos pró e contra o impeachment
(período 1º de março a 31 de agosto de 2016)

Posts/convites virtuais dos grupos pró-impeachment	
MBL	Vem pra Rua
13 de março de 2016 	13 de março de 2016 
17 de março de 2016 	2 de abril de 2016 
11 de abril de 2016 	17 de abril de 2016 
17 de abril de 2016 	31 de julho de 2016 
30 de agosto de 2016 	

Posts/convites virtuais dos grupos contra o impeachment	
Frente Povo Sem Medo	Frente Brasil Popular
24 de março de 2016 	18 de março de 2016 
1º de maio de 2016 	31 de março de 2016 
10 de junho de 2016 	17 de abril de 2016 
31 de julho de 2016 	10 de junho de 2016 
29 de agosto de 2016 	29 de agosto de 2016 

Fonte: Elaborado pela autora

As publicações investigadas têm como finalidade instigar a participação popular e o engajamento social dos brasileiros nos atos e manifestações públicas articuladas e organizadas nos ambientes das redes virtuais. É o chamado ativismo nas mídias e redes

sociais on-line ou ciberativismo dos movimentos políticos, que surgiu como uma consequência do uso frequente dos dispositivos móveis conectados à internet. Seria um aperfeiçoamento ao ativismo tradicional.

(...) A tradição do ativismo, especialmente de cunho político, teve suas origens muito antes da internet, de modo que as redes vieram trazer novos tipos de informações de movimentos sociais e diferentes formas de ativismo, intensificando uma vocação coletiva em prol da justiça social. (...) hoje, os movimentos sociais ganharam aceleração e amplitude graças às tecnologias computacionais interativas, especialmente, as nômades, que se desvencilharam dos limites impostos pelos fios (SANTAELLA, 2013, p.34).

Ao tratar das interações sociais intermediadas pela tecnologia, o sociólogo Maximo di Felice (2013, p.282) refere-se ao tema a partir da expressão net-ativismo como aquela ligada ao ciberativismo, remetendo a uma ação que tradicionalmente aconteceria na esfera virtual. Segundo o autor, “a observação do ativismo, divulgada em diversos contextos geográficos e políticos, mostra claramente como não é mais possível a representação de uma distinção entre cyber espaço e mundo real, entre mundo virtual e arquiteturas materiais”. Ele observa que atualmente as práticas de ativismo surgem na rede e espalham-se “nas geografias materiais mantendo uma contínua interação e ligação e estabelecendo as formas de uma geografia informativa que, em outros contextos, definimos ‘atópica’”.

Assim, a publicação dos documentos estudados (convites/posts) faz parte deste contexto de ciberativismo praticado pelos grupos que atuaram pró e contra o impeachment. Cada peça elaborada para o Facebook teve uma proposta, um propósito. Um ethos discursivo foi manifestado para compor uma cenografia, a qual deve ser concebida como “um processo de círculo paradoxal no qual a enunciação, por sua própria maneira de desdobrar seus conteúdos, deve legitimar a situação de enunciação que a torna possível (enunciador e co-enunciador, momento e lugar)” (MAINGUENEAU, 2000, p.21).

Para o francês, “a questão do ethos está ligada à da construção da identidade”, devendo-se “levar em conta as representações que os parceiros fazem um do outro e a estratégia de fala de um locutor que orienta o discurso” (MAINGUENEAU, 2008, p.59-60). No que tange à noção de ethos, o autor revisita outros pesquisadores para mostrar o quanto o tema suscita discussões pelo fato de não haver “um valor unívoco”.

Os primeiros ensaios de Maingueneau sobre noção de ethos foram encontrados na Retórica, de Aristóteles, que “a entendia como a imagem que um orador transmitia, implicitamente, de si mesmo, através de sua maneira de falar” (2000, p.59). O francês diz que essa noção “foi reformulada por Ducrot (1984, p.200), num quadro pragmático: no ethos é o locutor enquanto tal que interessa, o personagem que fala, não o indivíduo considerado independentemente de sua enunciação” (2000, p.59). Maingueneau avança ainda mais no debate quando explora a noção de ethos na análise do discurso.

(...) Todo discurso, oral ou escrito, supõe um ethos: implica uma certa representação do corpo de seu responsável, do enunciador que se responsabiliza por ele. Sua fala participa de um comportamento global (...). Atribuímos a ele, dessa forma, um caráter, um conjunto de traços psicológicos e uma corporalidade, (...) são inseparáveis, apoiam-se em estereótipos valorizados ou desvalorizados na coletividade, em que se produz a enunciação (MAINGUENEAU, 2000, p.60).

O autor traz a relação entre o ethos e a cena de enunciação e o lugar do destinatário inscrito nesse contexto. “Um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada” (MAINGUENEAU, 2002, p.85). Esta cena, que o autor denomina de “cena de enunciação” e onde o destinatário está inserido por meio do ethos, contempla três cenas: a “cena englobante”, a “cena genérica” e a “cenografia”. Este estudo, então, fará a análise das postagens dos grupos das redes sociais on-line aqui mencionados sob esta ótica.

4 O ETHOS E AS CENAS DE ENUNCIAÇÃO NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS E O IMPEACHMENT

A “cena englobante” corresponde a um tipo de discurso, que aqui se faz presente no discurso político; a “cena genérica” remete a um gênero ou subgênero de discurso, que observamos nos posts/convites publicados no Facebook. Essas duas “cenas”, por sua vez, podem ser chamadas de “quadro cênico” do texto. Porém, o leitor não se depara diretamente com o quadro cênico, mas com uma “cenografia” (MAINGUENEAU, 2002, 2008), que, neste estudo, está presente nos eventos (atos públicos) articulados pelos grupos por meio das redes sociais virtuais.

(...) A cenografia, com o ethos do qual ele participa, implica um processo de enlaçamento: desde sua emergência, a fala é carregada de certo ethos, que, de fato, se valida progressivamente por meio da própria enunciação. A cenografia é, assim, ao mesmo tempo aquilo de onde vem o discurso e aquilo que esse discurso engendra: ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, deve estabelecer que essa cena da qual vem a palavra é precisamente a cena requerida para enunciar sua circunstância (MAINGUENEAU, 2008, p.71).

Com o objetivo de “desvelar” os discursos produzidos pelos grupos aqui estudados nos seus espaços de relacionamento on-line e sua interação com as ideologias que propagaram no processo de impeachment de Dilma Rousseff, dividimos os grupos em dois blocos, ou seja, MBL e Vem pra Rua (a favor do impeachment) e Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo (contra o impeachment).

Na análise da “cena englobante”, ou seja, dos posts/convites do MBL e Vem pra Rua, notamos o enlaçamento entre o ethos pré-discursivo e ethos discursivo para a formação do ethos efetivo no discurso. Está posto pelos movimentos que ambos são a favor da democracia, da mobilização da sociedade (cidadãos), de uma sociedade livre e um Brasil melhor. Estes elementos constituem sua história, seu ethos pré-discursivo.

Nas postagens, a intenção do enunciador é mostrar a mobilização da sociedade por meio das imagens (fotos) de multidão de pessoas engajadas por um Brasil melhor. As cores verde e amarela, símbolos da nação, são resgatadas por esse enunciador favorável ao impeachment como forma de apelo ao civismo e patriotismo. E a democracia se faz nas ruas, por meio da participação e engajamento dos cidadãos. Notamos, neste caso, que o fiador atribui uma “corporalidade” ao ethos discursivo, associada “a uma compleição corporal, mas também a uma maneira de se vestir e de se movimentar no espaço social” (MAINGUENEAU, 2002, p.98-99).

(...) O ethos implica, com efeito, uma disciplina do corpo apreendido por intermédio de um comportamento global. O caráter e a corporalidade do fiador provêm de um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, sobre as quais se apoia a enunciação que, por sua vez, pode confirmá-las ou modifica-las (MAINGUENEAU, 2008, p.99).

Os textos presentes nos enunciados reforçam e compõem a “cenografia” da cena de enunciação. Esta “cenografia” evidencia um momento de tensão histórica, e mostra que esta

“não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele” (MAINGUENEAU, 2002, p.87).

Percebemos essa situação em alguns posts das fanpages: “muro da vergonha – divulgando os que [parlamentares] não apoiam o impeachment”; “megamanifestação”; “vem pra rua na votação do impeachment”; “todos às ruas, impeachment já”, “renúncia já” (este com uma foto em preto e branco de Dilma olhando o horizonte, o que remete à preocupação da então presidente e a um momento tenso no que concerne ao governo). Nota-se, então, que a cenografia “é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala” (MAINGUENEAU, 2002, p.87).

As postagens também estão relacionadas a contextos históricos pontuais. Um exemplo é a publicação do MBL intitulada “Comemoração pela vitória na comissão do impeachment!” traz manifestantes em frente ao vão do MASP (Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand), vestidos de verde e amarelo. No detalhe, a organização apresenta um texto complementar:

O relatório da comissão do impeachment está sendo votado. A maioria dos deputados já declarou que votarão a favor. Temos de reforçar essa importante vitória para pressionar os deputados que ainda estão em cima do muro. Hoje, às 19h, o MBL soltará rojões na avenida Paulista, em frente ao MASP, para deixar claro que o impeachment de Dilma Rousseff é de interesse da população brasileira e que cada parlamentar que votar contra o povo será lembrado para sempre como um traidor que vendeu o país em troca de um cargo no governo (EVENTOS MBL, Facebook, 2017, 11 abr.2016).

Aqui o ethos efetivo construído mostra um MBL persuasivo, que atua com a retórica de ameaça aos parlamentares que não se posicionarem a favor do impeachment, uma vez que este processo é de “interesse da nação”. Ou seja, não é o MBL que quer o impeachment, é o povo que se sai às ruas para comemorar os avanços deste processo. É o cidadão brasileiro que veste verde e amarelo, por um “Brasil melhor”; que defende “a democracia, a República, a liberdade de expressão”. Notamos aqui uma concepção mais “encarnada” do ethos no que tange à questão da “corporalidade” quando o fiador evoca o civismo da nação por meio das cores das roupas a serem usadas pelos manifestantes nos atos públicos, uma vez que esta é associada a “uma forma de se vestir” (MAINGUENEAU, 2008, p.65).

Observamos que o enunciador busca legitimar-se nas postagens analisadas na medida em que mostra sua presença no discurso por meio da exposição de sua marca, seja ela MBL ou Vem pra Rua. As marcas MBL – estampada num balão – e Vem pra Rua – num carro de som – são exemplos do posicionamento do fiador em suas publicações. Notamos que o ethos efetivo que se quer construir pelos grupos que atuaram a favor do impeachment para seus destinatários é de identificação à noção de nacionalidade, civismo e brasilidade.

Nas postagens dos grupos que atuaram contra o impeachment de Dilma Rousseff notamos similaridade com as estratégias discursivas publicizadas pelos grupos das redes sociais virtuais que se articularam a favor do processo político. A diferença: os conteúdos são contrários ao impeachment. As publicações dão conta de um ato de “golpe”, na contramão da democracia e também “convocam” os brasileiros para irem às ruas para lutar por seus direitos. As “cenas englobantes”, ou seja, os posts/convites das fanpages das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo também mostram o enlaçamento entre o ethos pré-discurso e o ethos-discursivo para a formação do ethos efetivo no discurso. Um exemplo é o posicionamento de ambos como grupos com pensamento político de esquerda, que agregam “movimentos nacionais”, “militantes em defesa da democracia” e contra o “conservadorismo”, que está ligado ao ethos-discursivo.

As postagens estão correlacionadas com essa “história” do ethos pré-discursivo. A cor vermelha se faz presente nos posts. Embora esteja relacionada a correntes ideológicas de esquerda ou socialista, a cor tem significado e sentidos mais antigos e complexos. Na religião e na guerra, o vermelho era tido como atributo de poder desde a Antiguidade. Na história moderna “surge como símbolo do direito às manifestações e da classe oprimida logo depois da Revolução Francesa” (ROESLER, 2016, s.p., 15 abr.). Assim, a cor vermelha simboliza mais que uma bandeira ou legenda política. Remete à luta da população por direitos sociais.

O posicionamento ideológico dos grupos contra o impeachment de Dilma também aparece nos textos das publicações: “em defesa da democracia, a saída é pela esquerda”, “nas ruas contra o golpe, pela democracia”, “Brasil pela democracia, não vai ter golpe, vai ter luta”. As imagens remetem à “corporalidade”, segundo a definição de Maingueneau

(2000, 2002, 2008), quando o enunciador mostra fotos de manifestantes empunhando faixas de protesto em prol de uma causa ou em atos públicos, neste caso contra o impeachment.

Notamos que o fiador busca também legitimar seu ethos discursivo a partir do uso de “personagens” do contexto social e institucional. Destacamos alguns exemplos: a grande imprensa (Rede Globo) e políticos em evidência naquele momento (Michel Temer e Dilma Rousseff). Num post da Frente Povo Sem Medo há uma faixa que diz “sorria, você está sendo manipulado”; em quatro das dez publicações investigadas há a expressão “Fora Temer” em evidência na arte gráfica/título do convite, comumente atrelada ao “não, ao golpe”; no único post em que Dilma Rousseff aparece, notamos a ligação com o contexto político daquele momento, ou seja, a situação institucional da ocasião. Trata-se de um convite para participar de um ato no dia 29 de agosto de 2016 – dois antes da votação do impeachment no Senado – “em defesa de Dilma no Senado” e “vamos juntos defender a democracia!”. As marcas Frente Brasil Popular e Povo Sem Medo inseridas nos posts também buscam legitimar a força desses grupos diante do co-enunciador/destinatário.

Vimos, ainda, que o destinatário é “convidado” a fazer parte de um movimento cívico nacional. Num post assinado pelos dois grupos contrários ao impeachment, temos a em evidência as cores verde e amarela (em referência à nação brasileira); e o texto “não ao golpe, nenhum direito a menos” busca instigar o engajamento e a participação popular por direitos sociais e políticos.

Com base no estudo das diferentes cenas de enunciação investigadas neste texto, nos parece plausível considerar que a apropriação do ethos pelo destinatário/intérprete não ocorre da mesma forma em qualquer texto.

(...) A “incorporação” não é um processo uniforme; ele se modula em função dos gêneros e dos tipos de discurso. O ethos, em um texto escrito, não implica necessariamente uma relação direta com um fiador encarnado, socialmente determinável. (...) Em uma perspectiva de análise de discurso, não podemos nos contentar com uma retórica tradicional, em fazer do ethos um meio de persuasão: ele é parte prenhe da cena de enunciação, com o mesmo estatuto que o vocabulário ou os modos de difusão que o enunciado implica por seu modo de existência (MAINGUENEAU, 2008, p.66-70).

Dessa forma, ao concebermos o ethos como um processo interativo de influência sobre o outro, cabe aos seguidores das fanpages investigadas incorporar, pela aprovação ou

rejeição, o ethos discursivo inscrito nas cenas de enunciação construídas nas redes sociais on-line do Movimento Brasil Livre, do Vem pra Rua, da Frente Brasil Popular e da Frente Povo Sem Medo. Apesar das diferenças ideológicas dos grupos estudados, notamos que o objetivo deles foi parecido e bastante focado, ou seja, persuadir o co-enunciador ao engajamento e participação popular no mundo real por suas causas e ideais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação do ethos nas diferentes cenas de enunciação presentes nas fanpages dos grupos pró e contra o impeachment de Dilma Rousseff nos ambientes das redes sociais on-line permitiu refletir sobre os possíveis discursos nos espaços institucionais. Embora assumam ideologias divergentes e polarizadas no contexto político, os grupos pró e contra o processo apresentaram posicionamento e estratégias similares para persuadir o destinatário. O rito de construção do ethos efetivo é igual em todas as situações investigadas, resultado da interação de diversos fatores.

Os grupos Movimento Brasil Livre, Vem pra Rua (a favor do impeachment), Frente Brasil Popular e Frente Povo Sem Medo (contra o impeachment) construíram cada qual suas cenas de enunciação, fazendo-se valer de um ethos pré-discursivo e ethos discursivo, conforme a concepção de Maingueneau (2008). O que variou entre um e outro grupo foi a argumentação construída a partir do posicionamento político e ideológico de cada organização.

Apesar das diferenças ideológicas dos grupos estudados, notamos um objetivo comum entre eles: persuadir o co-enunciador ao engajamento e à participação popular no mundo real por um Brasil democrático e aberto ao debate. A aprovação ou rejeição à ação do enunciador ficou nas mãos dos seguidores das fanpages e cidadãos brasileiros (destinatário/intérprete), na medida em que estes incorporam e assimilam o ethos discursivo posto pelo fiador.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

DIFELICE, Massimo. **Net-ativismo e ecologia da ação em contextos reticulares**. Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura. Salvador, v. 11, n. 2, p. 267–283, maio-ago, 2013a.

ENTENDA o processo de impeachment. Portal G1, Publicado 03 dez. 2015, Atualizado 31 ago. 2016. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/politica/2015/entenda-o-processo-de-impeachment/>>. Acesso em: 26 Jun. 2019.

FACEBOOK **@FrenteBrasilPopular**. Ver mais em <<http://frentebrasilpopular.org.br>>. Acesso em: 26 Jun. 2019.

FACEBOOK **@povosemmedonacional**. Acesso em: 26 Jun. 2019.

FACEBOOK **MBL @mblivre**. Ver mais em <<http://mbl.org.br/>>. Acesso em: 26 Jun. 2019.

FACEBOOK **@vemprarua.net**. Ver mais em <http://vemprarua.net/>>. Acesso em: 26 Jun. 2019.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

. **Análise de textos de comunicação**. 2.ed. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAPA das Manifestações no Brasil. Portal G1. Política. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/politica/mapa-manifestacoes-no-brasil/todos/>>. Acesso em: 26 Jun. 2019.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ROESLER, Á. R. Qual é a cor da sua bandeira, trabalhador? **Portal Carta Capital**, Justificando, 15 abr.2016. Disponível em: < <http://justificando.cartacapital.com.br/2016/04/15/qual-e-a-cor-da-sua-bandeira-trabalhador/>>. Acesso em: 26 Jun.2019.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2006.

. O DNA das redes sociais digitais. In: BARBOSA, M.; MORAIS, O.J. de (Orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções, subjetividades. São Paulo, Intercom, 2013, p. 23-43.

SINGER, André. Cutucando onças com varas curtas – O ensaio desenvolvimentista no primeiro mandato de Dilma Rouseff (2011-2014). **Revista Novos Estudos Cebrap**. São Paulo, edição 102, v. 34, n.2, p.39-67, Jul., 2015.

VILLAVERDE, J. **Perigosas pedaladas**: os bastidores da crise que abalou o Brasil e levou ao fim o governo Dilma Rouseff. São Paulo: Geração Editorial, 2016.

Reflections on the discourses of online social networking groups for and against Dilma Rousseff's impeachment: an ethos approach

ABSTRACT

This text is a reflection on the different scenes of enunciation from the analysis of publications of the fanpages of groups pro and against the impeachment of Dilma Rousseff that articulated and organized public acts by online social networks in 2016. The objective is to observe the ethos and the scenes of enunciation that are revealed in the virtual invitations directed to the engagement and the popular participation, from the theory of Dominique Maingueneau (2008). It is an empirical study in which guarantor evidences his ideological positioning and his intentions in the posts in order to instigate the society to fight by its ideals in the real world. It is concluded that in conceiving ethos as an interactive process of influence over the other, it is up to fanfolk followers to incorporate, by approval or rejection, the discursive ethos inscribed in the enunciation scenes of virtual environments.

Keywords: Discourse Analysis. Ethos. Popular Participation. Online Social Networks. Impeachment by Dilma Rousseff.

Reflexiones sobre los discursos de los grupos de redes sociales en línea a favor y en contra del juicio político de Dilma Rousseff: un enfoque de ética

RESUMEN

Este texto es una reflexión sobre las diferentes escenas de enunciación de los grupos pro de análisis fanpages publicaciones y en contra de la destitución de Rousseff, que articula y organiza eventos públicos por las redes sociales en línea en 2016. El objetivo es observar el El ethos y las escenas de enunciación que se revelan en las invitaciones virtuales dirigidas al compromiso y la participación popular, de la teoría de Dominique Maingueneau (2008). Es un estudio empírico en el que el garante evidencia su posición ideológica y sus intenciones en los puestos para instigar a la sociedad a luchar por sus ideales en el mundo real. Llegamos a la conclusión de que concebir ethos como un proceso interactivo de influencia en el otro, es para los seguidores de fanpages incorporan, para aprobar o rechazar, la ética discursiva inscrito en las escenas de enunciación de los entornos virtuales.

Palabras clave: Análisis del discurso. Ethos. Participación popular. Redes sociales en línea. Impeachment by Dilma Rousseff.

Recebido em: 16/07/2019
Aceite em: 03/10/2020